

9999

LA CIUDAD DESDE SUS LUGARES  
TRECE VENTANAS ETNOGRÁFICAS PARA UNA METRÓPOLI



LA CIUDAD  
DESDE SUS LUGARES  
TRECE VENTANAS  
ETNOGRÁFICAS  
PARA UNA METRÓPOLI

Miguel Ángel Aguilar  
Amparo Sevilla  
Abilio Vergara  
*Coordinadores*



Las ciencias sociales  
SEGUNDA DÉCADA



 **CONACULTA**  
CULTURAS POPULARES E INDÍGENAS

UNIVERSIDAD  
AUTÓNOMA  
METROPOLITANA  
Unidad Iztapalapa



Consejo de Investigación y Estudios de Postgrado

(9999)  
94



A CIUDAD  
DESDE SUS LUGARES  
TRECE VENTANAS  
ETNOGRÁFICAS  
PARA UNA METRÓPOLI



Casa abierta al tiempo

*Rector General*

José Luis Gázquez Mateos

*Secretario General*

Edmundo Jacobo Molina

UNIVERSIDAD  
AUTÓNOMA  
METROPOLITANA  
Unidad Iztapalapa



Casa abierta al tiempo

*Rector*

Luis Mier y Terán Casanueva

*Secretario*

Eduardo Camillo Hoyo

*Director de la División de  
Ciencias Sociales y Humanidades*  
José Lema Labadie

*Coordinador del Consejo Editorial de la División  
de Ciencias Sociales y Humanidades*

Daniel Toledo Beltrán

*Coordinación Editorial CSH*

Laura Quintanilla Cedillo



CULTURAS POPULARES E INDÍGENAS

*Directora General de Culturas Populares e Indígenas*

Griselda Galicia García

*Coordinador de Investigación y Planeación*

Carlos Gilberto Plascencia Fabila

*Subdirectora de Difusión y Publicaciones*

Teresa Blanco Moreno



A CIUDAD  
DESDE SUS LUGARES  
TRECE VENTANAS  
ETNOGRÁFICAS  
PARA UNA METRÓPOLI

---

Miguel Ángel Aguilar  
Amparo Sevilla  
Abilio Vergara  
*Coordinadores*



Clasif. \_\_\_\_\_

Adq. \_\_\_\_\_

Fecha \_\_\_\_\_

Presed. \_\_\_\_\_

Primera edición, noviembre del año 2001

© 2001

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA  
UNIDAD IZTAPALAPA

CONACULTA  
DIRECCIÓN GENERAL DE CULTURAS POPULARES E INDÍGENAS

© 2001

Por características tipográficas y de edición  
MIGUEL ÁNGEL PORRÚA, librero-editor

Derechos reservados conforme a la ley  
ISBN 970-701-181-5

IMPRESO EN MÉXICO



PRINTED IN MEXICO

Amargura 4, San Ángel, Álvaro Obregón, 01000 México, D.F.



**BIBLIOTECA  
CENTRO DE INFORMACION  
Y DOCUMENTACION**

*Dirección General de Culturas Populares*

CÉSAR ABILIO VERGARA FIGUEROA\*

## *Introducción. El lugar antropológico*

**E**N ESTE libro presentamos un conjunto de etnografías de lugares de la ciudad de México. Es el fruto de la articulación de investigaciones individuales y debate conjunto que venimos desarrollando desde 1996 en el marco del Seminario Permanente de Cultura y Ciudad. Por otro lado, los lugares significan también referentes en las biografías de quienes escriben implicándolos de alguna forma en una antropología de una otredad próxima, nuestra desde cierta perspectiva.

Y estas aproximaciones al lugar surgen en momentos en que se discute su pertinencia como elemento constitutivo de nuestros mapas e imaginarios. Redes y flujos parecen, en vertiginoso ritmo, haber logrado extirpar el lugar; sin embargo éste pareciera aún demarcar representaciones, posibilitar prácticas, estimular posicionamientos y contiendas, y hasta vislumbrar horizontes.

Y es en este punto que parece imprescindible abordar las dimensiones características y materialidades del lugar. ¿Materialidades del lugar? ¿Dimensiones imaginarias? ¿Opacidad fronteriza? Es precisamente en este campo semántico donde ocurre el debate acerca de dicha pertinencia: de la antropología a la sociología y la comunicación, el esfuerzo por conceptualizar los nuevos espacios pareciera dispuesto a radicalizar la relativización de las demarcaciones fundacionales del lugar: el que vincula adentro-afuera. Aquí conceptualizamos que el lugar no es el territorio que, circunscrito, contiene

\*Docente-investigador de la División de Posgrado de la Escuela Nacional de Antropología e Historia.



ne la singularidad; es más bien la práctica humana que trabaja el imaginario demarcando(se) por el afecto y la cognición: actor-continente posibilitador situado, punto de referencia memorablemente proyectiva.

Es por ello que es fundamental señalar que su constitución nunca fue exclusivamente física y pragmática, sino expresiva en el sentido imaginario, ideológico y estético. Y esto refiere tanto a las utopías como al hogar, a la plaza pública como al campo de batalla, a la esquina y al rincón, a las aperturas como a los encerramientos: ellos refieren a un mundo que haciendo caminamos, tanto en nuestras ensoñaciones como en el trayecto al trabajo.

Sin embargo estos tiempos parecieran producir una de las situaciones más paradójicas: subrayando el criterio territorializado del lugar, se descuida su espacialidad en momentos en que precisamente se reconoce el carácter creativo de la memoria y la imaginación, que debería conducir a reevaluar el carácter imaginal original del lugar, ahora y mucho antes, sin por ello implicar el descuido de las redes sociales que la construyen ni la fisicalidad de su constitución. Es retomar algo que pareciendo obvio se olvida: que espacio es más que territorio.

En este camino, ha sido el barrio uno de los primeros en soporitar el embate. De haber sido calificada como supervivencia que permanece por inercia (Lefebvre) pasa a la inexistencia total: "pas de quartier".<sup>1</sup> Al otro extremo, la nostalgia aún señala que "si naces en un barrio, nace inmediatamente la cofradía",<sup>2</sup> en una mirada que quizá ya no vea al pasado sino a las necesidades que la soledad

<sup>1</sup>"Nada de barrio", es el título de un *dossier* de la revista *Urbanisme*. En la editorial, Thierry Paquot expone el testimonio de un urbícola que quizá se quiere "tipo". "Él alquila aquí hace seis años. Él no conoce a ninguno de sus vecinos [...] Él hace sus ejercicios en un gran subterráneo cerca de su trabajo y es al costado de su oficina que juega al tenis con sus amigos. Cuando regresa a su hogar es feliz, sí, feliz de reencontrar «su casa», tranquila para él solo. Él invita al restaurante a sus amigos y sale a menudo. ¿Amigos? Él tiene muchos, de su infancia, de sus estudios, de sus estancias en el club y sobre todo de su trabajo [...] Finalmente, cuando le interrogué sobre «su» barrio, él ha enrojecido, como agarrado en falta, por lo que le ha sido necesario confesarnos: ¡él no tiene barrio!" (*Urbanisme*, dossier 27, París, noviembre-diciembre de 1997).

<sup>2</sup>Escuchado en un discurso en un homenaje a Chava Flores, Tlalpan, 1996.



urbana entreteje, aunque constate redes aún tupidas en las relaciones sociales.

## LA ETNOGRAFÍA

UNA DE las problemáticas más recurrentes de la antropología urbana es el carácter, la pertinencia y el estilo etnográfico: ¿Cómo trabajar las etnografías cuando las “situaciones tipo” ceden frente a los encuentros efímeros, los remansos del barrio o del pueblo a las prisas del metro, el detenimiento de la observación cara-a-cara a la borrosidad de la imágenes de la prisa, a las distancias sobreocupadas que ocultan la perspectiva, texturas y la profundidad del espacio?

En este sentido, optar por los lugares no pretende retroceder en cuanto a la necesidad de articular los elementos y factores de la constitución urbana. La variedad de lugares escogidos: de residencia, de esparcimiento, lúcidos, sagrados, prohibidos, estigmáticos, emblemáticos, del riesgo, no pretende quedarse en estas etnografías, sino proceder luego a abordar las problemáticas del desplazamiento y el viaje, los accesos diversos, desde los físicos hasta los simbólicos y sus articulaciones. Los lugares son, en este caso, el pre-texto para perfilar mapas urbanos, y quizá indiquen nuestra propia tendencia a asirnos de signos y referencias para organizar nuestras formas de apropiarnos e imaginar la ciudad de México, que cada vez nos es/hacen sentir más inabarcable.

Un procedimiento que es distintiva de la etnografía es el cruzamiento de la información adquirida de diversas fuentes, en una suerte de triangulación que enriquece las perspectivas que aborda la investigación, en un trabajo constitutivo que articula experiencia e interpretación por parte de los actores, como en el asedio interrogativo de los otros, entre los que se ubican los antropólogos. Las versiones de las identidades no son monosemánticas, ni siquiera en los grupos más cohesionados y la construcción de sus narrativas frecuentemente está signado por múltiples sentidos, los que solamente pueden ser adecuadamente significados mediante la pluralidad de voces que las expresan.



**BIBLIOTECA  
CENTRO DE INFORMACION  
Y DOCUMENTACION**

*Dirección General de Culturas Populares*



La crónica es un género que le disputa a la etnografía un lugar entre los posibles relatos de la ciudad.<sup>3</sup> Pero quizá la diferencia más importante entre la etnografía y la crónica se halle en la ubicación del discurso en relación con un cuerpo teórico que se despliega bajo la forma de supuestos apeturados por dicha estructura que se formula como interrogaciones enfocadas, que podemos llamar también hipótesis. Por ende, la etnografía requiere de un marco conceptual que lo remite a la antropología y sus categorías. La crónica prescinde de esta interrelación, o en todo caso, su uso no es sistemático, y más bien excepcional. Clifford Geertz señala esta condición de manera bastante expresiva y sencilla cuando dice:

Un conjunto de conceptos y de sistemas de conceptos muy generales y académicos —“integración”, “racionalización”, “símbolo”, “ideología”, “ethos”, “revolución”, “identidad”, “metáfora”, “estructura”, “rito”, “cosmovisión”, “actor”, “función”, “sagrado” y desde luego la “cultura” misma— está entretejido en el cuerpo etnográfico de descripción densa con la esperanza de hacer científicamente elocuentes meras ocurrencias aisladas. La meta es llegar a grandes conclusiones partiendo de hechos pequeños pero de contextura muy densa, prestar apoyo a enunciaciones generales sobre el papel de la cultura en la construcción de la vida colectiva relacionándolas, exactamente, con hechos específicos y complejos (Geertz, 1989: 38).

Ordenadas bajo categorías clasificadoras e interpretativas antropológicas, las etnografías muestran las vidas de los actores sociales construyendo diferentes espacios y temporalidades, los diversos signos (visuales, sonoros, olfativos y táctiles) que no solamente organizan la percepción sino contribuyen, con diferenciado poder, a construir el mundo que nos rodea y establecen una especial relación con el exterior, caracterizando los lugares, a veces instituyéndolos.

<sup>3</sup>Me refiero fundamentalmente a las crónicas que revolucionan el género en las escrituras de Carlos Monsiváis, Salvador Novo, Martín Luis Guzmán, Vicente Leñero, Ricardo Garibay, José Joaquín Blanco, Herman Bellinghassen, entre los más destacados.

En su versión más clásica –no discutiré las críticas formuladas desde la llamada antropología posmoderna– malinowskiana, supone una estancia prolongada y la utilización de fuentes diversas: “El etnógrafo, o la etnógrafa, participa, abiertamente o de manera encubierta, de la vida cotidiana de personas durante un tiempo relativamente extenso, viendo lo que pasa, escuchando lo que se dice, preguntando cosas” (Hammersley y Atkinson, 1994: 14). Una antropología de lugares exóticos, que se funda en el deseo de aproximación de una otredad lejana, plantea diferentes retos que el que aquí asumimos, más aún complejizada por realizarse en una megaciudad.

## LOS LUGARES

LOS LUGARES, a su vez, no son mojones aislados ni islas solitarias, son más bien, pequeños núcleos de redes, topográficas y conceptuales, que coexisten desarrollando narrativas e imágenes que las complementan u oponen, que ocupan una diferenciada conceptualización de la espacialidad y temporalidad de una megalópolis que articula –de manera diversa– tradición y modernidad, identidades e identificaciones, instituciones y socialidad, monumentos históricos y encuentros efímeros; presentando, por ello, nuevas dificultades para la definición de las unidades de análisis, cuestionando desde allí la construcción metodológica autónoma del antropólogo como la que se define a partir de lo que delimita el grupo investigando, puesto que los espacios ya no se articulan sólo a partir de los desplazamientos, sino de las redes comunicacionales: ¿qué implicaciones tiene en las redes sociales que el “lavadero” fuera reemplazado por las pláticas telefónicas?

Aquí debemos introducir un elemento importante de la actual configuración de las apropiaciones urbanas: la exploración y las búsquedas, mismas que son permitidas por una mayor libertad que el anonimato y la dimensión urbana posibilitan: “Chicos medios que se meten un rato a ser popular” decían cuando comentaban los públicos que convocaba el Rodeo de Santa Fe, pero también ocurre lo mismo cuando cada vez más mujeres buscan un espacio

en el billar, o los gays que buscan salir del closet y crear uno más grande en lugares exclusivos que los protegen: son búsquedas que juegan estratégicamente y dan uso al espacio urbano fragmentándolo al uso de la tribu.

Los lugares se constituyen a partir de un trabajo realizado por las comunidades de diversa composición y extensión en una actividad constante de institución y afectividad y se caracterizan por:

- un lenguaje peculiar;
- una ritualización específica;
- un sistema o red conceptual en el que se inserta y de él participa para tener sentido;
- una jerarquización interna;
- una demarcación y, finalmente
- condensan una biografía e historia activamente construidas por quienes la conforman.

a) Cuando señalamos que un lenguaje lo caracteriza, incorporamos las diferentes materialidades signícas que convocan, crea y caracteriza un lugar: es lo que lo hace fuerte en la memoria, cuando la invocación en ausencia brota de un olor o un color o por determinada melodía o sonoridad. También refiere a una nomenclatura específica que nombra, delimita y sanciona, por ende, lo que es considerado pertinente, necesario, imprescindible o inapropiado. Es aquello también por el que se define lo serio o lo cómico, lo solemne y lo risible: la palabra soez indispensable funda el lugar marginal-lumpen, donde el actor individual asume –o niega– la pertenencia y la legitimidad.

Por ello el lugar refiere y adscribe, y se expresa a través de un *lenguaje* de-marcado, cuyo desconocimiento equivoca los mapas: Un refugiado salvadoreño que recién había llegado a México, por consejo de algunos de sus compatriotas, pretendía esconder su nacionalidad, como una forma de protegerse, diciendo que era de Veracruz:

—Soy de Veracruz, dijo muy seguro.

—Ah, ¿entonces eres *jarocho*? —le preguntó el mexicano con quien había iniciado plática.

—No. Yo soy de Veracruz.

En los lugares tradicionales, el trabajo de nombramiento es exhaustivo y abarca de manera protagónica a los espacios y los actores: éstos son singularizados en nombres que adjetivan y clasifican: Resortes, el Arracadas, el Vaquero, Tíbiri, el Güicho Domínguez, el Jarocho en el *Aditec* y el Pelucas, el Diablo, el Vulcano, el Pascual, Toñito, Tori o Guitarras en la peluquería Marroquín, por ejemplo, definiendo cada nombre una adscripción eficazmente valorativa que constituye el mapa de las interrelaciones sociales (Vergara, 1997), en cuya constitución hay una actividad intensa de parte de los actores.

b) Diferentes formas de ritualización específica constituyen los lugares y estar en ellos impele a actuar de esa determinada forma, es decir, no sólo existe una relación actor-continente-signo-actor, sino en una articulación mutua que los imbrica y caracteriza. Sacraliza o profaniza el lugar, así como privatiza las interacciones que en ellos se realizan, definiendo una especial interrelación espacial y temporal que diferencia. Esta capacidad de la ritualización establece (y a su vez recibe poder de él) un cuerpo de concepciones acerca de lo que está permitido o no en el lugar. La significación del lugar está definida en las marcas del comportamiento que la comunidad le reconoce como característica y que sus integrantes utilizan de manera estratégica.

c) Esta capacidad de diferenciación, a su vez, constituye una red de asociaciones entre lugares que delimitan los “campos” conceptuales y los de los itinerarios. Los lugares de uso del tiempo libre se oponen (y, por ende, complementan) a las laborales y residenciales, así como se oponen las iglesias a los burdeles, y constituyen las rutas permitidas y/o deseadas o proscritas y/o condenables. Las redes de un “sistema” conceptual y de los caminos no existe, por lo tanto, de manera independiente —aunque sí puede tener cierta autonomía— sino más bien en diálogo y contradicción y/o antagonismo. Son redes que funcionan en la construcción simbólica del

mundo; son, pues, conceptuales y topografías, y sirven para imaginar, valorar y caminar.

Los lugares establecen *redes* conceptuales y de tránsito,<sup>4</sup> son puntos de un sistema que lo itinerarios intersecciones y mapas verifican como parte integrante de un conjunto, y dicha articulación se establece en diferentes velocidades (Aguilar, 1999), y ritmos: centro y monumentos son útiles para significar historia y lugares tradicionales urbanos; mientras que autorrutas y avenidas constriñen el espacio y dan una lectura diferente de la relación con la ciudad y el pasado. En el Distrito Federal, además, su descentramiento obliga al esfuerzo oficial por recuperar su centro monumental y simbólico; así como, desde la acera opuesta, las marchas de protesta y los mítines o “plantones” revigencia la centralidad del Zócalo, desde la disidencia, lo que a su vez remite al presidencialismo (¿por qué no ir al Congreso de la Unión?), que a su vez se refuerza en las ceremonias y conmemoraciones.

d) Los lugares definen las interrelaciones entre sus espacios de manera jerárquica: existen centros y periferias, en función del simbolismo diferencial que captan o por las funciones pragmáticas que en ella ejercen, pudiendo mutar el valor en cada uno de los usos: en la casa la centralidad de la sala se muestra cuando el grupo socializa (consigo o con las redes de parientes y amigos), mientras se pone en suspenso esta posición cuando el grupo se dispersa en las recámaras.

El uso ritualizado de los espacios también es demarcatorio y evocativo. Salvador Novo, al referirse a la espera y la integración en los burdeles, ubica la centralidad de la “sala”:

La sala era el centro de la casa; y hacer sala, la obligación social de aquellas sonrientes geishas locales, el escaparate de sus encantos, el sitio del muestreo; y la ocasión de entablar relaciones con la novia de una hora, antes de convertirla en la esposa de quince minutos (Novo, 1979: 79-70).

<sup>4</sup>Como puede verse íntegramente cuando alguien dice: “...sí, ahí también se pone bueno, pero va gente ya más grande y más corrientita; pero fíjate, ahí es que conocí a Manuel”, en Amparo Sevilla, “Adítec: un lugar para los adictos al baile”, en este mismo libro.

e) Los lugares definen fronteras. Demarcando al espacio urbano, los lugares pueden constituirse en significantes de una condición social, así como producir los signos que dicha estructuración sociocultural requiere: la iglesia de San Hipólito históricamente se constituía en lugar de los marginales, pero también cerraba el espacio de los “legítimos” pobladores, españoles, e iniciaba el de los indios, desvalidos y marginales. A nivel más interno, los lugares definen sus accesos (conceptuales e itinerantes), delimitan sus vecindades diferenciadoras. Generalmente son muros, bardas, categorías y estereotipos los que se encargan de establecer su territorio significativo característico.

f) Finalmente, la constitución de los lugares es histórica y biográfica: por ello es siempre relacional. No hay condición del lugar o no-lugar que no se establezca desde una determinada situación o posición, misma que se logra en la relación significativa entre actores, espacio y tiempo. Es por ello que los lugares orientan los viajes narrativos autobiográficos –“el lugar de un hombre puede ser el no-lugar de otro”– (Rapoport, en Bartra, 1989: 50) y aquéllos se constituyen en condensación del tiempo y el espacio. La propia afectividad es marcada por esa biografía que a su vez ancla en esos lugares.

La biografía es también búsqueda y la situación en los lugares implica exploración o fatalismo, placer o padecimiento, pues la adscripción de la residencia, por ejemplo, en los sectores populares más pobres se asume como carencia, así como la asistencia a la pulquería se asume como placer y/o como estigma y/o adicción. El lugar, entonces, está marcado también, y muy intensamente, por la afectividad.

En la definición del lugar es también importante establecer la interrelación entre lo excepcional y lo cotidiano: una muerte, una despedida, una boda, se oponen y complementan con lo permanente y lo rutinario. La vivencia diaria en la vivienda se articulan al evento, lo raro, en la construcción de la densidad simbólica y significativa que constituyen el lugar. A veces lo permanente o “estructural” pasa a segundo plano y la unicidad de un “evento” opera más eficazmente en esta transformación del espacio, constituyéndose en

marcas espacio-temporales de la biografía y la historia, que a su vez operan como sistema clasificatorio, temporal y topográfico.

Por otro lado, reflexionar acerca del lugar antropológico permite incorporar, de manera muy productiva, conceptos muy caros a esta disciplina como frontera, actor, identidad, interacción, ritmo, ritual, tradición, modernidad, símbolo, imaginarios, prácticas, proximidad, lenguaje, etcétera, que como puede verse, muy rápidamente nos trasladan hacia otras disciplinas. El lugar como objeto de investigación posibilita la confluencia, también de la psicología, la historia, la sociología, entre otras.

Asimismo, requiere ubicar el contexto espacial y temporal de su construcción y uso, pues el lugar se constituye en una interrelación estrecha entre biografía, colectiva e individual, interacción cotidiana y/o ritual y nominación. El lugar es pues una construcción histórica y biográfica y define las fronteras, su resguardo y usos, así como los mecanismos y normas de regulación, en la que los rituales (o las formas ritualizadas) ofician como los verificadores más importantes.

En la constitución del lugar intervienen, entonces, los actores y sus interpretaciones, el tiempo, los usos del espacio, sus narrativas y una terminología particular que los nombra, cuyo valor precisamente recae en que le asignan ese carácter diferencial.

Los lugares y los senderos que se transitan diariamente, por ejemplo, oponen la ruta cercana al barrio al de los ejes viales, pues al mismo tiempo sirve para trasladarse al trabajo como para ir al súper, a la tienda, o pasear y compartir, y puede referirse a un "salir de...". Las calles de la vecindad se constituyen en espacios contiguos al hogar (Vergara, 1995) y adquieren su familiaridad en el nombramiento específico y en la apropiación del territorio, mientras que los ejes viales significan ese distanciamiento con que se mira el espacio urbano inabarcable: es su vía de acceso y, por la velocidad, su expresión de lejanía. Quizá debido a ello, pobladores de algunos pueblos antiguos, que fueron conurbados, rechazan que se los denomine colonias (Portal, 1996) y pugnan por conservar el derecho a la tradicional autonominación de pueblo. Con matices, las calles de vecindad, mantienen aún esa identidad situada de las

calles de pueblo, donde el nacimiento y las redes de la comunidad muestran aún la eficacia del dispositivo espacial.

Las narraciones que representan los lugares también la constituyen. Estos relatos establecen las marcas, señales y fronteras imaginarias y simbólicas de la ciudad y tienen eficacia en los desplazamientos de los urbícolas. Claro está que su eficacia es diversa, según los sectores sociales, y tienen un carácter procesual: el centro antiguo que constituía la imagen del poder y la seguridad se transforma en su opuesto –vía TV y prensa escrita y los rumores– y sus antiguos propietarios, como medida de seguridad, se trasladan a nuevas zonas de poblamiento de los sectores económicamente altos. Igualmente, diferentes formas expresivas de la cultura popular pueden “unir” lugares separados u opuestos mediante senderos y rutas reales o imaginarias, como las de las Lomas y Peralvillo en “Vino la Reforma” de Chava Flores.<sup>5</sup>

Según Marc Augé, la sobremodernidad introduce la diferencia entre lugar y no lugar (Augé, 1993), la que se establece por la permanencia o el paso, pues los no lugares, dice, los transitamos como pasajeros:

Esta oposición entre el lugar donde vivimos y el lugar por donde pasamos, la traduzco como *lugar y no lugar*. Es una oposición de tipo empírica; el lugar que vivimos que es la casa, y después el lugar por donde pasamos, posiblemente el liceo, el supermercado, el banco y cosas como ésas (Augé, 1994: 40).

Como la expresión más característica del no lugar señala al metro, pues, dice, en él la multitud coexiste pero no intercambia, y que “lo que domina es el efecto de pasar” (p. 41), otro ejemplo paradigmático serían los hoteles internacionales.

Sin embargo, quizá habría que retener dos elementos de tensión en la afirmación anterior. Primero, que la inclusión del liceo en la pequeña lista quizá permita introducir un sinnúmero de lugares en

<sup>5</sup>En el texto de la canción remarca, ironizado, la diferencia: “Vino la Reforma, vino la Reforma,/ vino la Reforma de Peralvillo;/ ¡ya sabrás mamón lo que es bolillo!”



la categoría de no lugar, como el centro de trabajo si nos mudamos de él con alguna frecuencia, y en ambos ejemplos no se podría afirmar que la gente no intercambia: al contrario, los mejores amigos, y “de toda la vida”, pueden surgir del liceo y los compadres del centro de trabajo. En segundo lugar, ambos espacios constituyen la identidad y los capitales (cultura y social) de los actores, marcan sus biografías y por ende los ubican y clasifican. Para nosotros, esa capacidad institutiva caracteriza al lugar.

Cuando Augé realiza un listado más exhaustivo de los no lugares, señala también los campamentos de refugiados –“campos de tránsito prolongado donde se estacionan los refugiados del planeta”– (Augé, 1993: 41). Sin embargo, para nuestro caso, estos espacios se constituyen en lugares que reconstituyen la identidad de los refugiados y marcan su futuro: uno de los grupos de guatemaltecos que acamparon por más de 10 años en el sureste mexicano, cuando retornaron a Guatemala y re-fundaron su pueblo, le pusieron por nombre “Nuevo México”, y dicen que porque sus hijos ya son nuevos mexicanos y en “agradecimiento a este pueblo que nos cobijó”.

Estas modificaciones introducidas por la migración creciente y la velocidad obligan a reaprender a pensar el espacio y reubican los mapas de los actuales habitantes del planeta. Sin embargo, esta misma situación también reactiva el deseo de pertenencia y la territorialización de las experiencias y la memoria.

Por otro lado, Augé precisa el concepto de lugar cuando remite a la cosmovisión y el ritual que lo instituye. Aquí subraya la constitución de las comunidades fundada en el lenguaje compartido que se expresa en las nominaciones históricas y el ritual:

El lugar común al etnólogo y a aquellos de los que habla es un lugar, precisamente: el que ocupan los nativos que en él viven, trabajan, lo defienden, marcan sus puntos fuertes, cuidan las fronteras pero señalan también la huella de las potencias infernales o celestes, la de los antepasados o de los espíritus que pueblan o animan la geografía íntima, como si el pequeño trozo de humanidad que les dirige en ese lugar ofrendas y sacrificios

fuera también la quintaesencia de la humanidad, como si no hubiera humanidad digna de ese nombre, más que en el lugar mismo del culto que se les consagra (Augé, 1993: 49).

Son los textos que se alimentan de mitos fundadores de la autotonía y relatos del lugar que alimentan la memoria. En nuestros países, en los años veinte, elites intelectuales regionales y nacionales, en comunidad con el indigenismo contribuyeron a crear signos y símbolos de un pasado que justificaba proyectar la tradición para construir un nosotros basado en una imagen de la sociedad precolumbina, fundando o refundando lugares, cuya utilidad se ubicaba en el presente proyectivo, más que en la historia que (re)contaban.

Sin embargo, los lugares no permanecen inmutables y muchos de ellos reubican su función y se resemantizan. Los lugares que antes signaban los rituales pueden ahora promocionar espectáculos para turistas o los medios como ocurrió con el exconvento de las Vizcaínas, donde se casaron Lucero y Mijares en enero de 1997 y la boda fue transmitida por Televisa, logrando una audiencia de 43 millones sólo en México.<sup>6</sup> Las variaciones en los usos pueden no afectar el continente; sin embargo, la relación con los urbícolas puede espectacularizarse. La tendencia a privatizar los monumentos arqueológicos y coloniales puede acelerar este tipo de relación.

Diversos signos configuran la memoria y el uso de estos lugares: el silencio de los templos frente a la ruidosidad de las salas de concierto; los olores diversos de la taquerías adyacentes a las estaciones del metro frente a las del hospital; el silencio de los pasillos del condominio frente al bullicio de los patios de vecindad y la musicalización de los salones de baile o el cruce intenso de los más diversos sonidos y mensajes un domingo en Xochimilco.

Las distintas marcas de los signos en la memoria definen la apropiación cognoscitiva y afectiva del lugar. Éste será identificado por ella, aun en ausencia, cuando aquellos emerjan como ocurre con la sonorización del lugar:

<sup>6</sup>María Ana Portal ha realizado una etnografía de este evento.

El lugar suena entonces de manera tan singular que sólo los habituados a él reconocen sus mil señas particulares –la llamada de un gato siempre a la misma hora, el juego ritual de granujillas que llaman al timbre en un porche, los pasos de los vecinos en la escalera– y sus mil matices instrumentados por los caracteres propios del espacio construido, ya que los habitantes de un lugar, a pesar de su ignorancia acústica, tienen una percepción extremadamente precisa de los tiempos de reverberación inducidos por la propiedades técnicas del espacio construido (Augoyard, 1995: 210).

Es importante considerar que es posible que, a pesar de la convergencia de materialidades sígnicas diversas, el lugar pueda ser identificado por la hegemonía de algunas de ellas y por la especial simbolización y significación que trabajan nuestras interacciones y memoria; sin embargo, eventos culturales como la fiesta, pueden mostrar esa múltiple facturación, donde el lenguaje corporal, visual, sonoro, táctil, olfativo, gustativo, se hacen presentes para caracterizarlo precisamente en esa pluralidad: sin embargo, para un niño, el olor de un determinado dulce puede significar la fiesta, en su memoria adulta.

Una de las características del lugar-hogar ubicado en una vecindad es la alta densidad de la comunicación-conocimiento-afectividad. En esto se opone al tipo de interacciones que se dan en los condominios. En este espacio demarcado exhaustivamente,<sup>7</sup> la comunicación transita con intensidad y reiteratividad y recorre pasillos, recámaras, “salas-comedores”, los traspatios (literal y metafóricamente), es decir, la región posterior goffmaniana, siendo el chisme su expresión más característica.

<sup>7</sup>Con el campo, el barrio se asocia “con lo conocido y la tranquilidad: conocimiento que se traduce en confianza y en identidad. El barrio se concibe como un segmento totalizador: paradoja constituida por la cotidianidad. Demarcada exhaustivamente, es un espacio apropiado, incorporado, familiar. Es el barrio un paisaje de dinamismo repetitivo: reconocible y previsible”. Abilio Vergara, 1995, p. 41. La oposición frente al condominio se puede matizar si éste surgió a partir de una iniciativa colectiva, que remite a algún trabajo organizativo anterior, como en los casos que estudia Ángela Giglia, 1996.

## LUGARES EN LA CIUDAD DE MÉXICO

LAS ETNOGRAFÍAS que se presentan en este libro han sido divididas en dos grupos. En primer lugar están los lugares del cuerpo en donde se exploran espacios destinados al entretenimiento, la exposición y/o preparación del cuerpo, y un segundo que explora el hogar, los espacios comerciales, histórico-recreativos: son lugares de una alta densidad simbólica y que si bien fragmentan los sentidos de la ciudad, son entrelazados por los itinerarios de sus habitantes, que en estos recorridos los (re)construyen constantemente.

Amparo Sevilla etnografía el Salón Los Ángeles. “Quien no conoce Los Ángeles no conoce México” fue una frase publicitaria que ubicada en el momento de su enunciación, intuitivamente, refería a dos situaciones: a una cierta homogeneidad urbana y a la posibilidad de abarcar la ciudad. Metonímicamente Los Ángeles (en 1940, cuando su dueño la formula) quería significar, en su pretensión comercial-cultural, a toda la relativamente pequeña urbe que entonces tenía aproximadamente 1’600,000 habitantes (Ward, 1991: 66), es decir unas 12 veces menos de lo que actualmente tiene. Hoy la ciudad no solamente creció en términos poblacionales y territoriales, sino que incrementó su diversidad, haciéndola inasible: un emblema situado ya no la puede significar.

El paso de la persona de la vida cotidiana a su presentación en el salón del baile requiere de la reconstrucción de ciertos códigos corporales que progresivamente pueden adquirir una cierta centralidad en los sujetos participantes: ambos ámbitos, si bien pueden afectarse mutuamente y el actor dominar sus códigos y diferenciar eficientemente ambos escenarios, sólo es posible por ser una construcción de la ciudad que propone escenarios diversos que si bien son tocados por ciertas trayectorias e itinerarios, pueden, en lo fundamental permanecer indiferentes entre sí.

Los usos y las concepciones del cuerpo en los diferentes periodos culturales pueden también ser explorados a través de la contrastación de los géneros musicales y el baile correspondiente. La autora, quien etnografía también el *Aditec*, encuentra que, por ejemplo el danzón, muestra a la “mujer pasiva y retentiva (pies juntos,

hacia adentro)”, que podríamos oponer a la mayor libertad de movimientos del rock o de la música gruperá actual.

Pero, ¿qué sucede con la identidad cuando se busca “consumir novedades” –se pregunta Amparo Sevilla– y no sólo se va a confirmar referencias? En contra de quienes postulan adscriptivismos fatales y de quienes defienden la concepción de las identidades *prêt-à-porte* (Hobsbawán, 1996: 34), las gentes permanecen más y buscan también con asiduidad innovar(se) y, al mismo tiempo y con diferentes matices, construir referencias más sólidas. Entre la tradición y los cambios, la gente busca lugares, afirma y redefine otros, trazando itinerarios con rutas heterogéneas y también confirmativas y de cierta homogeneidad: la gran ciudad permite fronteras y las trastoca, arraiga y desterritorializa, conformando grupos que se cierran a sí mismos o se abren a la diversidad.

La identidad en la ciudad se muestra como búsqueda y construcción: en estas exploraciones se afirma en espacios situados que para muchos empiezan a convertirse, más que en puntos hacia los que se mira, en lugares desde donde se opina, experimenta y mira la ciudad. Lugares que se constituyen en espacios a los que se puede ir, explorar, encontrar(se) con los que se elige comulgar, “ser parte” o no, y otros que nos definen más definitivamente, enclásándonos con mayor rigidez. Por otro lado, otros lugares que antes situaban más decisivamente a las personas, como la casa, que permitían situar lo conocido y confiable, ahora reducen sus marcos espaciales de referencia –el hogar refugio– para constituirse en punto de partida hacia el archipiélago urbano de nuestros (des)afectos, destinos cotidianos e intermitentes que apoyan nuestros imaginarios sobre nuestra ciudad.

Así, la llamada identidad urbana –como equivalente a imagen global(izadora)<sup>8</sup> de la ciudad– opera por construcción cuasiexclusivamente sinecdótica: son estereotipos y clichés articulados por productores diversos, muchas veces contrapuestos, los que confieren una cierta pre-disposición a “pensar” la ciudad de determinada manera: la más contaminada, fragmentada, la más poblada, caótica, inabarcable... Esta construcción no es siempre engañosa y

<sup>8</sup>Es posible leer esta conjunción como oxímoron.

puede confirmarse cotidianamente en una experiencia que duplica (“no comas ansias...”) el sufrir la ciudad; sin embargo, otros posicionamientos y miradas podrán sacar provecho y pensar la fragmentación como posibilidad y el “caos” como probabilidad de interpretación individualizada.

En esta dirección, la ciudad se interpreta desde posicionamientos muy diversos, que encuentran en los lugares un diferenciado poder configurador: es en estos espacios donde anclan los urbícolas, se establecen y se mueven hacia otros, estructurando –sobre la base de un juego entre elecciones y adscripciones– lo que es la ciudad de cada comunidad<sup>9</sup> y/o individualidad. En esta actividad configurativa son fundamentales los desplazamientos –físicos, imaginales y conceptuales– que se inscriben en la biografía, la que se singulariza y actualiza en las trayectorias e itinerarios, con sus respectivos cruces e indiferencias.

Entre los múltiples sectores de la ciudad que la construyen, existe una constante hacia constituir lugares para iguales: seres semejantes que se reúnen para compartir actividades también semejantes, que de alguna forma organizan su fragmentación. Sin embargo, esta perspectiva también puede leerse como una de las pocas formas de asumir la ciudad y vivirla, por las dimensiones y diversidad que hacen imposible una experiencia más integral. Esta necesidad de construir espacios para aproximar a próximos es mayor en grupos que sufren la discriminación. En esta perspectiva los gays reconstruyen espacios como La Lili, que etnografía Mauricio List. Este lugar reúne en torno a él gentes que comparten una preferencia homosexual que requiere expresión más libre en mutua complicidad.

Sin embargo, el lugar pareciera tener dificultades para establecer una ruptura definitiva con el entorno –que se expresa también de manera dramática en el cierre y su posterior reapertura restringida– en tanto la comunicación y la expresividad de la diferencia que se quiere instituir pareciera estar atravesada por lo que quiere negar:

<sup>9</sup>Por ejemplo. ¿cuáles son los puntos en común y las diferencias entre los mapas que de la ciudad construyen los gays, los que recorren los circuitos del baile o los que asisten a los centros comerciales?

la irrupción de personas heterosexuales en La Lili encuentra de parte de los gays una recepción chistosa –en tono de farsa–, que al exagerar el “joteo” que aquéllos supuestamente condenan, ratifica la diferencia que le hace emerger acudiendo a los estereotipos que la sociedad adscribe y desprecia. Es claro que esta interpretación no abarca la totalidad de expresiones gays frente a la otredad: entre lo chistoso y lo sarcástico, media lo cómico y lo irónico, para mostrar matices entre la aceptación, tolerancia o la condena, así como el medio para interpretar, conducir o enfrentar dicha diferencia.

En la ciudad de México, muchos lugares ya no tienen el aura “natural” de lo instituido. En la actualidad en el lugar se encuentra más que un estado, una posibilidad instituyente –en el sentido que le da Castoriadis–: se toma conciencia del poder que los sujetos tienen para estructurarlo y modificarlo, pero también para consolidarlo y dotarlo de relatos que lo sustentan o cuestionen. La población que se articula en comunidades en torno a lugares, instituye también sus ritualizaciones, que rondan ciertos ejes, en el caso de los gays entre el erotismo, la socialidad, el baile y la música, pero mucho más en la conciencia de los cercos que los excluyen, que buscan contrarrestar mediante la conformación de otros que los protejan.

Al espacio al que la gentes van a “estar”, o más bien a “dejarse estar” que caracteriza a los centros comerciales –guiados por una normatividad que conduce– se opone un mundo donde todos sienten que pueden contribuir a su construcción, los lugares que como el *Alicia*, donde la atmósfera depende de esa participación. La etnografía que realiza Edgar Morín de este *antro*, demuestra las potencialidades de la negociación en la constitución del lugar: si bien existen ciertos marcos imaginarios que definen aquello que caracteriza un buen *antro* apoyando la construcción de una atmósfera –combinación siempre precaria entre lo que se espera (que paradójicamente prioriza la sorpresa como factor constitutivo) y lo que se hace(n)– es la actuación de sus miembros –no siempre los mismos– la que lo constituye en cada realización.

La música es el eje central que los convoca e identifica; es a través de ella que la comunidad comulga y realiza su identidad en el lugar; pero es música hecha cuerpo que asume su diversidad en la

unidad: jóvenes agrupados-diferenciados “según quien toque” hacen del *Alicia* el laboratorio de hibridaciones<sup>10</sup> de la ciudad y signo expresivo de la paradójica coexistencia con la diferencia buscando comunalidad. Entre la búsqueda –y su encuentro– de complicidad entre los propietarios-organizadores y la *raza*, es éste un espacio construido para una comunidad intermitente, compuesta por muchas redes, y que se busca en la exploración-renovación, la confirmación. Una de esas imágenes que la caracterizan es la de estos encuentros masivos, que ubican en esa masividad la “naturaleza” de su ser. Por ello la atmósfera que se crea en el *Alicia* suspende en la negociación sus reglas –los asistentes van en la expectación de la búsqueda que anticipa–; y que sin embargo contribuyen activamente a establecer- modificar. En este sentido es un lugar demarcado en un imaginario que se construye oponiéndose –alternativo–, pero también negociando consigo mismo la diferencia que lo conforma.

Focalizada en la expresividad corporal y el disfrute musical en comunidad efímera, el *Alicia* nos conduce a las fronteras del lugar como construcción antropológica. Referencia pragmática y biográfica de sus asiduos, es más bien espacio que puede prescindir del territorio que ancla, para reivindicar su permanencia simbólica. Las tribus trashumantes se estacionan en el *Alicia*, pero hay otros *Alicias* a construir, cuando algunos naufraguen o sean clausurados por quienes “velan” por “el orden y la moral”.

El lugar que elabora el peluquero –la peluquería *Marroquín*, que etnografía Ernesto Licona– encuentra en la actualidad un eje identitario en el riesgo y la negociación: es “la estética” su referencia fundamental y la que alimenta las emociones y la expresividad argumental en su favor. En este esfuerzo legitimador, la pulquería encuentra en la masculinidad la fuerza argumentativa de su distinción. Lugar de hombres que proclaman la masculinidad: “No corta-

<sup>10</sup>Al nivel musical, estas búsquedas heterodoxas se realizan lo mismo con inusitada (in)consciencia y placer: “...increíble. Cuando la vimos, visualizamos todo lo que nosotros podíamos hacer de fusión, de mezcla, de música mexicana con el *ská*” (Roco, vocalista de *La maldita vecindad*).



mos cabellos de damas, puro hombre, hombre como suena”,<sup>11</sup> es también el espacio donde se escenifica la identidad femenina por negación: los concurrentes se someten continuamente a “prueba” bajo un conjunto de criterios como virilidad, potencia sexual, capacidad para proveer a la familia, autonomía frente a la mujer y la familia, entre otros. El lenguaje y las interacciones situadas caracterizan este lugar que tiene en la red social y el conocimiento mutuo la base de la integración a la “comunidad”.

En esta dirección, por ejemplo, el relato que demarca la identidad del lugar asume la antigüedad como el argumento inapelable, la que se asocia a la forma de transmisión del conocimiento: el aprendizaje práctico, basado en el ejemplo, es una condición positiva, a la que se suma la relación que establece el aprendiz frente al maestro: aquél no solamente es un discípulo, sino alguien que se integra al grupo porque debe estar dispuesto a obedecer: el *chicharro* establece lazos de afectividad y gratitud, que lo diferencia del que trabaja en las “estéticas”, quien aprende “en academia”, en dos meses y pagando dinero, lo que resulta en “improvisación”, mala calidad y relación meramente laboral, ilustrando un espacio en que tradición y modernidad contienden.

La inserción de la peluquería en la zona es muy importante para definir su constitución, y se desarrolla principalmente por dos vías: sus clientes son “del rumbo” y en este lugar circula mucha información sobre los vecinos: la plática abundante es su distintivo: “...que si la vecina de enfrente estrenó botines... que si el señor fulano de tal se enojó con su mujer porque amaneció en Santa Anita, que si en el baile del día anterior no hubo mucho que beber”, lo cual se sustenta en el arraigo del peluquero: “vive en la colonia, conoce su historia, sus acontecimientos, su gente”. La etnografía de este espacio muestra cómo un lugar tradicional puede relativizar las fronteras entre lo público y lo privado –vehiculado por el chisme, que es una manera de trasponer (no siempre impunemente) las regiones goffmanianas– que era la forma de constituir comunida-

<sup>11</sup> Se dice que en las “estéticas” se hacen “puros cortes afeminados”, con “estilistas maricones”.

des, uno de cuyos fundamentos es la complicidad. La etnografía refuerza esta sensación de arraigamiento al describir los nexos que unen el lugar al contexto, como en la esquina del barrio, donde el cuerpo masculino activo habla y remarca la diferencia.

El juego de billar, que etnografía Norma Angélica Hernández, y el espacio donde se realiza, instituyen un uso del lugar definido por una normatividad precisa, que se refuerza o define por el reconocimiento de los códigos, la práctica y saberes propios del juego. La ritualización crece conforme mayor es el capital simbólico adquirido por los actores en el lugar, y los reconocimientos condicionarán el nivel de rigidez y distancia de las relaciones, una de cuyas expresiones es la admiración por las jugadas y los jugadores más expertos y reconocidos. Paradójicamente, son los expertos los que pueden llevar el juego más allá de sus limitaciones, al concretar habilidades cuyo despliegue (en el sentido etológico) encuentra eco en el auditorio mediante signos de admiración y gozo.

Este lugar se construye con base en las oposiciones siguientes: adentro-afuera, novato-experto, centro-periferia, masculino-femenino, iluminado-penumbroso y se articulan con el contexto demarcado de imágenes –mentales y cinematográficas–<sup>12</sup> diversas y estigmas, así como las pretensiones de construir un “campo”, por ejemplo a través de la exhibición de signos distintivos, como el reforzamiento de ciertos prestigios: “Gabriel Fernández, campeón mundial”, que ubica un determinado lugar frente a los otros billares, lo que a su vez implica la pretensión de reconocimiento frente a un estilo.

Si bien el mercado de Sonora pertenece al sistema de mercados de la ciudad de México, su significación es especial: remite a la otredad misteriosa, que atrae e infunde temor. Ir a este mercado, que describe Katia Perdigón, constituye una experiencia de una fuerte exposición hacia la alteridad que se intuye y desconoce. Recorre al

<sup>12</sup>Un juego de espacios iluminados y penumbrosos, el humo de los cigarrillos, la expectación del auditorio frente a las jugadas (que integran espacio y tiempo), la centralidad de las miradas como imantadas por la posición y el golpe inminente, contribuyen a construir una atmósfera que perdió originalidad frente a la construcción cinematográfica que le sirve de espejo.

que la vista una intensidad que combina ansiedad e incertidumbre en tanto compromete su propia salud y bienestar. Nuestra inserción en este mundo es también un viaje de búsqueda y encuentro, que si bien es instrumental, se carga de significación en el encuentro de nuestras predisposiciones y una atmósfera creada por una estética sobresaturada por objetos-símbolo a cuya extrañeza se encomienda, en parte, la eficacia simbólica, constituida también por una sonoridad que impele y refuerza lo que nuestros ojos ven.

Se estructura una relación muy especial con lo sobrenatural, mediada por una relación mercantil que se transforma en simbólica rápidamente (de cliente a paciente), que también se trabaja mediante una nomenclatura que remite a una cosmovisión, que el paciente se apropia muy fragmentariamente, que a su vez instituye la eficacia simbólica de la relación, que se actualiza en el ritual.

No obstante es Sonora también un lugar que establece otras fronteras. Sectores medios, principalmente, en sus interacciones, no reconocen participar de su circuito, y cuando comentan por qué acuden remiten a un turismo interno o al humor para negar toda proximidad implicativa. Reírse de algo es signo de distancia y superioridad. La antigua periferia del centro, a pesar de su centralidad física actual, mantiene su fuerza simbólica en la ambigua definitividad de las relaciones que establece, que caracteriza no sólo una cierta marginalidad, sino que es base de su eficacia como lugar altamente "semiotizado".

Un elemento que marca el recorrido por el Sonora es el finalismo de la búsqueda, aparente pragmaticidad, pues a diferencia de la concurrencia a las plazas comerciales, donde también se va explorar, aquí se llevan males, preocupaciones, y se reciben recetas e información a partir de una expectativa circunscrita, mientras que a las plazas se puede ir a ver qué se encuentra.

Quizá también este mercado sea una de las muestras más expresivas de la hibridaciones culturales: objetos y símbolos, así como categorías y rituales provenientes de las más distintas religiones y cosmovisiones del planeta se dan cita en gramáticas reestructuradas, cuya eficacia pareciera encargarse también a su exotismo y mayor hibridación.

**C. I. D.**

Los centros comerciales que analizan Inés Cornejo y Maritza Urteaga han resignificado el uso de los espacios urbanos, constituyéndose en lugares del encuentro, la socialidad, el compartimiento, modificando sus patrones de consumo e interacción, constituyéndolos en marcas territoriales de la interacción informal. En este sentido, estas plazas han desplazado, en muchos casos, a los parques, argumentando en favor de esta elección, entre otras cosas, la mayor seguridad, comodidad y tranquilidad que ofrecen frente a las prisas y riesgos de la ciudad: es un espacio de flujo controlado, además de confortable y con ofertas múltiples.

Asimismo, estas plazas se constituyen en puntos de referencia significativa, y el acceder a ellas, así como consumir en ellas comunica: es referencia social y cultural. Las vitrinas son espejos objetivadores y/o constructores de gusto y los recorridos por los escaparates (Molina, 1997) son distracción y normatividad, pues ponen al día la cultura de lo efímero, de la moda. En algunos de los centros comerciales, como Plaza Universidad, la concurrencia de la diversidad redefine el espacio construido para homogeneizar, que por ejemplo se mantiene en la Plaza Cuicuilco.<sup>13</sup>

Estos centros, al construir un espacio permanente para la socialidad juvenil, se constituyen en marcas biográficas, y establecen relaciones duraderas, constituyéndose, por tanto, en lugares con significación relacional y simbólica: las y los jóvenes que los frecuentan, no se orientan solamente por la transacción comercial o el desplazamiento, ellos allí encuentran, refuerzan, tejen y proyectan sus redes y futuro, y la gente mayor los visita para estar allí, como cuando iban a los parques.

María Ana Portal realiza una etnografía comparativa de dos espacios simbólicos de la delegación *Tlalpan*: el centro histórico y el moderno centro comercial *Cuicuilco*, buscando explorar las formas de construcción de la multicentralidad urbana en su versión "periférica" del sur de la ciudad de México, que a su vez expone las contradicciones entre la tradición y la modernidad. Un espacio

<sup>13</sup>Véase María Ana Portal, en este mismo libro.

con historia, abierto, heterogéneo, integrado al contexto, se opone a una construcción que se “encierra” frente al entorno, homogeneizante, y que si bien tiene una oferta cultural relativamente “variada”, convoca visitantes orientados por el pragmatismo de la búsqueda específica, instrumental. El zócalo<sup>14</sup> de Tlalpan convoca el “a ver qué hay ahora”, la espera y la sorpresa, allí van los jóvenes a “echar novia” y los ancianos, dice la autora –en una figura de expresividad dramática– que se sientan “a matar el tiempo”, no tanto a comprar, sino a estar, a compartir “recuerdos y viejos cuentos”.

Cuicuilco se idea como un proyecto que pretende conformar una suerte de ciudad amurallada dentro de la megalópolis; un espacio que busca la autonomía y el evitamiento, integrando espacios de entretenimiento, de uso comercial y laboral que le permita alejar los problemas de una ciudad a la que se identifica como caótica, peligrosa e inabarcable. También nace, significativamente, desafiando a su entorno social –principalmente desde la Villa Olímpica– que se opone movilizándose, y de igual forma haciendo frente a la oposición de la comunidad de la Escuela Nacional de Antropología e Historia: significa el triunfo de un capital que simboliza la estructuración de un poder desterritorializado y que luego no tiene ningún problema para usar la cultura popular –exotizada– para anclar espectacularmente y mostrarla como “oferta cultural”.

¿Será posible que el tiempo modifique esta relación “negativa” que el centro comercial guarda con el entorno? Si observamos la Plaza Universidad –que trabaja Inés Cornejo en este libro– veremos que la permanencia de las interacciones modifica la impersonal relación de paso para situar a los clientes y constituir marcos de referencia más duraderos.<sup>15</sup> Otro factor que orienta hacia ese sentido es al parecer el inevitable deterioro de los espacios: no me refiero

<sup>14</sup>Plaza central de la delegación o la ciudad.

<sup>15</sup>Un asiduo visitante dice: “hace 20 años que venimos. Aquí pasamos la tarde. Desde que llegamos nos divertimos mucho, primero con los juegos que hace el payaso (en la explanada), podemos ver los autos (en exhibición de Autofin), compramos un helado y como a las 8 de la noche nos retiramos” (ingeniero, 40 años; véase trabajo de Cornejo en este libro).

solamente a un deterioro del medio sino fundamentalmente al carácter decididamente efímero de las construcciones modernas que caducan simbólicamente porque basan sus estrategias en la lógica de la moda. De esta forma, las plazas que comienzan a convertirse en lugares, probablemente, en ese instante estén dialogando con las nostalgias más que con los proyectos, y estén marcando el inicio de su abandono por el gran capital para ceder al uso postergado de las comunidades cercanas.

Uno de los lugares de mayor capacidad conformativa es la del hogar: en cierta forma es –fue, también se puede decir– nuestro mayor constructor y mirador. Es también el soporte fundamental de la contradicción privado-público, sede de nuestras proyecciones y memoria. Es por ello que sus características tiñen los horizontes y perspectivas, en tanto condicionan las redes –que expresan diferentes capitales– y las formas de apropiación de lo colectivo. El contexto en que el hogar se desenvuelve es también importante y se caracteriza en la actualidad porque intensifica la oposición seguridad-inseguridad, lo acogedor y lo extraño, en un contexto de incremento de la violencia urbana. En el trabajo de Miguel Ángel Aguilar se observa cómo en términos de visibilidad el Centro Histórico de la ciudad de México se torna borroso, disminuye la perspectiva y la profundidad del paisaje, fundamentalmente por la masiva presencia de los vendedores ambulantes, reduciendo los referentes, debilitando la mediación que el barrio y la vecindad ejercían frente a la gran ciudad.

En el caso de los conjuntos habitacionales, hay un peculiar proceso de interrelación urbana en un contexto de mayor fragmentación: la torre o el edificio como referencia y no el conjunto habitacional; y, por otro lado, se observa una diferencia genérica en la constitución de sus espacios y redes: los varones fincan su integración etaria en el lugar: en los pasillos y explanadas del condominio, mientras que las mujeres establecen redes abiertas hacia otros puntos de la ciudad. Sería necesario observar cómo se modifican o refuerzan estas tendencias en las distintas etapas de la familia, pues podría ser que las mujeres se sitúen más en el lugar-hogar luego

del nacimiento de los niños, mientras que los hombres se abren hacia amistades que, por ejemplo, el trabajo construye, saliendo de su mayor territorialización anterior.

En el trabajo de Xóchitl Ramírez, se observa a la iglesia y la religión vinculadas a las necesidades más concretas o sentidas, en este caso llevadas a una situación límite y planteadas también desde la marginalidad. La población que asiste a la iglesia de San Hipólito, mantiene las características originales: son marginales, antiguamente indios, ahora prostitutas, gays pobres, pordioseros, sordomudos, continuando la tradición, pues anteriormente, en ambientes de la propia edificación, se asistía a enfermos mentales y el lugar estaba ubicado en la frontera urbana: era un hito fronterizo que demarcaba el término del espacio de los españoles, o más bien donde empezaba el territorio de los indios. Las misas dominicales para sordomudos, con su patético coro, muestran dramáticamente la naturaleza del lugar, a donde también asisten quienes, desesperadamente (“desde que se me hizo agua la vida”), lo caracterizan.

Los participantes de estos rituales y discursos –aunque no sólo ellos– establecen una suerte de puente a otra comunidad imaginada la comunicación de las “cadenas de San Judas”, las que a pesar de su emisión anónima –para anónimos– centra al destinatario en cuanto lo reciben y pretenden colocarlo en una posición también límite: ofreciéndole premios o castigos, estableciendo redes y una comunidad virtuales basadas en la esperanza y el terror: “si no haces 40 copias y distribuyes”, puede morir algún familiar muy querido o incluso el mismo destinatario o, de lo contrario, ganar la lotería o tener éxito en el amor.

Carlos Monsiváis ha clasificado a Chapultepec como el segundo santuario de México, en consideración a la masiva concurrencia y a la ritualización de sus usos (que se inicia desde los preparativos previos en la casa popular). Se asocia también al concepto de familia y al paseo, al uso popular del tiempo libre. Chapultepec ofrece espacios con alguna especialización etaria (de tercera edad, niños) y otros de integración familiar, seccionando el lugar, ubican-

do a su vez los pasillos que funcionan también como ejes integradores de estos espacios que tienen una relativa autonomía (el acceso a la sección de la tercera edad, por ejemplo es restringido).

Este espacio multifuncional, que describe Carlos Vázquez, muestra una alta densidad del paisaje intervenido que se ubica en los imaginarios histórico, social y ecológico. Escenario de hechos fundamentales para la historia de México, es también lugar donde el Estado mexicano los conmemora: objetos y plantas traídas y donadas desde distintos lugares del planeta, enriquecen no solamente el ecosistema, sino también su simbolismo. Por ello el recorrido establece una imbricación entre espacio y temporalidades múltiples, redes conceptuales e imaginarias que conforman mapas que remiten a la otredad, haciendo que el paseo sea, a su vez, histórico y biográfico, aunque la historia se deconote y se reduzca a la referencia espacial o se eleve significativamente en intermitencia y diálogo constante con el “calendario cívico nacional”.

La escritura antropológica realizada en estas etnografías nos ha permitido también reflexionar acerca de la implicación: estar dentro y salir para mostrar algo nuestro que no llega a serlo de manera total: encontrar la diferencia en nuestra propia ciudad y narrarla. Destaca también la diferencia genérica en la percepción y el estilo de los relatos, que pueden someter al autor hacia una cierta determinación no solamente estadística sino conceptual. Acudir a informantes que ayuden a contrarrestar este sesgo, así como someter a diálogo las aproximaciones parciales, es una alternativa que propone nuevos debates metodológicos y políticos, que hemos trabajado juntos en el Seminario Permanente de Cultura y Ciudad. Llamamos sesgo, pero quizá su analogía oblicua, el sentido peyorativo que se le adscribe, más que significar una dificultad, quiera mostrar otra posibilidad más, en el sentido de “interpretar interpretaciones”.

Por otro lado, etnografiar lugares no supone ignorar los flujos que constituyen la vida urbana. Este libro inicia el punto de *depart* para continuar con etnografías de los viajes y las formas de estar en el tiempo que caracteriza a la ciudad, pues, como dice Paul Virilio:



La velocidad es un ambiente, el ambiente. Nosotros no habitamos sólo la superficie de la Tierra, habitamos la velocidad. La velocidad es un ambiente en el que los vehículos son las teorías; ellas interpretan el ambiente; el coche interpreta el ambiente velocidad de manera diferente que el avión supersónico, de manera diferente que la marcha a pie o en bicicleta. La velocidad es un ambiente, y cada invención de un nuevo medio –bicicleta, caballo, avión– es una manera de interpretarlo.<sup>16</sup>

Los artículos que conforman este libro, fueron escritos –como lo dijimos– en el marco del Seminario Permanente sobre Cultura y Ciudad que surge en 1996. Asimismo, las investigaciones que les sirven de sustento han sido apoyadas económicamente por el Seminario de Estudios de la Cultura y la Dirección de Culturas Populares del Consejo Nacional para la Cultura y las Artes. El Seminario Permanente sobre Cultura y Ciudad está conformado por investigadores de diversas instituciones académicas: Escuela Nacional de Antropología e Historia, Universidad Autónoma Metropolitana Iztapalapa, Dirección de Etnología y Antropología Social, Universidad Iberoamericana y Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, y se reúne con una periodicidad mensual par debatir problemas de la investigación urbana y tiene una reunión anual en la que se desarrolla un encuentro abierto a todos los investigadores de la ciudad. Estas etnografías significan una faceta de nuestra aproximación a nuestra ciudad y se complementan con otras investigaciones que sus integrantes vienen desarrollando sobre los nexos, sendas físicas e imaginarias, ritmos y velocidad que permiten comprender de mejor manera la condición urbana actual.

## BIBLIOGRAFÍA

AGUILAR, Miguel Ángel (1999), “La velocidad como identidad urbana”, *Casa del Tiempo*, vol. 1, época III, núm. 10, 1999.

<sup>16</sup>Paul Virilio, 1997. Véase también sus libros *L'inertie polaire*, Christian Bourgois, París, 1990, y *L'insécurité du territoire*, Éditions Stock, Francia, 1996.

- AUGÉ, Marc (1993), *Los "no lugares": Espacios del anonimato. Una antropología de la sobremodernidad*, Gedisa, Barcelona.
- (1994), "La ciudad: del lugar al no lugar", entrevista de Rosalía Winocur, *La Jornada Semanal*, núm. 261, 12 de junio, p. 40.
- AUGOYARD, Jean-François (1995), "La sonorización antropológica del lugar", en Marie-José Amerlinck (comp.), *Hacia una antropología arquitectónica*, Universidad de Guadalajara, México.
- GEERTZ, Clifford (1989), *La interpretación de las culturas*, Gedisa, Barcelona, p. 38.
- GIGLIA, Ángela (1996), "La democracia en la vida cotidiana. Dos casos de gestión de condominios en la ciudad de México", *Alteridades. Público-privado: la ciudad desdibujada*, año 6, núm. 11, UAM-Iztapalapa.
- HAMMERSLEY, Martin y Paul Atkinson (1994), *Emografía*, Paidós, Barcelona, p. 14.
- MOLINA ROSALES, Dolores (1997), *Marcas del consumo en la ciudad de México. Puesta en escena del consumo comercial en el Distrito Federal*, tesis de maestría en antropología social, ENAH, México.
- PORTAL, María Ana (1996), "La pertenencia a la ciudad: un análisis comparativo desde los pueblos urbanos del sur del D.F.", ponencia presentada al Encuentro de Investigadores "Culturas y ciudades contemporáneas", Seminario de Antropología Urbana.
- RAPOPORT, Amos (1960), *House Form and Culture*, Estados Unidos, Prentice Hall, 1969, p. 80, citado en Jorge Burga Bartra (1989), *Del espacio a la forma*, CONCYTEC, Lima.
- Urbanisme (1997), dossier 27, París, noviembre-diciembre.
- VERGARA FIGUEROA, Abilio (1995), "La ciudad y el barrio en Chava Flores", *Ciudades*, núm. 27, julio-septiembre.
- (1997), *Apodos, la reconstrucción de identidades. Estética del cuerpo, deseo, poder y psicología popular*, INAH, México.
- VIRILIO, Paul (1976), *L'insécurité du Territoire*, Éditions Stock, Francia.
- (1990), *L'inertie Polaire*, Christian Bourgois, París.
- (1997), "Accidentes proféticos", entrevista de François Ewald, *La Jornada Semanal*, núm. 97, México.
- WARD, Peter (1991), *México: una megaciudad*, CNCA-Alianza Editorial, México.



Primera parte

## Lugares del cuerpo



AMPARO SEVILLA\*

## *Quien no conoce Los Ángeles no conoce México*

### INTRODUCCIÓN: PRIMEROS PASOS

EL PRESENTE ensayo versa sobre uno de los salones de baile más tradicionales de la ciudad de México: Los Ángeles. Tal recinto, reconocido como parte de los baluartes de la cultura popular de esta paradigmática megalópolis, se encuentra en una situación muy crítica. Todo pareciera indicar que, debido a varios factores vinculados con el actual proceso de globalización, éste y otros lugares de la misma naturaleza cerrarán sus puertas al público dentro de pocos años.

Lo que presentamos a continuación es un ensayo de carácter etnográfico cuyos datos proceden de dos periodos distintos de investigación. La primera fuente procede de un estudio antropológico sobre el devenir histórico de los salones de baile de la ciudad de México que duró alrededor de tres años.<sup>1</sup> En esta etapa se realizó un intenso trabajo de campo en el que se aplicó una encuesta y alrededor de 200 entrevistas. El presente ensayo desarrolla un punto que no fue abordado en el estudio citado y que consiste en el registro de cómo es que los clientes de Los Ángeles perciben e interpretan la posible desaparición de este salón. Para ello se realizaron varias entrevistas dirigidas que se aplicaron en mayo de 1997 a 30

\* Investigadora titular de la Dirección de Etnología y Antropología Social del INAH.

<sup>1</sup> Dicho estudio se realizó de 1994 a 1996 en la Universidad Autónoma Metropolitana-Unidad Iztapalapa, dentro del Programa de Cultura Urbana, coordinado por Néstor García Canclini y contó con el apoyo del Seminario de Estudios de la Cultura perteneciente al Consejo Nacional para la Cultura y las Artes. Su ampliación se hizo en la Dirección de Etnología y Antropología Social del Instituto Nacional de Antropología e Historia.

clientes del lugar. La información recopilada durante dicho periodo se presenta en la última parte del ensayo.<sup>2</sup>

#### ENTRE LA METÁFORA Y EL LEMA

ERAN LOS años cuarenta, cuando al señor Miguel Nieto Hernández, dueño del salón Los Ángeles, se le ocurrió el lema con el que actualmente se sigue anunciando este lugar: “Quien no conoce Los Ángeles no conoce México.” En ese entonces la capital del país contaba con más de un centenar de recintos diseñados exclusivamente para la práctica del baile y varios de ellos tenían mucho reconocimiento entre la población, por ello, podemos suponer que la fuerte competencia empresarial provocaba la creación de enunciados lo más sugerentes posibles. Sin embargo, la popularidad que a través de los años ha tenido este recinto, su arraigo y trascendencia en la vida cultural de la ciudad, nos hace afirmar que esa consigna propagandística se ha transformado en una realidad.

El salón Los Ángeles, como veremos en el transcurso de este breve ensayo, representa para todos aquellos que gustan de los bailes de salón y/o que conocen vivencialmente el centro de la ciudad de México, un lugar emblemático; un punto al que hay que llevar al pariente o al amigo que vive en otra ciudad (al igual que al Teatro Blanquita o a la Basílica de Guadalupe); un espacio de re-conocimiento y encuentro con el pasado-presente.

Los varios sentidos que tiene la palabra Ángeles, genera cierta ambigüedad en la comprensión de la frase. Como está escrito con mayúsculas, cualquier lector ingenuo podría pensar que ese nombre hace referencia a la famosa y “mexicanísima” ciudad californiana: el lema resulta así sumamente paradójico. ¿De dónde proviene entonces tal denominación?, se pregunta quizá ese mismo lector, convertido ahora en un curioso describador.

<sup>2</sup>En la realización de las entrevistas participaron los siguientes alumnos de la Escuela Nacional de Antropología e Historia: Erika Araiza, Marco García, Xóchitl Garduño, Rocío Laguna, Érika Méndez y Pedro Polanco. A todos ellos se les agradece su colaboración.

Resulta ser que el salón Los Ángeles está ubicado en la calle de Lerdo 206, a un costado de la iglesia dedicada a Nuestra Señora de Los Ángeles. Ambos inmuebles se encuentran en un barrio del mismo nombre que durante la época colonial fue habitado por indígenas y que, a finales del siglo pasado, fue integrado a la colonia Guerrero.

Cabe advertir que la fiesta patronal del barrio de Los Ángeles era, desde la época antes mencionada hasta el porfiriato, una de las más típicas y de las que causaban más revuelo en la capital.<sup>3</sup> Dicha celebración religiosa sigue siendo un acontecimiento muy importante para quienes habitan esta zona de la ciudad y, por ello, el aniversario del salón Los Ángeles se celebra el día abocado a la Virgen de Los Ángeles (el 2 de agosto) y no el 31 de julio que fue cuando el salón se inauguró bajo el nombre de Centro Social Los Ángeles. Tal acontecimiento sucedió en 1937 y en ese entonces la Guerrero formaba parte de la periferia de la ciudad de México.

La colonia Guerrero surgió en 1873, junto con la construcción de la estación del primer ferrocarril cuyo destino era Veracruz y su aparición se dio como resultado del impulso que alcanzó el naciente movimiento obrero durante la República Restaurada, nos indica María Dolores Morales (1978: 191).

En la actualidad la Guerrero se encuentra en pleno centro de la ciudad de México y es una colonia que ha alcanzado el título de legendaria, debido a que en ella se observa una intensa vida barrial aunada a sus cientos de vecindades. En ésta también se han conservado varias tradiciones populares y una larga trayectoria en la lucha inquilinaria.

La edificación del salón Los Ángeles se hizo sobre un terreno en el cual, a principios de siglo, se encontraba la casa en donde nació la abuela paterna de los actuales propietarios. Varios años después, una vez que la señora contrajo matrimonio con el señor Miguel Nieto Alcántara, éste le compró el terreno a su suegro y lo transformó en un corralón en donde se guardaban costales de carbón y

<sup>3</sup>Esta afirmación la encontramos tanto en la obra de Casasola, 1978, como en la de Cosío Villegas, 1974.



los camiones en los cuales se transportaba madera, ya que la familia Nieto era propietaria de aserraderos en Michoacán y de otros negocios relacionados con la madera.

La incorporación del petróleo como combustible para diversos usos domésticos a mediados de la década de los treinta, afectó notablemente el consumo del carbón y el aserrín, situación que influyó para que la familia Nieto tomara la decisión de construir en el corralón antes citado un salón de baile, debido a que “ya existían evidencias de que estos recintos eran negocios rentables”.<sup>4</sup> Claro está que para tal obra se utilizó la materia prima que se encontraba en La Nueva Maderería Monte Alto, ubicada en la calle Manuel González, propiedad de la familia. La pista de encino de 1,500 metros cuadrados, los muebles, los soportes, así como el plafón y la marquesina que adornaba la entrada fueron elaborados con madera, lo que distinguiría a éste de los otros salones de la ciudad.

La historia de la familia Nieto ha estado estrechamente vinculada a la colonia Guerrero y al funcionamiento de este salón, pues se observa una larga herencia familiar en torno a dicha empresa que se originó con el abuelo, el señor Miguel Nieto Alcántara y se continuó con el señor Miguel Nieto Hernández, padre de los actuales dueños y administradores: los señores Miguel y Enrique Nieto.

Desde 1983 en la taquilla siempre ha estado la madre de ambos, la señora Armida Applebaum Vda. de Nieto, quien para muchos de los bailadores representa “el alma del salón”, pues ella conoce a todos los asiduos y viejos clientes de tal forma que, además de llamar a cada uno por su nombre, recuerda en varios de los casos la fecha de sus cumpleaños y, si se da el caso de que alguno de ellos esté celebrando tal acontecimiento en el salón, la señora Armida le pide a la orquesta en turno que toquen las “Mañanitas”.

El estrecho vínculo que los dueños han entablado con los viejos bailadores que ahí acuden, es un factor muy importante para entender el tipo de relaciones que se establecen al interior del recinto.

<sup>4</sup>Los datos sobre la historia del salón Los Ángeles fueron tomados de una entrevista realizada con el señor Miguel Nieto (enero de 1995) y de un guión museográfico elaborado por su esposa Victoria Cifuentes, quien amablemente me permitió la consulta del mismo.

Pero, antes de tocar este interesante punto, veámos cuáles son las características generales del lugar que nos ocupa.

### DEL “ÁNGEL” AL CIELO

PARA MUCHOS de los gustosos y excelentes bailaradores que nacieron o vinieron a esta ciudad de México, el salón Los Ángeles se convirtió en el lugar preferido para sus andanzas. Como resultado de una gran familiaridad con ese espacio no podía faltar la expresión: “¡nos vemos en el ángel!”. Así es como antes y ahora se acostumbraban citar quienes forman grupos de amigos o pandillas para encontrarse en el famoso salón. Sólo los viejos bailaradores saben que en la ciudad de México hay “más de un ángel”, y aquel otro ángel que se encuentra en la colonia Guerrero tiene la virtud, nos comenta un entusiasta bailarador, de que “nos transporta al cielo”.

¿Por qué el salón citado es un lugar especial dentro de la variedad de sitios que hay en la ciudad para el baile?, se preguntará nuestro curioso lector. Los Ángeles comparte con los otros dos salones de baile que existen en la ciudad<sup>5</sup> varias características que marcan notables diferencias en relación con la variedad de ofertas que hay para esta práctica cultural.<sup>6</sup>

Lo primero que llama la atención al entrar al salón Los Ángeles son las amplias dimensiones que tiene el terreno: 2,522 m<sup>2</sup>. Dada su amplitud, en él pueden entrar hasta 3,000 personas, aunque por lo general asisten alrededor de 700, número que varía según el día de la semana en que el salón está abierto al público, esto es, los martes, jueves, viernes y domingo.

Un observador demasiado curioso podrá detectar que el salón tiene dos estilos arquitectónicos. Uno de ellos, el más antiguo, fue diseñado desde la construcción del inmueble (mediados de los

<sup>5</sup>El salón Colonia, fundado en 1922 en la calle de Manuel M. Flores 33, colonia Obrera, y el “California Dancing Club” (1954), ubicado en Calzada de Tlalpan 1189, colonia Portales.

<sup>6</sup>La ciudad de México cuenta con una variedad enorme de lugares para bailar, entre éstos encontramos los siguientes: salones de fiestas, salones familiares, restaurantes-bar, discotecas, rodeos, centros sociales, etcétera.

treinta) y en él predomina la madera, los tapetes rojos en las paredes, dos vitrales y lámparas *art nouveau* y una iluminación de bajo tono. En 1991 se hicieron varios cambios al salón duplicando el terreno para colocar más lugares en donde la gente puede estar sentada, además de otras dos pistas; también se ampliaron y modernizaron los baños. Esta parte está hecha con cemento, aplanado en las paredes, piso de mosaico y hay un poco más de luz. La convivencia de estos estilos da la impresión que se está a la vez en dos épocas. A los visitantes que acuden por primera vez a este salón les sorprende mucho el hecho de que la mayor parte del espacio esté destinado a las pistas para bailar.

Otra singularidad que ofrece este salón es que las personas pueden permanecer todo el tiempo que quieren dentro del horario establecido (de las 17:00 a las 23:00 horas) sin tener la obligación de consumir alguna bebida, pagando por ello únicamente el costo de entrada: 15 pesos damas y 20 pesos caballeros.<sup>7</sup>

La lógica del funcionamiento entre los salones de baile y los cabarets o las dicotecas es inversa, nos indica el señor Miguel Nieto:

Al salón Los Ángeles la gente viene a bailar, entonces no necesita sentarse, sino que se la pasa bailando y luego se va, se sientan un ratito y luego se paran y siguen bailando; el cabaret es para sentarse, para que consuman, y por eso tienen pistas muy chiquitas, para que la gente se canse rápidamente de la aglomeración y se siente a beber, generalmente acompañados por ficheras.

En el salón de baile encontramos, por lo tanto, un ambiente muy singular producido por varios elementos. Además de los antes mencionados, está el acompañamiento musical: sólo se escucha música en vivo, interpretada por orquestas que se han formado para tocar precisamente en este tipo de salones. Entre los bailarines y los músicos existen relaciones de mutuo reconocimiento

<sup>7</sup>Los martes y jueves cobran 10 pesos la entrada general hasta las 19:00 horas, después de esa hora la taquilla tiene sus precios habituales.

y amistad, además de que estas orquestas siempre se hacen acompañar por un conductor que establece puentes de comunicación entre los asistentes: transmitiendo los saludos, solicitando aplausos para la orquesta, dando los anuncios de la empresa, animando al personal, etcétera.

La contratación que estos salones han hecho de las orquestas mencionadas desde hace muchas décadas, ha dado como resultado la conformación de un gusto musical entre la gente, continua el señor Nieto, quien con cierta satisfacción apunta:

Hemos ido creando nuestro propio público. Tenemos un diálogo entre nuestros clientes y la empresa pues existe un proyecto no escrito sobre el tipo de lugar que queremos tener. Nosotros siempre hemos luchado para que la gente tenga la mejor música dentro de las posibilidades de la empresa, por eso es que sí estamos a favor de que se presenten los grandes nombres de la música afroantillana. Aquí han tocado las orquestas nacionales más destacadas y las grandes figuras de la música popular como Agustín Lara, Toña La Negra y en los últimos años Tania Libertad y Eugenia León. En este espacio también han actuado la Matancera, Daniel Santos, Beny Moré, Bienvenido Granda, Pérez Prado, Enrique Jorrín, Celia Cruz, Oscar D'Leon, Willie Colón, Rubén Blades, Eddie Palmieri, Irakere, Van Van.

Las orquestas que se presentan habitualmente en este recinto varían según el día de la semana. En martes y viernes por lo general están: Felipe Urbán, Pepe Luis y Alejandro Cardona; además de otras invitadas, por ejemplo, la Orquesta Ingeniería y Los Originales. Los jueves se incluyen, además de algunas de las otras orquestas, a grupos musicales que interpretan salsa, como: Grupo Señorial, Grupo Contraste, Banda de las Estrellas. Los domingos es más variado, pues se presentan grupos que tocan danzón, cumbia, son, *swing*, paso doble, mambo, entre otros.

Las condiciones físicas del lugar y el ambiente que se crea en su interior, ofrecen un escenario muy adecuado para la realización

de eventos de diversa naturaleza, como por ejemplo, la filmación de varias películas: "Una gallega baila mambo", "Tívoli", "Modelo Antiguo", "Danzón" y "Baila conmigo". También se han hecho series de televisión como la que transmitió la Unidad de Televisión Educativa, titulada "Soneros", y realizado diversas actividades culturales como las jornadas de "La Rumba es Cultura", organizadas por Froylán López Narváez.

Es el único salón en donde se han hecho exposiciones de pintura y de fotografía, desfiles de modas, presentaciones de discos y libros. Además se han llevado a cabo bailes particulares para conmemorar los aniversarios de varios sindicatos (SITUAM, STUNAM, de Radio Educación y la Pascual), celebraciones organizadas por uniones de vecinos (como la UVD y la Asamblea de Barrios), partidos políticos (PRI y PRD) y otro tipo de eventos especiales como bailes de solidaridad con Cuba, Nicaragua y Guatemala. E incluso eventos históricos como la reunión convocada para la formación del Frente Zapatista de Liberación Nacional en la que estuvieron presentes los combatientes del EZLN.

La presencia del salón Los Ángeles en distintas colonias de la ciudad de México se hace sentir en los cientos de muros y postes en los cuales se anuncian, mediante carteles y pintas, las orquestas que se presentan en el salón. Estos medios de propaganda se hacen sobre todo en las colonias ubicadas en el primer cuadro (principalmente La Lagunilla y Tepito), Tacuba, Tacubaya, Puente de Vigas, Calzada de Zaragoza y Coyoacán.

Pero la zona de influencia del salón rebasa en mucho los límites antes marcados, pues a este legendario lugar acuden personas de los más diversos puntos de la ciudad e incluso del Estado de México. Y es que éste, al igual que los otros dos salones de baile que se han conservado en nuestra metrópoli, tiene un alto valor simbólico entre ciertos sectores de la población, debido a que son de los pocos reductos que ofrece la ciudad para la comunicación y el encuentro entre aquellos que han hecho de la práctica de los bailes populares uno de sus principales ejes de identidad. Es ahí donde se reúne la "familia de baile", esto es, aquellos que conocen y conser-

van la práctica de los bailes de salón que se configuraron en la primera mitad del presente siglo, mismos que constituyen a la fecha toda una tradición.

¡HEY, FAMILIA, DANZÓN DEDICADO A...!

TODOS AQUELLOS que hemos tenido algún tipo de contacto con el baile popular, sabemos que el enunciado anterior es una fórmula habitual para presentar el danzón que está próximo a interpretarse. Sin embargo, cuando escuchamos esta frase no reparamos, por lo común, en un aspecto que para los entendidos en la materia no pasa desapercibido: ¿quiénes son los sujetos de dicho enunciado?, esto es, ¿quién es el referente cuando se grita: ¡Hey, familia!?

Resulta ser que los salones de baile popular que existen en la ciudad de México han sido puntos de encuentro de un amplio sector de bailadores que durante muchos años se han congregado en dichos espacios. Todos ellos son viejos y asiduos clientes a los salones y se reconocen entre sí como integrantes de una gran familia. Y como consecuencia natural de esa prolongada interacción, es que a muchos de sus miembros se les ha asignado un apodo, como por ejemplo: el “Califas”, la “Mandolina”, el “Tobi”, el “Anemias”, el “Fantasma”, la “Rompecatres”, el “Chato”, el “Beduino”, el “Ahua-cates”, el “Caballito”, el “Gallinazo”, entre otros.

La mayor parte de este amplio colectivo de gustosos bailadores acostumbra visitar los tres salones antes mencionados y varios de ellos acuden, además, a otros recintos.<sup>8</sup> Pero, en virtud de que cada salón presenta ciertas particularidades, hay clientes que prefieren asistir únicamente a un lugar. ¿Cuáles son las características generales de los clientes que visitan el salón Los Ángeles?

En cuanto al perfil socioeconómico tenemos que a este salón asisten, en igual proporción, mujeres y hombres. Las diferencias

<sup>8</sup>En los últimos años, varios de estos bailadores asisten además a otros lugares que funcionan bajo el giro de salones para fiestas o salones familiares, tales como el Riviera, el Fórum, La Prensa, el Reforma, Hidalgo, Candela, entre otros.

entre ambos sexos empiezan a aparecer en cuanto a los rangos de edad, como bien podemos observar en la siguiente tabla.

<i>Edad</i>	<i>Mujeres</i> %	<i>Hombres</i> %	<i>Totales</i> %
Menores de 20	2.8	1.1	2.0
de 21 a 30	10.2	6.5	8.3
de 31 a 40	23.7	16.4	20.1
de 41 a 50	33.3	29.9	31.6
de 51 a 60	24.0	35.9	29.9
mayores de 61	5.9	10.2	8.1

El estado civil de los bailarines es otro dato importante para delinear el perfil antes mencionado y ubicar las diferencias entre los clientes según su pertenencia de género. La encuesta arrojó las siguientes proporciones:

<i>Estado civil</i>	<i>Mujeres</i> %	<i>Hombres</i> %	<i>Totales</i> %
Soltera(o)	22	20	21
Casada(o)/Unión libre	28	56	42
Divorciada(o)/separada(o)	30	13	21.5
Viuda(o)	20	8	14

Si relacionamos los datos anteriores tenemos que alrededor del 70 por ciento de los clientes es mayor de 41 años, esto es, personas que mantienen o tuvieron relaciones conyugales aunque un poco más de la mitad de los asistentes no tienen compromisos matrimoniales.

Es importante advertir que el estado civil es un factor que afecta en mayor medida a las mujeres, dado que éstas dependen mucho más que los hombres de sus obligaciones familiares. El casamiento, la maternidad y el cuidado de los hijos aparecen como fuertes limitantes para que las "amas de casa" puedan asistir con constancia

y/o frecuencia al salón de baile. De ahí que la mayor parte de las bailarinas que se encuentran en el salón son madres cuyos hijos ya son mayores de edad, o bien, son mujeres que no tienen pareja.

En cuanto a las actividades económicas de los clientes tenemos las siguientes cifras:

---

	%
profesionistas	17
empleados	12
amas de casa	10.5
albañiles y obreros	9.5
comerciantes ambulantes	6.7
jubilados	6.7
desempleados	5.7
costureras	3.8
taxistas	3.8
otras actividades	1-2.9

---

En la lista anterior podemos observar que la gran mayoría de los asistentes a este espacio recreativo son personas que desempeñan o han desempeñado algún trabajo, ya que son pocos los desempleados. Este dato cobra singular relevancia ante el estigma que se ha creado en torno a los salones de baile, mismos que, según la industria cinematográfica, están llenos de vagos y ficheras. Otro punto que llama la atención en esta lista es que un alto porcentaje de dichos trabajadores sean profesionistas, una parte de los cuales laboran en empresas privadas y otra en negocios propios. Todos los empleados ofrecen sus servicios en dependencias gubernamentales.

Vinculado al punto anterior están los niveles de escolaridad, en los cuales encontramos que la cuarta parte de los clientes tiene la primaria completa, un 17 por ciento terminó la secundaria y en el mismo porcentaje (13 por ciento) está quienes no terminaron la primaria y los que concluyeron sus carreras comerciales y licenciaturas. Es interesante advertir que en este aspecto no se observan muchas diferencias entre hombres y mujeres, la única excepción está dada en el porcentaje asignado a quienes tienen la licenciatura



completa (8 por ciento mujeres y 20 por ciento hombres), porcentajes que se invierten entre los que cursaron carreras comerciales (20 por ciento mujeres y 8 por ciento hombres). Entre los profesionistas encontramos como carreras predominantes la de ingeniería, contaduría y leyes. Le siguen en menor proporción odontología y administración, aunque también asisten con cierta regularidad algunos antropólogos, médicos, arquitectos, pedagogos, sicólogos, economistas, maestros, psicólogos, matemáticos y periodistas.

En párrafos anteriores se señaló que al salón Los Ángeles acuden personas que viven en los más diversos puntos de la ciudad. La mayor parte de ellos (23 por ciento) proviene de la delegación Gustavo A. Madero y de la Cuauhtémoc (13 por ciento). Les siguen en orden descendente las siguientes delegaciones:

---

Azcapotzalco	8
Coyoacán	8
Benito Juárez	7
Venustiano Carranza	6
Iztapalapa	3
Iztacalco	2
Miguel Hidalgo	2

---

Con el 1 por ciento están Tlalpan, Álvaro Obregón, Xochimilco y Tlahuac.

No se registraron personas que habitan en Cuajimalpa, Contreras y Milpa Alta.

Tomando en consideración que el salón se encuentra en la delegación Cuauhtémoc, nos pareció interesante registrar de qué colonias, dentro de dicha delegación, venía un mayor número de personas. Durante algún tiempo, antes de aplicar la encuesta, suponíamos que la mayor parte de los clientes eran de la Guerrero, grande fue nuestro desconcierto cuando al analizar los datos resultó que los vecinos de dicha colonia sólo alcanzan el 17 por ciento, en cambio de la Obrera se registró a un 46 por ciento y en mucho menor por-

centaje (del 7 por ciento para abajo) de Peralvillo, Morelos, Doctores y Centro.

La fama que tiene el salón trasciende los límites del Distrito Federal, ya que a éste asiste un elevado número de bailadores (24 por ciento) que habitan en el Estado de México. La mayor parte de ellos vienen de Ecatepec y Nezahualcóyotl, y en menor medida de Naucalpan, Coacalco, Tlanepantla y Chalco. También había personas que viven en Guanajuato, Pachuca y Toluca, quienes cada vez que vienen a la ciudad de México no pierden la oportunidad de darse su “vueltecita” por el salón.

Con el propósito de conocer el número de bailadores que son originarios del rumbo, se preguntó a todos los entrevistados (habitaran o no actualmente en la zona) si habían vivido antes en la colonia Guerrero o cerca de ahí, dando como resultado que la mayoría (el 60 por ciento) nunca ha sido vecino del lugar.

El dato anterior y que sólo el 17 por ciento de los clientes vive en la colonia Guerrero, son dos indicadores que nos permiten deducir que el salón Los Ángeles no es un espacio significativo para la configuración de la identidad barrial dentro de la zona que circunda al inmueble.<sup>9</sup> Y esto nunca ha sido así, nos afirma el señor Nieto, ya que a este salón siempre han acudido personas que provienen de los más diversos puntos de la zona metropolitana de la ciudad de México, o dicho en otras palabras, el salón ha sido un punto de atracción que ha trascendido en mucho su entorno inmediato.

Y si bien ese recinto no ha sido un eje constructor de la identidad entre los parroquianos del barrio de Los Ángeles, ello no quiere decir que no juega ese papel entre los tenaces bailadores que durante muchas décadas no han dejado de asistir “religiosamente” a ese lugar, tal y como podemos observar en los siguientes datos referentes a las pautas de asistencia que los clientes guardan respecto a este recinto.

<sup>9</sup>Lo anterior no significa que el salón no tenga una presencia importante dentro del barrio, pues es un lugar que genera empleos indirectamente, ya que en su entorno hay varias personas que ofrecen distintos servicios a los clientes, tales como: venta de comida, cuidado de coches, limpieza de calzado, etcétera.

El 32 por ciento de la clientela lleva más de 20 años de haber visitado por primera vez el salón, le sigue con un 26 por ciento quienes llevan de uno a cinco años de asistir y en tercer lugar (con el 13 por ciento) están los que lo han hecho entre seis y 10 años.

En cuanto a las personas que han podido acudir regularmente al salón desde que lo conocieron por primera vez, tenemos que tanto en mujeres como en hombres, el porcentaje rebasa al 60 por ciento. Esta persistencia a través de los años también se observa en cuanto a la frecuencia de la asistencia actual, ya que el 50 por ciento de los entrevistados asiste al salón una vez a la semana, una cuarta parte lo hace dos veces a la semana y el 7 por ciento tres veces en el mismo periodo.

Otro dato importante en cuanto a las pautas de asistencia de los clientes al salón, lo encontramos en las formas en la que éstos llegan al mismo. La mayor parte de las mujeres (40 por ciento) acostumbra hacerse acompañar por una o varias amigas, en cambio un porcentaje elevado (47 por ciento) de hombres llega solo, aunque de esta misma manera lo hace la cuarta parte de las mujeres. Otras formas menos recurridas de presencia es con grupos mixtos de amistades y con la pareja (de novios o esposos).

Los datos que se han vertido hasta este momento permiten delinear una primera aproximación sobre el perfil que tienen los clientes del salón Los Ángeles. Se trata de un colectivo relativamente homogéneo, cuyas diferencias no se observan a primera vista, pero éstas existen y se expresan a través de diversos indicadores tal y como veremos en el siguiente apartado.

#### ENTRE LAS FRONTERAS REALES Y LAS IMAGINADAS

EL PÓRTICO del salón Los Ángeles marca el umbral entre dos ámbitos: "el afuera", la calle, cuyo tiempo y espacio es marcado por la cotidianidad en contraste con el "adentro", el espacio arquitectónico en cuyo interior se puede tener acceso a la fantasía.<sup>10</sup> La cortina

<sup>10</sup>No es casual que las secuencias bailables, cuya coreografía ha sido previamente diseñada, reciban el nombre de "fantasías".

entre ambos mundos se atraviesa en unos cuantos minutos, el pre-ludio está dado cuando el visitante, todavía a varios metros de distancia del lugar, empieza a escuchar el sonido invitador de la orquesta en turno. La expresión de la cara, la tensión del cuerpo y el ritmo al andar sufren una visible metamorfosis. Se ha entrado a un territorio cuya lógica, sin ser del todo distinta a la de "afuera", ofrece una singularidad: la posibilidad de establecer uno o varios contactos a través de la comunicación no verbal.

Se trata de un espacio en el que todos los presentes comparten algo fundamental: el gusto por bailar. Más allá de este importante punto en común se dan, no obstante, diversos mecanismos de diferenciación mediante el establecimiento de otro tipo de fronteras que pueden detectarse principal, aunque no exclusivamente, por los usos del espacio.

Al interior del amplio recinto se crea una especie de zonificación cuyos contornos no se aprecian a simple vista. Las líneas de demarcación están dadas por el grado de destreza en el baile y el tiempo que se tiene de asistir al salón.

Con base en la combinación de estos factores resulta que las parejas destacadas en el baile se encuentran siempre colocadas en la zona más cercana a la orquesta. Alrededor de dichas parejas se forma un círculo que a veces presenta líneas muy visibles (cuando interpretan *swing*, mambo o salsa), pero en otros momentos dichos límites son casi imperceptibles para los extraños del lugar pero bien conocidos por los asiduos clientes.

Las personas recién llegadas al salón o aquellas que tienen poco tiempo de ir se ubican en los extremos y los que tienen más de 20 años de asistir se encuentran en todas las zonas, aunque una alta proporción de éstos se concentra frente a las orquestas.

La mayor parte de los bailadores tiende, después de un tiempo de ir con frecuencia, a colocarse siempre en el mismo lugar. También hay varios que durante su estancia recorren varias veces el salón en busca de pareja.

En las áreas en donde hay mesas se encuentra un alto porcentaje de clientes que ya llevan más de 10 años de asistir al salón;

varios de los cuales tienen permanentemente reservada su mesa y llegan con su pareja de baile. Por lo general aquí se ubican quienes tienen mayores recursos económicos.

Los viejos asistentes al salón se han apropiado del espacio en donde acostumbran bailar y compartir. Si a estas zonas intentan ingresar nuevos bailadores, son expulsados de diversas maneras, nos comenta el señor Miguel Nieto, quien opina además que esa situación no ha sido benéfica para la empresa, pues la mayor parte de esos jóvenes optan por no volver. A los que insisten en entrar al núcleo duro de los buenos bailadores les hacen pasar por una serie de experiencias que bien podrían ser consideradas como “ritos de iniciación”.

La observación de estas formas de usar el espacio nos remitió a una cuestión medular respecto al ambiente que se crea en el salón, esto es, las redes de relaciones que ahí operan.

El salón de baile se presenta como un espacio propicio para hacer relaciones de diversa índole. Muchas personas encuentran parejas de baile con las cuales no continúan ningún otro tipo de relación, aunque también hay un número considerable de bailadores que ahí conocieron a sus actuales cónyuges, como le sucedió al señor Miguel Ángel Boseca, a quien apodan el “Caballito”, quien nos contó lo siguiente:

Lo que usted quiera buscar aquí en el salón lo va a encontrar: si viene a buscar un pachuco lo va a encontrar, igual que a un mantenido, un marido, un amigo, una buena amistad, los va a encontrar. Yo fui de las personas, te estoy hablando de hace diecisiete años, que llegué al salón Los Ángeles para ver qué agarraba... siempre me llevaba una pulmonía o un catarro inglés. Por que, porque no sabía bailar. Entonces, ¿qué pasó?, pues cuando yo empecé a bailar con otras personas que ya fallecieron, entré a aprender rutinas y me empezaron a jalar con sus bailarines, y ya empecé a sentir un poco más de alegría en la música y no en la dama, ya cambié completamente mi modo de pensar. Y qué pasó, que conocí a mi segunda esposa ahí.

El que sabe bailar bien tiene mucho pegue con las mujeres, afirma otro experimentado bailarín: “Me ven bailar y las mejores bailarinas quieren bailar conmigo, aún a esta edad, que ya tengo 58 años. Luego las damas que nunca antes me habían visto bailar me hacen señas para indicarme que la siguiente es con ellas.”

Sobre el mismo tema, el señor Enrique Peyrefitte, el “Califas”, uno de los más conocidos intérpretes de bailes de salón en la ciudad de México, añade la siguiente observación:

Mire usted, hay señores que además de estar más corridos que un caballo de carreras, tienen una cara como para pegarle a Dios en Semana Santa y como son buenos bailarines tienen un carisma tremendo, les hacen unos ruedones bárbaros y tienen una suerte especial para las mujeres.

Más de la mitad de los asiduos clientes se conocen visualmente desde hace mucho años, son “amistades del baile” que sólo se saludan cortésmente. Esta forma de relación nos la describe de la siguiente manera un viejo bailarín del salón:

Cuando sólo se es compañeros de baile, somos anonimatos, en ese sentido de que yo no sé dónde vive aquél, yo no sé a dónde trabajaba ese otro, somos amigos del baile y hasta ahí, no sé yo sus apellidos. Yo soy de las personas que nunca quiero decir mi nacimiento, mi juicio de nacimiento y yo nunca ando preguntando que en dónde viven, qué comen, qué hacen, nada, somos compañeros de baile.

Paralelamente a estas formas de contacto, encontramos que un número considerable de los clientes pertenece a una de las varias formas de agrupamiento que se observan en el salón: asociaciones, clubes, escuelas<sup>11</sup> y grupos de baile o simplemente grupos de ami-

<sup>11</sup>En la ciudad de México actualmente existen alrededor de 30 escuelas o academias de baile. La mayor parte de éstas se encuentran en el centro de la ciudad. Hay también varios profesoras(es) de bailes de salón que dan clases particulares.

gos. Al interior de esta última forma de colectivo se da una especie de fraternidad, la cual opera a través de la ayuda mutua en casos de enfermedad o cuando alguno de ellos tiene algún otro problema, como es el caso del “grupo de los ocho” cuyos integrantes se dan cita varios días a la semana en el salón.

La trascendencia que este grupo ha tenido en la vida de sus integrantes es narrada de la siguiente manera por el “Califas” y el “Caballito”, ambos antiguos clientes del salón Los Ángeles:

Nuestro grupo se fue armando poco a poco, cuando ya éramos tres, llegaron otros dos, después otro señor muy amigo de ellos, un señor ya grande. Ese señor había vivido una vida de mucho lujo, era un señor que cada ocho días se iba de viaje y tenía muchos amigos, pero no eran amistá [sic], sino era ver qué le sacaban.

Cuando conocimos a este señor se quería morir, porque no encontraba amistad sincera. En una ocasión el señor llegó y me habló:

–“Caballito”, quiero hablar contigo.

–Sí, dime, Salvador, para qué soy bueno.

–Sabes, ¿por qué no me enseñas ese pasito?

–Sí, como no.

Empezó a aprender y se empezó a juntar conmigo, fuimos a cenar y sacó su cartera...

–Chit, chit... ahorita tú eres el invitado, nosotros pagamos, si sigues viniendo con nosotros ya le vas a entrar, pero parejo. Entonces Salvador empezó a llevarnos regalos y le dije:

–No, aquí no, gracias a Dios tengo un buen trabajo, soy representante de empresas.

–Pero es que yo te quiero, ¡caray!

–Pero es que no me gusta que me traigas tantos regalos.

Siempre llevaba bolsas de dulces, empezaba a repartirle a todos, muy espléndido el señor, muy buena gente. Pero a mí no me gustaba que siempre quería pagar y pagar.

–Perdón que te interrumpa –advierde Enrique– yo también pensé que era la única persona que le desprecié su dinero a

Salvador. Un día fuimos a Liverpool, el señor quería regalarme un traje de millón y medio (cómo ganaba los millones) una camisa de medio millón, lo que yo quisiera de Liverpool. Le dije que no, por qué no vamos mejor a Tepito y pues a lo mejor encontramos una camisa más barata, pero se reenojó. Entonces le dijo a mi mujer:

–Dígale a Enrique que no me ande despreciando, le quise comprar un traje y unas camisas y no quiso. Si yo se lo quiero regalar es porque me nace, porque los quiero, a usted muy en especial, porque a usted no la veo como una amiga, la veo como mi hija y sus hijas son mis nietas.

Inclusive mis hijas le decían abuelo y cuando iba a la casa de ustedes yo hacía de almorzar y decía:

–Si tú vas a invitar la comida yo te invito a almorzar, vamos a almorzar y luego vamos a chacharear y luego tú nos invitas a comer, una y una.

Ya que Salvador conoció esto del baile al hacerse amigo de nosotros me dijo:

–“Caballo”, ya no me quiero morir, ya quiero vivir, es tan bonito... cómo fui a despreciar estos momentos tan felices con ustedes de lo que es el baile.

Pero finalmente se lo llevó la santísima muerte, porque la muerte desgraciadamente no cumple antojos...

Claro está que al interior de esta gran “familia del baile” y de cada uno de los grupos o asociaciones que se dan a su interior surge la envidia, la confrontación y las relaciones de competencia:

Celos de que yo bailo más que tú, que yo soy el mejor; pero cuando llega un extraño que le falta a una dama o le quiere hacer pleito a uno de nosotros, hay unidad. Supongamos, por ejemplo, que Alfredo no me habla, estamos enojados porque él cree que baila más que yo y yo creo que bailo más que él: “Oye, ya se están bronqueando a Alfredo”, entonces todos vamos a defenderlo, aunque después ya no nos volvamos a



hablar. La gente extraña no tiene por qué meterse con él, se enciende uno, como si fuéramos de la misma familia.<sup>12</sup>

Tenemos entonces que dentro del salón se observan formas determinadas de apropiación del espacio, que tienen que ver con el funcionamiento de ciertos valores y jerarquías sociales. Estos parámetros se establecen con base en distinciones sociales en las que lo más importante no es nivel económico alcanzado, sino el tiempo que se tiene de asistir y la habilidad para el baile. Sobra decir entonces que los buenos bailarores(as) obtienen un prestigio muy alto al interior del salón, el cual está basado no en la posesión de dinero (recurso que suele ser escaso entre éstos), sino en el dominio de un conocimiento que adquiere un alto valor simbólico.

Otra parte importante de la normatividad que opera en el salón consiste en el tipo de vestimenta que se considera adecuada para asistir, las formas de trato con la pareja y la actitud que se debe asumir al bailar. Con respecto al primer elemento, tenemos que existe una mística del cuerpo que se expresa a través de la indumentaria: el uso de vestidos entallados con objetos brillantes, corbata, además de perfumes y sustancias para dar buen olor a la boca. Los diseños especiales en los zapatos adquieren, por supuesto, singular relevancia. De ahí que una parte considerable de los asistentes lleven su mejor ropa y durante las pausas acuden al baño para arreglarse.

En cuanto a las formas de trato con la pareja se observa que los varones son quienes toman la iniciativa para sacar a bailar a la dama, la cual tiene toda la libertad para aceptar o negar dicha invitación. Es muy visible el respeto que hay para las mujeres dentro del salón y no se acostumbra que las parejas estén formadas por miembros de un mismo sexo. La forma de invitación es mediante una señal con la mirada y un ligero movimiento de cabeza o estirando el brazo con la palma de la mano hacia arriba; estas señales pueden hacerse a cierta distancia (unos cuantos metros) o a pocos centímetros de la pareja.

<sup>12</sup>Palabras de Enrique Peyrefitte.

Respecto a la actitud que se debe asumir para el baile tenemos que a los hombres se les reconoce sobre todo su habilidad corporal, la principal cualidad que se demanda de las mujeres es que sepan obedecer las indicaciones que la pareja les marca al bailar.

Todo este conjunto de valores compartidos, dentro de los cuales predomina el enorme gusto que otorga la práctica de bailar determinados géneros musicales, es lo que ha generado un colectivo cuya configuración identitaria tiene como soporte un territorio específico: el salón de baile.

“YO SOY DEL «ÁNGEL» PORQUE SIENTO  
QUE ESTE SALÓN ES MÍO”

LA INFORMACIÓN que se ha vertido hasta este momento nos permite entender de una manera más profunda la importancia cultural que, dentro del ambiente social de la ciudad, tiene el salón Los Ángeles. En su interior se lleva a cabo una actividad recreativa que se ha constituido ya en toda una tradición. El que la mitad de los asistentes acuda un día a la semana al salón demuestra que tal actividad se ha constituido en un hábito, cuya recurrencia representa algo muy significativo en la vida cotidiana de los asiduos clientes.<sup>13</sup> Hay también para quienes asistir a este lugar es su principal actividad; estas personas no dudan en afirmar categóricamente que el baile es su vida.

El baile de pareja dentro del ambiente creado en el salón se transforma en una actividad cultural que ayuda a mitigar los múltiples problemas existenciales dados por condiciones de vida adversas. La gran mayoría de los entrevistados en el salón nos comentó que para ellos el baile significa un escape, un recurso para olvidar, un refugio, una descarga, esto es, una terapia.

El efecto terapéutico que tiene la práctica de dichos bailes dentro del salón consiste, desde nuestro punto de vista, en que en tales

<sup>13</sup>Cabe señalar que, según la encuesta, el 97 por ciento de los entrevistados no acostumbra asistir a otros lugares de recreación. Los pocos que lo hacen indicaron que iban al cine, al teatro de revista, al billar y a “todo lo que sea gratuito”.

manifestaciones se conjuga no sólo la posibilidad de realizar un ejercicio físico a través del cual se saca la tensión nerviosa generada por los múltiples problemas cotidianos, sino que además es una de las pocas oportunidades de disfrute corporal que ofrece esta ciudad para las clases populares, el cual es compartido colectivamente. El hecho de que se pueda disfrutar del propio cuerpo, a través de la sincronía con el movimiento de otros cuerpos, genera una fuerte sensación de pertenencia social.

Convertirse en cliente asiduo de un salón de baile ha significado también, para un amplio sector de los migrantes a la ciudad de México, una apropiación cultural que otorga una pertenencia urbana. Dicho en otras palabras, el consumo de este espacio brinda, entre los sectores citados, la sensación de integración a la vida capitalina.

A pesar del alto contenido simbólico que guarda este lugar para aquellos que disfrutaban profundamente de los bailes de salón, el futuro de éste y de los otros dos salones de baile, resulta ser cada día más incierto. Su cada vez menor rentabilidad y los problemas internos de su funcionamiento, llevan al señor Nieto a la reflexión de que la venta del inmueble le daría más dinero si lo invierte en el banco o en otro negocio.

Cabe señalar que los tres salones de baile que aún existen en la ciudad se rigen bajo un reglamento oficial que les prohíbe la venta de bebidas alcohólicas y la entrada de menores de edad, a la vez que tienen firmado un contrato colectivo de trabajo con el Sindicato de Músicos que no les permite poner música grabada, ni aun en el caso de que el local sea rentado para alguna celebración particular.

Lo anterior da como resultado que la "ganancia" provenga exclusivamente del pago de la entrada de los asistentes y la escasa venta de refrescos y dulces, aunada a la inconveniencia de los gastos que implica la contratación de orquestas para que toquen durante todo el tiempo que dura el baile.

Con el fin de lograr mayores ganancias, los empresarios de los salones de baile han tenido que rentar sus locales para eventos pri-

vados. Organizan también bailes especiales en donde contratan orquestas de renombre nacional y/o internacional, eventos para los cuales tienen que pedir una licencia que les permite vender por ese día bebidas alcohólicas.

La agudización de la crisis económica que estamos padeciendo se ha dejado sentir en estos lugares con un descenso notable de la clientela. Otro agravante ha sido el surgimiento de muchos otros espacios en los que se puede bailar con la música que difunde la radio y/o que está de moda, con una tecnología de luz y sonido más sofisticada y la venta de bebidas alcohólicas. Todo ello produce un panorama adverso para el funcionamiento de los salones de baile y como bien podrá deducir el mismo lector, su futuro pareciera ser muy nebuloso. Ante esta situación el señor Miguel Nieto, en enero de 1995, afirmó:

Yo creo que los salones de baile están destinados a la extinción, porque así ha sucedido en todo el mundo. No es posible que una empresa privada siga teniendo una inversión determinada por conservar una tradición que ya no es redituable... aunque los salones de baile son como dinosaurios en vías de extinción; pero en una de éstas se quedan, como las tortugas o los cocodrilos, para siempre... aunque todo parece indicar que si no los cuidamos va a ser próxima su desaparición.

Casi dos años después de esa declaración, el mismo señor Nieto en otra entrevista nos informó que veía como un hecho inminente el cierre de su salón, dado que además de ya no ser redituable le estaba generando pérdidas. Dicha declaración se difundió a través de varios medios, con la pésima noticia de que probablemente ello sucedería el día en el que el salón cumple su sesenta aniversario, esto es, el 2 de agosto del año en curso. Poco tiempo antes de esta fecha, el señor Nieto recapacitó y está pensando nuevas fórmulas para evitar el cierre del salón.

Tomando en cuenta que dicho acontecimiento afecta severamente la vida de quienes han hecho del salón su lugar de encuentro

consigo mismos y con los demás, es que consideramos pertinente entrevistar a un número suficiente de clientes para saber qué tan enterados están de la posibilidad de que el salón deje de funcionar, qué opinan al respecto y qué piensan hacer si es que se da el caso. Los resultados de estas entrevistas fueron los siguientes:

De los 30 entrevistados, la mitad sí sabía del rumor sobre el cierre y la otra mitad no. Los primeros son mayores de 50 años y con cinco a 60 años de asistir al salón; todos son clientes que acuden con frecuencia, o sea, desde cada 15 días hasta tres veces a la semana y la mayor parte de los enterados son varones. Entre los que no sabían de esta posibilidad encontramos el mismo número de hombres y mujeres, todos ellos son también mayores de 40 años y acuden con mucha frecuencia al salón, pero a diferencia de los primeros, llevan pocos años de ir al mismo (con excepción de dos clientes que tenían 15 y 18 años de visitar el salón).

Entre las opiniones sobre el posible cierre se dio que el 50 por ciento de los clientes expresó mucho desconcierto y tristeza, como fue el caso de un bailarador que lleva 30 años de asistir al salón y comentó: "si cierra me sentiría muy mal porque aquí tengo muchos recuerdos de mi juventud". Además de esa mitad cuatro personas afirmaron categóricamente que el salón no puede dejar de funcionar, entre éstas tenemos por ejemplo quien señaló: "no es verdad, porque esto es un buen negocio. Si así fuera yo me pongo a llorar, tú no sabes el escándalo que yo armo". O aquel otro cliente que lleva más de 38 años visitando el salón y que dijo: "sí lo van a cerrar, pero en diciembre lo van a abrir bien, aunque si lo cierran uno si lo resiente, uno que ya tiene mucho tiempo viniendo, pues si se siente ya que este lugar (la dulcería) es casi nuestro desde el ochenta".

Otro tipo de opinión dieron dos personas quienes informaron que habían escuchado que sólo lo iban a abrir los martes y domingos y otras dos consideraron que ello se iba a hacer por remodelación, sin omitir una opinión personal al respecto. Solamente una persona opinó que le parecía bien que cierran el salón porque el piso ya necesita ser reparado, con lo cual se puede deducir que dicha persona recomienda un cierre temporal.

Al preguntar qué harían si es que el salón llega a cerrar sus puertas, recibimos las siguientes respuestas. La mayoría expresó que entonces se va ir a bailar a otro salón, como por ejemplo, un hombre de 53 años, 16 de los cuales lleva asistiendo los martes y jueves al salón, indicó lo siguiente: “Seguramente buscaría algo parecido a este salón porque ésto es mi vida, tú sabes la costa. Yo escucho esta música y todo lo que llevo adentro se me alborota.”<sup>14</sup> Otra persona que, como la anterior, acude únicamente al salón Los Ángeles y desde hace varios años, un tanto bloqueada al pensar sobre dicha probabilidad contestó:

No puede ser cierto, ni lo digas, yo no quisiera ir a otro lado, dejaría entonces de salir a bailar. Yo soy de Veracruz y desde que vivo aquí no he dejado de venir. Vivo muy cerca del salón y puedo darme vueltas a mi casa por cualquier cosa, además de que es muy barato y muchas veces me pagan la entrada.

Otra mujer de aproximadamente 55 años de edad y que lleva 15 años asistiendo exclusivamente a este salón afirmó con mucha convicción: “yo haría un mitin”.

Entre los treinta entrevistados encontramos que doce personas son clientes que asisten exclusivamente al salón Los Ángeles, debido a varias razones: “éste es el mejor”, “es el que me queda más cerca”, “se presentan las mejores orquestas”, “me gusta mucho el ambiente porque conozco a muchas gentes”, “yo aquí tengo mi ambiente y mis parejas para bailar”, “yo sólo voy a otros lugares cuando hay eventos muy especiales”. Algunas personas nos comentaron que si han ido a conocer otros lugares, pero no les han gustado tanto como el salón “Los Ángeles”, ya que, según sus propias palabras:

—Yo he ido a otros salones por el metro Hidalgo, pero no me gustaron porque venden bebidas alcohólicas y yo voy a bailar. Además están muy chiquitos y no se puede bailar bien.

<sup>14</sup>Se trata de un hombre de 53 años, de origen cubano.

—Yo fui al Candela, pero no me gustó porque va otro tipo de gente, tampoco vengo a Los Ángeles cuando hay evento, por la misma razón.

—Nada más me gusta el ambiente de este salón, pues vienen hombres solos para bailar en cambio en otros lugares hay que llevar pareja.

Por otro lado tenemos aquellos clientes (17 personas) que además de ir al salón Los Ángeles, acostumbran visitar otros lugares para bailar, porque: “así puedo bailar otro tipo de música”, “me gusta el dazón y voy a todos los lugares donde lo tocan”, “en otros lugares me puedo echar mis cubas”. Los lugares más visitados son, según el número de menciones: California, Colonia, Fórum, La Prensa, Hidalgo, Reforma, Riviera, Shada, Candela y el Centro de Convenciones.

Sin que haya un consenso entre todos los clientes que asisten al salón Los Ángeles sobre qué es lo que se podría hacer para evitar el cierre, lo que sí es evidente es que en caso de que ello ocurra significaría una pérdida irreparable para todos aquellos que han hecho del baile una liturgia.

Los Ángeles, al igual que los otros dos salones de baile que existen en la capital, podría caracterizarse como un espacio cuya función es la recreación colectiva dada a través de la expresión corporal. Dada su forma de funcionamiento representa uno de los pocos espacios que ofrece la ciudad para el encuentro y la comunicación directa entre ciertos sectores de las clases populares. Como lugar de creación y reproducción de identidades populares urbanas, valen todos los esfuerzos teóricos y prácticos que contribuyan para su mantenimiento en una ciudad en cuyo horizonte se abre un hilo de esperanza para el cambio.

## BIBLIOGRAFÍA

CASASOLA, Gustavo (1978), *VI Siglos de Historia Gráfica de México 1325-1976*, Editorial Gustavo Casasola, México. 15 tomos.

- COSÍO VILLEGAS, Daniel (1974), *Historia moderna de México*, Hermes México.
- MORALES, Dolores (1978), "La expansión de la Ciudad de México: el caso de los fraccionamientos", en A. Moreno Toscano (coord.), *Ciudad de México: ensayo de construcción de una historia*, INAH, México. Colección Científica, 61, pp. 189-200.





AMPARO SEVILLA\*

*Aditec: un lugar  
para los adictos al baile*

PRIMER MOVIMIENTO: INTRODUCCIÓN<sup>1</sup>

LA CIUDAD de México ofrece un abanico muy amplio de sitios para bailar. Entre éstos, los antiguos salones de baile como El Colonia, Los Ángeles y el California Dancing Club se han convertido en reductos donde es posible el encuentro de aquellos que han hecho de la práctica del baile de pareja un eje de identidad. En el seno de los diversos salones de baile que funcionaron en la ciudad desde la década de los veinte se gestó la ahora autorreconocida “familia de baile”, esto es, los que reconocen y conservan los bailes configurados en la primera mitad de este siglo, mismos que constituyen una importante tradición dentro de la cultura popular urbana. Sin embargo, debido a varios factores que serán tratados en este capítulo, un número considerable de dichos bailadores asiste con mayor frecuencia a otro tipo de lugares donde se ofrecen atractivos diversos para una clientela que le gusta consumir novedades, como es el caso de Aditec: Sociales Romo.

Tomando en cuenta que uno de los hilos conductores de los artículos que integran el libro es el análisis de la pertinencia teórica del concepto de identidades urbanas, nos planteamos la siguiente pregunta: ¿Cómo es que Aditec se ha constituido en un lugar (en el

\* Investigadora titular de la Dirección de Etnología y Antropología Social del INAH.

<sup>1</sup> Este trabajo contó con la colaboración de Rocío Fuentes Carretero y Manuel Saldierna, ambos alumnos de la Escuela Nacional de Antropología e Historia, quienes participaron en la aplicación de una encuesta, la recopilación de otros datos y la discusión del texto. A los dos agradezco su entusiasmo y empeño. La corrección de estilo estuvo a cargo de Juan Carlos Muñoz.

sentido antropológico) y de qué manera en su interior se configuran identidades que tienen como referente la urbe?

Pese a que Aditec se distingue de los viejos salones de baile por ofrecer ciertos atractivos (descritos más adelante) tiene, sin embargo, un funcionamiento muy similar al de los salones de baile tradicionales. Para precisar este punto es necesario advertir que no todo lugar en donde se baila es, propiamente hablando, un salón de baile. Estos recintos poseen los siguientes rasgos distintivos:

- para acceder a ellos se tienen tan sólo que comprar un boleto que les da derecho a los usuarios a bailar toda la tarde, sin ninguna otra obligación de consumo;
- la música interpretada procede de orquestas en vivo y es de origen afrocaribeño pero difícilmente se la puede encontrar en los medios masivos de difusión, pues se trata de canciones que no están de moda;
- el ambiente creado en el interior del lugar no se basa en el uso de una tecnología sofisticada, como sucede en las discotecas;
- la mayor parte de las personas que asisten tienen más de 40 años.

Se trata de una clientela que acude principalmente a bailar y no a consumir drogas, bebidas alcohólicas o ver espectáculos de luz y sonido.

Tal lógica de funcionamiento resulta ser en la actualidad tan poco redituable que el ingreso que obtienen los empresarios de esos locales es menos que la renta del suelo en el que están construidos los inmuebles. Resulta evidente que no es promisorio su futuro y todo induce a pensar que están destinados a desaparecer. Sobra decir que, en caso de que así suceda, la ciudad perdería parte importante de los pocos espacios que tienen las clases populares para recrear sus manifestaciones culturales. La población que resultaría más afectada es la de la tercera edad, uno de los sectores más segregados de la posibilidad de asistir y convivir en lugares públicos.

## SEGUNDO MOVIMIENTO: UNA VUELTA AL SALÓN

ADITEC está ubicado en la calle doctor Atl número 6, esquina con Ribera de San Cosme, en Santa María la Ribera. Esta colonia pertenece a la delegación política que posee el mayor número de establecimientos dedicados al baile en la ciudad: la Cuauhtémoc.<sup>2</sup> Es muy importante advertir que en esta misma demarcación se encuentra la mayor condensación de infraestructura abocada a las actividades recreativas y artísticas, como son teatros, museos, cines y otros.<sup>3</sup>

La colonia Santa María la Ribera está delimitada por cuatro grandes avenidas: Nonoalco (norte), San Cosme (sur), Circuito Interior e Insurgentes. Desde hace muchas décadas cuenta con todos los servicios urbanos, al igual que todas las colonias de la delegación citada.

¿Y cómo fue que tan cerca del legendario museo del Chopo, en la misma calle en la que vivió el célebre doctor Atl, surgió Aditec? El ingeniero Enrique Guzmán administrador del lugar junto con el señor Mario Romo nos informaron amablemente que en ese mismo terreno operaba hace muchas décadas el cine Roxy. Éste fue demolido para levantar ahí un edificio de tres pisos, que empezó a funcionar desde el año 1973 como oficina de la Secretaría de Asuntos Hidráulicos. Es pertinente señalar que para dicho inmueble se utilizó la demoninada tridilosa, tecnología creada por el ingeniero Heberto Castillo siendo ésta la primer obra construida por él con dicha técnica.

Los socios del corporativos Aditec compraron el edificio en 1992 mediante un crédito bancario. Dos años después la empresa sufrió un fuerte descalabro provocado por el aumento desmesurado de las tasas de interés de los préstamos bancarios. La crisis obli-

<sup>2</sup>Para la tesis de doctorado que estoy elaborando en la Universidad Nacional Autónoma de México titulada *Cuerpo y ciudad*, realicé un registro sobre los sitios abocados al baile en la ciudad de México, dando como resultado que en la delegación Cuauhtémoc existen 197 establecimientos de distintos giros en los que se puede bailar.

<sup>3</sup>Mayor información al respecto se encuentra en el libro coordinado por Néstor García Canclini, 1993.

gó a los socios de Aditec a vender el inmueble a un precio muy bajo a la misma institución que les había otorgado el crédito y desde entonces tienen que pagarle una renta mensual.

Cuándo este lugar se inauguró, el 9 de mayo de 1992, se llamaba Centro de Convenciones, empresa del corporativo Aditec, y se rentaba para la celebración de bodas, graduaciones, XV años, comidas industriales, seminarios y eventos especiales. En 1993 empezaron a abrir el lugar al público en general los martes, con orquestas que tocaban música variada; después lo hicieron los jueves y finalmente los viernes y domingos. Los martes y domingos tocaban danzón; ahora sólo este último día.

Desde 1994 el lugar adoptó el nombre de Sociales Romo, en virtud de la crisis antes mencionada y del ingreso de un nuevo socio: el señor Mario Romo. A partir de 1995 funciona en forma similar a un salón de baile, esto es, con las mismas características que ahora, las que serán tratadas en el siguiente apartado. Pero: "¿cómo es que a usted se le ocurrió abrir este espacio para la práctica del baile?", le preguntamos al señor Guzmán.

El entrevistado, quien por cierto nació en un pueblo de la mixteca alta de Oaxaca, llamado Juxtlahuaca y estudió ingeniería geofísica,<sup>4</sup> nos comentó con mucho entusiasmo que desde muy joven se había dedicado a la administración de varias empresas del corporativo Aditec. Fue dueño de la Hostería del Bohemio y de la escuela de computación Aditec, negocios ubicados en la avenida San Cosme. Con esta escuela a su cargo, surgió la necesidad de organizar graduaciones y fue cuando pensó comprar un lugar para ello. Después de haber creado el Centro de Convenciones se le ocurrió organizar ahí las celebraciones del personal de Radio Fórmula y Radio Centro, además de otros actos para todo tipo de organizaciones sociales, entre las cuales figuran varias asociaciones de intérpretes de danzón.

<sup>4</sup>Contándonos pasajes de su vida, el señor Guzmán recordó con mucho respeto a su padre, quien trabajó durante muchas décadas realizando obras de ingeniería civil para el Instituto Nacional Indigenista.

A principios de los noventa, continúa platicándonos el señor Guzmán, empezaron a surgir en el rumbo varios salones familiares en los que se podía bailar. En ese entonces funcionaba el salón La Prensa (Basilio Vadillo 29, colonia Tabacalera) y el salón Reforma (Paseo de Reforma 113, colonia Guerrero). El primero cerró sus puertas en diciembre de 1996 porque los socios que rentaban ese local<sup>5</sup> tuvieron un problema con la delegación, que a su vez generó un conflicto entre ellos. Poco tiempo después uno de los ex socios abrió el salón Candela y el otro empresario el Caribe. El salón Reforma también dejó de funcionar, pero eso sucedió a mediados de 1997 debido a la muerte del padre de quienes administraban el local.

Según un conocedor de los salones del rumbo, cuando cerró el salón La Prensa, entró en auge el Centro de Convenciones. Por lo demás el Reforma nunca tuvo muchos clientes pues ahí sólo se escuchaba música grabada y estaba en una razón de mucha prostitución y amplia presencia de agentes judiciales.

### TERCER MOVIMIENTO: PASOS SIN LÍMITE DE LA CRÍTICA A LA REVELACIÓN

AL INICIO de este texto se indicó que Aditec tiene características muy similares a las de los salones de baile, aunque está registrado como salón de banquetes y espectáculos. Este tipo de licencia le permite, a diferencia de los salones de baile, la venta de bebidas alcohólicas y la contratación de música grabada, la cual se escucha intercalada con la participación de las orquestas "en vivo".

Cerca de Aditec operan otros lugares de características semejantes; entre todos forman una especie de circuito que es visitado por varios de los clientes de nuestro lugar de estudio. Dichos lugares son:

- Salón Hidalgo, ubicado en Av. Hidalgo 115, 1er. piso, entrada por Héroes 8 (colonia Guerrero). Está abierto de martes a domingo de las 16:00. a las 01:00 horas del día siguiente. La en-

<sup>5</sup>Estaba en el décimo y último piso del edificio de las oficinas del periódico *La Prensa*.

trada cuesta 25 pesos de martes a jueves y 30 pesos de viernes a domingo.

- Salón Candela, en Puente de Alvarado 20 (colonia Tabacalera). Se abre todos los días: de lunes a miércoles y los sábados desde las 16:00 hasta las 22:30 horas. La entrada cuesta 12 pesos. El jueves de las 16:00 a las 23:00 horas y la entrada es de 18 pesos. El viernes de las 16:00 a 00:30 horas y la entrada es de 20 pesos. Los domingos de las 14:00 a las 22:00 horas y la entrada es de 12 pesos.

- Caribe, Ribera de San Cosme 142 (colonia San Cosme). Funciona también todos los días de la semana, con excepción del lunes. Los martes, miércoles, jueves y sábados inician a las 16:00 y cierran a las 22:00 horas. El viernes de las 16:00 a las 01:00 horas del día siguiente y el boleto cuesta 25 pesos. Los domingos de las 14:00 a las 22:00 horas y el boleto cuesta 15 pesos.

Es muy interesante advertir que estos tres lugares operan, en términos generales, de la misma manera que lo hace Sociales Romo; sin embargo, en cada uno de ellos existe un ambiente particular y se está creando su propia clientela. ¿Por qué acuden los bailadores al Centro de Convenciones?, ¿qué ofrece este lugar que no se encuentre en otros?, ¿se trata acaso de un sitio especial?

Imaginemos que, como los buenos bailadores de esta desconcertante ciudad, nos aventuramos a salir de nuestras casas en búsqueda de un lugar agradable para bailar. Por recomendaciones varias, llegamos a la esquina de doctor Atl y Ribera de San Cosme, en donde nos encontramos con unas amistades para llegar juntos al lugar. La música proveniente de un segundo piso, nos invita a entrar para dejar atrás el ruido abrumador generado por el incesante paso de vehículos automotores y transeúntes.

En la planta baja se encuentra un señor que con gran amabilidad y notable experiencia, solicita a las damas que exhiban el contenido de sus bolsas, mientras que los caballeros son revisados con mayor atención para evitar la introducción de armas y bebidas. Cerca de

él una señora ofrece, también con mucha cordialidad, abanicos con valor de 10 pesos. Al pie de las escaleras se aprecia una cartulina que con la siguiente leyenda advierte: "Se prohíbe el paso a toda persona que porte pans o tenis o esté en estado de ebriedad."

Nuestro primer anfitrión nos indica que para llegar al salón podemos usar el elevador o las escaleras. Estando ya en el segundo piso, encontramos una sala de espera adecuada para el descanso de músicos y clientes, que ahí aguardan mientras sus parejas van al sanitario. Aprovechando la estancia, decidimos visitar el baño; ámbito de transición entre el afuera (la calle) y el adentro (el salón), espacio para la transformación visual y anímica, lugar en el que la gente intercambia información mientras cambia su vestimenta habitual por prendas, adornos y olores que le dan una apariencia más acorde con la nueva circunstancia. No falta quien al entrar o salir del tocador, se detenga a comprar chicles, dulces, papas o cacahuates a doña Juanita, mientras la saludan con mucha familiaridad.

En la sala contigua pagamos nuestro boleto de entrada a una señora que está sentada frente a un escritorio pequeño. En esta segunda sala que antecede al salón principal se encuentra el guardarropa; allí a cambio de dos pesos, se deja todo aquello que puede estorbar para bailar. Desde este punto se percibe el cálido bullicio de quienes adentro disfrutan de la música y el baile. Al final de esta antecámara, una persona se encarga de recibir los boletos y de entregar pases a todo aquel se requiere visitar los sanitarios.

Al entrar al salón principal se advierte de inmediato su notable amplitud, importante aspecto que lo diferencia de las pequeñas pistas de baile que tienen las discotecas, los bares y los centros nocturnos. La planta arquitectónica de este salón es de unos 24 metros de ancho por 34 de largo y los asistentes bailan no sólo en la gran pista que se encuentra casi en el centro (de 8 metros de ancho por 17 de largo), sino también en los cuatro pasillos que se forman entre las mesas.

Encontrar un sitio para sentarse no es muy difícil ya que hay alrededor de un centenar de mesas distribuidas en todo el salón que, en caso de estar ocupadas por pocas personas, pueden compartir-



se. Recurrimos a esta última posibilidad debido a que son ya las siete de la noche, hora en que el salón se encuentra en su apogeo.

Una vez instalados observamos que el piso es de loseta blanca y las paredes de tirol planchado (color durazno) con decorados en forma de tiras de papel tapiz imitación madera. El techo está cubierto de plafón claro y es sostenido por 16 columnas distribuidas en largas hileras; alrededor de cada una hay cuatro espejos lo suficientemente grandes para que los bailarines puedan observarse de vez en cuando. Arriba de cada espejo cuelga una pequeña lámpara que suministra la luz adecuada para poder contemplar de arriba a abajo, de cerca o de muy lejos, a todos los candidatos para bailar. Hay otro tipo de iluminación colocada en el techo, pero ésta es más fuerte, ya que son varias lámparas de luz neón con plafón que sólo se encienden 30 minutos antes de cerrar el salón.

Con cada una de las canciones que interpreta la orquesta se paran a bailar casi todos los asistentes. Al principio, mientras nos “ambientamos”, solicitamos la atención de uno de los 10 meseros que ahí laboran. Siguiendo aquella frase de que: “a donde fueres haz lo que vieres”, pedimos dos botellas grandes de agua y vasos con hielo. Al momento de pagar los correspondientes 24 pesos, además de 10 pesos por cuatro flautas de papa, le preguntamos al joven mesero cuál es el horario con el que funciona el lugar, dándonos como respuesta los siguientes datos: de martes a viernes de las 16:00 a las 22:00 horas aunque los viernes cierran una hora más tarde; los domingos de las 14:00 a las 22:00 horas; los lunes está cerrado y los sábados se renta para eventos sociales y una vez al mes organizan los “Sábados salseros”; en ocasiones el local se renta los viernes o los domingos a partir de las 21:00 horas para fiestas privadas.

Un señor, que en ese momento se hacía acompañar por las tres damas con quienes compartimos la mesa, al percatarse de nuestro interés por el lugar, nos dice con cierta perspicacia:

Miren, aquí cada día es diferente, pues cambia el número y tipo de gente, también varían las orquestas y, por lo tanto, el ambiente. Yo diría que “el jueves es para recepcionistas, el viernes so-

cial y el domingo familiar”. Si acaso ustedes llegan a escribir eso, le ponen ahí que éste es un anónimo del Llanero Solitario de la Virgen de Guadalupe.

El mesero agregó a los comentarios que los días de mayor ambiente son los jueves y viernes, ya que acuden cerca de mil personas, aunque los domingos también se “pone bueno” porque hay danzón y vienen muchos bailadores del salón Colonia siguiendo a la orquesta de Felipe Urbán. En ese día habrá unas 800 personas y, como empieza más temprano, la gente acostumbra traer sus tortas u otras cosas de comer. La capacidad del salón es de 1,200 personas sentadas, aunque pueden entrar a bailar hasta 1,500; es por ello que el salón no se ve tan lleno los martes o miércoles cuando asisten alrededor de 600 personas.

Cada día de la semana es distinta la programación de las orquestas, y por tanto el precio de entrada, ya que está calculado, según sea el número de orquestas contratadas. Si desea saber qué días toca cierta orquesta, apunta una de las tres damas que están en la mesa, puede consultarlo en los cartelones de la entrada.

Inmediatamente nos dirigimos hacia allá para constatar lo que no habíamos visto al principio: cinco pequeñas cartulinas que anuncian la programación de cada día de la semana, misma que se modifica y da a conocer todos los martes. En esta ocasión la secuencia anotada con letras manuscritas es:

–Martes \$10

Descarga Sonora

–Miércoles \$15

La Crítica y Grupo Madera

–Jueves \$20

La Crítica, Descarga Sonora y Grupo Madera

–Viernes \$30

La Crítica, Descarga Sonora, Nova y Sin Límite.

–Domingo \$20

Descarga Sonora, Sin Límite y Felipe Urbán.

Se trata de orquestas que trabajan aquí más o menos de planta,<sup>6</sup> aunque no los mismos días. La Revelación, al igual que la danzonería de Felipe Urbán, suele venir un día a la semana. La participación de cada grupo musical es de aproximadamente 45 minutos y en las pausas para el cambio de orquesta se escuchan varias canciones grabadas. Toda la música es de origen afrocaribeño: guaracha, son montuno, merengue, cumbia, chachacha, salsa y mambo. De vez en cuando se deja escuchar un *rock and roll* o un *swing* de la década de los cincuenta y ya casi al final de la jornada dos o tres canciones "gruperas".

Regresamos a ocupar nuestro asiento aunque para ello tenemos que eludir a múltiples parejas que están bailando en el pasillo que conduce a nuestra mesa, junto a la cual se encuentra un nutrido grupo de amigos que celebran el cumpleaños de una de ellas. Colocan en el centro de la mesa un pastel, en tanto que el mesero les facilita un cuchillo y les obsequia varios platos de cartón a nombre de la empresa. Cerca de ahí, en la mesa del fondo de este mismo pasillo y a un lado de la plataforma sobre la cual actúa el grupo musical, se hallan algunos familiares del mismo, quienes participan en el baile departiendo alegremente con los clientes más asiduos.

Empezamos a notar entonces que los mejores bailarines se colocan en los pasillos que están a los costados de la orquesta, aunque en todos los espacios en donde se baila pueden verse buenos ejecutantes. Cada quien le imprime un estilo particular a su interpretación, unos más ortodoxos que otros, se desplazan con notable habilidad por el espacio. Varios lo hacen para exhibir sus dotes, a diferencia del resto más interesado en el disfrute del contacto con su pareja.

Observamos también que hay personas que sólo bailan con sus amistades mientras que otros lo hacen con varios desconocidos, experimentando la posibilidad de adecuarse para el baile. Los mejores ejecutantes nos invitan a cualquier persona a bailar, pues la garantía de su buena interpretación depende, entre otras cosas, de conocer bien las habilidades de la acompañante.

<sup>6</sup>Las orquestas que se presentan en este lugar lo hacen también en otros sitios dedicados al baile, como el Gran León, el Antillanos, entre otros.

Nos empezamos a sentir cada vez más a gusto, pues para entonces ya hemos hecho amistad con las señoras con las que compartimos la mesa. Una de ellas nos comenta que este lugar le gusta mucho pues las orquestas son muy buenas y los clientes son “de ambiente”. Ya en confianza, nos cuenta que ahí conoció a un señor que es su pareja de baile y de amores, pero que en esta ocasión no la acompaña porque están enojados.

Mire usted, yo dure 27 años de casada, pero mi esposo murió hace algunos años y desde entonces mi vida cambió para bien. Él era muy serio, no le gustaba bailar y a mí siempre me ha gustado. Entonces una amiguita mi invitó a venir para que saliera yo de la depresión y de la soledad y fue cuando conocí a este señor que le cuento. La cuestión es que quiere conmigo y yo no sé qué hacer, porque aunque mis hijos ya están grandes, yo dudo en hacerle caso pues, aunque me gusta mucho, no somos del mismo nivel económico. Él es plomero y yo, pues, tengo mis ahorros y además soy pensionada; además, no me gusta que es muy celoso, pero me quiere mucho y baila a todo dar, y la verdad, no sé qué hacer: ¿usted como la ve?

Mientras pensamos qué contestarle, un señor muy sonriente llega hasta la mesa y extendiéndole la mano la invita a bailar, a lo que accede gustosa. De la mesa contigua se nos queda viendo un tanto curiosa una señora de aproximadamente 45 años y nos sonríe. Dado el gesto de interés, nos acercamos para iniciar otra conversación; una vez hechos los habituales comentarios sobre el clima, pasamos a la también acostumbrada pregunta: ¿y usted a qué se dedica? Sin abandonar su mirada curiosa nos responde: “pues yo soy sicóloga y vengo seguido por acá, ya sea con amigas o con mis pacientes a quienes suelo recomendar el lugar para quitarse de encima la tensión nerviosa y muchos otros problemas que traemos cargando”.

Para entonces hemos notado que la gente se viste de variadas formas. Algunas personas se arreglan elegantemente, sobre todo las de edad avanzada: vestidos para fiesta y altos tacones, trajes

cerrados y corbata, zapatos lustrados y adecuados para el baile. Otros prefieren la informalidad en el vestir y llevan faldas entalladas, pantalones o mallones; los varones portan camisas abiertas y playeras. Un número considerable de los presentes suele consumir dulces como aromatizante bucal.

El calor generado por el ejercicio se hace sentir en todo el salón, a pesar del aire acondicionado y de las grandes ventanas que están al fondo de la sala. El personal se abanica como puede, mientras que otros se secan el sudor con una amplia sonrisa de satisfacción en el rostro, siempre dispuestos a bailar la siguiente pieza.

Se acerca a nosotros un señor sumamente experimentado en el arte de Terpsícore y, por tanto, de los lugares dedicados a esta práctica. Nos hace ver, mientras ejecutamos un sabroso danzón que ahí a diferencia de los antiguos salones de baile, no hay un conductor para la presentación de las orquestas ni para amenizar el ambiente entre una pieza y otra. Tampoco se acostumbra hacer círculos en torno a los mejores bailarines para verlos actuar, además de que las orquestas intercalan uno que otro merengue, género que no se acostumbra en los salones de baile anteriormente señalados.

Fíjese usted, aquí algunas señoras se traen a sus hijos pequeños y también vienen algunas familias completas. Yo acostumbro llegar desde que inicia el baile, porque ya para las cuatro y cuarto de la tarde las orquestas están tocando. Por esas horas ya se encuentra unas 50 personas "limando el piso". Para mí el baile es como un deporte. Me gusta mucho hacer ejercicio pues además de bailar casi todos los días, también corro; esto me ha permitido dejar de tomar porque yo antes, la verdad, era bien borrachote. Y tengo muchos conocidos que les ha pasado lo mismo. Aquí me he hecho de muchas amistades que como los he visto en otros salones, pues ya luego nos saludamos y poco a poco nos vamos platicando.

Y, "¿a cuántas personas conoce usted en este lugar?", le pregunto con especial interés. Pensativo responde:

conocidos como 50, pero son sólo amistades de baile, amigos que nos veamos fuera de aquí, sólo dos. Mire por ejemplo, ¿ve aquel señor del fondo?, ése es un comandante de la policía que viene muy seguido, o aquel otro señor que viene casi todos los días y como siempre tiene botella en su mesa, alrededor andan varios gorriones que nomás lo van a saludar para que les invite un trago. Los que venimos seguido nos conocemos de lejos y nos saludamos cordialmente. Hay varias personas que se les conoce sólo por su apodo, por ejemplo: “Resortes”, “Arracadas”, “Vaquero”, “Tíbiri”, “Guicho Domínguez”, “Jarocho”, “Torero”, “Don Catarino” y “Galán”, este último es como el más representativo del lugar pues siempre está aquí.

Una vez terminada la pieza y durante el descanso, el fogueado bailarador continúa platicando con mucho entusiasmo.

no vaya a creer que todos los que vienen saben de baile, mire por ejemplo, ese señor mezcla todos los estilos en uno sólo, además de que confunde el baile fino con el callejero. Aquel otro es un payaso, siempre se anda queriendo lucir. Ese otro se cree mucho por las cadenas de oro que trae, es tan exagerado que si trajera un gramo más de oro se vería ridículo ¿no cree?... pero no es tan bueno para el baile.

En esas estamos cuando de pronto, a causa de la torrencial lluvia, se va la luz y tras escuchar un generalizado grito de decepción acompañado de risas capciosas y de uno que otro grito, decidimos regresar a la mesa. Después de una hora de espera, grande es la sorpresa al percatarnos de que pocas personas habían tomado la decisión de retirarse. Mientras esperábamos que volviera la luz, decidimos ir al baño a tientas y ahí, mientras hacemos la larga cola de espera, empezamos a oír a una señora que le estaba contando a su amiga sobre el salón Candela: “...sí, ahí también se pone bueno pero va gente ya más grande y más corrientita, pero fijate, ahí es que conocí a Manuel”. Esta plática dio pie a que nos pregun-

táramos: ¿cuál es el perfil socioeconómico de los que asisten al Centro de Convenciones?

CUARTO MOVIMIENTO:  
“¿ME PERMITE ESTA PIEZA?”

EN ADITEC se dan cita una amplia gama de gustosos bailarines; ahí encontramos niños y ancianos, pobres y ricos, gordos y flacos, güerros y morenos. A primera vista la clientela pareciera ser muy heterogénea; sin embargo, no lo es tanto si observamos con más detalle. Con el fin de lograr una apreciación mejor de este aspecto, decidimos aplicar una pequeña encuesta entre los asistentes, la cual arrojó los siguientes datos.<sup>7</sup>

En cuanto al sexo, edad y estado civil de los bailarines, detectamos que hay un número mayor de mujeres que de hombres, es una proporción aproximada de 60 a 40 por ciento. Al salón acuden personas de todas las edades, pero predominan quienes tienen entre 40 y 60 años. La mayoría son personas que no están casadas, esto es: solteras(os) divorciadas(os) y viudas(os). Los que tienen compromisos conyugales representan una tercera parte.

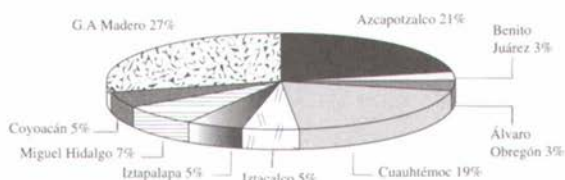
Otro aspecto importante de las características sociales que poseen los clientes de Aditec tiene relación con su lugar de nacimiento y residencia. Respecto al primer elemento, resulta que tres cuartas partes indicaron que nacieron en el Distrito Federal y una quinta parte en el Estado de México y Michoacán. Un porcentaje menor procede de Veracruz, Guanajuato, Hidalgo, Querétaro, Durango, Puebla y Guerrero.

En relación con el lugar de residencia se observó que la mayor parte de los asistentes proviene de las delegaciones que están al norte de la ciudad de México, como es el caso de la Gustavo A. Madero y Azcapotzalco. En menor proporción encontramos a quienes

<sup>7</sup>Esta encuesta se aplicó a 75 personas, esto es, el 10 por ciento del promedio de la asistencia calculada entre todos los días de la semana. Para ello se llevó a cabo una estimación de sexo y edad. El cuestionario comprende 22 preguntas dirigidas a captar datos sobre el perfil socioeconómico de los clientes, sus pautas de asistencia, sus apreciaciones sobre el lugar, los usos del espacio y las redes de relaciones.

viven en la misma delegación en la cual está ubicado Aditec (Cuauhtémoc), pero también hay personas que acuden desde lejos, por ejemplo de Iztapalapa, Iztacalco, Xochimilco y Coyoacán. Asimismo están aquellos clientes que por darse el gusto de bailar en este lugar están dispuestos a hacer más largos recorridos partiendo de varios municipios del Estado de México, como son: Naucalpan, Tlanepantla, Atizapán de Zaragoza, Coacalco y Chalco.

### LUGAR DE RESIDENCIA DISTRITO FEDERAL



### LUGAR DE RESIDENCIA ESTADO DE MÉXICO

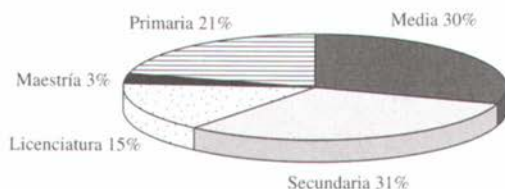


Para poder conocer a grandes rasgos la situación económica de los asistentes, se formularon dos preguntas: ¿cuál era el nivel de escolaridad y cuál el tipo de empleo? Para el primer caso se indagó el último nivel cursado; los resultados fueron los siguientes: más del 60 por ciento cursó secundaria y educación media; una quinta parte terminó la primaria; un 15 por ciento posee alguna profesión a nivel



de licenciatura y, finalmente, algunos profesionistas con estudios de posgrados, también suelen asistir a este lugar para disfrutar el baile.

### ESCOLARIDAD



En cuanto al tipo de empleo se identificó un índice muy alto de empleados de diversas empresas y en menor proporción de profesionistas (maestros, médicos, abogados, contadores públicos) y comerciantes (establecidos y ambulantes). También hay quienes se dedican a diversos oficios, por ejemplo: taxistas, fotógrafos, plomeros, carpinteros y maestros de baile. Entre las mujeres, muchas trabajan en su hogar. Muy pocas no trabajan, ya sea porque están pensionadas o jubiladas o porque estudian.

### OCUPACIÓN



Los datos anteriores nos permiten conocer, de manera somera la configuración social de los asiduos clientes al salón pero, ¿cuáles son sus pautas de asistencia?

Veamos a continuación qué sucede al respecto. Como se indicó en este ensayo, el Centro de Convenciones empezó a funcionar

como actualmente lo hace, desde 1995. Quienes conocieron el lugar desde entonces, constituyen una quinta parte, al igual que los que llevan un año y menos de seis meses. Un porcentaje mayor se observa entre aquellos que llegaron hace dos años. Pocas personas visitaban por primera vez el lugar; de igual forma, contados eran los que conocieron Aditec cuando funcionaba para celebraciones particulares.

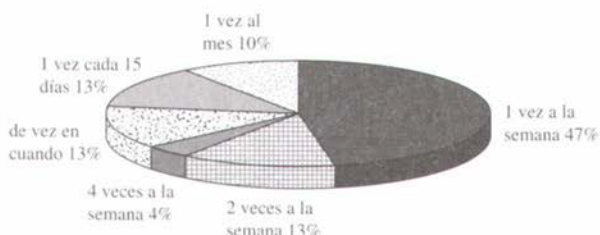
### ¿HACE CUÁNTO TIEMPO ASISTIÓ POR PRIMERA VEZ A ESTE SALÓN?



Un dato muy importante, derivado del interior, es que más de las tres cuartas partes de las personas que conocieron años o meses atrás el lugar han seguido asistiendo regularmente al mismo. Los pocos que no lo han podido hacer esgrimieron las siguientes causas: falta de tiempo, mucho trabajo, asistencia a otros salones. Una persona adujo que no le gustaban las orquestas que ahí tocan y otra más que hay mejores lugares, no obstante ambas estaban ahí.

Entre los que han seguido visitando el lugar desde la primera vez que lo conocieron, hay que decir que su asistencia se da con mucha frecuencia, pues casi la mitad de ellos va una vez a la semana y una sexta parte lo hace dos veces, aunque se registra esta misma cifra entre aquellos que hacen presencia una vez cada 15 días, una vez al mes y los que lo hacen ocasionalmente. No faltan aquellos que asisten cinco o cuatro veces a la semana (alrededor del 4 por ciento), cosa que pueden hacer porque están solteros, aunque tienen más de 40 años y suelen ir solos, viven o trabajan muy cerca del lugar y, evidentemente, les gusta mucho bailar.

### ¿CADA CUÁNDO VIENE A ESTE SALÓN?



Una gran proporción de los clientes se hace acompañar de amigas y amigos, aunque también se da la modalidad de mujeres que llegan sólo con amigas y hombres con amigos. Varias personas acuden solas al lugar, pero ahí se encuentran con sus amistades. Casi un 10 por ciento llegan solas o solos, aunque no tengan conocidos en el lugar. Pocos se hacen acompañar por el esposo(a), el novio(a), pareja de baile o parientes.

La gran mayoría de los asistentes ha visitado, tiempo atrás, otros lugares para bailar en la ciudad de México. Un dato muy importante de subrayar es que una tercera parte de los entrevistados resultaron ser bailarines de mucha experiencia, pues tienen más de 10 años acudiendo a los recintos consagrados al baile.

También es interesante advertir que alrededor del 75 por ciento asiste actualmente a otros sitios para bailar. Los más mencionados son, siguiendo el número de referencias: Caribe, Los Ángeles, California, Colonia, Forum, Candela, Riviera. Con un número notablemente menor que los anteriores, aparecen mencionados los siguientes lugares: Tropicoso, Antillanos, Xiada, Salón Q, Meneo, Tropicana, Las Flores, Maraka, Hidalgo, Confeti, Fiesta Latina, Carrusel, 4:40, Montaña y Son de Azúcar.

Si observamos detenidamente el dato anterior podemos afirmar que al Centro de Convenciones acude un porcentaje importante de bailarines asiduos sobre todo a los viejos salones de baile y a los establecimientos que funcionan en forma similar. Un cliente del salón Los Ángeles que ahora asiste a Aditec, nos comentó que la

obra de teatro que se está presentando en dicho salón (Aventurera) ha propiciado que muchos de sus “colegas” vayan a otros lugares a bailar.

#### SEXTO MOVIMIENTO: OTRA VUELTA AL SALÓN, AHORA DE CACHETITO

COMO BIEN se puede observar en el apartado anterior, en la ciudad hay una amplia oferta de recintos para los bailes de origen afrocaribeño. Ante este panorama, consideramos que era muy importante poder encontrar los aspectos que hacen de Aditec un espacio atractivo para los bailadores que gustan de ese tipo de música. Formulamos entonces tres preguntas que en apariencia son muy similares, pero cada una de ellas brinda un elemento particular.

La primer pregunta se refiere a las causas por las cuales las personas entrevistadas asisten al Centro de Convenciones; las respuestas más recurrentes son:

- Llegaron por invitación o recomendación, formulada por amistades o especialistas en salud.
- Vienen a este lugar y no a otros, porque les queda cerca del trabajo o de su casa. También por estar ubicado en cuanto a los sistemas de transporte.
- Vienen para convivir con sus amistades y/o para divertirse.
- Ahí se sienten a gusto, ya que les resulta familiar y le han tomado aprecio.

¿Qué encuentran de especial en este lugar?, fue la segunda pregunta formulada, cuyas respuestas se acompañaron de expresiones tales como: “aquí todo está bien”, “tiene buena ventilación”, “está mejor alumbrado”, “hay muchas mujeres para bailar”.

Ante la tercera pregunta: ¿qué es lo que más le gusta del salón?, encontramos, entre otras, las siguientes opiniones: “el horario”, el tipo de gente que viene”, “que es un lugar muy sano”, que no hay consumo mínimo”.

Fue muy importante detectar, que además de las respuestas anotadas, otros indicadores que tuvieron las frecuencias más altas en las tres preguntas, fueron: el ambiente, el tipo de música, la seguridad, el servicio y la convivencia. Estos son los aspectos que, en consecuencia, constituyen dicho lugar desde la perspectiva de los clientes. Pero si analizamos los término empleados advertimos que uno de ellos sintetiza a los demás: el ambiente, entendido como el resultado de la conjunción de los siguientes elementos:

- La seguridad.
- El bajo consumo de bebidas embriagantes.
- El horario y los días en que está abierto.
- El tipo de música, su interpretación en vivo y la predilección por ciertas orquestas.
- La convivencia establecida por el tipo de relaciones que ahí se suscitan.

El servicio, es decir, el trato que reciben por parte de la empresa.

Los tres últimos factores de los arriba anotados, además de crear un ambiente determinado, inciden notablemente en la configuración de identidades y por ello quizá es que la gente le da mayor relevancia para la caracterización del lugar. Por su notable importancia serán tratados más adelante. Veamos antes qué puede inferirse a partir de los primeros tres factores.

El Centro de Convenciones se distingue por su seguridad, garantizada no sólo por la persona que en la entrada del local evita la introducción de armas, sino por la naturaleza misma del lugar: ser un espacio de convocatoria para la realización del baile. Tal fenómeno se percibió por los clientes con frases como: “es muy tranquilo”, “muy sano”, “aquí la gente viene a bailar y no a otra cosa”, “hay mucho respeto”, “aquí no vienen borrachos”.<sup>8</sup>

La escasa ingestión de bebidas embriagantes se pudo comprobar a través de una constante observación y también entrevistando a

<sup>8</sup>Cabe advertir que esta característica la comparten todos los recintos que forman el circuito de lugares dedicados exclusivamente al baile, a diferencia de los bares, discotecas, centros nocturnos y otros.

los meseros. Así se pudo constatar que los martes, miércoles y domingos sólo el 0.5 por ciento de los clientes pide una botella o copa, lo cual significa que de cada 200 personas solamente una toma alcohol. Los jueves y viernes el consumo de estas bebidas se duplica, ya que de 1,000 personas, el 1 por ciento realiza este consumo, que sigue siendo muy bajo si se compara con otros sitios en donde existe servicio de bar.

El hecho de que Aditec esté abierto casi todos los días con un horario vespertino facilita que los aficionados al baile puedan acudir a dichas instalaciones sin afectar sus relaciones laborales ni familiares. Esto favorece también la asistencia de un número considerable de amas de casa. Es un horario que se adecua a las condiciones de vida de las clases trabajadoras que, en su mayoría, no tienen vehículos de transporte privado. Tiene la virtud, además, de ser un lugar de fácil acceso pues está cerca del metro (entre las estaciones de San Cosme y Revolución), de la avenida Insurgentes y del Circuito Interior.

Sin que su ubicación sea un factor determinante del ambiente creado en el interior de Aditec, punto que estábamos tratando, sí es un elemento importante que constituye el lugar. Que el Centro de Convenciones se encuentre ahí, y no en otra parte, se debe a que la zona en su conjunto ofrece una serie de servicios a los capitalinos, entre los que se encuentran varios establecimientos dedicados a la recreación y, en particular, a la práctica del baile. Hemos visto que Aditec se inscribe dentro de un circuito y es de esa manera, que se incorpora a cierto tipo de servicios para el esparcimiento que ofrece la ciudad de México.

Habíamos dicho con anterioridad que hay tres factores que además de ser parte constitutiva del lugar, en su sentido antropológico, funcionan como aspectos medulares de la configuración de identidades. Aunque ya enumerados antes, y en virtud de su doble cualidad, es pertinente volver a ellos.

El primero se refiere a la música. Todas las personas que asisten a este lugar comparten el gusto por la música de origen afrocaribeño, conocida popularmente como música "tropical", sin embargo, dentro del amplio espectro de ritmos que esta música posee, se

observa una preferencia por diversas melodías que no suelen escucharse en los medios masivos de difusión por no estar a la moda; esto es, se trata de canciones que son reconocidas por los avezados a estos géneros musicales. Resulta también que ahí se dan cita los seguidores de algunas de las orquestas que se presentan una vez a la semana, además de que algunos de los grupos musicales que son permanentes<sup>9</sup> están ganando a partir de su trabajo en este recinto, un público de simpatizantes. Quizá venga de más recordar que la música tiene la cualidad de generar hondos sentimientos de pertenencia social; es por ello que en torno a los varios géneros musicales se forman distintas congregaciones de consumidores.

La convivencia dada por el tipo de relaciones que en este lugar se suscitan es el segundo factor identitario. Según la encuesta aplicada, el 90 por ciento tiene conocidos en el salón. De éstos, el 22 por ciento alterna con poca gente (de 1 a 5 personas), el 42 por ciento con varios (6 a 20) y el 36 por ciento con mucho (21 a 50). Estos datos nos indican que se trata de un lugar de encuentro y de convivencia; sin embargo, en las relaciones que se establecen predominan las de intercambios esporádicos y/o amistades pasajeras. Sólo una tercera parte de los entrevistados ha logrado establecer una amistad que se mantiene fuera del lugar. Pero Aditec opera también como un espacio propicio para conocer gente y/o establecer nuevas amistades. A ello se debe la asistencia de un alto porcentaje de personas que no tienen compromisos matrimoniales (solteros, divorciados y viudos).

En torno a la convivencia surgen diversos fenómenos. Uno de ellos es la posibilidad de que la gente joven (menores de 30 años) comparta gustos musicales y estilos coreográficos con la gente mayor. Otro aspecto se relaciona con las opiniones que tienen sobre las personas que también asisten al lugar, las que según la encuesta, son alegres, educados, abiertos, respetuosos, tranquilos, decentes, agradables, amables, sanos, limpios, sencillos, de ambiente, muy unidos, les gusta el baile, les gusta divertirse, buenos bailarines, buenas personas.

<sup>9</sup>Nos referimos a las siguientes orquestas: Sin Límite, La Crítica, Descarga Sonora y Grupo Madera.

El tipo de interrelaciones que se observa en el Centro de Convenciones permite, como su nombre lo indica, una larga secuencia de pactos. Por ejemplo, la existencia de un número considerable de bailadores con apodo,<sup>10</sup> nos indica el establecimiento de relaciones cercanas, además de que funcionan como marcas de pertenencias al lugar. Se trata de personas que sólo en este lugar adoptan dicho apodo, ya que fuera de ahí se hacen llamar de otra forma.

El tercer factor, que al mismo tiempo que genera un determinado tipo de ambiente, incide en la configuración de identidades, es el tipo de servicios que ofrece la empresa o dicho en otras palabras, las relaciones establecidas entre los clientes, los empleados y la administración.

La mayor parte de las personas con las que platicamos resaltan el hecho de que ahí reciben un trato amable, una buena atención por parte de los empleados y el empresario. Lo que pudimos apreciar es que existe ya un mutuo conocimiento entre ambas partes, de tal forma que además de saludarse cordialmente, hay cierto grado de amistad entre bailadores y meseros que hace de la estancia un momento de mayor afinidad con el lugar.

Un factor de importancia para los clientes es que no existe consumo mínimo, ya que casi todos los establecimientos exigen que el bailaror sea, ante todo un consumidor de alcohol, comida u otros servicios. Y pese a que no hay consumo mínimo, todas las personas tienen derecho a mesa, es decir que todos los asistentes tienen un lugar donde sentarse, lo cual constituye un rasgo muy característico del Centro de Convenciones, nos advierte el señor Enrique Guzmán. Existe el apartado de mesas siempre y cuando las personas que lo soliciten lleguen antes de las 5:30 de la tarde; en caso contrario se otorgan a otros demandantes.

Claro está que muchos clientes, que a través del tiempo han escogido una mesa o una zona en especial, siempre se sientan ahí, para lo cual procuran llegar temprano. Con base en la encuesta, más de la mitad de los asistentes tiene ya esta costumbre y han escogido

<sup>10</sup>Es importante observar que varios de estos apodos hacen referencias a distintos personajes que aparecen en la televisión.



una mesa o zona determinada porque, según sus propias palabras: “está más ventilado”, “hay más luz”, “podemos ver quién entra”, “es donde están los amigos”. También hay opiniones encontradas: mientras que algunos bailarores prefieren sentarse cerca de la orquesta, otros más guardan cierta distancia de la misma; muchos indican que les gusta estar donde hay más ambiente, en tanto que varios optan por sentarse en donde hay menos gente.

Entre las personas que no acostumbran estar siempre en el mismo lugar, encontramos que la decisión para su elección depende de factores que advierten de la siguiente manera: “donde halla lugar”, “donde se me antoja”, “donde me inviten mis amigos”, “me es indistinto” y “no me siento”.

Tenemos así que las formas en las que los clientes se apropian del lugar son diversas. Otras de ellas dependen de los usos del espacio en el momento de bailar. El punto en donde se concreta un mayor número de bailarores es la pista central pero, como se había señalado al principio de este ensayo, la gente también baila a lo largo y ancho de los cuatro pasillos que se encuentran entre las mesas. En este punto también vemos que hay quienes bailan en el mismo lugar y otros que no tienen preferencia. Los criterios de elección para el primer caso es que, en el lugar escogido se: “ubican los mejores bailarores”, “pueden abarcar pista y pasillo” o “está más vacío que en la pista”.

#### SÉPTIMO MOVIMIENTO: DOS PASOS PA'LANTE Y UNO PA'TRÁS

EL CENTRO de Convenciones, al igual que los viejos salones de baile, funcionan a contracorriente de la lógica de la ganancia impuesta por el proceso de modernización. Se trata de un tipo de lugares (los salones de baile) que estuvieron en auge desde la década de los veinte hasta finales de los cincuenta, con una forma de funcionamiento que en ese entonces eran rentable por estar inscritos en un circuito comercial (constituido por las empresas cinematográfica y disquera); lo cual garantizaba un alto consumo de la oferta prestada. Sin embargo, la lógica con la que operan los salones de baile

dejó de corresponder a las tendencias dictadas por el actual proceso de modernización urbana, que se lleva a cabo bajo el influjo de la globalización y que consiste en el predominio exacerbado de la lógica de la ganancia.

Los salones compiten en condiciones de desventaja con otros espacios que ofrece la ciudad para la práctica del baile, debido a que en éstos se paga tan sólo la entrada sin ninguna obligación de consumo; en cambio, en los lugares se tiene que cubrir el derecho de mesa (*cover*) que suele ser mucho más caro que la entrada a un salón, además del consumo de bebidas estimulantes y sus dueños no están obligados a contratar orquestas.

Platicando con el señor Enrique Guzmán acerca de este problema, nos hace ver que la baja rentabilidad de su negocio se debe, además de los factores antes mencionados, al hecho de que tiene que pagar varias partidas a la delegación política (patrulla, permisos, etcétera) y cubrir los sueldos de 38 empleados, de los músicos junto con el que se encarga de la música incluyendo las respectivas cuotas sindicales,<sup>11</sup> lo cual significa una erogación mensual de alrededor de 17,000 pesos.

Este lugar se mantiene gracias a la colaboración de muchas personas, sobre todo de los integrantes de las orquestas, nos comenta el señor Guzmán, pues éstas le cobran barato en consideración del bajo monto que alcanzan las entradas (alrededor de 28,000 pesos a la semana). Para nivelar la situación económica de los músicos, acordaron realizar una vez al mes los “Súper Sábados Salseros”, cuya organización corre a cargo de alguna orquesta y todo lo que entra es para los músicos. Por desgracia no han tenido mucho éxito, continúa el señor Guzmán, porque ese día no suelen asistir muchos bailarines.

El trato que les da la delegación no guarda proporción con las bajas ganancias que se obtienen por el servicio prestado al público. Por ejemplo, por poner anuncios que dan a la calle les cobran 3,000 pesos, y dada la falta de recursos económicos los tuvieron

<sup>11</sup> Quienes ponen la música grabada en los establecimientos para bailar pertenecen a un sindicato.

que retirar. El señor Guzmán no se explica cómo es que a los empresarios de los otros salones que operan en la zona les alcanza para imprimir y pegar alrededor de 3,000 carteles.<sup>12</sup> Él, en cambio, utiliza como forma de propaganda un anuncio sin cargo en *Jaoli*, una revista mensual de distribución gratuita.

Como la empresa no cuenta con recursos para montar una amplia propaganda, el señor Guzmán ha ideado formas para hacerse de más clientes. Una de ellas es la promoción de descuento del 20 por ciento a los sindicatos de los trabajadores de la Compañía de Luz, Teléfonos de México (empresas que tienen sus centrales muy cerca del lugar), Metro e ISSSTE. La Unión de Taxistas que opera en la zona también goza de ese descuento.

Otro recurso que asimismo le ha garantizado cierta afluencia de clientes es la organización de celebraciones y conmemoraciones especiales. Entre las primeras están:

- Posada especial para los clientes y gente de la tercera edad. Se cobra 10 pesos la entrada, hay letanía y se regala aguinaldo.
- “Taquizas”. Se organiza una vez al mes a partir de enero y hasta abril; se ofrecen tres tacos a cada cliente.
- El 9 de mayo se celebra el aniversario, se regala pastel y se rifan regalos.
- El 10 de mayo se regalan abanicos y/o flores a las mamás y se rifan regalos.
- El 15 de septiembre: “Gran Noche Mexicana”. Este año se cobró 70 pesos por adulto y 50 pesos por niño, ya que se incluyó la cena, los mariachis y los “juegos mexicanos” (espantasuegras, brujitas, sombreros). El grito lo acostumbra dar alguno de los clientes; en esta ocasión le correspondió a un niño que venía vestido de charro.
- Día de Muertos.
- Día del anciano (con butaca).

<sup>12</sup>Atendiendo a un marco de competencia empresarial entre los establecimientos que hay en el centro de la ciudad de México, estos lugares suelen esgrimir lemas para anunciarse en los carteles, como por ejemplo, “Salón Caribe: el salón y la pista más cómoda para bailar en México”, o bien, “Salón Candela: el salón más prendido de México”.

Además de estas celebraciones, se llevan a cabo otras dos actividades: clases de baile y campeonatos. Las primeras surgieron a raíz de que el señor Guzmán notó que la gente joven no sabe bailar, la razón por la cual no se atreven asistir regularmente al salón, en donde además suelen encontrar únicamente a gente madura. Desde hace tres años comenzaron a impartirse clases de bailes de salón: los martes y miércoles de 15:00 a 16:00 horas. Y cada vez que termina un curso se organiza el campeonato de baile, que por lo general se efectúa los domingos de enero, dando como premios: un viaje a Acapulco, una televisión, un horno de microondas, tres licuadoras, tres sandwicheras, cincuenta pases entrada al salón, 25 cortes de cabello y trofeos.

La realización de tales eventos ha dado como resultado un mayor acercamiento entre la empresa y los clientes, quienes poco a poco han ido sintiendo que son parte activa y fundamental del lugar. Este sentimiento de familiaridad se expresa a través de varias formas; por ejemplo, hay quienes piden a los meseros que les guarden la botella que ese día no se acabaron para otra ocasión; o bien señoras que han ido a la empresa para denunciar a personas que dañan los manteles. También es habitual que muchos de los clientes celebren aquí sus cumpleaños; esto representa no sólo una forma de apropiación del lugar, sino además una estrategia económica formidable por quienes lo hacen. Si tomamos en cuenta que las casas de los trabajadores suelen ser pequeñas y carecer de buenos equipos de sonido, el salón les brinda esos elementos además del servicio de meseros, cobrando sólo la entrada. Una forma de agradecer lo anterior consiste en hacer llegar un trozo de pastel a la empresa siempre que se celebra un cumpleaños. "En domingo me han enviado hasta 15 rebanadas de pastel", nos comenta muy complacido el señor Guzmán, quien además concluye:

Es muy difícil sortear en estas condiciones el mantenimiento del lugar, por ello es que mi socio me propone que cambie-  
mos de giro a algo que sea mucho más rentable, o bien, que ahora que se acercan los festejos de fin de año hagamos contrataciones privadas. Yo me resisto a la primera opción porque ello

implica entre otras cosas un cambio de personal y yo no puedo hacerlo porque me siento comprometido con mis empleados, además es el último de los negocios que quedaron del corporativo Aditec y por principio moral quiero mantenerlo así. Por ejemplo, cuando les comenté a algunos de los bailadores que era posible el cierre del salón, a los pocos días recibí una carta firmada por 380 personas de la tercera edad, pidiéndome que no lo haga, que ellos proponen en cambio que para resolver el problema suba el precio de entrada, pero yo sé que esa medida no la puedo tomar pues muchos otros clientes dejarían de venir.

#### ÚLTIMO MOVIMIENTO: GRACIAS POR BAILAR CONMIGO

LA DESCRIPCIÓN etnográfica hasta aquí vertida nos permite intentar la elaboración de una respuesta a la pregunta planteada al inicio de este ensayo: ¿Cómo es que Aditec se ha constituido en un lugar (en el sentido antropológico) y de qué manera en su interior se configuran identidades que tienen como referente la urbe?

Se trata de un espacio de encuentro y participación. Lo primero adquiere un carácter múltiple: se hacen nuevas amistades, se refuerzan otras, se originan noviazgos, además de que gentes de los más diversos puntos de la ciudad y con oficios varios, ahí confluyen y dialogan. Cada uno de los asistentes realiza una práctica (el baile) que atiende a una tradición cultural, dentro de un ambiente de convivencia en la que a la vez que observa es observada. La participación consiste no sólo en el hecho de que todo aquel que quiera puede bailar, sino también en que los clientes se han ido apropiando del lugar, logrando tal familiaridad con el mismo, que éste pareciera ser una extensión de sus casas.

Aditec forma parte de una serie de lugares con características similares, esto es, se inscribe en un circuito integrado por los establecimientos que funcionan como salones de baile, los cuales pueden ser entendidos como escenarios para el desenvolvimiento de expresiones corporales y para el desarrollo de interacciones sociales que no se dan en otros ámbitos de la vida urbana. Teniendo como so-

porte la práctica de baile es que se establecen las fronteras físicas y simbólicas y es a través de las formas de apropiación que los clientes hacen del lugar un espacio de identidad.

Con lo anterior queremos decir que la relativa heterogeneidad que se da en el terreno socioeconómico de los clientes sufre un proceso de homologación dentro del lugar, toda vez que la práctica del baile, aunque se efectúe en formas diversas, genera una identificación en los asistentes. Es así que entre ellos se da una comunión: ser adeptos, o mejor dicho, adictos a una actividad que a todos les confiere placer. Y si bien, al interior surgen ciertas competencias en cuanto a conocimientos y habilidades físicas, se puede afirmar que las jerarquías derivadas del nivel económico, no son determinantes para las relaciones sociales que ahí se establecen.

¿Aditec es un espacio generador de identidades o sus usuarios ya poseen una identidad que proyectan o recrean dentro de este recinto? En el párrafo anterior se indicó que los asistentes experimentan una comunión en torno a la realización de una práctica cultural que les es sumamente significativa, e incluso, central en su vida cotidiana. La notable regularidad con la que tres cuartas partes de los clientes frecuentan Aditec y otros salones de baile, nos llevan a la conclusión de que éste es uno de los varios lugares en los que “la familia del baile” se da cita.

En un estudio que realizamos sobre los antiguos salones de baile de la ciudad de México,<sup>13</sup> observamos que existe un grupo de personas (cuyo número aún no hemos podido evaluar) que forma una especie de familia trashumante y sin parentesco sanguíneo, cuyo núcleo de identificación es el interés, el gusto y al necesidad de bailar y escuchar una música determinada: la afroantillana. Esta tribu, adoptando la categoría de Maffesoli (1990), cuenta con un territorio físico conformado por todos los lugares que integran el circuito antes señalado (salones de baile y otros lugares que funcionan como tal), los cuales sirven como soportes para el establecimiento de sus redes de relaciones.

<sup>13</sup>Véase Sevilla, 1998, p. 257.

Se trata de una tribu en cuyo interior coexisten varios grupos pequeños, que no constituyen una agrupación organizada, pero que sí tienen capacidad de organizar diversos encuentros a los que asisten varios de ellos.

Los lugares que integran el circuito, dentro del cual está Aditec son espacios de socialización de esta tribu y a través de ella se va generando un sentimiento de pertenencia triple: primero como un sujeto que se autorreconoce y es reconocido como bailarín, segundo como integrante a un colectivo con quien comparte la "adición" por el baile y, finalmente, como usuario o cliente de uno o varios lugares en donde puede expresarse corporal y colectivamente.

Claro está que la pertenencia social de los sujetos a esta agrupación no es absoluta, pues cada uno de ellos puede o no ser miembro de otras comunidades afectivas (clubes deportivos, grupos religiosos, etcétera), además de presentar distintos niveles de adscripción identitaria (la familia, el barrio, la profesión, el sexo, la edad, entre otros).

Dentro de esta familia trashumante hay quienes optan por anclarse en un lugar, en el caso de Aditec ello se está dando, pero hay que tomar en cuenta que tan sólo lleva tres años de operar en forma similar a un salón de baile, por tanto se ha hecho de una clientela que tiene pocos años de apropiación de su espacio a diferencia de los viejos salones de baile que cuentan con una clientela muy enraizada.

Bailar, pero en estos lugares, resulta ser entonces una necesidad vital para quienes integran esta tribu, por lo que dicha actividad adquiere un carácter terapéutico que sirve como atenuante ante la angustia que da vivir en una ciudad tan compleja y adversa como lo es la de México.

#### BIBLIOGRAFÍA

AUGE, Marc (1993), *Los "no lugares". Espacios del anonimato*, Gedisa España.

- GARCÍA CANCLINI, Néstor (coord.) (1993), *El consumo cultural en México*, México, Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (pensar la cultura).
- GIMENÉZ, Gilberto (s/f), "Territorio, cultural e identidades. La región socio-cultural", Instituto de Investigaciones Sociales de la UNAM, (inédito).
- MAFFESOLI, Michel (1990), *El tiempo de las tribus. El declive del individualismo en las sociedades de masas*, Icaria, España.
- RIVERA, Manuel (1974), *México pintoresco, artístico y monumental*, Editorial del Valle de México, México.
- SEVILLA, Amparo (1998). "Los salones de baile: espacios de ritualización urbana" en Néstor García (coord.), *Cultura y comunicación en la ciudad de México*, UNAM/Grijalbo, México.





EDGAR MORÍN M.

## *Los skándalos de Alicia*

*Para Roco y Serge Gruzinsky, por aquella noche.*

**E**SCENARIO: El Multiforo Alicia, sobre avenida Cuauhtémoc entre las calles de Durango y Colima en la colonia Roma, ciudad de México. Pasadas las diez, en esos días que oscurece temprano, cerca de una centena de jóvenes se arremolina frente a la reja de no más de metro y medio de largo cerrada con cadena y candado, donde los *Alicios* prácticamente están atrincherados para impedir un *portazo*. El lugar está a reventar, así que por razones de seguridad esta noche no entra nadie más; puede ser peligroso, dice Ignacio Pineda –responsable del lugar–, quien sale a dialogar con los chavos y a convencerlos que no podrán pasar.

Hay un constante estira y afloja. La mayoría está a la expectativa para poderse colar, pues este es uno de los pocos sitios donde a muchos que no tienen dinero se les da chance de entrar sin pagar los 30, 50 o hasta 60 pesos que llega a costar la entrada. Pero al menos hoy Nacho, como todos le dicen, no cede: se esgrimen todo tipo de argumentos que pasando por las súplicas al *tío* recién conocido, van de chistes y bromas a las amenazas de un pospunk visiblemente hasta su madre; todos creemos tener pretextos suficientes para ser excepción y entrar al skándalo que a ratos desata un baile tan intenso que hasta la calle cimbra; tal vez por eso algunos sugieren dirigir una bocina hacia afuera para ahí mismo ponerse a bailar, lo que no es mala idea pero sí algo poco factible.

Pineda contraargumenta diciendo que ya no caben: *es peligroso que entren más, esto se puede caer. Les dije que llegaran temprano.*

Pero también se faja e incluso está dispuesto a echarse un *tiro* con el hasta su madre alborotador. Algunos esperamos pacientemente poder entrar, mientras grupos de chavas y chavos fluyen por ambos sentidos de la calle porque para muchos jóvenes y *skáseros* de esta ciudad, el Alicia forma parte de sus circuitos; por eso se enteran de las tocadas a través de redes de sociabilidad, comunicación y transacción (Joseph, 1988), esto es, por medio de amigos, volantes, y algunos anuncios que de cuates algunos locutores de radio hacen. Los chavos llegan, platican, esperan sentados en la banqueta, hacen tiempo y *están*, algunos beben cerveza con disimulo pues rondan patrullas *buscando a quién apañar*.

La oferta cultural de esta megaciudad siempre es contrastante, tan sólo basta mirar el entorno o al menos, el negocio contiguo. La aglomeración de jóvenes frente a la reducida fachada decorada con graffiti –al igual que la cortina– que reza Alicia, discrepa del desolado bar que está a un costado, con alfombra roja en la entrada, empleados de traje que no atraen clientes y servicio de valet parking; de hecho, si la mayoría de los asiduos al multiforo llegara en coche, no sería difícil que algunos despistados lo dejaran con el valet. Pero no es así, los pocos que llegan en *ranfla* se estacionan en calles laterales o en la avenida Cuauhtémoc que ya fue redecorada con *tags* –rúbricas con aerosol o marcador sobre paredes–, y otras más con objetos filosos sobre vidrios –el *scribing*–, que marcan la ruta para llegar caminando desde el metro Cuauhtémoc o Niños Héroe. Ambas estaciones, y el recorrido por algunas tiendas, puestos ambulantes y taquerías, prácticamente son el final del camino; las travesías comienzan en otros puntos de la metrópoli, incluso en sitios tan distantes del Alicia como Xochimilco, Neza York (o ciudad Nezahualcóyotl, para los poco enterados), Tlalnepantla o la delegación Gustavo A. Madero, lo cual evidencia que cada vez es menos claro dónde empieza y dónde acaba la ciudad: policéntrica y vivida fragmentadamente, es una y muchas, un gran *escenario* que conecta entre sí a diversas sociedades y donde coexisten múltiples culturas (García Canclini, 1998), las cuales a partir de cierta pertenencia de clase –pues la ciudad también segrega y excluye–, establecen sus propias rutas, circuitos y enclaves.

El Alicia forma parte de los circuitos de entretenimiento de algunas culturas juveniles ciudadanas, como los *skáseros* por ejemplo: “por placer” confluyen y llegan chavos de distintos rumbos; ahí crean y despliegan ciertos planos de su identidad –de rol, pertenencia, biográfica, y sus atributos distintivos (Giménez, 1997)–, así que este lugar es otro escenario en el que *a través de la música* se refuerzan identidades colectivas e individuales. De ahí que en este, como en muchos otros sitios, la música sea lo central; a través suyo, nos con-movemos y vivimos simultáneamente experiencias desde lo racional, lo emotivo y lo corporal (Ochoa, 1998). La música resulta aquí el eje central por lo que a identidad se refiere, e incluso condiciona al lugar.

En este foro diario se toca un género distinto, así que de la mezclilla y la facha cecehachera se pasa al negro o a la ropa colorida según quién toque, de un día para otro cambia la edad y el público. Aunque en ocasiones hay ocho grupos, de miércoles a sábado lo común son carteles de tres a cinco bandas que en su mayoría comienza –actúan cerca de 20 conjuntos en los cuatro días que abren–, así que cada semana se presentan distintas tendencias musicales que el término rock suele englobar como Ská, Hardcore, Hip Hop, Reggae, Metal Power y Funk Metal, además de Rupestres y hasta un poco de Jazz –al mes, la cifra oscila entre 80 y 100 grupos. Se ejecutan géneros y subgéneros que pertenecen, o se vinculan, al *soundtrack* o banda sonora de la urbe, el rock es lo más parecido al sonido de la ciudad reza el cliché. Sin embargo, como la asociación musical más fuerte con que se relaciona a este lugar es el ská –de hecho, parte importante del auge del género a mediados de los noventa se originó aquí–, es importante al menos esbozar en qué consiste y cómo ha evolucionado.

## SKÁ

POR sí misma, la palabra tal vez no signifique nada; como en otros géneros musicales, se tejen diversas historias sobre los orígenes de su significado: que el nombre viene del sonido de la guitarra, o que

era una forma empleada para referirse al cambio de ritmo. Lo más importante es que el ská ha sido música para bailar –sobre todo al tocarse en vivo–, que el contenido de sus letras mayoritariamente aborda temas sociales, que actualmente la ecléctica construcción de su sonido –la combinación del ská beat con cualquier estilo concebible– musicaliza la diversidad de estos tiempos, y que es música a través de la cual confluye y se conforma parte de la identidad de los asistentes a este lugar.

En México, la música ská vive su apogeo aunque se conoció y bailó un poco en los sesenta; su llegada importante se gestó en la primera mitad de los ochenta cuando bandas como los Specials, Selecter o Madness, editaron discos en sellos discográficos que se conectaron, o eran parte de industrias culturales con distribución internacional. Eso hizo que se escucharan en nuestro país a través de la radio, y se consiguieran en algunas tiendas; salvo Madness con su *One step beyond*, el resto de las bandas en contados programas y acetatos importados.

En ese entonces, la recién creada Maldita Vecindad y los Hijos del Quinto Patio, se interesa por el ská y son los primeros en mezclarlo, entre otros géneros, con la música mexicana. Cuenta Roco,<sup>1</sup> cantante de la banda, que a mediados de los ochenta fue imprescindible

el primer disco de los Specials que traía rolas como *Message to you*, casi una cumbia, increíble. Cuando la oímos, visualizamos todo lo que nosotros podíamos hacer de fusión, de mezcla, de música mexicana con el ská. Luego, bandas como Bad Maniacs, Selecter, Bob Marley por supuesto, todo el reggae con la idea de las letras y esa posición. The Clash, que era toda la actitud punketa y al mismo tiempo súper prendida y politizada, también los discos de los Boomtown Rats.

Este guisado se tradujo inicialmente en dos grabaciones: su álbum debut en 1989, el cual coincide más con un cierre generacio-

<sup>1</sup>Entrevista con el autor, 14 de mayo de 1997.

nal, y en 1991 El Circo que musicaliza este relevo y potencia al ská como base rítmica de parte importante del actual rock mexicano, y en particular de los skáseros –que en su mayoría no rebasaba los 14 años cuando apareció el disco, el más vendido en la historia del rock local–. Creo que a partir de esta obra, y de la posterior influencia de bandas como Los Fabulosos Cadillacs de Argentina, e incluso la extinta Mano Negra de Francia (que no fue precisamente ská, pero aportó algo de la idea de una música multicultural que se nutre de todos lados), así como de una cada vez más densa red de cruces musicales y culturales –locales y globales por supuesto–, se está gestando el actual ská en nuestro país.

El auge de este ritmo evidencia que bajo la música confluyen ciertos planos de identidad. En tanto sentimiento de pertenencia en común, capacidad de distinguirse de otros grupos, generar símbolos y representaciones sociales específicas y distintivas, así como reconocer ciertos atributos como propios y característicos (Giménez, 1997), la identidad colectiva de muchos jóvenes pasa por la música y luego por el lugar; Alicia es uno de los escenarios –pero no el único– donde los skáseros, entre otros grupos sociales, ponen a escena estas propiedades identitarias: *la música adscribe y en el lugar antropológico se escenifica*.

En su “Reggae, rastas y rudies”,<sup>2</sup> Dick Hebdige escribe:

en un buen reggae, la música y las palabras están sincronizadas y coordinadas en un nivel que elude una interpretación fija. Los esquemas lingüísticos se convierten en esquemas musicales y ambos se fusionan con el metabolismo hasta que el sonido se hace abstracto y de un significado no específico. *La lengua abdica ante el lenguaje corporal*, la creencia y la intuición; el reggae se resiste a la definición tanto por la forma como por sí mismo. La forma, por tanto, es inherentemente subversiva; y fue en el campo de la forma donde los muchachos calle-

<sup>2</sup>Dick Hebdige, “Reggae, rastas y rudies”, en James Curran y otros, *Sociedad y comunicación de masas*, pp. 480-494.

jeros jamaquinos realizaron sus innovaciones más importantes.

Esto bien puede extenderse a la música de toda la isla en general –donde también surge el ská–, un mosaico que incorpora todas las ramas que constituyen la cultura jamaquina: los esquemas de llamada y respuesta de la Iglesia Pentecostal, el habla callejera, el sexo y el modernismo del *Rythm and Blues*, la percusión insistente de las *jam sessions* del *lockman*. Por eso, la música es polimorfa y concentrarse en un componente a expensas de los demás implica una reducción de complejos procesos culturales.

La música ská surge en Jamaica al inicio de los sesenta, se genera y difunde principalmente entre los jóvenes de ghettos pobres y su estigma es producto de la “simbiosis sutil y permanente” entre música y delincuencia en barrios marginales de West Kingston a cargo de los célebres *rude boys*. Musicalmente, el ská es consecuencia de la alquimia entre música importada con formas subterráneas establecidas que fueron traídas desde África, esto es, de transacciones culturales entre formas locales como el Mento, con ritmos africanos y el *Rythm and Blues* estadounidense que llegaba a través de la radio. Hebdige lo describe como

una especie de *shuffle* a sacudidas tocado con una guitarra eléctrica con los agudos a más potencia. El énfasis, como en el R&B, está más en el *upbeat* que en el *offbeat*, y es acentuado por el bajo, la batería y las secciones de metal. Estructuralmente, la música ská es una versión al revés del R&B.<sup>3</sup>

El segundo momento del género arranca casi simultáneamente que su aparición, debido a las oleadas de emigrantes instalados en Gran Bretaña. Transmitido inicialmente a través de redes casi exclusivamente nativas, el ská –y poco después otros géneros como el reggae– pronto entró en contacto con *mods* y muchos otros jó-

<sup>3</sup>*Ibidem*, p. 485. También véase a Cristina Cavalcanti, “Rastafari”, en Carlos Chimal, *Crimes. Otras lecturas de rock*, pp. 112 y ss.

venes blancos que vivían en los mismos barrios pobres; sus letras resultaban inlegibles para todos aquellos excluidos de la clase media donde florecía la dominante cultura hippie, satisfacían las necesidades de aquellos a los que la música pop ya no prestaba atención. Era un sonido underground, música secreta que “se diseminó en la atmósfera masónica de las interacciones subculturales y comunales estrechas” (Hebdige, *op. cit.*).

Los contactos interraciales e interculturales entre negros y blancos pobres, pasaron por momentos de cierta integración cultural en la cual durante un buen tiempo chavos blancos –e inclusive *skinheads*– imitaron el estilo de los rude boys –en baile, ropa, léxico; pero también atravesó por periodos de tensiones.

Fue con la llegada del movimiento punk, a mediados de los setenta, cuando se coció la explosión del ská británico: se mezcla con la música punk y otros sonidos de la clase trabajadora; se acelera el *tempo*, surge el sello discográfico 2-Tone (dos tonos), y aparecen bandas que inclusive llegaron a los *pop charts* o listas de popularidad como los Specials, Madness, Selecter o The English Beat. Al parecer, fue el logotipo de 2-Tone –inspirado en una fotografía del ya desaparecido músico jamaicano Peter Tosh, de los primeros promotores por la legalización de la mariguana–, la imagen que contribuye a generar el estilo de la época con colores para promover la integración racial: un hombre en traje negro, playera o camisa blanca, corbata negra, lentes oscuros, sombrero *pork pie* y calcetines blanco y negro. El ská británico se comienza a propagar por el mundo masivamente al inicio de los ochenta con esta iconografía, a la que tiempo después se le añadirán huesos y calaveras, y ante todo con una rápida *música para bailar que no evadía letras con consignas sociales*, mezclaba varios sonidos, y era cocinado por bandas interraciales de origen obrero con guitarras rasgueadas, batería en *offbeat* y sección de alientos.

La desaparición de 2-Tone en 1985 da por terminado el segundo momento del género, pero su circulación fluía y el contagio ya estaba hecho; la tercer ola del ská, que todavía se vive, arranca cuando jóvenes de otras partes del mundo lo conocen por medio



de discos o radio y les gusta, así que por doquier dan inicio nuevas transacciones culturales: el ská *beat* resulta compatible con cualquier tipo de estilo musical dando lugar a cosas como el skápunk, o al fusionarlo con el hardcore, skácore por ejemplo. A partir de ese momento, se multiplican tendencias puristas que miran hacia Jamaica, otras en el estilo retro de 2-Tone, y más recientemente como parte de la patineta y otros deportes de extremo, muchas de ellas en el mercado subterráneo, cualquier cosa que esto signifique, hoy día y actualmente varios de ellos viven un importante auge mass-mediático.

#### LA NOCHE IMAGINARIA

COMO VIMOS, la música constituye el eje central por lo que a la identidad se refiere e incluso condiciona al lugar. Lo urbano es el contexto para las actividades de múltiples culturas juveniles, e inspiración para muchas canciones. Sobre todo de noche.

Una de las apuestas del proyecto inicial de Alicia, fue “recuperar parte de la vida nocturna de la ciudad”. ¿Qué significa esto? Noche y ciudad son elementos que constituyen atmósfera en múltiples lugares; a fin de siglo y en plena debacle económica, la ciudad nocturna es la continuación de los relatos del desmadre y la bohemia, parte fundamental de las tradiciones juveniles subterráneas “difundidas históricamente en generaciones sucesivas de jóvenes de clase media: la tradición bohemia, centrada en el ataque al puritanismo y en el ensayo de un estilo vital *disipado*; y la tradición *radical*, centrada en la más articulada protesta estudiantil, cultural o política” (Feixa, 1998).

La vida nocturna en la ciudad de México, según cronistas como Carlos Monsiváis y Armando Jiménez, vivió su época de oro de 1920 a 1959, cuando termina gracias al ánimo clausurador del mojigato regente Ernesto P. Uruchurtu; en esa época, la juventud era el “compás de espera entre la niñez y el título de abogado, médico o ingeniero” (Monsiváis, 1978), así que los jóvenes, por antonomasia los estudiantes, se iban colando en estos espacios de lo *disipado*.

Resulta muy sugestivo proponerse recuperar la noche cuando al menos en esa época de oro parece que los jóvenes no ocuparon un lugar central.<sup>4</sup> Cuando se habla de recuperar, creo que en realidad se refiere al imaginario de la noche.

En las representaciones colectivas, los *antros* forman parte de este imaginario oscuro que se opone a la luz y al día. La noche es un tiempo de transgresión, sin iluminación, cuya sustancia reúne valoraciones negativas: ahí cohabitan lo oculto, lo siniestro e invisible, y por eso se considera peligrosa. Basta recordar que es cuando “los animales maléficos y los monstruos infernales se apoderan de cuerpos y almas” (Durand, 1982), o las horas de más riesgo en una ciudad (aunque las estadísticas de la PGJDF, por ejemplo, indiquen un descenso considerable en el número de delitos respecto al día; según sus datos, la ciudad es menos insegura durante la noche). En ese sentido, lo imaginario que es asimilable a la fantasía y se manifiesta simbólicamente, se entrecruza con la realidad que es lo fáctico o demostrable, y con esto se “afecta los modos de simbolizar de aquello que conocemos como realidad y esta actividad se cuele en todas las instancias de nuestra vida social” (Silva, 1992). No sabemos donde termina la fantasía, ésta se diluye con la realidad.

Así como a muchos la noche les resulta amenazante por esa falta de luz, otros gustosos la resignifican y el simbolismo nocturno fluctúa del valor negativo al positivo; los valores nocturnos suelen ser vistos como inefables y misteriosos, pero también se traducen en lugares privilegiados de comunión y júbilo dionisiaco. Y en esta resignificación que opone luz y oscuridad, invierte tiempos, ritmos y horarios de la vida urbana, la noche constituye la “ampliación de los horarios vitales” (Monsiváis, 1994), así como una “ilusión liberadora” (Margulis, 1994), pues se vive en un tiempo en el que los *otros* duermen, o se supone deberían hacerlo: padres, patrones, maestros, esposas, maridos y autoridades.

<sup>4</sup>Creo que la reconstrucción de los espacios juveniles nocturnos antes de los años sesenta constituye una veta interesante en la investigación sobre juventud y lugares antropológicos, pues al menos en nuestro país parece un tanto reciente que los jóvenes *tomen* y hagan suyos ciertos espacios. Sería muy enriquecedor dar cuenta de cómo los chavos se colaban y metían de contrabando a los lugares de la noche, primero, y posteriormente las formas en que se los fueron apropiando.

En la ciudad nocturna cambian los colores y muchos de sus actores, se favorece un clima para la fiesta en la que “es lícito invertir las condiciones habituales de existencia. La fiesta se realiza a través de oposiciones, de este situarse en un plano antagónico, activando lo opuesto de lo habitual opresivo” (Margulis, 1994). Por eso es tan significativo el papel de lo juvenil en la noche y sus fiestas; esta atmósfera forma parte muy importante de los horarios, rutas y territorios de distintas culturas y tribus urbanas –como los Goths, por ejemplo. Sin embargo, no debemos olvidar que ambos elementos no son exclusivos de los jóvenes, que hay otros actores importantes, y al ser procesada por formas sociales y culturales históricamente construidas y diferenciadas, tal como lo plantea Mario Margulis, la noche no es igual para todos: heterogénea y muy diversa, su oferta se especializa de acuerdo a diferencias culturales, sociales y económicas.

¿Cómo han sido en esta ciudad los lugares propiamente juveniles? En la posguerra, los diversos procesos que originaron el paso de sociedades agrícolas a industriales y factores de cambio que derivaron en una “modernización cultural”,<sup>5</sup> en el corto plazo impulsaron por todo el mundo la proliferación de espacios para jóvenes, sólo que en principio más vespertinos como las fuentes de sodas o los cafés cantantes. Así pues, mientras la época de oro de la vida nocturna mexicana (1920-1959) decae, los sitios para chavos comienzan su escalada resemantizando y haciendo suyos nuevos espacios.

En el campo del rock mexicano, del que Alicia forma parte, desde los sesenta hasta entrados los años ochenta, lugares creados ex profeso son muy escasos; por el contrario, y a diferencia del resto de la oferta de entretenimiento juvenil, casi todos sus espacios han sido resignificados y bastante efímeros, fugaces incluso: boliches y pistas de hielo, cafés cantantes, algunos centros nocturnos como el Fórum donde se presentaron los Doors, bodegas, fábricas y pequeños gim-

<sup>5</sup>En dicha “modernización cultural” convergen cinco factores de cambio: la emergencia del Welfare State, la crisis de autoridad parental, el nacimiento del *teenage market*, la emergencia de los medios de comunicación de masas, y la erosión de la moral puritana al transformarse usos y costumbres. Véase a Carles Feixa, p. 34.

nasios convertidos en hoyos fonqui, auditorios, plazas de toros y canchas deportivas para escasísimos conciertos masivos, y a principios de los ochenta algunos espacios universitarios y librerías.

En ese lapso aparecen los primeros lugares roqueros nocturnos más o menos regulares, que de paso constituyen parte del relevo generacional en la comunidad de público y músicos: los hoyos fonqui se irán extinguiendo paulatinamente mientras los grupos que tocan covers y cantan en inglés formarán parte de otra propuesta más relacionada con la nostalgia de generaciones anteriores. En esta transición surgen en la ciudad de México foros como La Rockola (1984-1985), Tutti Frutti (1985-1989), Bar 9 (1985-1989), Lucc (¿?-1992) y Rockotitlán (1985 a la fecha); su existencia, como pasa hoy día en el Alicia y en otros sitios, hizo evidente que el lugar —al menos el de diversión— opera generacionalmente y tiende a lo fugaz, es decir, que no sólo se construye en la tradición, en términos de antigüedad y fundado desde mil y tantos, sino irrumpe con una generación y/o estilo que ahí socializa y cocina algunas de sus producciones culturales como son la música, vestimenta, *fanzines*, libros, performance, videos, etcétera.

Sin duda, el ejemplo más ilustrativo de todo esto es Inglaterra. Antes de salir a la calle y luego expandirse por el mundo, estilos y culturas juveniles primero se han desarrollado en *antros*: los primeros punks se reunían en el Loise's, los New Romantics en el Gossips, o los Goths en la Batcave; e incluso algunos se han gestado en clubs, como el caso de los pervs (“perversos”). La mayoría de estos lugares desaparece con el arribo de la siguiente generación o estilo, y en ello radica parte importante de su fugacidad (y por supuesto, en buscar la permanencia está el reto). Durante la aparición de espacios roqueros nocturnos en nuestro país, distintas generaciones y estilos se reunieron en algunos sitios: en unos se difundió algo de la llamada música “alternativa” europea y norteamericana de ese momento (Tutti Frutti), a otros llegó por primera vez un público diferente al de los hoyos fonqui, clase media ilustrada (La Rockola, Rockotitlán), y en la mayoría hicieron sus pininos los grupos más representativos del actual rock mexicano. Sólo que, a diferencia del

caso británico (además que ese país es un centro neurálgico sobre lo juvenil urbano en todo el mundo), aquí lo efímero además sigue determinado por lo económico y la ambigüedad jurídica que regula los espacios de ocio, lo que en cierta medida ha imposibilitado el desarrollo de aquello descrito como *club culture*, o más localmente lo que sería una cultura de *antros*, es decir, un establecimiento o una red de bares o clubes, que dadas sus características (música que programen, actores y expresiones que ahí converjan, etcétera), durante cierto periodo reúnan o inclusive gesten algunas de las tendencias estilísticas y musicales que van surgiendo en la ciudad (Polhemus, 1997).

### ¿QUIÉN NO HA SOÑADO CON TENER UN ANTRO?

LOS MOTIVOS para deseárselo son muy diversos y suelen ir de la posesión de una inimaginable cantidad de alcohol para emborracharse con los amigos, a volverse rico rápidamente. El antro es término cariñoso que generaliza y engloba una enorme variedad de ofertas en establecimientos que censores de la moral califican como de *vicio*; también es sinónimo de espacio e incluso, como en Alicia, de lugar en el sentido antropológico.<sup>6</sup>

Este multíforo también condensa biografías, tanto de sus creadores como del propio público pues la afectividad marca intensamente al lugar; tan es así, que una de sus apuestas es lograr que el propio público cuide el espacio sin necesidad de seguridad “profesional”. Nacho Pineda,<sup>7</sup> quien es dueño del establecimiento, cuenta que Alicia abrió el primero de diciembre de 1995 en lo que fue un taller de motos y mucho tiempo atrás parte de una iglesia: dos días de inauguración en los que tocaron Antidoping, Van Troi, Lim-

<sup>6</sup>El lugar antropológico se constituye a partir de un lenguaje peculiar; una ritualización específica; un sistema o red conceptual en el que se inserta y de él participa para tener sentido; una jerarquización interna; una demarcación y, finalmente, condensan una biografía e historia. Véase la introducción de Abilio Vergara de este libro. Por otro lado, a lo largo de la etnografía, de modo implícito y en ocasiones explícito se van abordando dichas características.

<sup>7</sup>Entrevista con el autor, 11 de diciembre de 1997.

bo Samba y hubo un performance con Los Invasores. El segundo día fue “la otra cara del Alicia que es el rollo de música un poquito más de vanguardia”, y estuvo Oxomaxoma, Rafael Catana, Deux et Ma-china y un grupo de danza que se llama Asalto Diario. La entrada fue libre y por eso estuvo llenísimo, *se puso hasta el gorro* pero sólo dos días pues

diciembre es un mes malísimo para abrir un espacio si no tienes un cierto nombre o prestigio, si no tienes una campaña de publicidad que te difunda. Abrir en diciembre es la muerte, hay muchas posadas y la gente prefiere irse a una posada gratis, chupa, no paga y echa desmadre.

El espacio es un alucinado homenaje a Lewis Carroll, “por toda esa lógica, ese mundo maravilloso donde existe la cuestión ilógica”, pero igualmente parece celebrar ¿o ironizar, tal vez? la dinámica de este país. Para Pineda, quien antes trabajaba por el Toreo y en otros foros que hizo de puro desmadre, se trata de manejar un rollo subterráneo en las condiciones de una sociedad de pobres: “No tenemos lana, el audio está rentado, todo lo vamos decorando con cuestiones como de desecho: vemos a quién le sobra pintura, a quién le sobra tela, a quién le sobran materiales y a partir de ahí lo vamos decorando.”

Por eso la inversión inicial le causa risa: lo echaron a andar con alrededor de 30 mil cada vez más devaluados pesos con los que pagaron dos rentas; el resto, como 15 mil pesos, sirvió para pintar y acondicionar un poco el lugar.

Dice que contaba con

unos cuates que son muy entusiastas. Ellos querían jugarle un poquito al rollo cultural, querían abrir un espacio; yo no quería hacer nada realmente porque sé que son un montón de compromisos: meterme a pagar una nómina, a pagar rentas, grupos, impuestos. Dices, la verdad, mejor no, pero me convencieron.

La idea era trabajar como un colectivo en el que responsabilidades y dinero se comparten; el proyecto apostaba por crear una cultura de la resistencia, tomar la calle de nuevo, *recuperar la vida nocturna en la ciudad* y de paso generar un lugar para platicar, donde la gente pudiera tomarse una cerveza sin estar obligada a gastar mucho dinero: llegaron “de a poquito, de a 10, 15 gentes, así comenzamos a aguantar, los grupos se portaban bastante decentes, no se sacaban de onda, sabían que no hay espacios”.

Para Nacho, Alicia es un rollo de militancia, de creer y echar a andar proyectos trabajando autogestiva y horizontalmente, como asociación civil incluso; sin embargo, al inicio tuvieron cierta incapacidad interna para poder manejarse, y hubo fracturas consecuencia de *grillas*, de que nadie se quería responsabilizar (sobre todo de deudas, impuestos y trato con las autoridades, pero también de planes y eventos), y de que al menos –según Pineda– dos de los tres fundadores pensaban que hacer un espacio era y dejaba dinero de *volada*, algo frecuente al planear y emprender muchos negocios. Con el tiempo, algunos abandonan el espacio y quienes se quedan trabajan “ya no tanto como colectivo” sino por una paga, aunque sin la idea jerárquica de un jefe; “yo paso de eso”, asegura.

Aunque parezca extraño en pleno apogeo del capitalismo salvaje, es evidente que también hay espacios organizados con una lógica distinta al lucro; según explicó Pineda, incluso ganar dinero con suma facilidad es motivo importante de conflicto. Sin ser el primero ni el único, Alicia forma parte de una corriente de lugares cuyo objetivo central no es la ganancia extrema, el famoso “consumes o te sales”; su propuesta, atraída por el imaginario de la noche, tiene un carácter *alternativo* en tanto opción frente a ofertas de consumo creadas con grandes inversiones económicas y difusión.

Lo alternativo es una suerte de etiqueta para referirse de modo ambiguo, entre otras cosas, a lo independiente, auténtico, no comercial, *antiestablishment* y crítico; todo esto como sinónimo, por cierto bastante común en la industria de la música popular, particularmente en el rock, que a fin de cuentas ha servido para generar más ganancias a los verdaderos dueños del balón, las disqueras. En otro nivel, no mercadológico y para el caso de los lugares, lo

alternativo significa tener una opción distinta a la oferta predominante, inclusive operar al margen de la gran industria del espectáculo y de las instituciones oficiales de fomento cultural y artístico cuya visión es aséptica, *diurna* y académica, como ha descrito Pacho Paredes (1995). Con el auge de bares en el centro histórico de la ciudad,<sup>8</sup> por ejemplo, propuestas como la del Alicia (y otros proyectos como el Circo Volador –actualmente clausurado por autoridades delegacionales panistas– algunos de los ya mencionados o el ya desaparecido Arcano para el caso del jazz), son alternativas en este mismo sentido. Según Pacho, otra característica significativa es la tendencia de estos espacios a convertirse en multiforos donde convergen distintas expresiones culturales –teatro, plástica, video o performance–, que al igual que buena parte del rock local, carecen de lugares fijos o tampoco generan beneficios económicos.

El lugar también está hecho de exclusiones, por lo que no creo que en general los espacios alternativos tengan un carácter “multiclasista” y no selectivo. La clase, el estilo y la generación son los elementos centrales para adscribirse a un lugar donde se escenifican identidades, sobre todo en los habituales, esa suerte de núcleo “duro” que cotidianamente visita el espacio. Aunque los espacios poseen cierta elasticidad que da cabida a los recién llegados, y aun a quienes practican turismo social, parte importante de la construcción de un lugar tiene que ver con la idea de clase, no olvidemos que nuestra pertenencia condiciona nuestros itinerarios y consumos. Hay sitios donde esto es evidente, como en las discote-



Y la música se escucha con el cuerpo,  
fotografía de Arturo Fuentes,  
Archivo IMJ.

<sup>8</sup>Véase revista *Proceso*, núm. 948, 2 de enero de 1995.



cas y su oferta simbólica de estatus, por ejemplo, aunque también existe en los llamados espacios alternativos, sólo que en estos últimos mediante el juego del rechazo y la autoexclusión.

Si bien los procesos de selección no son tan fuertes como en una discoteca, existe una suerte de clasificación simbólica en la que ante todo van al lugar quienes comparten clase —no todos tienen para pagar una entrada— así como determinados estilos, lo cual implica procesos de identificación y selección; por eso, como me dijo Nacho, las únicas bandas que no funcionan en este lugar son los poperos (quienes tocan música pop), a su público “no les gusta el Alicia, lo ven feo. La gente de los grupos poperos está acostumbrada a ir a un antro bonito, un bar suave donde ligan y chupan, aquí no hay eso”. En algunos de estos sitios alternativos juveniles no se impide la entrada, aunque existe cierta autoexclusión, sobre todo por motivos de generación: en este multíforo los asistentes oscilan entre los 15 y 30 años, pero como habitualmente a cada género corresponde su generación, es común que algunos asiduos se saquen de onda cuando en una *tocada* de hardcore, por ejemplo, llegue alguien con facha de señor, por aquello de las canas, así que sin más le espetan un, “¿no se te hace que ya estás muy grandecito para andar aquí?”.

En términos jurídicos, lo más significativo de estos sitios, es la indefinición legal que por muchos años ha fomentado la corrupción de diversas autoridades. Estos espacios operan bajo la Ley para el funcionamiento de establecimientos mercantiles, centrada solamente en la ganancia, así que el gobierno en ocasiones los tolera aunque casi siempre extorsiona y clausura.<sup>9</sup> Sin olvidarse de las quejas constantes de los vecinos por la apariencia de los asistentes y el supuesto exceso de ruido, todos los espacios alternativos nocturnos han padecido esta indefinición legal, aunque sus dueños suelen festejar cómo en ocasiones han sorteado los embates del gobier-

<sup>9</sup>Cabe aclarar que la corrupción a la que se refieren testimonios y entrevistas en profundidad (labor complementada sobre todo con observación participante), abarca los distintos gobiernos priístas de la ciudad, pues apenas iniciaba la transición a un gobierno de oposición.

no. Nacho Pineda lo ilustra, y cuenta cómo Alicia vivió la transición de gobierno:

...los inspectores venían pero veían que la gente pagaba muy poco o no pagaban, veían que muchos de los públicos que llegaban decían no tenemos lana déjanos pasar, los dejábamos pasar. A la hora que tú les enseñabas los boletos, los inspectores se espantaban, te decían puta, ps qué me vas a dar. Les decías, pues te doy lo que se pueda, y si quieres, porque no hay dinero. Si comenzamos a darles un poco de mordidas, ya después hablamos claro con ellos de qué se trataba la cuestión, que nos dejaran trabajar. El lugar ha sido clausurado, al lugar ha llegado la delegación y nos ha cerrado porque no les ha gustado como trabajamos, no les gusta la gente que a veces viene al espacio; se espantan, siguen diciendo que es de lo peor, mientras sabemos que la delegación Cuauhtémoc, donde funciona el Alicia, está llena de giros negros y de puteros (...) esperamos que se modifique el reglamento de espectáculos del Distrito Federal porque para ellos no existen centros culturales, todos son cantinas o cabarets; tiene que dejar lana para poder venir a pedirte la mordida. Ponle que no te den lana, porque trabajando uno puede ir pagando sus gastos, pero mínimo te den facilidades para poder abrir, que no te estén chingando con la mordida, que no venga cada semana un inspector a ver cuánto les vas a dar. Aquí en la colonia Roma se está dando que antes que se vayan las autoridades que están ahorita (se refiere a la administración del ahora prófugo Óscar Espinosa Villarreal), todos los centros culturales que hay están siendo clausurados porque no existen en la ley. Te cierran y lo que quieren realmente es una mordida, cuánto les vas a ofrecer, pero es gente que la neta no está en la realidad: un espacio cultural no deja lana, no genera billete.<sup>10</sup>

<sup>10</sup>Durante la administración de Dolores Padierna en la delegación Cuauhtémoc, y a raíz del incendio de la discoteca Lobohombo, el Alicia fue clausurado por "deficientes condiciones de seguridad". Ya ha sido reabierto.

Esto evidencia la situación que enfrenta lo alternativo en la ciudad de México, y en muchos otros lugares, sitios que no dejan dinero en abundancia: según Nacho, “ni para comprarte una casa, ni para irte a Europa o comprarte un coche. Mínimo, para pagar la renta del lugar, del audio, sacar las propagandas y la gente que trabaja se lleve lo de su día”. Lo que al parecer intenta este tipo de proyectos, es posibilitar la expresión de opciones novedosas o marginadas por la “alta” cultura o el espectáculo pero, quiéranlo o no, dentro de una lógica de mercado; la contradicción estriba en que deben meter gente para sacar los gastos y al menos mantener el espacio, vivir de él, pues enriquecerse parece algo remoto. En pleno neoliberalismo, parece difícil una nueva reglamentación cuyo peso no esté en la ganancia, de ahí que el reto sea hacerlos autogestivos, en términos de organización, pero sobre todo autofinanciables. ¿Será posible hacerlo combinando lo alternativo con lógicas empresariales?

#### LA APARIENCIA DE ALICIA

AFUERA del lugar, van unos y vienen otros mientras los aferrados permanecen. Adentro, gozo, baile y música van en aumento. Muy discretamente, Nacho indica que podemos pasar por una pequeña puerta negra que colinda con el multiforo; de ahí, y cruzando otra puerta de madera, entramos a la planta baja que es de unos dos metros de ancho por seis de fondo cuya decoración fue realizada “entre todos” los *Alicios*, y volverá a renovarse para su tercer aniversario. El piso es loseta negra y sus paredes están pintadas de color amarillo –salvo una que está de azul donde hay una suerte de arte instalación del célebre gato con que Walt Disney interpretó la obra de Lewis Carroll–, que separa a un pequeño elevador de carga para el equipo, aunque en estas circunstancias por ahí también suben y bajan a algunos integrantes de las bandas, el cual cubre una parte del frente y reduce un poco la entrada, aunque no impide los célebres *portazos* como el que hubo en el aniversario de la *Sekta Core* donde los cabrones hasta las puertas tiraron.

Aquí le encontraron otra utilidad a los discos de vinil, así que hay muchos pegados en el techo. Distribuidas en el espacio están unas cuantas mesas de madera y lámina, con sus respectivas sillas; llama la atención una escultura, una pecera, y cuelgan algunos cuadros de una exposición temporal, también hay carteles, sobresale uno que anuncia un concierto de *Rage Against the Machine* en España. En una barra que hace más angosto el acceso al foro se vende algo de comida (como las quesadillas de Alicia o QuesaAlicias, por ejemplo), refrescos y cerveza –no hay venta de otras bebidas alcohólicas–; al lado está un pequeño guardarropa y luego un baño. Como en la entrada está la reja, la ventilación es buena.

Al fondo de la planta baja, pasando la barra y el baño, hay una puerta que da a un pequeño cubo decorado con más graffiti y bastante luz por el que se llega a *la azotea más subterránea*; antes de pasar, y como en todo espacio nocturno hoy día, los clientes son revisados para que no introduzcan armas u objetos prohibidos. Es difícil saber quién es empleado del lugar, pues se confunden con el público, algunos se hacen notar sólo a ratos cuando pasan recogiendo botellas vacías. Ambos extremos de las escaleras están repletos de chavos, mujeres en menor medida, que sentados fuman, platican y descansan; para subir hay que irlos brincando, así que los no acostumbrados deben olvidar los “con permiso”.

Por fin se está arriba. Al entrar, lo primero que se recibe en las noches de ská, que es la música que me interesa abordar en este texto, es un impresionante *madrazo* de calor y un radical cambio de luz; a estas alturas de la tocada, el Metro en horas pico es cosa de niños. El espacio es reducido, de no más de 10 metros de ancho por otros 10 de largo, y está completamente lleno; según Pineda, a reventar le caben hasta 400 asistentes, pero hay noches en que como público es difícil calcularlo: por todos lados se ven cuerpos jóvenes apretujados y sudorosos, sentados, de pie, o recargados en las paredes que lucen graffiti –mezcla de lo figurativo con la ciencia ficción, el cómic y la alucinación–, es muy difícil dar un paso. En esta segunda planta el piso es de cemento y el techo de lámina de asbesto cubierto con tela negra; hay una pequeña barra iluminada por un anuncio neón de cerveza Victoria, que en esta situación representa

el único oasis a la mano, por lo que no se dan abasto; en un extremo están los baños tapizados de *tags* multicolores, y en el otro, el que da a la calle, está el escenario, que es lo único iluminado con una lámpara de neón y también luz azul y roja. El resto del salón está en penumbra y sin adornos, mesas, vasos o sillas pues el chiste es que se pueda bailar sin romper nada o molestar a nadie.

## LA RAZA

TAMBIÉN conocida como banda y años atrás como el personal, la raza continúa siendo “sinónimo adolescente y juvenil de la gente” (Monsiváis, 1992).<sup>11</sup> Este público se ha ido especializando cada vez más en sus consumos culturales, por eso las ofertas que busca son muy específicas. Con la música ská, tanto adentro como afuera del Alicia, la raza con trabajo rebasa los 20 años –incluidos los músicos, quienes se distinguen del público sólo porque están sobre un escenario; abundan chavitas y chavitos que parecen de 15, y a diferencia de otras corrientes roqueras, llama la atención la presencia de bastantes mujeres, aunque todavía como minoría. Son conocidos como skáseros, y aunque el nombre parece estar vinculado con el de skátos –los aficionados a la patineta o *skateboard*–, son muy cuidadosos en la distinción pues en los matices se asienta la legitimidad de cada cultura juvenil. Su estilo hoy está de moda; a decir de Nacho, son “los famosos guangos, que son como los *Kids* de Nueva York”.

Esta referencia a las patinetas y a la película norteamericana *Kids*, nos indica la importancia que tienen los referentes culturales transnacionales en la construcción de estilos como parte de culturas juveniles de buena parte del mundo. Existen producciones culturales específicas en materia juvenil todavía originadas principalmente en Estados Unidos e Inglaterra, que convertidas en meras imágenes, es decir, descontextualizadas, viajan y se distribuyen massmediáticamente de modo global; sin embargo, y con mediación

<sup>11</sup> Sin embargo, como lo hicieron notar en el coloquio, el término raza no es exclusivo de los jóvenes, así se autonomban diversos grupos sociales.

nes y proyecciones de por medio, grupos “locales” de chavos las homologan con sus intereses particulares, adoptan y adaptan bienes culturales internacionales a situaciones específicas. Las vuelven lo que Paul Willis (1990) denomina *cultura común*, término que resalta el papel de los jóvenes como productores activos de cultura, y no sólo receptores pasivos de la cultura institucional y masiva.

Los referentes transnacionales son parte significativa, pero no el todo. Aunque es cierto que para distintas generaciones de jóvenes, cuyos países no son vanguardia en materia de innovación juvenil, lo internacional les resulta más propio que las tradiciones y otros factores regionales, es desde lo local como juegan con lo global. Los estilos juveniles son “un conjunto más o menos coherente de elementos materiales e inmateriales, que los jóvenes consideran representativos de su identidad como grupo” (Feixa, 1998), pero en países como el nuestro se arman además desde la resignificación y mezcla cultural. Los skátos, como muchos otros grupos juveniles, producen y emplean híbrida e imaginativamente elementos culturales ajenos y propios para reflejar su identidad colectiva e individual a través del lenguaje, música, estética, y otras producciones culturales.

Por eso es importante aclarar que, aun cuando en una primera impresión a muchos les parezca, la vestimenta no es homogénea, rara vez se trata de “uniformes” —que también los hay—; la mayoría de las apropiaciones no son tan rígidas, ni los estilos “puros”. Por el contrario, se utilizan diversos elementos con significados y valores diferentes, no hablan exactamente igual ni oyen sólo a cierto grupo musical; muchos jóvenes se vinculan con lo que Ted Polhemus (1997) denomina supermercado del estilo, es decir, que son más quienes “samplean” —en tanto toman pequeños trozos— estéticas juveniles y las mezclan a su antojo creando un estilo individual a partir de casi todo.

En los skándalos de Alicia aflora esta diversidad. La ropa casi siempre es unisex, y lo primero por lo que se distingue mucho del público es lo aguado y enorme de sus pantalones *baggies*, en el caso de muchos por lo menos dos tallas arriba de su número así que el largo frecuentemente arrastra por el suelo; sin embargo, debe tenerse cuidado en la apreciación, el *baggie* también es usado por los

cholos, que son otra cultura juvenil. Habitualmente, los pantalones skáseros van en la cadera e incluso a media nalga, en los hombres sobre todo, quienes acostumbran mostrar sus *boxers*, esos sí en la cintura; en muy diversos tamaños, colgando del cinturón abundan cadenas con las que sostienen llaves y carteras. El calzado es variado, y de los *Vans* o tenis por ese estilo, se pasa a varios cientos de modelos de tenis e incluso a zapatos o botas industriales, algunas muy gastadas. Hay playeras ceñidas, sobre todo en las mujeres que además suelen usarlas cortas para lucir sus ombligos perforados o los indicios de algún tatuaje en el bajo vientre; también las hay con motivos deportivos –franjitas en los hombros, logos de *Adidas* y de diversos equipos de fútbol local o extranjero–, otras que traen impresos signos y símbolos con diversos motivos en una gama que va de Benito Bodoque al Subcomandante Marcos, aunque igual hay camisas muy aguadas, a cuadros tipo *grunge*, y algunas guayaberas, sin duda robadas a más de un abuelo.

Los peinados son variadísimos: hay al rape, en diferente estilo *skinhead*, cabello “normal” –esto es, más o menos corto–, teñido en varios colores (azul, verde o morado), o con mechones rubios o pelirrojos (varios como de las *Spice Girls*), *dreadlocks* y algunas colas de caballo de varios tamaños; las chavas, además con pasadores de colores. Tampoco faltan patillas, barbas de candado, bigotes y piochas de diversas medidas y formas, el grosor depende de la genética así que van de lo tupido a lo más ralo imaginado. Hombres y mujeres se adornan con anillos, colgijes y pulseras de distintos materiales, algunos llevan lentes con cristales de colores que a estas alturas de la noche siempre están empañados y unos cargan sus mochilas *back pack* en la espalda; se llega a ver una que otra expansión corporal, arracadas y broqueles unisex y, aunque muchos usan *piercing*, sobre todo facial –perforaciones en nariz, ceja, labios, *labret* o incluso el *tragus*–, al meterse al *slam* casi todos se lo quitan pues ahí dentro se corre bastante riesgo.

La temperatura ambiente es tan alta que las paredes transpiran. El calor obliga a muchos hombres a quitarse la camisa –las chavas se aguantan–, así que andan en camiseta o con el torso desnudo; lucen tatuajes con múltiples formas, colores y tamaños. Gracias a la

ropa o a su ausencia, esta práctica al igual que el *piercing* pone a escena el juego de lo visible e invisible. Del techo ya caen goteras de sudor, pero no faltan quienes traen puestos sombreros de estambre; otros llevan gorros de lana con logos de diversos grupos de rock, Hip Hop o con hojas de marihuana, y las gorras de beisbolista puestas al revés y también con la visera al frente. Paul Yonnet (1988), plantea que la vestimenta suministra múltiple información sobre cada individuo; junto con el estilo y el propio cuerpo, completan el círculo donde se arraiga la identidad y pertenencia a un determinado grupo social.

### ESCUCHANDO CON EL CUERPO

ES SIGNIFICATIVA la cantidad de bandas musicales que en plan de cuates o laboralmente transitan por el lugar; en Alicia debutó Jaguares, por ejemplo. Nacho estima que tan solo en la ciudad de México y su zona conurbada, hay entre 3,000 y 4,000 conjuntos de "rock" en activo, lo cual indica una gran oferta de grupos para escasos espacios de rock, ya no sólo nocturnos. Sin estar exento de prohibiciones, el género ha pasado de la estigmatización al negocio, y en el neoliberalismo los negocios no son para muchos. Aunque todavía falta contar gran parte de la historia de explotación que sobre músicos han ejercido empresarios y sindicatos, las relaciones laborales, hoy día la mayoría de los lugares donde tocan grupos mexicanos de rock sin difusión masiva, obligan a los grupos a vender un determinado número de boletos, con el riesgo de que les quiten algún instrumento o parte de su equipo pues casi siempre quedan en prenda; también tocar gratis o de plano les cobran para darles chance, al cabo desde una visión empresarial lo que más hay son grupos.

Alicia trabaja de otro modo, un rollo como de familia según ellos, aunque el problema central quizá sea que hay más bandas que días disponibles –de ahí también que se programe poca música grabada–, lo que dificulta a muchos tocar en el foro y luego hacerlo con cierta regularidad. En principio, los grupos no son obligados a vender boletos, pueden poner un boleterero y cobran el mismo día de la tocada; alrededor del 60 por ciento de la taquilla es para ellos,



30 para el lugar –de ahí se paga diseño, publicidad y renta– y el 10 por ciento restante se paga en impuestos.

Luego se abren fechas que cada conjunto trabaja:

por lo regular platicamos con los grupos –dice Pineda–, ellos nos piden una fecha y yo les pido que ellos mismos se organicen, que no les implante dos grupos más sino que ellos solitos con sus cuates se organicen. Vienen, hacemos una junta, vemos cuántos volantes se van a sacar, cómo se van a distribuir, qué medios más o menos tocar, qué zonas, porque cada grupo tiene sus zonas. Aquí no es difícil, viene un grupo con su demo, le decimos consíguete otros dos grupos más, y si no tienen grupo vemos que palomeen algún día. Se le da fecha a un grupo de ská, por ejemplo, y ellos invitan a cuatro grupos más; ese grupo creo nomás les paga transporte, cervezas y gastos, y ese día, el grupo que organiza se lleva un promedio de entre seis mil y ocho mil pesos: un día organiza el Panteón Rococó, y la lana es para ellos, un día organiza La Tremenda Korte, y la lana es para ellos, un día organiza la Revuelta Propia, y la lana es para ellos. Los del movimiento ská son muy autogestionarios: ellos hacen sus tocadas, se graban entre ellos, buscan sus lugares, no dependieron de la industria para poder salir a la luz, ellos solitos se pusieron a trabajar.

Por fin termina de montar el siguiente grupo en el cartel; el cansancio del público desaparece. La siguiente banda, como casi todos los grupos del género, es muy numerosa (hay conjuntos que tienen hasta 11 o más elementos); se amontonan en el escenario que tiene poco más de un metro de alto, en cuyo telón de fondo hay tres mantas, una con el dibujo de Bart Simpson, otra de El Santos, y en el extremo derecho una más de Homero Simpson, quien está pensando en donas; hay otra más en el costado izquierdo, un corazón sobre lo que parece un sol. También hay cartones de huevo para reducir el ruido, y entre la barra y el elevador de carga una cuerda separa al público de los grupos; en ese reducido espacio, se atiborran músicos y varios colados pues gracias al aire que entra por el elevador

ésta es la zona más ventilada del Alicia, que tampoco es decir mucho pues la temperatura va en aumento y se suda a chorros con su consiguiente y penetrante mezcla de olores.

Del aletargamiento que el público tenía hace rato, se pasa a la prendidez absoluta. A través de una consola de 16 canales, dos sistemas por lado, y las bocinas JBL al lado del escenario (equipo de audio del lugar), arranca una vez más el ská en vivo; suena potente, se *siente* la música y el baile se desata con la energía de cada parte de una canción, pues en algunas el *tempo* se modifica sustancialmente: se forma un círculo casi en el centro del local, hay una amplia rueda de mirones que en este sitio abarca casi todo el espacio disponible, y comienza el célebre *slam* – palabra que puede traducirse como azotar o arrojar con violencia– en el que los chavos bailan, corren, sudan y brincan girando casi siempre contra las manecillas del reloj.

El *slam* es un baile que lleva al extremo escuchar con el cuerpo, no tiene que ver necesariamente con la clase aunque sí con la edad –sólo es para jóvenes y veo difícil que posteriormente sea bailado por mayores de 40–, y guarda cierto parecido con un hoyo negro o un remolino. El baile surge y su fuerza de atracción es tal, que mientras dura la música no cede. Se gira, y cada vez son más quienes se suman al movimiento colectivo; Carlos Monsiváis (1992) lo ha descrito como un frotarse belicoso, como “la agresivísima teatralización de otras posibilidades de intercambio corporal”. Para algunos bailarores este jaleo es una *forma vertiginosa de cuerpos en contacto, una masa de gente brincando y teniendo contacto físico, un desfogue* en el que *sacas la energía que traes, una descarga energética cabrona que tienes, y así lo manifiestas*. Incluso, la célebre caricatura del Santos describe que “la onda es brincar y correr como carritos chocones y darse de chingadazos pero sin llegar a la bronca... ¡y sin perder el ritmo!”.<sup>12</sup>

La intensidad con que el ritmo se siente es tal, que pocos ven al grupo tocar, lo fundamental es escuchar con el cuerpo. La música

<sup>12</sup>Jis y Trino, “Estaba un día el Santos en un concierto de Mano Negra”, *La Jornada, Suplemento Histerietus*, 10 de noviembre de 1991.

cambia de *tempo*, se escucha rápida. Suenan las tumbadoras y el contratiempo de la batería, ahora el círculo cambia repentinamente de dirección: *unos cabrones se paran y de pronto los vez venir hacia ti. Te tienes que volver y correr en chinga porque si no te atropellan, y eso sí está cabrón*. Los danzantes adquieren sensaciones de gozo y energía al chocar entre sí y empujarse, de vivir la dualidad de su propio cuerpo (Bernard, 1994),<sup>13</sup> de la alegría al estar entre iguales, y algunos de placer consecuencia de haber hecho una maldad contra algún desprevenido; vitalidad y diversión en la distancia íntima mientras en el escenario un contundente Panteón Rococó implora por

un gran brebaje, necesito algo como un toloache/  
para mi negra/ ¿Dónde lo encuentro?! Necesito  
que me digan/ de un toloache/ para mi negraaaa...

Aunque en ocasiones algunos bailan con pareja, esto es, que giran abrazados hombre con hombre, mujer con hombre o mujer con mujer—este último casi siempre cuando hay *slam* sólo de chavas—, el ritmo revela que ya no es indispensable bailar cada cual con su compañero(a); de hecho, el baile no está articulado técnicamente aun cuando MTV transmita una cápsula con los pasos básicos del *slam*. Uno se mueve bajo el estímulo de la música, y las miradas de los demás aparentemente pasan a un segundo plano ya que el cuerpo se vive simultáneamente con el del otro en virtud de la emoción que éste expresa y que suscita en uno mismo (Bernard, 1994).

Sin caer en la finta de observarlo solamente como expresión del individualismo actual, donde cada cual se mueve como le viene en gana o como puede, una corporalidad egoísta o algo así, éste es un baile eminentemente colectivo: a diferencia de otras danzas, aquí no se trata de hacer del dos uno, sino de cada uno el todo. Por eso el mar es metáfora del público: quienes se arremolinan y avientan

<sup>13</sup>Pues hablar del cuerpo “obliga a aclarar más o menos uno u otro de sus dos aspectos: el aspecto a la vez prometeico y dinámico de su poder demiúrgico y de su ávido deseo de goce y ese otro aspecto trágico y lastimoso de su temporalidad, de su fragilidad, de su deterioro y precariedad”, p. 12.

siempre están presentes, son tenaces y constantes, a ratos apaciguados, luego amenazantes, y de pronto cargan contra todo, estallan; el movimiento es englobante y crea una densa y movida cohesión en la que “aparece una sensación de fuerza, un ímpetu que dan todos en conjunto” (Canetti, 1982).

A través del baile, que *desde los tiempos más remotos ha sido el medio clásico para alcanzar el éxtasis* (Eliade, 1994), se escenifica también el sentimiento de multiplicación, el deseo de ser cada vez más; cuando ya no puede aumentar la cantidad, esta masa rítmica simula el crecimiento a partir de sí misma: se agitan decenas, en ocasiones cientos, de brazos, piernas y cabezas con la misma intención, incluso varios *surfean* con su cuerpo sobre el mar humano y otros más –aunque difícilmente aquí pues las condiciones del local lo impiden– son catapultados sobre el *mar* para rápidamente volver a ser tragados en él.

En medio de los empujones y el desmadre, de la igualdad y densidad del baile, quien participa llega a sentirse como un Uno; difícilmente podría ser de otro modo, pues una de las constantes principales de la música –y de este ritmo en particular–, es el cuerpo. A través de la música el cuerpo goza y se modifica: “tocar por el otro y para el otro, entrelazar los ruidos de los cuerpos, escuchar los ruidos de los otros a cambio de los otros y crear, en común, el código en el que se expresará la comunicación” (Attali, 1995). Las mujeres también participan del *slam*, aunque en menor medida que los hombres –a veces se forman círculos sólo de chavas, que a decir de una, son más fuertes que los de los chavos pues *a veces somos más violentas porque estamos más reprimidas; cuando nos dan chance, nos desfogamos más intensamente*. Así que en ocasiones también llegan a *surfear* y a ser catapultadas por los aires –uno toma algo de impulso, se apoya sobre las manos de algún cuate y a volar.

A mí me sorprendió el *slam*, más cuando lo vi que cuando lo viví. Es una forma de convivencia colectiva que a partir de la música involucra el movimiento corporal. No es necesariamente violento, he estado en unos violentos y ahí sí tiene que ver con el sector social. La violencia hacia las mujeres ha

cambiado porque ya se han acostumbrado a nosotras, a vernos ahí. Yo siento menos peligro en el slam que en el metro Balderas o Pino Suárez en horas pico (Katia).

Este modo corporal de sentir las canciones (Frith, 1996), es una de las dos posibilidades en que la música se desdobra; la otra es de carácter mental. Más que un ritmo de carácter contemplativo, estamos ante uno muy participativo: en estos conciertos o *tocadas* las canciones se escuchan más con el cuerpo que con la mente, aunque esto no significa la inexistencia de procesos cerebrales alrededor de la música y su percepción, no olvidemos que la música permite “referencias vivenciales múltiples”, media y transporta de varias maneras, y puede ser vivida como experiencia íntima o congregación masiva (Ochoa, 1998).

La velocidad del *tempo*, su ritmo machacón, la guitarra rasgueada, y los tonos brillantes y vivos de trompetas, saxofones y algún trombón, nos hace brincar como chapulines –para alcanzar más altura debes apoyarte en los hombros de los demás, en una suerte de ver quién salta más alto que a ratos cimbra el piso y se siente hasta en la calle, por lo que algunos *lacras* sugieren conocer el lugar antes que se caiga–, otros balancean sus brazos en distintas velocidades y avanzan girando sobre sí mismos chocando y empujándose con los demás, hay quienes siguen el ritmo y los remates de batería o percusión con manos y cabeza; algunos músicos se ven más concentrados que gozosos, aunque otros están más sueltos y hasta ejecutan coreografías.

Los cuerpos están sudadísimos y pocos son los que se dedican sólo a contemplar la escena; tal vez ellos se den cuenta que en ocasiones aparecen por aquí músicos de distintas bandas, nacionales o extranjeras, para cotorrear y chance hasta armar algún *palomazo*, e inclusive algún intelectual alivianado que disfruta el mestizaje. Para quienes escuchan corporalmente, las letras de las canciones se funden con el ritmo: será en otro momento cuando se ponga atención a textos –algunos ingenuos– que hablan sobre “los hijos de puta que nos gobiernan” y de otros *Asesinos*, sobre luchas populares en Amé-

rica Latina, recuerdos del 2 de octubre, o consignas que mandan al neoliberalismo a chingar a su madre cantadas por chavos que con trabajo rebasan 20 años; los aplausos, chiflidos y el corear algunas de las canciones son parte de la celebración a cada grupo.

Se ejecuta una rola menos frenética, el *slam* decrece considerablemente y la mayoría se dedica a observar mientras baila con estilo guapachoso; se abre un pequeño lapso para que algunos platicuen y los más recuperen fuerzas. La mayoría de los usuarios de Alicia se concentra en el baile, los más integrándose al *slam* aunque otro sector importante lo hace moviendo solamente cabeza, brazos y cintura; mientras se mueven y escuchan, este sector contempla y a veces comenta entre sí lo que pasa en escenario y al interior del remolino humano. Como prácticamente están al lado de los feroces danzantes, muchos están al pendiente para moverse cuando ven llegar la avalancha humana o para prevenirse de un posible empujón que los meta en medio del caos; los menos están sentados y muy pocos se dedican a tomar cerveza y a fumar, la edad de estos últimos rebasa el promedio de los asistentes. Salvo unos cuantos que están en planta baja, arriba no muchos se dedican a platicar; el diálogo no pasa necesariamente por lo verbal, sino a través de música y canciones. A partir de la diversión, en este espacio de aprendizaje corporal se constituye y experimenta un tiempo más intenso, interesante y disfrutable que el tiempo “real”.

Arranca una nueva banda. Del techo el sudor ya cae a chorros, la mezcla de olores cada vez es más potente. La tónica se repite: sobre una sencilla batería –entre grupo y grupo sólo cambian la tarola– suena otro ská, y al parecer no importa que por momentos los alientos se oigan desafinados, para escuchar están los discos cuyo sonido, por cierto, no siempre suele alcanzar la intensidad del concierto. Sobre el escenario no sólo se amontonan los músicos, hay muchos chavos –y algunas mujeres– sentados en el borde o de plano medio acostados; de espalda al grupo, bailan y también llevan el ritmo balanceando brazos y cintura. Impiden que el resto del público tome por asalto la escena y la convierta en un trampolín desde el que se avienten. Hacen una suerte de valla que marca la frontera y permite que el grupo pueda tocar; se trata de suplir la se-

guridad “profesional” por una “cultura de la resistencia” donde el mismo público cuida sus espacios.

Así pues, mientras destaca el sonido de trombón, trompeta y sax alto, el *slam* se combina con el *body surfing*, o surfear con el cuerpo, que consiste en ser pasado por los hombros de la mayor cantidad posible de bailarines hasta alcanzar el escenario, si se tiene suerte porque uno puede azotar en cualquier momento, y desde ahí lanzarse un clavado sobre la alberca humana de cuerpos empapados de sudor. La frontera entre el escenario y el espacio para la audiencia a ratos desaparece, las embestidas son cada vez más fuertes: la mayoría intenta llegar pero es rechazada, pocos triunfan, así que una vez arriba ejecutan dos o tres de sus mejores pasos de baile, toman algo de vuelo y luego se avientan. Como podrá suponerse, al ver volar a cualquiera de estos clavadistas, no falta quien se hace a un lado o aquel despistado que recibe un zapatazo en plena cabeza; casi siempre hay algún magullado que es retirado por sus cuates, y también están los *lacas* que se ensañan con los caídos –varios de cabeza o de puro *lomo*. Pese a todo, sus cuerpos parecen de hule.

Llega el turno del Salón Victoria; piden apagar algunas luces y la atmósfera es todavía más oscura. Al grito de *Wacha, carnal* le cantan a la

Muchacha de mi vida/ mi vida tan jodida/ Escucha  
 mi plegaria/ *que toco con guitarra/ No me digas/ culero!/*  
*si no traigo dinero/ No digas ser ojete/ si en mí*  
*no hay billete/ Trabajo, trabajo y no veo un carajo/*  
*Le meto y le meto en un día de asueto/ Yo busco*  
*una feria y sólo hay miseria/ Le chingo, le chingo*  
*y lo gana el gringo...*

Los músicos bailan y echan brincos: timbales y cencerros, metales y tarola “empujan” la canción mientras una acordeonista navega sobre los escasos silencios pues la participación y protagonismo de las mujeres va en aumento. Como el fin está próximo, se desata una lucha encarnizada para llegar por cualquier medio al esce-

nario, destaca un chavito trepado en el escenario quien ferozmente rechaza a los más osados surferos que, al parecer, nunca se cansan. Se suceden las rolas, vivas a Zapata gritadas, o cantadas como en *Zapata ¡bo pha!*; hay consignas en favor de la banda “que no sigue modas y que intenta crear su baile a lo loco”, y cada vez que reinicia el *slam* más de uno siente que el Alicia va a venirse abajo.

Tras dos encores, se encienden las luces generales. A diferencia de otros antros, no se ven borrachos y antes de la una de la mañana concluye el skándalo ya que en la noche urbana el transporte público es fundamental. Toda la raza sale empapada, algunos como si se hubieran mojado a cubetazos. Se baja muy lentamente, algunos siguen descansando y estorbando en las escaleras mientras muchos se ponen playeras, chamarras, sudaderas y gorros; el aire cada vez es más frío. Ya en la calle, y mientras los skáseros desaparecen, otro chavo con un carrito de perros calientes hace su propia lucha para sobrevivir.

## GLOSARIO

*Apañar*: Detención arbitraria e ilegal por parte de la policía.

*Boxers*: Calzoncillos largos.

*Dreadlock*: Peinado peculiar de los seguidores del reggae; también se conocen como *rastas*, y son una especie de trenzas gruesas.

*Encore*: Las piezas extras que se tocan al terminar un concierto.

*Fanzine*: Se deriva de fan magazine y aunque en un principio eran para los fans del cómic, se hicieron extensivos al rock. Son publicaciones austeras, pero en ocasiones muy ingeniosas, hechas por los seguidores de algún género.

*Goth*: Estilo juvenil surgido en Gran Bretaña a finales de los setenta. Entre otras cosas, los *góticos* se caracterizan por tener cierta visión romántica sobre la muerte y la oscuridad; en su vestimenta destacan el terciopelo negro, encajes, colores escarlata o púrpura, así como guantes, corsés y joyería de plata que representa temas religiosos y de ocultismo.

*Grunge*: Estilo musical originado en Seattle, Estados Unidos. El grupo Nirvana fue su representante más significativo a nivel masivo.



- Hip Hop*: Movimiento cultural originado en Estados Unidos que se centra en el rap, el scratchin' (el manejo de los discos como Disc Jockey), y el graffiti.
- Jam session*: Reunión improvisada de músicos para tocar. También se conoce como *palomazo*.
- Labret*: Perforación corporal que consiste en insertar joyería, generalmente una "bolita" entre la barbilla y el labio.
- Lacriento o lacra*: Sinónimo de maldoso.
- Mods*: Cultura juvenil originada en Inglaterra en los años sesenta. abreviatura de *Modernist*.
- Piercing*: Perforación corporal.
- Portazo*: Forma más o menos típica de querer entrar a algún sitio sin pagar.
- Ranfla*: Auto.
- Rude boy*: El primer estilo callejero de Jamaica aparecido a principios de los sesenta. Estigmatizados como vagos, fueron los primeros seguidores del ská. En los setenta se metamorfosearon en los *two-tone* o dos tonos, forma de vestir que combinaba el blanco y el negro simbolizando la integración racial. Hay quienes adaptan la palabra al español, y así los rude boys se convierten en *vatos rudos* que pueden ser sinónimo de los skáseros.
- Scribing*: Firma sobre vidrios con cualquier objeto filoso.
- Skásero*: Seguidor de la música ská.
- Skáto*: Patineto. Aficionado a las patinetas
- Skinhead*: Cultura juvenil inglesa surgida entre la década de los sesenta y la de los setenta, vinculados con grupos racistas de extrema derecha.
- Tag*: Firma con aerosol o marcador.
- Tragus*: Perforación corporal que atraviesa el cartílago de la nariz.
- Tiro*: Pelear.
- Varo(s)*: Dinero.
- Volada (de)*: Rápido.

## BIBLIOGRAFÍA

- ATTALI, Jacques (1995), *Ruidos. Ensayo sobre la economía política de la música*, Siglo XXI Editores, México.
- BERNARD, Michel (1994), *El cuerpo. Un fenómeno ambivalente*, Ediciones Paidós, Barcelona.
- CANETTI, Elías (1982), *Masa y poder*, Muchnik Editores, Barcelona.

- ELIADE, Mircea (1994), *El chamanismo y las técnicas arcaicas del éxtasis*, Fondo de Cultura Económica, México.
- FEIXA, Carles (1998), *El reloj de arena. Culturas juveniles en México*, Causa Joven, México.
- Foro "Espacios alternativos de cultura" (1995), Multiforo Alicia, 25 de febrero.
- FRITH, Simon (1996), *Performing Rites: on the Value of Popular Music*, Harvard University Press, Estados Unidos.
- GARCÍA CANCLINI, Néstor (1998), "¿Ciudades multiculturales o ciudades segregadas?", *Debate Feminista. Ciudad, espacio y vida*, año 9, vol. 17, México, abril.
- GIMÉNEZ, Gilberto (1997), "Materiales para una teoría de las identidades sociales", *Frontera Norte*, vol. 9, núm 18, México, julio-diciembre.
- GOFFMAN, Erving (1994), *La presentación de la persona en la vida cotidiana*, Amorrortu Editores, Buenos Aires.
- HEBDIGE, Dick (1986), "Reggae, rastas y rudies", en Curran, James y otros, *Sociedad y comunicación de masas*, Fondo de Cultura Económica, México.
- (1997), *Subculture. The Meaning of Style*, Londres, Routledge.
- JIMÉNEZ, Armando (1992), *Cabarets de antes y de ahora en la ciudad de México*, Plaza y Valdés Editores, México.
- Ley para el funcionamiento de establecimientos mercantiles en el D.F.* (1997), Ediciones Fiscales ISEF, S.A., México.
- LEGLISSE, Alejandra (1998), "Centros nocturnos, los negocios más rentables de la ciudad", *El Financiero*, 6 de septiembre.
- MARGULIS, Mario (coord.) (1994), *La cultura de la noche. La vida nocturna de los jóvenes en Buenos Aires*, Compañía Editora Espasa Calpe, Buenos Aires.
- MONSIVÁIS, Carlos (1978), "La naturaleza de la onda", *Amor perdido*, Ediciones Era, México.
- (1992), "¿Quién quiere triunfar en la política pudiendo vender un millón de discos?", prólogo a José Luis Paredes Pacho, *Rock mexicano. Sonidos de la calle*, Aguirre y Beltrán Editores, México.
- (1994), *Luneta y galería. Atmósferas de la capital, 1920-1959*, Departamento del Distrito Federal, México.
- (1995), "La vida nocturna en los noventa", *El Financiero*, 15 de julio.
- OCHOA GAUTIER (s/f), Ana María, "El vallenato: entre el espacio-mundo y el espacio-local. Narrativas de una travesía hacia la ciudad", ponencia.

- PACHO PAREDES, José Luis (1992), *Rock mexicano. Sonidos de la calle*, Aguirre y Beltrán Editores, México.
- (1994), “De políticas culturales y Arterías”, *La Jornada*, 22 de diciembre.
- (1995), “El derecho a la fiesta”, *Reforma. Suplemento Enfoque*, 4 de junio.
- POLHEMUS, Ted (1997), *Street Style*, Thames and Hudson, Londres.
- PUIG, Carlos (1996), “Del «table fresa» al sexo en vivo, el auge de la nueva noche mexicana tiene para todos los gustos”, *Proceso*, núm. 1030, 28 de julio.
- SILVA, Armando (1992), *Imaginarios urbanos*, Tercer Mundo Editores, Santafé de Bogotá.
- VEGA, Miguel de la (1995), “Se instala entre los veinteañeros del D.F. una sofisticada forma de convivencia: bares al viejo estilo, para conversar”, *Proceso*, núm. 948, 2 de enero.
- WILLIS, Paul (1998), *Commun Culture*, en Carles Feixa, *El reloj de arena. Culturas juveniles en México*, Causa Joven, México.
- YONNET, Paul (1988), *Juegos, modas y masas*, Editorial Gedisa, Barcelona.

MAURICIO LIST REYES\*

## *La Lilit: apropiación de un espacio urbano por individuos gay*

CIUDAD DE MÉXICO, 1998

**L**A CIUDAD crece, cada día que pasa nacen nuevos nativos, alguien llega a instalarse en alguna de las colonias o de los municipios conurbados, alguien empieza a construir una casa, un negocio, una empresa, en fin; la ciudad lenta pero inexorablemente crece, se extiende.

El crecimiento urbano de la capital de la República Mexicana ha sido vertiginoso en el presente siglo, siendo precisamente en el que se ha registrado un incremento mayor, tanto de su territorio como de su población, comparado con el resto de su historia. Con el crecimiento de ciudades como la de México, se hace necesario realizar grandes traslados para acceder a los centros de trabajo, escuelas, comercios o sitios de diversión. Si bien estos traslados son cada vez más conflictivos en razón de problemas de tránsito y seguridad entre otros, no es posible evitarlo.<sup>1</sup>

\*Colegio de Antropología Social, Benemérita Universidad Autónoma de Puebla.

<sup>1</sup>“Cambian los usos del espacio al pasar de ciudades centralizadas a ciudades policéntricas, donde se desarrollan nuevos focos organizativos a través de los *shoppings*, de otros tipos de urbanización, tanto populares como de clases medias y altas, que por distintas razones abandonan el centro histórico.

Así nos resituamos en una ciudad diseminada, de la que cada vez tenemos menos idea dónde empieza y dónde termina. Tanto en los estudios con pobladores del centro histórico como de la periferia de la ciudad de México encontramos una bajísima experiencia del conjunto de la megalópolis. Cada grupo de personas transita, conoce, experimenta pequeños enclaves, en sus recorridos para ir al trabajo, a estudiar, hacer compras, pasear o divertirse. Aun cuando sean viajes largos ofrecen visiones de fragmentos. De manera que se pierde la experiencia global de lo urbano, se debilita la solidaridad y el sentido de pertenencia” (García Canclini, 1998: 10).

Esto por supuesto tiene sus implicaciones respecto al sector social del que haremos referencia, pues podemos suponer fácilmente que así como la concentración urbana del D.F. es de las mayores del mundo, también tendría una de las mayores poblaciones gays comparativamente hablando.<sup>2</sup>

Partiendo de esa base, entonces, es fácil darse cuenta de que una población tan numerosa y a la vez tan dispersa,<sup>3</sup> tendría un amplio uso de la infraestructura urbana. Este uso intenso es lo que ha llevado a los gays a apropiarse de un número cada vez mayor de sitios de circulación como estaciones de metro, calles, plazas y jardines en donde se encuentra de manifiesto el carácter acelerado y anónimo que una gran urbe como la de México les imprime.

Pero además, una ciudad como esta provoca que sea difícil el establecimiento de una convivencia cotidiana y por tanto crezcan los lazos de solidaridad y afectivos entre grupos amplios de gays.

## EL URBÍCOLA GAY

SER GAY en la ciudad de México, por supuesto tiene sus particularidades. Por un lado, a diferencia del resto del país, está el hecho de que la oferta de sitios de socialidad estrictamente gay es más variada y por tanto se han ido haciendo cada vez más selectivos los gustos y las formas de interacción por parte de dichos sujetos. Por otra parte, el hecho de que cada vez sean más los gays que interactúan, provoca que haya un intercambio constante de elementos y

<sup>2</sup>No existen hasta el momento estadísticas reales que nos permitan conocer el tamaño de las poblaciones gays en diversos países o ciudades, por lo que en este punto las únicas referencias son los estudios sexológicos que han intentado sacar proporciones de poblaciones gays respecto del resto (p.ej. el Informe Kinsey sobre la homosexualidad de hombres y de mujeres en el que, a partir de una encuesta muy amplia obtuvo resultados que en su momento causaron estupor entre los lectores estadounidenses al señalar la enorme proporción de sujetos que habían tenido encuentros homosexuales a lo largo de su vida).

<sup>3</sup>A diferencia de ciudades como Nueva York o San Francisco, en la de México no se ha dado una concentración urbana de población gay. Aunque sabemos que en algunas colonias como la Roma o la Condesa han sido receptoras de sujetos gays, difícilmente podríamos pensar en que se pudiera dar una concentración geográfica que podamos hablar de zonas, colonias o barrios gays.

modelos socioculturales que permiten que, a su vez estos individuos, vayan construyendo modas, gustos estéticos, formas de comunicación, que le dan un signo distintivo a esa socialidad en el que las clases sociales pero también los niveles socioculturales, tienen que ver en la diferenciación social que se da entre los gays.

Si revisamos el número "oficial" de sitios gays existentes en el D.F.,<sup>4</sup> veremos que no son suficientes ni tienen la variedad de ofertas que buscan todos aquellos sujetos que acuden a diversos espacios para conocer a nuevas personas, ligar, convivir con sus amistades o simplemente "estar" en un lugar estrictamente gay. Aunado a ello, la mayor parte de esos sitios se encuentra concentrada en la Zona Rosa y en el Centro Histórico provocando que se tengan que hacer traslados a esta zona de la ciudad (Sánchez y López, 1997). Por supuesto no podemos pensar que el mundo gay se circunscriba únicamente a estos sitios; existe una enorme cantidad de espacios en la ciudad que de manera más o menos clandestina reciben a sujetos gay o simplemente estos pasan desapercibidos y por tanto permiten su interacción.

Existen sitios de entretenimiento en rumbos tan distantes como Netzahualcóyotl y Ciudad Satélite; Mixcoac y Garibaldi. Cada zona con ofertas particulares y dirigidas a un cierto público, distinguido por clases sociales, estilos de vida, capital cultural, gustos estéticos, etcétera. Como ya lo ha señalado Hannerz: "las culturas como fenómenos colectivos están, por definición, ligadas principalmente a interacciones y a relaciones sociales y sólo indirectamente y sin necesidad lógica a áreas concretas en el espacio físico" (1992: 108).

Ya en otras ocasiones hemos hecho hincapié respecto a la geografía gay (List, 1997) de la ciudad de México, por lo que no es necesario volver a insistir en ello, sin embargo sí es importante poner

<sup>4</sup>De manera general existen y se mantienen abiertos una treintena, aunque existe una gran movilidad debido a la constante apertura y clausura de sitios. Para información respecto al número y ubicación de ellos es posible consultar algunas publicaciones como la revista *Boys and Toys*, *Ser Gay*, etcétera.

sobrerelieve el hecho de que, muchos de los itinerarios de la noche gay surgen más por estilos de diversión, que por rumbos geográficos, y esto se descubre fácilmente, pues muchos individuos atraviesan la mitad de la ciudad con tal de llegar al bar o discoteca preferida, aun pudiendo ir a un sitio más cercano. Por otra parte, alrededor de los diversos géneros musicales se han creado sitios a los que acuden sujetos que desean bailar y divertirse en un ambiente particular.

Existen muchas maneras de establecer esos itinerarios: en primer lugar por el tipo de diversión deseada —música, baile, videos porno, sexo anónimo, etcétera— lo cual también puede estar relacionado con las posibilidades de interacción con sujetos afectivamente cercanos, es decir, mucha de esta oferta tiene una mayor demanda entre los sujetos que no mantienen una relación de pareja estable y por tanto se mueven en grupos o solos por estos sitios de manera más frecuente; en segundo lugar, estos tipos de diversión también son variados, si se quiere bailar, por ejemplo, existen desde discotecas de moda con los últimos adelantos de la tecnología, hasta sitios modestos donde la diversión no está determinada por esa infraestructura tecnológica y cada uno con un estilo musical diferente; en tercer lugar, para cierto tipo de diversiones existe la posibilidad de escoger la que queda en el rumbo de la ciudad que se prefiere; por mencionar solo algunos.

En el caso que nos atañe en este momento, muchos sujetos han construido un itinerario que tiene características particulares: los sitios que lo componen no siguen el estilo de los bares y discotecas dedicados a los jóvenes gay de clase media, es decir, no cuentan con una tecnología avanzada en lo relativo a la música e iluminación para el baile, el estilo musical utilizado se identifica más con los intérpretes nacionales o hispanohablantes tanto de moda como aquellas canciones que en su momento tuvieron éxito. Así en estos sitios resulta importante la existencia de una forma de convivencia en la que se implica de manera fundamental la comunicación (verbal y no verbal) y la socialidad con los otros, nuevos o viejos conocidos: beber cerveza con la pareja o amigos mientras se escuchan

las canciones de moda (en general baladas), bailar al ritmo de salsa, cumbia, música gruperá y hasta danzón, ligarse a alguien para un encuentro efímero o con la expectativa de lograr algo más a futuro; pero siempre entre iguales.

Estos sitios, cabe destacar, no siguen los vaivenes de la moda, ni en lo relativo a la música ni en cuanto a los estilos decorativos, más bien se van incorporando nuevos elementos que vienen a sumarse a los ya existentes, aunque siempre es posible que haya desplazamiento de algunos que pierden vigencia. Su público es más o menos el mismo semana tras semana, uno que se ha “acostumbrado” al ambiente que allí encuentra y que no busca innovaciones o transformaciones cotidianas que podrían encontrar en otros sitios.

Es posible ver en estas cervecerías a personas de las más variadas condiciones socioeconómicas, que disfrutan de la convivencia con un público caracterizado por pertenecer a un estrato evidentemente bajo, al cual se le asocia con ciertos estereotipos de masculinidad. En este sentido es importante mencionar que para buena parte de los individuos gay, el aspecto y la actitud viril e inclusive aquella que se exalta por sus rasgos supuestamente masculinos<sup>5</sup> tiene un gran valor. Por supuesto esto está relacionado con la educación de género y con toda una gama de estereotipos fundados en toda una concepción falocéntrica de la sociedad occidental. Elías Nandino es sumamente explícito en este sentido al recordar: “Jamás me gustaron los afeminados ni fui capaz de acostarme con alguno. En cuanto veía algún dengue entre mis prospectos inmediatamente lo cortaba” (Aguilar, 1986: 142).

Para muchos gays resulta, por tanto, más estimulante el poder acceder a esos individuos quienes también suelen estar asociados con una sexualidad más intensa y agresiva, lo cual es parte del estereotipo del sujeto de estrato social bajo y que además tiene una acti-

<sup>5</sup>Recordemos que la masculinidad es una construcción cultural y por tanto no existen rasgos esencialmente masculinos sino que cada sociedad –y dentro de ella, cada sector social–, determina cuáles son los elementos que le caracterizarán, por tanto cuando hablamos de masculinidades siempre tenemos que hacerlo relativizando los conceptos al momento histórico y la situación social a la que hagamos referencia.



tud desafiante o cínica para con el resto de los sujetos del entorno (hombre rudo-viril-sexualmente agresivo).

Ha sido importante en la construcción de esos espacios de socialidad, la convergencia de individuos que en un momento pueden ser muy diferentes: por pertenecer a clases sociales distintas, tener orígenes étnicos o regionales y pertenecer a sectores sociales diferentes. Sin embargo, el hecho mismo de recurrir a un determinado tipo de diversión los acerca y permite esa socialidad.<sup>6</sup>

Así se inicia para muchos el itinerario nocturno. Pasar al Viena a tomarse unas cervezas y de ahí irse al Oasis, El 14,<sup>7</sup> o a La Lilí, aun cuando para otros el itinerario sólo incluye a los dos primeros.

Pero ¿cómo se construyen estos itinerarios? Vemos que muchos de ellos, se establecen precisamente a partir de los gustos particulares en lo relativo a las apetencias sexuales o gustos por determinadas maneras de diversión y socialidad que se producen en sitios particulares, pero también se pone en juego otro tipo de factores en donde la clase social e inclusive la edad pueden estar jugando un papel importante.

## ORIENTE DE LA CIUDAD

CALZADA de Zaragoza, gracias a que es la principal ruta de acceso a la ciudad de México a través de la carretera México-Puebla y, por tanto, camino obligado para las colonias del oriente de la ciudad y municipios conurbados, ha vivido una aceleración importante en los últimos años. De la época en que la gente se cortaba el pelo “con paisaje” en los camellones de esta importante avenida, hasta ahora cuando la ruta del metro férreo constituye una “frontera” entre ambos lados de esta avenida.

<sup>6</sup>“Particularmente en los últimos años encontramos que paradójicamente frente a los procesos de globalización y de modernización, hay una fuerte tendencia a la distinción y al reconocimiento de la diferencia social entre los diversos grupos que habitan en ellas. Esto se da no sólo en términos de clases sociales, sino fundamentalmente de prácticas culturales” (Portal, 1993: 58).

<sup>7</sup>Estos tres primeros sitios se encuentran ubicados en el centro histórico de la ciudad de México.

El oriente de la ciudad tampoco es nuevo en sitios gays.<sup>8</sup> Los baños Rocío,<sup>9</sup> por ejemplo, fueron muy socorridos por aquellos que gustan de este tipo de lugares de encuentro y, el Spartacus en Neza, otro sitio de larga tradición, que empezó siendo apenas una cantina y hoy es una de las discotecas gays más antiguas en el área metropolitana. La escasez de publicidad para ciertos sitios de interacción gay (recordemos que ésta se circunscribe a revistas y folletos especializados y sólo algunos otros sitios logran difusión a través de otros escasos medios) provoca que sean desconocidos para muchos de ellos y que sólo unos cuantos individuos, por lo general vecinos, o quienes se desplazan por esas zonas, sepan de su existencia. Indudablemente existe una importante cantidad de gays viviendo en estos rumbos, sin embargo, el hecho mismo de que la mayor parte de los sitios gays se encuentren concentrados en el centro de la ciudad, hace que sean menos visibles sus interacciones localmente. No cabe duda que un factor que ha sido determinante para su difusión de sitios de encuentro en el medio gay ha sido la transmisión oral a través de las redes de socialización urbana.

#### LLEGANDO A ZARAGOZA

LLEGAR al metro Zaragoza en sí mismo puede constituir una aventura más o menos arriesgada. Por supuesto todo depende del punto de partida, del día, la hora y la habilidad del viajero para sortear dificultades que pueden presentarse en el camino.

<sup>8</sup>En la ciudad de México existen variados espacios de socialización entre diurnos y nocturnos para individuos gays. Muchos de ellos prefieren espacios privados o inclusive asisten a sitios públicos que no han sido creados específicamente para gays, pero donde se puede dar esta socialización. Algunos sitios inclusive se muestran cada vez más tolerantes a este tipo de grupos sociales, gracias a que se reconoce que poseen un potencial económico que los hace atractivos a negocios, como pueden ser restaurantes, deportivos, baños públicos, hoteles, etcétera. Así se van ganando espacios que en otro momento fueron o pudieron ser excluyentes a estos individuos (List, 1997).

<sup>9</sup>Los baños públicos en general siempre han resultado atractivos para la gente gay y por ello algunos se han convertido en sitios de encuentro donde pueden darse situaciones desde ligue hasta de encuentro sexual.

Para los gays el metro tiene en sí mismo un atractivo particular, pues como se sabe existen ciertas líneas, andenes, vagones, horarios en los que se dan concentraciones de hombres que ligan, platican y acuerdan nuevos encuentros en este transporte público. En este sentido la línea "rosa", es decir la que va de Observatorio a Pantitlán, ofrece varias posibilidades en su recorrido, siendo las más conocidas Insurgentes, Balderas y Pino Suárez, de manera que en un viaje entre una y otra estación se puede dar un ligue rápido o concertarse una cita para más tarde, lo cual ya dependerá de la habilidad del ligador y de la disposición de su interlocutor.

Llegar a la colonia Puebla en pesero, camión o automóvil es sumamente difícil, el metro es sin duda la mejor opción, pues así se evita el tránsito permanente de la calzada Zaragoza. Junto a la estación de metro del mismo nombre existen loncherías, dulcerías, farmacias, tiendas de abarrotes, y hasta muebles es posible adquirir. Todo ello sin contar la ya cotidiana presencia de los vendedores ambulantes que se han instalado a todo lo largo de las calles aledañas a este importante transporte colectivo. Por si fuera poco, peseros, taxis, autobuses suburbanos y foráneos, multiplican las posibilidades comerciales de este sitio.

Asimismo ha ido creciendo una importante oferta de diversión para individuos gay: la Arcelia, La Tortuga y La Lili se han convertido en una singular oferta para esta zona que no sólo es de tránsito o comercial sino además habitacional, pues la colonia Puebla, donde se instalaron estos tres sitios, es fundamentalmente popular. Así, a sólo una cuadra del metro se encuentra un mercado en donde se expende todo tipo de mercancía y por supuesto, alrededor hay instalado gran número de comercios de todo tipo que dan servicio a los habitantes de esta colonia.

¿Cómo definir esta zona? Por supuesto no como una zona gay. Es un hecho que a pesar de que se ha dado una concentración de sitios que sirven a ese sector en ciertas zonas de la ciudad de México, esto dista mucho de tener un sentido que nos permitiera una nominación a partir de esas interacciones. Por otra parte, es importante hacer notar que para cada uno de los sectores sociales que ahí

vive, convive, socializa y circula, la zona tiene diferentes sentidos, más relacionados con sus propios niveles de identidad, que se ponen en juego en ese sitio. A partir de esto, sería más pertinente reflexionar la manera en que lo gay puede dialogar con lo heterosexual en esta zona.

## LA CALLE 65

APENAS unos segundos después de haber descendido del metro, se empieza a percibir el rumbo. Durante el día, música, ruido y hasta aromas extraños –de las taquerías, del humo de los coches, del agua encharcada y tantos otros que no es posible describir–, llegan desde la calle. A la entrada del metro, un local de productos “naturales” flanquea el paso hacia la acera, hacia los puestos ambulantes. Transitando entre éstos y los comercios establecidos, hay una variedad de oferta de objetos de todo tipo, que en la noche básicamente se compone de dulces, pan, tacos, casetes y algunos otros productos variados. Hay que abrirse paso entre la gente que inevitablemente circula en dirección contraria. Y ni pensar en bajarse de la banqueta, pues se corre el riesgo de ser aplastado por alguno de los *micros* que circulan hacia los diversos destinos urbanos y suburbanos. Al llegar a la esquina de la calle 65, una tienda de Electra indica que se ha llegado al sitio deseado.

Curiosamente las calles que desembocan a la calzada Zaragoza, en este punto, están todas delimitadas por estructuras metálicas que impiden el paso a vehículos más altos que un automóvil, seguramente como una forma de evitar el acceso de los microbuses que, como ratones, se meten por todas partes.

Enfrente de Electra, justo en la otra esquina, una lonchería hace la delicia de los transeúntes: tacos, tortas, refrescos y hasta cervezas hacen que sea un punto importante para mucha de la gente que busca algo de cenar antes de continuar su camino. A pesar de que no es el único local de este tipo, ciertamente acapara mucha de la clientela gracias a su ubicación estratégica, para quienes descienden de alguno de los transportes públicos o incluso para quienes esperan abordarlos.

A un costado de Electra, otra lonchería recibe a más de esta clientela. Quizá por ser un local más pequeño, o por encontrarse en el interior de la calle recibe a menos consumidores. Como todos los sitios de la zona, cuenta con su sinfonola que ameniza la estancia de los parroquianos.

Esta calle, entre diez y once de la noche, recuerda las fiestas que se hacen en las colonias populares e inclusive en los pueblos: la gente va y viene de los diversos locales de cervezas y alimentos. Entran a una, salen de otra, se detienen a media calle a saludar a algún conocido, se paran a fumar un cigarro, y todo con la mayor tranquilidad que da el saberse entre iguales. Todo esto se da en un espacio extremadamente pequeño pero donde conviven sitios de socialidad gay junto con fondas, con taxistas que conocen a la clientela y están conscientes de su potencialidad económica, de loncherías donde tarde o temprano los individuos gay irán a parar en busca de algún alimento nocturno. Todo ello crea un microcosmos en donde se establece una gran cantidad de relaciones sociales (comerciales, amistosas y hasta amorosas).<sup>10</sup>

#### LOS VECINOS DE ENFRENTA (LA DISCO “LA TORTUGA”)

SOBRE LA misma acera, a un costado, se encuentra La Tortuga. Éste es sin duda el local más llamativo de la calle por lo pretencioso de su fachada. Por supuesto el uso de materiales diferentes a los del resto de las construcciones (aluminio y cerámica), hace que se destaque. En un color verde oscuro combinado con blanco, tanto sus paredes exteriores como el toldo que cubre la entrada, hace que se note su presencia, inclusive circulando por la calzada de Zaragoza, sobre todo porque es el único local de este tipo en la zona. No es difícil darse cuenta que fue adaptado. La construcción delata que en otro

<sup>10</sup>“Que los términos de este discurso sean voluntariamente espaciales no podría sorprender, a partir del momento en que el dispositivo espacial es a la vez lo que expresa la identidad del grupo (los orígenes del grupo son a menudo diversos, pero es la identidad del lugar la que lo funda, lo reúne y lo une) y es lo que el grupo debe defender contra las amenazas externas e internas para que el lenguaje de la identidad conserve su sentido” (Auge, 1993: 51).

tiempo fue casa habitación y que las necesidades comerciales lo transformaron en lo que ahora es.

La clientela es uno de los principales distintivos de ese lugar, a pesar de ser fundamentalmente masculina, puede adivinarse que está compuesta por varones homosexuales. Y es necesario adivinarlo pues en general el aspecto de los parroquianos no evidencia su preferencia sexual. Por el contrario, los atributos asociados con la masculinidad se ejercen y hasta se exageran.

Carlos Monsiváis consciente de este tipo de actitudes menciona que

en ninguna época es fácil vivir transgrediendo la norma social, así sea de manera legal y legítima, pero en un país oficialmente machista todo se complica. De acuerdo con clasificaciones imponderables pero rígidas, sólo hay dos tipos de homosexuales: el joto de tortería y el maricón de sociedad. Los demás son sombras huidizas que al no alcanzar casillero, se dejan describir por el diminutivo que les aplican ("Juanito/Robertito"), y por el trato siempre condescendiente. Y del hostigamiento pocos se libran (Monsiváis, 1997: 15).

En este sentido podemos decir que los parroquianos de La Tortuga pretenden escaparse de esa clasificación que discrimina y estigmatiza.

Aquí los varones no ven confrontada su masculinidad, no la ponen en cuestión; inclusive algunos lanzan miradas que pretenden ser lascivas a las meseras quienes ni se inmutan ante las actitudes de los parroquianos y, más bien entran en un juego con estos individuos.<sup>11</sup> En este sentido, la clientela habitual de este sitio no hace uso del "joteo"<sup>12</sup> en su interacción con otros sujetos.

<sup>11</sup>En diversos planos se ha visto que lo que no se perdona es la confrontación. Puede ser que el individuo tenga deseos, fantasías, intereses que estén en abierta contraposición con lo que se espera de él y esto no causa mayor problema, se da más bien cuando el sujeto lo expresa abiertamente cuestionando tácita o explícitamente el orden establecido.

<sup>12</sup>"Joteo: forma de duelo de ingenio y reconocimiento mutuo", Mauricio List Reyes, "La noche del Ansia", en prensa.

Aquí no está permitido bailar, lo cual, sin embargo, no es motivo para que algunas parejas dejen de pararse al fondo, a seguir el ritmo de alguna de las melodías puestas en la sinfonola, y que responde a la moda musical: gruperos, salsa, y algún otro ritmo que *los prende*. Se debe hacer notar que las sinfonolas son importantísimas en este tipo de sitios pues son las que dan vida a los locales y un atractivo fundamental para sus consumidores.<sup>13</sup>

Un hecho que ha propiciado que se evite el baile es que al fondo, tras unas puertas de metal y vidrio, se ha instalado una discoteca. Una discoteca puesta en forma y que ya empieza a anunciarse en los diversos folletos que se reparten en los sitios “de ambiente”.<sup>14</sup> Como la mayoría de las discotecas que se precian de estar a la moda, en esta se ha creado un ambiente particular: media luz, música “tecno” principalmente, a un volumen bastante alto, tecnología de iluminación en la pista de baile, meseros yendo y viniendo con botellas de ron, de refrescos, de cervezas, vasos, hielos, etcétera.

La Tortuga es diferente a los otros sitios de esta calle. A decir de los asiduos clientes de este sitio, empezó como los demás: una lonchería sin mayores pretensiones en donde era posible tomar cerveza y escuchar música en la sinfonola ahí instalada. Con el paso del tiempo, travestis en primer lugar y, después algunos homosexuales, la empezaron a frecuentar. Les encantaba ponerse a bailar entre las mesas sin que esto causara mayor problema ni con los parroquianos ni con los dueños del sitio. Esto por supuesto ayudó también a que cada vez más gente se acercara a este sitio con el fin de disfrutar una noche de baile en un ambiente acogedor.

Hoy La Tortuga se ha transformado absolutamente, ya no es la lonchería del barrio, ahora es un gran local en donde se reúne una clientela específica con el fin de disfrutar las melodías de moda tanto

<sup>13</sup>Es interesante hacer notar que el uso de estos aparatos se rescató cuando la tecnología cambió el uso de discos de acetato por discos compactos, sin embargo han sido confinados a ciertos sitios de consumo popular y en general para reproducir música en estilos como la balada, cumbia, salsa, etcétera.

<sup>14</sup>Esta expresión debe aclararse ya que existe una variedad de acepciones que le asigna el grupo que hace uso de ella. En este caso en específico se utiliza para denotar el hecho gay y se aplica tanto a lugares como a situaciones y a individuos.

en inglés como en español. Gracias a estas modificaciones el sitio atrae tanto a sus asiduos clientes como a curiosos que suelen realizar "tours" por los diversos "antros" de la ciudad de México.

## LA LILÍ

LA LILÍ es un sitio que se ha transformado producto de la apropiación que sujetos gays han hecho de él. No tuvo una planeación en el sentido estricto de la palabra, simplemente fue uno de tantos negocios que llegaron a poblar el rededor de las estaciones de metro, aprovechando la disponibilidad de una clientela ávida de ofertas de todo tipo, en sitios accesibles y que no les provocara mayores problemas de acceso o de convivencia social, y que pasó a convertirse en un importante sitio de baile para este sector social.

Este sitio ha logrado aglutinar a un creciente número de individuos gays pues en él se encuentran unidos varios factores que le dan sentido: primero, es un sitio donde se pueden concentrar sujetos gays; segundo, la música y el baile crean un ambiente grato para la diversión en el lugar; y tercero es un sitio donde es posible que se construyan relaciones amicales y afectivas en su sentido más amplio.

El local no es demasiado grande, caben aproximadamente veinte mesas, sin embargo el número de individuos que se instalan en cada una es diverso. Hay casos en los que se instalan más de cuatro individuos alrededor de la misma y otras donde sólo hay dos o tres sujetos.

El local tiene una decoración muy sencilla, algunos carteles con anuncios de cervezas y sobre el muro del fondo un anuncio luminoso: restaurante bar La Lilí, lo cual resulta un tanto sorprendente pues no se percibe ni que se preparen ni que se sirvan alimentos, aparte de una botana de chicharrones de harina con chile. Por otra parte esto nos da una idea del giro original que tuvo este sitio y que se transformó con el tiempo.

Como muchos de los clientes, llego acompañado de algunos amigos, viejos conocedores del lugar. Al llegar constatamos nuestra mala suerte: ni una mesa disponible. Sin embargo esto no es obje-



ción. Óscar, uno de nuestros amigos más asiduos, habla con uno de los meseros y unos minutos después, en un diminuto espacio, se instala ¡una mesa con ocho sillas! Increíble pero cierto y, segundos después, una vez que nos hemos instalado, en medio de la mesa aparece una cubeta de cervezas, mitad Sol y mitad Lager.

Por el momento todo es tranquilo. Desde nuestra mesa hay muy buena vista: se puede observar tanto el interior del lugar como la calle.

Éste es un detalle particular de La Lili: no tiene puertas, ni cancelas, ni nada que impida la vista a su interior. Sólo tiene una cortina de metal que se baja en las escasas ocasiones en las que se cierra este local. Por tanto no deja nada a la imaginación de los transeúntes que circulan por esta calle para dirigirse al interior de la colonia Puebla desde el metro Zaragoza.

Pero esto no le importa a la clientela del lugar. Es interesante cómo se construye el adentro y el afuera en un sitio como éste. A los que están al interior del lugar no les importa lo que sucede afuera. Los que están afuera pasan como si no pudieran ver lo que adentro sucede. Así se crea una situación de separación o de frontera entre uno y otro ámbitos.<sup>15</sup>

Mientras bebemos la primera cerveza, la música pasa de Charlie Zaa a Luis Miguel, y de éste a Yuri (de esta manera van desfilando Los Tigres del Norte, José José, Rocío Durcal, Paloma San Basilio y hasta Lucha Villa). Sin embargo empieza a sonar una melodía grupera, y es suficiente para que se llene el pasillo del lugar con individuos bailando en parejas que sortean sillas y a los parroquianos que permanecen sentados en sus respectivas mesas. La música por supuesto tiene una gran importancia en este sitio, aunque sin embargo, siendo el público quien selecciona las melodías que desea escuchar, se puede pasar de Niche a Paulina Rubio y de ésta a Juan Gabriel, y esto lleva a bailar el “caballo dorado”, entre otras melodías

<sup>15</sup>Éste, en el sentido de Nora Rabotnikof sería entonces un lugar público al que denomina como “espacios físicos de interacción, públicos en tanto plenamente visibles y accesibles. Espacios de socialidad, en los que se instauran nuevas distancias y nuevas relaciones. Ámbitos de visibilidad recíproca que configuran conductas públicas, establecen relaciones y también contribuyen a sostener la identidad personal” (Rabotnikof, 1998: 9).

de moda. Así la música adquiere una importancia mucho más profunda debido a que alrededor de ella se crea un ambiente particular para la socialidad y por otra parte la sinfonola democratiza la selección musical al permitir que sean los propios parroquianos quienes decidan qué es lo que van a escuchar o bailar dentro de los límites impuestos por el contenido de la sinfonola.

Los individuos en la mayoría de los casos bailan en parejas y dependiendo de la música, sueltos o tomados de la cintura o del talle; en este sentido el baile no es una actividad impersonal; a pesar de que se establezca entre personas que no se conocen entre sí, hay un diálogo constante de miradas, gestos, sonrisas, que pueden dar lugar a una conversación que en un momento dado llega inclusive a extenderse al grupo de amistades, que muchas veces se encuentra en franca observación del posible cortejo que se pueda suscitar durante el baile.

Mientras tanto, la gente sigue platicando y bebiendo cervezas que son solicitadas, de una en una para los que acuden solos, o en cubetas para los pequeños grupos. Y es destacable el hecho de que cada cerveza tiene un costo de 5.50 pesos, lo cual quiere decir que con una cantidad relativamente pequeña de dinero, un sujeto puede llegar a encontrarse en estado de ebriedad; por supuesto es menester considerar los ingresos económicos de los asistentes, sin embargo no parece preocuparles mucho la cuenta, que generalmente se reparte entre los sujetos instalados en la misma mesa.

En cada una se aprecian animadas pláticas y en algunas ocasiones se interrumpen por las careajadas de alguno o algunos de los asistentes, o los gritos y bromas que se hacen de una mesa a otra. Los asiduos parroquianos han creado redes gracias a las cuales han podido establecer una amplia socialidad al interior de La Lilí y muchas veces aun sin conocer a los interlocutores se hacen comentarios de una mesa a otra e inclusive bromas que permiten una mayor cercanía entre los sujetos.

Al fondo, del lado derecho del local, se encuentran los baños; uno de ellos para mujeres, el cual también es utilizado por algún travesti que entra a este lugar. El otro baño para hombres; sólo algunos

individuos acostumbran cerrar la puerta, ya que comúnmente se encuentra abierta, aun cuando está siendo utilizado, El constante entrar y salir de los parroquianos impide que pueda mantenerse cerrada.

El hecho de que la mayoría de la concurrencia esté compuesta por varones gays le da a este sitio un carácter particular pues esto permite una mayor desinhibición y por tanto que la gente hable, actúe y se mueva sin temor a ser censurada, rechazada. Más bien en los casos en los que entra alguien que no es gay y se asombra al ver esta concurrencia, no falta quien exagere ciertas actitudes con el fin de escandalizar al visitante y hacerlo blanco de las risas de los demás.

Junto al baño, y cubriendo un poco la puerta está colocada la sinfonola que regularmente mantiene un volumen lo suficientemente alto como para que la música pueda ser escuchada en todo el local.

A cierta hora de la noche ya es posible percibir los estragos que las cervezas causan en algunos de los clientes. No es lo más frecuente, pero sí se da el caso de que después de las 12:00 horas, aproximadamente, ya haya gente en estado de ebriedad, quienes por supuesto reaccionan de diversas maneras: hay quienes se muestran eufóricos, agresivos o deprimidos. De todo se da y ello generalmente no acarrea mayores problemas, salvo en algunas ocasiones en que la agresión va dirigida hacia alguno de los parroquianos o de los meseros.

Es curioso observar los atuendos de los asistentes, que abarcan un abanico muy amplio. Algunos, los más jóvenes, suelen ir con pantalones de mezclilla o de alguna tela acrílica, combinados con camisas o playeras con los más variados estampados que pueden ser deportivos, de algún personaje televisivo, etcétera. Muchos de ellos llevan algún tipo de mochila o petaca. Algunos otros visten atuendos un tanto más estudiados, playeras y pantalones de mezclilla un tanto ajustados, algunos inclusive usan gorras. Menos frecuentemente pero presentes, están aquellos que acuden de traje o simplemente de saco y corbata. Esto delata dos cosas: algunos acuden directamente después de salir de su trabajo y; que sus acti-

vidades laborales también resultan muy variadas: taxistas, comerciantes, oficinistas, etcétera. Éste es otro punto donde se percibe la diferencia con la discoteca a la que la mayoría de la gente acude con un atuendo evidentemente seleccionado para la ocasión y para lograr un particular efecto en los demás.

Hay que hacer mención además de que muchos de los parroquianos son migrantes o hijos de migrantes y por tanto son la primera o segunda generación de la familia instalada en el ámbito de esta megalópolis. En este sentido es interesante ver cómo se incorporan al estilo de vida urbano que además conlleva la característica de lo *gay*. Por supuesto el reconocimiento que se expresa entre ellos tiene que ver con la habilidad de incorporar la "urbanidad" que les permite ir tejiendo redes de relaciones en diversos ámbitos, sin quedar excluidos ante quienes consideran sus iguales. "Pues bien, esta pluralidad de pertenencias, lejos de eclipsar la identidad personal, es precisamente la que la define y constituye" (Giménez, 1997: 13)

A espaldas del mostrador, que es más o menos grande, se apilan varias decenas de cajas de cartón conteniendo cervezas o envases vacíos de las mismas, y frente a éste, dos grandes hieleras en las que se enfría una gran cantidad de cervezas, aparte de éstas hay dos refrigeradores donde además también hay refrescos.

A un costado de las pilas de cajas, en un sitio alto, hay un altar en honor de la virgen de Guadalupe y algunos santos más; mantienen permanentemente encendidas algunas veladoras, y con flores complementan el altar. Es interesante el hecho de que este tipo de altares se encuentra presente en todos los sitios que conforman este circuito de diversión.

Debido a lo insuficiente de las mesas es común que los meseros instalen a alguien más en alguna en dónde sólo hay uno o dos clientes, lo cual por otra parte suele ser algo muy útil a la socialidad, pues un rato más tarde al menos ya se han dirigido algunas palabras, que posteriormente llevará a que se rompa el hielo y se establezcan animadas pláticas. En este sitio, por otra parte, esta escasez de espacio y el consiguiente hacinamiento del público finalmente no resulta

tan molesto para los parroquianos acostumbrados a que en La Lili tienen que convivir en esas condiciones.

Mientras converso con alguno de los amigos del grupo, puedo ver el animado baile que se da entre las mesas. No faltan actitudes como la de la pareja que quiere ser el centro de la atención por lo elaborado de sus pasos o por remedar las coreografías de los cantantes de moda. Así, el prestigio al interior del lugar se logra más a partir de una práctica que de un consumo particular.

La manera en que se comunican los cuerpos en este sitio es particular pues existen diversos lenguajes que se entrecruzan volviendo difícil la comunicación si no se conocen los códigos utilizados. Así, con los cuerpos se comunica la seducción, el deseo, el joteo y hasta el "perreo"<sup>16</sup> y, todo ello se logra no sólo con el rostro o las manos sino con todo el cuerpo, al establecer un diálogo con una o varias personas pudiendo inclusive enviar varios mensajes diferentes simultáneamente. Por ello todos los mensajes cifrados que se manejan a través de señales, miradas, gestos y movimientos sólo logran tener sentido para los familiarizados con ello.

Mientras tanto los meseros sufren para pasar entre las mesas a servir las cervezas y que no se les vaya alguien sin pagar. En este sitio es difícil identificarlos, pues por el atuendo y el aspecto se confunden con los parroquianos. Sólo después de un rato de estar observando es posible darse cuenta de quién es el que pasa destapando cervezas, recogiendo envases vacíos y repartiendo servilletas, limones, ceniceros y cuanta cosa haga falta en alguna de las mesas.

También es importante mencionar que existe un cambio de turno de meseros: por la tarde dos mujeres, una mayor y la otra más joven, atienden el lugar que por supuesto no se llena. Por lo general actúan con cierta indiferencia hacia los clientes. Van y vienen mascando un chicle y no dando demasiada importancia a los clientes que suelen hacerles bromas e inclusive pellizcarlas u otro tipo de

<sup>16</sup>"[el habla de las denigraciones mutuas] es el recordatorio incesante de la medida del menosprecio de los de afuera; el «travestismo social» es obligatorio porque es lo más próximo a la identidad de los «raritos», es la identidad femenina por contagio" (Monsiváis, 1998: 39).

acercamiento el cual rechazan con cierto fastidio pero sin enfascarse en discusiones con ellos.

Por la noche atienden varios jóvenes, evidentemente acostumbrados al trato con el público, sin embargo en muy raras ocasiones se detienen en alguna de las mesas ya que suelen ir y venir rápidamente para servir las cervezas, cobrar o atender a alguna petición especial. Ellos son cuatro jóvenes cuya apariencia no es particular, simplemente cuatro hombres entre veinte y veinticinco años con aspecto de migrantes y que se mueven con gran velocidad y agilidad para realizar las tareas necesarias durante sus horas de servicio.

También es frecuente que entre los meseros haya una joven que va y viene con las cervezas, un trapo varias veces reutilizado con el que "limpia" las mesas y en su ir y venir es objeto de los saludos, bromas y los más disímolos comentarios de los jóvenes que se arremolinan alrededor de las mesas y a los cuales ella responde amigablemente.

Así, este lugar no es exclusivo de varones gays. En algunas ocasiones es posible ver a una o varias jóvenes que comparten la mesa con sus amigos. También suele verse a una o varias mujeres mayores que, al menos aparentemente, buscan en este sitio la posibilidad de bailar y es ello lo que las convoca a un sitio que resulta más bien amistoso y donde no falta quien las invite a bailar alguna de las melodías que suenan en la sinfonola.

Entre los varones también es posible apreciar algunas diferencias pues se encuentra desde el joven que es completamente afeminado y que recurre en todo momento a la jotería hasta aquel cuya actitud, modales y trato son absolutamente viriles. En este sentido, es particularmente llamativa la manera en que se forman las parejas que acuden y socializan en este lugar: por ejemplo es común ver a un individuo mayor cuya presencia es completamente varonil acompañado por un jovencito afeminado o dos jóvenes varoniles que sin ninguna inhibición se abrazan y besan en su mesa; sin embargo no es común ver a una pareja compuesta por dos jovencitos afeminados. Así encontramos sujetos que conviven en grupos homogéneos pero sin perder la posibilidad de interactuar con el resto de la concurrencia.

Por supuesto, los consumidores no son los únicos personajes dignos de mención aquí. Uno particularmente llamativo es una mujer de unos treinta y tantos años pero que se ve prematuramente avejentada. Su cuerpo se ve bastante pasado de peso y su escasa estatura hace que se vea aún más gorda. Asidua visitante de este sitio, invariablemente se encuentra en estado de ebriedad, aunque es difícil saber si llega así o si por el contrario selecciona este sitio para emborracharse.

La sinfonola por momentos se convierte en la manzana de la discordia, pues ha pasado tanta gente a programar sus canciones favoritas que muchos se desesperan al ver que pasan y pasan melodías menos las que ellos seleccionaron. De ahí que algunos se rehúsen a programar canciones que quizá no alcanzaran a oír esa noche mientras se encuentren en La Lili.

Durante la noche nuevos personajes hacen su presencia. Uno particularmente especial es el de los "toques". El individuo circula entre las mesas haciendo sonar dos cilindros de metal, que los lleva conectados a una batería eléctrica y que los utiliza para dar toques a sus clientes; con la batería se puede regular la cantidad e intensidad de la corriente que se aplica. Esto es "útil" sobre todo para los sujetos que han llegado a un alto nivel de alcoholización y que lo utilizan "para que se le baje".

Como en muchos de los sitios de entretenimiento, no falta la vendedora de rosas, mismas que va ofreciendo de mesa en mesa, y por supuesto hay quien las compra y las envía de una mesa a otra para llevar a cabo el cortejo, o se compran para obsequiarla en la propia mesa a la pareja o posible pareja. También circula el niño que vende chicles y la mujer que vende dulces y cigarros. Todos ellos al hacer su recorrido por las mesas se detienen en algunas a platicar, a hacer bromas o inclusive algunos de estos personajes han establecido amistad con algunos de los clientes. Una vendedora de cigarros comentaba con nostalgia que había un cliente que cada año en su cumpleaños le celebraba, pero que finalmente ha dejado de ir.

Algo que es digno de mencionar en torno a estos personajes es que, conscientes de la dinámica que en este lugar se da, suelen realizar bromas a los parroquianos o ser víctimas de ellas. En ocasiones remedan el joteo, sin embargo en muchas ocasiones la agudeza de alguno de los clientes termina por hacerlos el centro de las risas de los espectadores, a la que ellos se unen reconociendo el ingenio de su contrincante. En general este tipo de bromas no causa ninguna molestia o enojo y más bien sirve para que unos y otros logren una relación más cordial con su entorno. En fin, que hay una constante interacción con otros personajes que forman parte de la concurrencia del lugar y que también sirven para darle dinamismo.

La clientela es singular. En su mayoría joven, de una extracción socioeconómica baja, acuden desde dieciocho y veinte años hasta los treinta aproximadamente. Existe un gran contraste con la clientela con el bar de enfrente –La Tortuga– en general compuesta por hombres de mayor edad y que comparte la misma extracción socioeconómica.

Las interacciones entre los individuos al interior de La Lilí suelen estar cargadas de ironía. Por lo regular se encuentran sentados en las mesas del lugar en pequeños grupos. Algunos de ellos juegan y ríen entre sí. Un juego recurrente es el joteo y el perreo, en el que evidentemente destacan algunos por su agudeza y su ingenio, pues ciertamente se requiere una gran agilidad mental para ello y lograr salir bien librado de esos juegos de palabras.

La mayoría son clientes regulares que acuden cada semana y por tanto muchos se conocen entre sí y por lo mismo hay una constante circulación entre las mesas. Van y vienen los jóvenes, ya sea para bailar con alguien o simplemente para saludar a algún conocido. Algunos llegan con su pareja, por lo que la interacción se hace hasta cierto punto más cerrada, aun cuando se da la convivencia con las amistades e incluso bailan con alguien que no es la pareja, aunque por supuesto las relaciones más íntimas sólo se dan con quien se comparte la relación amorosa. Indagando respecto a la manera en que se da la relación entre estos sujetos, es posible saber que algunos



de ellos comparten los itinerarios nocturnos, por lo que los encuentros no sólo se dan en este sitio sino que además muchos de ellos se encuentran previa o posteriormente en el Viena o en el Oasis, en el centro de la ciudad.

### CAMBIO DE TURNO

APROXIMADAMENTE a medianoche hay una mayor circulación de gente. Muchos cuando ven acercarse las doce parten rápidamente esperando alcanzar el último convoy del metro para llegar a su destino. Sin embargo esto no hace que se vacíe el lugar. Por el contrario, a esas horas entran otros clientes que han estado esperando mesa o que simplemente vienen de algún otro sitio.

De esta manera se renueva el público del lugar. Por supuesto muchos continúan bebiendo, bailando y conviviendo con sus amistades. Es particularmente significativo que poca gente se mantenga sola, ya sea porque llegan amigos o porque los que ocupan solos una mesa, tienen que recibir en ella a otros que han estado esperando un lugar donde sentarse y se les ofrece aquella donde los individuos solos no tienen más remedio que aceptar que alguno de los meseros les lleve una compañía inesperada. Ésta es una gran diferencia con la mayoría de los sitios gay en México en los que la gente que acude sola, suele mantenerse así hasta lograr un lígüe; en este sentido no es común que los sujetos se acerquen con desconocidos con la simple intención de platicar, regularmente este acto conlleva otro interés (romántico, erótico, etcétera) que ambas partes conocen y dan por hecho.

Es importante destacar que existe un público cautivo en este lugar, individuos que frecuentan el lugar de manera quincenal, semanal e inclusive algunos con mayor frecuencia, lo que facilita la interacción tanto con el personal que atiende el lugar como entre ellos, pues ya existe un conocimiento de quiénes son y cuál es el trato que debe existir. En este sentido, parecería difícil entender cómo es que estos individuos que provienen de diversos contextos

socioculturales pueden establecer formas de convivencia, de allí que recurriendo a la propuesta de Portal:

lo que me interesa subrayar aquí es que la identidad de un grupo urbano, al igual que cualquier otro grupo social, se construye necesariamente a partir de una forma de mirar al mundo (es decir de una cosmovisión particular) y de experimentarlo. Esta mirada cultural básica y coherente se constituye en una estructura que posibilita la explicación del entorno, en la medida en que en ella se articula el pasado (significativo) el cual se organiza como parte del marco ideológico de explicación del hoy. (Portal, 1993: 59)

Los sujetos que llegan a La Lilí tienen diversos motivos para seleccionar este sitio. El principal es que es un sitio para bailar y donde pueden divertirse al ritmo musical que prefieren. Algunos parroquianos confiesan haber abandonado La Tortuga desde que se transformó en un sitio pretencioso. Muchos de ellos, si acuden a La Lilí no es porque no puedan acceder a otros espacios, sino porque ahí se encuentra presente el estilo de diversión y convivencia social que prefieren. La música, el baile, la clientela, el lugar mismo son factores que motivan a sus clientes a acudir allí, se sienten en su ambiente y no sufren la discriminación o el rechazo de las discotecas. Así, son ellos quienes dictan el estilo del lugar y por tanto quienes se encuentran en una posición que les permite interactuar libremente.

Más aún, muchos de los asiduos visitantes lo ven además como un sitio donde existe la posibilidad de conocer a alguien, de lograr un ligue, y ¿por qué no?, una pareja. No es extraño que haya quien mande miradas furtivas a la mesa de enfrente tratando de captar la mirada del joven que ríe con sus amigos pero que se ha percatado que es objeto de observación y asume una actitud de desdén, dándose a desear, pero a la vez entrando al juego del coqueteo que puede llevar finalmente al inicio de un ligue.

Por otra parte, el hecho de que exista una cierta igualdad entre los parroquianos favorece la interacción. Los mismos individuos afirman "Aquí, si te sacan a bailar, bailas, no se da tanto la pose de -yo no bailo porque estoy cansado". La gente va a divertirse y en general no pone reparos para bailar con un desconocido, sobre todo si es buen bailarín o si es alguien que resulta agradable o simpático.<sup>17</sup>

Las posturas desdeñosas que suelen asumir quienes acuden a las discotecas de moda, así como la competitividad respecto al atuendo y otros atributos exteriores aquí toman otra connotación, los parámetros utilizados para jerarquizar posibilidades de interacción parten más de la actitud que asumen los individuos que de la apariencia física de los mismos. No obstante, aquí como en otros ámbitos, la belleza física es importante, sin embargo, los parámetros utilizados para su calificación son diferentes.

La construcción de la identidad se da en torno a la posibilidad de interacción que La Lilí permite. Así, los asistentes saben que en este sitio no se da el rechazo, la discriminación o censura que podrían sufrir en las discotecas que han desarrollado sistemas selectivos de acceso de su concurrencia y que tienen que ver más con procesos selectivos y excluyentes en donde la discriminación se ejerce abiertamente a partir de la pertenencia a una clase social en particular.

Finalmente es menester señalar que así como es un espacio que recibe al público que accede a él, también es posible percatarse de que no existe la misma apertura hacia sujetos que evidentemente no pertenecen al mismo sector social. Así, esos sujetos serán tratados como extranjeros, con amabilidad y condescendencia pero no se espera la misma actitud existente hacia el resto de la concurrencia.<sup>18</sup>

<sup>17</sup>"Concluamos, entonces que los actores sociales... tienden, en primera instancia, a valorar positivamente su identidad, lo que tiene por consecuencia estimular la autoestima, la creatividad, el orgullo de pertenencia, la solidaridad grupal, la voluntad de autonomía y la capacidad de resistencia contra la penetración excesiva de elementos exteriores" (Giménez, 1997: 21).

<sup>18</sup>De alguna manera, siguiendo a Giménez tendremos que "...no basta que las personas se perciban como distintas bajo algún aspecto, también tienen que ser percibidas y reconocidas como tales. Toda identidad (individual o colectiva) requiere la sanción de *reconocimiento social* para que exista social y públicamente". En este sentido y siguiendo a

## Y ENTONCES UN DÍA TODO ESTABA CERRADO

APROXIMADAMENTE a finales de agosto de este año, apareció una serie de carteles pegados en la paredes que decían: Se les informa a nuestros clientes y amigos que queda estrictamente prohibido bailar.

Este aviso si bien llamó la atención de muchos de los parroquianos no fue tomada en cuenta, la gente seguía parándose a bailar y los meseros tampoco hacían nada para impedirlo, simplemente todo seguía igual, hasta que un día que me dirigía a La Lilí encontré a Óscar, y me preguntó que a dónde iba, y al saber mi destino me miró con gesto interrogante y dijo: ¿qué ya la abrieron?

-¿Cómo que si ya la abrieron?

-¿Que no sabías que cerraron La Lilí, la Arcelia y La Tortuga?

-¿No, porqué las cerraron?

-No sé.

Esto evidentemente fue una muy mala noticia pues tenía visos de ser un acto homofóbico, que daña directamente a un público gay que ya había establecido una relación muy estrecha, tanto con el lugar como con los individuos que ahí podía tratar. De repente se hacía necesario buscar un nuevo sitio a donde trasladar la socialidad que ahí se ejercía y que posibilitaba el poder apropiarse de una zona de la ciudad en la que los niveles de identificación podían ser relativamente mayores.

Por supuesto algunos buscaron aquellos sitios que forman parte de los itinerarios: el Viena, el Oasis, El 14; otros no sabemos que hicieron, quizá también siguieron estos itinerarios o simplemente se movieron a sitios como el Spartacu's, o no volvieron a otros sitios en espera de recuperar a La Lilí o la Tortuga.

---

Giménez diremos que "la identidad tiene un carácter intersubjetivo y relacional". Gilberto Giménez. "Materiales para una teoría de las identidades sociales". *Frontera Norte*, vol. 9, núm. 18, julio diciembre de 1997, p. 11.

Pasadas algunas semanas, a principios de octubre se corrió la voz de que estos sitios habían vuelto a abrir con algunas modificaciones: como todos los bares, tendrían que cerrar sus puertas a las 2:00 horas y no permanecer abiertos toda la noche como se acostumbraba. La discoteca de La Tortuga quedaba clausurada y solamente podría funcionar el bar, en La Lili quedaba estrictamente prohibido bailar.

Todo esto por supuesto, resultó un duro golpe tanto para estos negocios como para sus asiduos clientes, quienes perdían una importante forma de diversión y además única en la zona.

¿Qué quedó de esto? Dos bares donde existe la tolerancia hacia los gays que acuden a ellos en un ambiente en el que lo principal es el consumo de cervezas y alcohol y escuchar las melodías de la sinfonola, y aunque a muchos de los parroquianos se les mueven solitos los pies cuando escuchan los ritmos preferidos, no pueden pararse a bailar pues inmediatamente se les llama la atención y se les invita a permanecer sentados. Platicando con algunos de los parroquianos pude obtener al menos una versión de los hechos que llevaron al cierre de estos sitios:

Aparentemente algunos vecinos de esta colonia estando en abierto desacuerdo con la existencia de estos sitios de diversión, acudieron con una cámara de video para grabar lo que ahí sucedía. Algunos parroquianos al verse ante una cámara y haciendo gala del juego de la jotería actuaron frente a ella.

Con esta evidencia se presentaron quejas ante las autoridades quienes a cambio de las respectivas "mordidas" se habían hecho de la vista gorda ante las irregularidades que presentaban estos establecimientos en lo referente al tipo de permisos que requerían para operar como lo habían venido haciendo. Resultado: el cierre de los establecimientos y ajustarse a las condiciones que la reglamentación oficial respecto a la operación de bares en la ciudad de México establece.<sup>19</sup>

<sup>19</sup>La ley respectiva, en lo relativo a los establecimientos que venden bebidas alcohólicas indica, en su artículo 56, fracción II, que se puede ofrecer como servicio complementario la "ejecución de música viva, grabada o videograbada, sin permitir el baile" (*Ley para el...* 1997, p. 30). Por supuesto, en general este tipo de disposiciones se mantienen hasta cierto

Hoy en día siguen llegando individuos gay quienes se reúnen con sus amistades para tomar unas cervezas y convivir un rato con ellos, sin embargo se nota un ambiente apagado. La clientela es menor pues muchos de los que asistían a bailar buscan otros sitios en donde puedan seguir participando de esa diversión.

Así vemos que el hecho de que se transformara el tipo de diversión provocó un importante movimiento de los clientes hacia otros sitios que han logrado mantener el tipo de servicios que los individuos gay buscan. Por otra parte, es evidente que tanto el ajuste en las condiciones en las que operan estos sitios como la homofobia de los vecinos logró el cierre de estos sitios de diversión.

Las actitudes antes mencionadas lograron transformar las formas de socialidad que se daban en estos sitios, pero no han podido evitar que los individuos gays sigan reuniéndose en los lugares que hicieron suyos a partir de su presencia y del consumo de estas ofertas de diversión.

Esta en las manos de las autoridades de la delegación y de los dueños de estos espacios que se otorguen los permisos para que puedan volver a operar estos sitios como solían hacerlo. Sin embargo, la presencia cotidiana de los sujetos gays en gran cantidad de sitios públicos puede lograr que se dé la apropiación de otros espacios de socialidad en la ciudad de México.

Por otra parte ha sido evidente que existen formas en las que determinados sectores sociales construyen espacios de socialidad a partir de que comparten intereses y gustos por determinado estilo de diversión enmarcado en sitios en donde pueden ejercer esta socialidad. Los sujetos gay han logrado esa apropiación a partir de que de manera cotidiana persisten en su presencia en determinados sitios en donde se encuentran con iguales, se reconocen y compar-

---

punto ignoradas gracias a que usualmente la corrupción de las autoridades permite que se "hagan de la vista gorda" y que por tanto estos sitios permanezcan funcionando de manera más o menos irregular. Sin embargo, en los casos en los que existe una denuncia de esas irregularidades, puede darse el caso de que se tenga que hacer valer la reglamentación y también la misma corrupción puede propiciar el cierre de establecimientos en busca de una mayor gratificación por permitir el funcionamiento irregular del sitio.

ten formas de interacción, de apropiación y de mirar el entorno en el que se ubican. En particular, en La Lili, los sujetos gay encontraron un sitio en donde el baile los convocaba y servía de marco para otras actividades que allí se ejercían. En cuanto el baile desapareció gran parte del público se dispersó en busca de otros espacios en los que pudiera llevar a cabo esta actividad. Los que se mantuvieron allí fue porque percibieron que podían seguir reuniéndose y encontrándose con otros sujetos que comparten el gusto y el deseo por relacionarse afectiva y sexualmente con personas del mismo sexo.

Así, la ciudad se encuentra poblada de sitios que, como La Lili, logran aglutinar a sujetos que se sienten parte de ese grupo que desarrolla una actividad particular y por tanto funciona como grupo de referencia en la construcción de su identidad cuyo principal característica sigue siendo la preferencia sexual.

#### BIBLIOGRAFÍA

- AGUILAR, Enrique (1986), *Elías Nandino. Una vida no/velada*, Grijalbo México.
- AUGE, Marc (1993), *Los "no lugares". Espacios del anonimato. Una antropología de la sobre modernidad*, Gedisa, Barcelona.
- GARCÍA CANCLINI, Néstor (1998), "¿Ciudades multiculturales o ciudades segregadas?", *Debate feminista*, "Ciudad, espacio y vida", año 9, vol. 17, México.
- GIMÉNEZ, Gilberto, (1997), "Materiales para una teoría de las identidades sociales", *Frontera Norte*, vol. 9, núm. 18, julio diciembre, México.
- HANNERZ, Ulf (1992), "Cosmopolitas y locales en la cultura global", *Alteridades*, año 2, núm. 3, UAM Iztapalapa, México.
- Ley para el funcionamiento de establecimientos mercantiles en el Distrito Federal (1997), Oliguín, México.
- LIST REYES, Mauricio (1997), "El urbícola gay", *La ciudad entre el amor y el espanto. Memoria*, Centro de Estudios del Movimiento Obrero y Socialista A.C, revista mensual de política y cultura, núm. 106, México, diciembre.
- , "La noche del Ansia", en prensa.
- MONSIVÁIS, Carlos (1997), "Los que tenemos unas manos que no nos pertenecen", *Debate feminista*, "Raras rarezas", año 8, vol. 16, México.

- NOVO, Salvador, (1998), *La estatua de sal*, Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, México.
- PORTAL, Mariana (1993), "La cuestión de la identidad urbana: una reflexión teórica", Instituto Panamericano de Geografía e Historia, *Boletín de Antropología Americana*, núm. 27, julio, México.
- RABOTNIKOF, Nora (1998), "Público-Privado", *Debate feminista*, "Público Privado Sexualidad", año 9, vol. 18, México,
- SÁNCHEZ, Álvaro y Álvaro López (1997), "Gay Male Places of Mexico City", en *Queers in Space: Communities/ Public Places/ Sites of Resistance*, Bay Press, Estados Unidos.





ERNESTO LICONA VALENCIA\*

## *La peluquería como lugar masculino*

### PRESENTACIÓN

UNA CIUDAD, un barrio o una colonia pueden ser observados a partir de sitios usados por hombres y otros por mujeres. Todavía en muchas colonias y barrios de la ciudad de México se mira a muchachos jugando fútbol en la calle; ellos principalmente se la apropian. También es común constatar que los hombres son los que se orinan en la esquina y las mujeres no; de igual manera, en la miscelánea son ellos los que se reúnen para beber cerveza. A las mujeres se les observa en otros sitios, en los zaguanes, en la fila de las tortillas y en el mercado o tianguis. La casa en la sociedad moderna, señalan diversos autores, es un espacio femenino por excelencia, incluso su interior está dividido por géneros correspondiendo la cocina a ellas. Es decir, el espacio urbano e incluso el familiar puede ser abordado etnográficamente a partir de espacios donde se estructuran sobre la base del género (Massey, 1998). De esta forma, podemos obtener una geografía masculina o femenina que permitirá observar el proceso de construcción de la identidad genérica.

Advertir la geografía masculina supone fijar la atención en dos tipos de lugares: aquéllos donde el cuerpo masculino o alguna de sus partes es objeto de atención y cuidado y otros sitios que coadyuvan para la construcción de la identidad masculina. Dentro de los primeros podemos constatar a la peluquería –que es el objeto de

\*Profesor investigador de la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla.

este trabajo— como lugar barrial donde el corte de pelo adquiere una simbología particular para el hombre; la sastrería como lugar donde la *pulcritud* y el *vestir bien* están asociados al ser hombre; el baño público (aunque no es exclusivo de hombres) es un lugar donde la limpieza del cuerpo y la oposición recurrente con los *putos* (hombres homosexuales) hacen de este recinto un lugar especial para la identidad masculina y, finalmente, y sin la finalidad de agotarlos está el consultorio de enfermedades venéreas como lugar donde se va a sanear el cuerpo. Hasta hace poco tiempo —antes de que se conociera el SIDA— adquirir una enfermedad de ese tipo, e incluso transmitirla, era signo de hombría en algunos sectores sociales. Dentro de los segundos encontramos a los talleres mecánicos, vulcanizadoras, pulquerías y panaderías, entre otros, donde se despliega la masculinidad en sus diferentes facetas. En su conjunto, todos estos lugares permiten la elaboración de representaciones sociales que estructuran o coadyuvan a la construcción de identidad en un barrio.

La intención de este trabajo es presentar a la peluquería como un lugar masculino, como sitio de despliegue de identidad masculina de los habitantes de una colonia popular. Para desarrollar este trabajo realizamos labor etnográfica en una peluquería de Tacubaya, D.F.<sup>1</sup>

#### LA PELUQUERÍA Y SU ENTORNO URBANO INMEDIATO

LA PELUQUERÍA Marroquín se encuentra ubicada en la calle José Morán en la colonia Daniel Garza, al poniente de Tacubaya, D.F.<sup>2</sup> Esta colonia colinda hacia el norte con el bosque de Chapultepec,

<sup>1</sup> Recogimos el testimonio del dueño de la peluquería Marroquín, entrevistamos a nueve peluqueros, a tres dueñas de estéticas y a siete clientes recurrentes de la peluquería de nuestro interés.

<sup>2</sup> Tacubaya se encuentra ubicada al poniente de la ciudad de México, rumbo a la salida a Toluca. Oficialmente, hoy es una colonia pero en la época prehispánica fue un vasto territorio tepaneca que pasó al dominio mexica que la nombró Atlacuihuayan. En la época colonial fue parte del Marquesado del Valle y se distinguió por ser productora de trigo. Dejó de ser municipio en el año de 1928 y actualmente pertenece a la delegación política Miguel Hidalgo.

hacia el sur con la colonia Observatorio, al poniente con la colonia América y al oriente con la colonia Ampliación Garza; en su conjunto conformarían un área particular.

En esta área hay dos zonas comerciales<sup>3</sup> perfectamente diferenciadas y utilizadas preferentemente por los habitantes del lugar; albergan un mercado, dos “tianguis” semanales, dos iglesias, la más importante dedicada a la Virgen de Guadalupe. Esto explica los 70 altares levantados en calles, esquinas, puertas de vecindad a lo largo y ancho del área, pero concentrados fundamentalmente en el lado poniente, donde se levanta la iglesia principal.

En la colonia Garza existe una zona de canchas deportivas que permite una gran concentración de muchachos y muchachas. El panteón Dolores da empleo a gente adulta del rumbo. A su alrededor se han desarrollado varios talleres familiares de marmolería. Había una lechería Conasupo. Hay sólo una panadería grande.

Como cualquier colonia de la ciudad, e incluso como cualquier calle, se divide en varias secciones, la Garza no es la excepción. Podemos hablar de pequeñas áreas perfectamente delimitadas como *la ocho*, *la campana*, *montesinos*, y *el pueblito*. Por ejemplo, este último fue una migración masiva de gente de “pueblo” que se asentó en un rincón urbano, que permitió que se construyera *El Pueblito*, con ello el mundo que representan y la significación de que son objeto por *los otros*.

Es una colonia bien ubicada que cuenta con todos los servicios, no tiene problemas de luz, agua o transporte. Existen muchas viviendas de alquiler pero también *casas propias*.

La colonia tiene un ciclo de fiestas anuales. El 8 de septiembre se celebra una fiesta popular en la calle que lleva por nombre esa fecha; los vecinos se organizan, piden cooperación, hay juegos, feria y baile. Hay dos fiestas religiosas el 8 y 12 de diciembre. La primera se le rinde culto a la virgen de la Concepción en Montesinos y la segunda a la virgen de Guadalupe en la América.

<sup>3</sup>Los habitantes llaman a las zonas comerciales como: La América y Montesinos; en esta última se encuentra la peluquería Marroquín.

Las expresiones culturales que resaltan es el culto que le rinden a la Virgen de Guadalupe. Existen aproximadamente en la colonia unos 20 altares permanentes y otros se construyen dos meses antes del día de la celebración, en esquinas, calles, vecindades, cerradas o en el entrecruzamiento de las calles formando una pequeña glorieta. Las cuadras y vecindades enteras cooperan para construir el nicho y el espacio festivo.

### LA ZONA COMERCIAL MONTESINOS

EN MONTESINOS se encuentra la iglesia de La Conchita y un conjunto de tiendas, verdulerías, tortillerías, carnicerías, pollerías, fondas, panadería, tlapalería, juguería, puesto de periódicos, antojitos y farmacia, entre otros negocios. Es una zona que la conforman cuatro calles y al final de una de éstas se encuentra la peluquería "Marroquín". Los domingos, esta zona se vuelve muy concurrida: se instalan puestos de barbacoa, quesos, carnitas, churros y otros que hacen a las calles inmediatas muy transitadas, en especial a la salida de las misas.

Las ciudades cambian constantemente, los lugares desaparecen y otros surgen dando a las calles una nueva imagen. En la zona de observación hay sitios que se han conservado por lo menos 25 años y otros sólo existen en el recuerdo, también algunas esquinas se han modernizado o cambiado drásticamente.

De los lugares que han permanecido durante muchos años en la zona de Montesinos se encuentran:

La peluquería El rizo de oro. Esta peluquería se encontraba, hasta fechas recientes, frente a la iglesia en el centro de la zona comercial Montesinos. Aproximadamente hace un año se cambió a tres cuadras abajo. Tuvo que trasladarse porque el local que ocupaba lo vendían y el peluquero no pudo comprarlo.

La tienda de Don Pancho. Esta tienda es muy conocida, don Pancho era un abarrotero conocido en el lugar, las personas mayores lo recuerdan con mucha facilidad a pesar de que murió hace muchos años. Esa tienda actualmente es atendida por su hija

Lucre. Ahora es un establecimiento modernizado; de una tiendita de mostradores de madera, pasó a ser un local más amplio y abierto hacia la calle principal. Es una de las tiendas más concurridas del lugar, ahora los habitantes se refieren a ella como la tienda de Lucre.

La recaudería de Los Indios. Esta verdulería tiene muchos años y nunca ha cambiado en su fisonomía. Ahora es atendida por los hijos de los antiguos *indios*. En la zona es lugar obligado para comprar frutas, yerbas, verduras, limones y fruta pelada.

Pulquería Los Llanos de Apan. Es un sitio que también ha subsistido a los cambios urbanos. Es un sitio usado por teporochos del lugar, aunque no se conoce como lugar de venta de buen pulque. Consideramos que su existencia se debe a que se encuentra en un local donde el dueño de la pulquería es el mismo del local, lo que no representa un gasto extraordinario para su manutención.

La farmacia. Es una farmacia de más de treinta años que siempre ha atendido Fausto. Es muy común que para cualquier medicina o tratamiento se le pregunte a Fausto cuando no se quiere ir al médico. Físicamente este local ha cambiado poco.

La iglesia de La Conchita. Es una iglesia pequeña comparada con la de Guadalupe, pero es la única que existe por el rumbo. Las misas, en días domingos, son muy concurridas y tiene más de cuarenta años. Es una iglesia que no ha cambiado casi en nada, sólo el piso se le ha remodelado.

La miscelánea de Juan. Sus hijos hoy la atienden. Es característico de este local cerrar muy noche a las doce o una de la mañana, mucha gente sabe que para comprar leche, cigarros, jamón, pan o cualquier otra mercancía en la noche, se recurre a Juan.

Las tortillerías. Son tres y siempre han permanecido en el área; sólo han cambiado de dependientes. A las horas del medio día se encuentran con grandes filas de vecinos, niños o trabajadores albañiles. Llama la atención que algunas familias compran cuatro o cinco kilos de tortillas.

La paletería La Michoacana. Sus dependientes-dueños son "güeros michoacanos", 28 años con ese negocio. Sin duda, los días sábados y domingos son favorables por la afluencia que tiene el bosque de Chapultepec.

Los puestos de periódicos son dos y asistidos por una familia durante muchos años. Los iniciaron los abuelos doña Pancha y don Manuel; luego, el “Bolován” y el “Sobera” con sus respectivas esposas y finalmente Chiris y Martín, su hermano, nietos de los primeros. Son puestos que se encuentran en el área uno frente a la iglesia y otro en la avenida Constituyentes. Recientemente fueron traspasados a otras personas.

### LA PELUQUERÍA

LA PELUQUERÍA Marroquín tiene una antigüedad de 38 años; en este tiempo sólo dos dueños, dos peluqueros; el señor Marroquín, tío de José, actual encargado. El tío atendió la peluquería 13 años y José lleva 25 años.

La peluquería Marroquín es un pequeño local de tres por seis metros aproximadamente. Recientemente la compañía de refrescos Pepsi Cola pintó su fachada de azul y blanco y le puso un “cubresol” de plástico donde se lee: Peluquería Marroquín. Tiene un cancel de vidrio que la aísla del ruido de la calle. Al centro se ubica el único sillón giratorio que Pepe, el peluquero, utiliza para ejercer su oficio; sólo una persona puede cortarse el pelo mientras otros clientes esperan. En uno de los dos espejos se lee:

---

Corte de pelo	\$18.00
Corte a navaja	\$25.00
Barba	\$25.00 <sup>4</sup>

---

Al entrar, el cliente, o el amigo, inmediatamente se instala en cualquiera de las sillas donde puede mirar cada rincón de la peluquería. Hay un espejo principal, un mostrador donde el peluquero guarda en cajones su herramienta, toallas, peines, lociones, alcohol

<sup>4</sup>Existen otras dos peluquerías en el área de Montesinos, cuyos precios del corte de pelo son de 15 y 12 pesos. En tres estéticas, también del rumbo, el corte es de 10 pesos.

y demás implementos. Entre las sillas hay una mesa que contiene revistas y periódicos. Destacan el periódico de deportes, cuentos viejos de leyendas de la ciudad de México, una revista médica, y diversos pasquines como el *Libro Vaquero*. Al fondo del local, el radio que siempre está prendido.

El local fue remodelado hace doce años. En ese tiempo se instaló el cancel de aluminio y vidrio, se tapizó el sillón con vinil azul moteado, se cambió la taza del baño y se pintó todo el recinto. Los muebles se compraron y se cambiaron algunos espejos. El peluquero narra que ese cambio era necesario porque, desde su fundación por su tío, no le habían hecho arreglo alguno. Cuenta que en toda su historia (38 años) sólo ha sido objeto de cambios en esa ocasión; ve muy difícil hacerlo nuevamente por la crisis. Dice que las estéticas han abaratado el trabajo del peluquero porque ofrecen cortes a 10 pesos y las peluquerías se ven obligadas a bajar su tarifa. Él prefiere conservar sus precios porque su filosofía es de "poco pelo" es decir, prefiere tener menos clientes que le paguen lo que vale su trabajo.

El peluquero, nuestro informante, se llama José Martínez F., vive en el barrio El Chorrito, muy cerca de su peluquería. Según detalla, antes abría muy temprano a las siete y media de la mañana pero la proliferación de las estéticas le ha quitado mucha clientela y ahora prefiere llegar a partir de las once de la mañana y cerrar a las nueve de la noche. En un mal día se lleva 80 pesos pero se recupera en otros cuando llegan clientes que le dejan hasta 400 pesos aproximadamente en una sola jornada. La peluquería es un negocio incierto, no todo el año permanecen buenas entradas de dinero, en época de escuela, dice, sus clientes son niños pero también tiene sus clientes regulares de 15, 20 días, o mes y medio que no le fallan. En la calle donde se ubica la peluquería, a 50 metros, hay una estética.

La peluquería y la estética se dedican al arreglo del cabello, la primera al de los hombres y la segunda al de ambos sexos. Su actividad principal es el corte de pelo, pero entre ambas guardan diferencias importantes. Unas y otras conforman actualmente lugares



que gran número de habitantes de la ciudad visitan para cortarse el cabello.

La peluquería parece expresar un espacio urbano “tradicional” donde se reproduce, con muchas dificultades, un oficio cuya característica principal es el arreglo de cabello para “puros hombres”. Mientras, la estética parece insinuar un espacio que ha evolucionado más rápidamente permitiendo la entrada de ambos sexos.

La peluquería es un lugar “tradicional” que podemos confrontar con crónicas de principios de siglo, las cuales nos permiten constatar que han persistido durante mucho tiempo. En fotos de la primera década del siglo se miran establecimientos llamados barberías donde los clientes son todos hombres. Es clásica la escena donde el peluquero o fígaro invita al cliente de sombrero a sentarse en el sillón fijo para arreglarse el cabello; mientras tanto, otros caballeros esperan su turno. Esta escena se repite en otras fotografías de la época hasta en las nombradas barberías de “postín” donde, dice Gustavo Casasola:

las personas pudientes y de la alta aristocracia así como prominentes figuras en la política y en el ejército, acudían a la peluquería en la que había sillones giratorios, lavabos, elegantes lunas, casilleros donde se guardaban: brocha, jabón, navaja, etcétera, de algunos clientes muy remilgosos... (Casasola, 1901: 184).

En la peluquería Marroquín, y en otras, es común observar la escena antes descrita como si no hubiera pasado el tiempo. Hombres esperando su turno para que el maestro peluquero los atienda.

Las estéticas no hacen corte de pelo de hombre, es la conclusión de nuestro informante:

ellos quieren hacerlos pero hacen puros desfiguros, ellos son peñadores, ellos hacen tintes de pelo, hacen corte de mujer... acá los cortes son más pulidos, más estéticos, más bien hechos para los caballeros, para los hombres, no cortamos cabellos de damas, puro hombre, hombre como suena.

Ante los cambios experimentados en la colonia y la modernización de la ciudad, la peluquería es un lugar que tiende a desaparecer. Se aferra subrayando su sentido principal –cortes de pelo para hombres– e incluso mitificando el oficio, lo hacen oponiéndose a otro lugar: la estética.

Las peluquerías se definen, así lo expresaron los peluqueros consultados, como un lugar donde se hacen cortes de cabello de hombre. Las imágenes del archivo Casasola de principios de siglo y las de las peluquerías actuales parecen no variar mucho, siguen siendo espacios para el arreglo del cabello masculino; en cambio, en las estéticas entran ambos sexos.

Un cliente nos dice: “Desde niño he ido a la peluquería, los hijos –mis hijos– van a la peluquería ya están acostumbrados, las estéticas son para mujeres y jóvenes porque les hacen cortes tipo afeminados, aquí una peluquería se dedica a eso, a cortes masculinos.”<sup>5</sup> Los testimonios coinciden en diferenciar a los dos lugares: a la peluquería como lugar donde se hacen “cortes para puros caballeros” y las estéticas, que son unisex: “atendemos hombres y mujeres”. Concuerdan en afirmar que en estas últimas entran más mujeres y que a muchos hombres les da pena cortarse el pelo en ellas. Otra diferencia: las peluquerías únicamente se dedican al corte de cabello y las estéticas ofrecen otros servicios: “...hacemos de todo, alaciados, permanentes, rayitos, maquillajes, bases, manicure, pedicure, peinados...”<sup>6</sup>

En los testimonios de los peluqueros aparece una constante: definir a la peluquería como para hombres. Utilizan varias estrategias, primero la referencia constante a las estéticas que se significan como lugares afeminados, donde los estilistas son “maricones”, no realizan cortes sino puros peinados. En segundo lugar, significa lo tradicional, lo antiguo como lo del hombre, es decir, el corte de pelo corto es el tradicional. Como lugar, la peluquería se realiza en la medida que se distinguen de la estética, en la medida que hacen cortes masculinos: “acá nos dedicamos a pelar puros hombres”.

<sup>5</sup>Fernando Galindo, comerciante.

<sup>6</sup>Elizabeth Mendoza, dueña de una estética que antiguamente fue salón de belleza.

Efectivamente, en la peluquería Marroquín no hay mujeres, no entran a la reunión de los amigos, no entran a cortarse el pelo (sólo ocasionalmente cuando llevan niños a cortarse el pelo), las relaciones de sociabilidad principalmente son entre hombres, la plática es entre ellos; el lugar es habitado por el sexo masculino.

El antecedente más inmediato de la estética es el salón de belleza, estos lugares eran de mujeres. Una mujer<sup>7</sup> menciona que hace 25 años la sala de belleza era para las damas, no podían entrar los caballeros y si alguno se atrevía la gente lo estigmatizaba como amanerado.

Estos sitios evolucionaron para dar nacimiento a las estéticas. Los viejos salones de belleza no están totalmente extintos y en su lugar proliferaron las estéticas por toda la ciudad. Por ejemplo, en las inmediaciones, la peluquería Marroquín comparte con seis estéticas un espacio urbano de nueve cuadras (manzanas) de largo por seis de ancho.

Peluquerías y estéticas son sitios contradictorios y complementarios. Adversos porque sus propios oficiantes les asignan características muy particulares que los diferencia; porque cada una de ellas se define en relación con la otra. A las primeras, se les identifica con lo tradicional y a las segundas con lo moderno. Se oponen “cortes sencillos” a “estilizados”; se enfrenta “gente antigua” a “modernos”; “hombres mayores” a “mujeres y jóvenes”. Un consultado<sup>8</sup> lo expresa de la siguiente manera: “la peluquería es un sitio antiguo con cierta tradición en el barrio y la estética va creciendo conforme a la urbe... en la peluquería se estilan cortes antiguos, va gente antigua y conocidos de ellos mismos, no prefieren la estética porque es un poco más moderna”. Otro testimonio dice: “la peluquería se usa para los más antiguos y para puro hombre, la estética es unisex”.<sup>9</sup>

Esta particularidad, que al parecer ha permanecido durante mucho tiempo, hace de la peluquería un lugar firme, diferenciado

<sup>7</sup> *Idem.*

<sup>8</sup> Peluquero Roberto Hernández, con cincuenta años en el oficio.

<sup>9</sup> Jacinto Ortiz, empezó como peluquero a la edad de quince años.

que paradójicamente tiende a desaparecer. En cambio, la estética como lugar indiferenciado –porque ha permitido la entrada de ambos sexos– tiende a consolidarse en la sociedad moderna.

#### EL CORTE DE BARBA

OTRO RASGO distintivo de las peluquerías es el corte o arreglo de barbas. Ya son muy pocas las peluquerías que lo realizan. Para los peluqueros saber rasurar, marcar la línea y utilizar la navaja libre los distingue y los afianza en su oficio. Dice nuestro informante que esa tradición se está perdiendo: “se hacía la barba fina, eso no lo hacen las estéticas”. Según afirma, se vieron rebasados por los rastrillos, antes se hacía el corte de barba tipo golondrina o de candado, se tenían toallas para ablandar la barba para realizar buenos trabajos y el cliente salía convencido de su nueva fisonomía. Hoy muy pocos peluqueros rasuran y hacen este tipo de trabajo.

#### *La navaja libre*

La navaja es un instrumento fundamental para el trabajo del peluquero. También es signo de prestigio entre ellos y de distinción con respecto a las estéticas. La utilización de la navaja sintetiza en mucho los secretos del oficio. Por eso, conocer de marcas, saberla afilar, asentar, conocer su temple y tener varias de ellas es importante para el peluquero.

Había navajas buenas, regulares... entonces vino una invasión de herramienta española muy buena... aquí llegó la filarmónica de la navaja libre costando 40 pesos... y luego llegó otra marca, Duke, ésa era de 18 y 22 pesos le hacían el feo porque no tenía presentación... me doy cuenta que es una navaja buenisima, buen acero.<sup>10</sup>

<sup>10</sup>Peluquero José Martínez.

Una navaja es de buen acero cuando tiene sonido, es decir, cuando no es sorda. Los peluqueros prueban el acero con una ña larga que se dejaban; le daban el “guitarrazo” y tenía que sonar, buscaban el temple. Muchas veces el sonido era “limpio” afirmando que era buena la navaja.

Otra prueba era cuando la afilaban; si la piedra se “desgranaba” significaba que el acero no era bueno: “entonces le tenías que dar dos o tres pasadas, pero tenías que buscar la manera que no se la llevara la piedra; para nosotros, peluqueros de hace 30 años, todo eso aprendimos”.<sup>11</sup>

Para los peluqueros saber afilar la navaja es un secreto que aprendieron de sus maestros:

... el asentador era para asentar el filo, le das con la piedra el filo de la navaja pero no te debes de pasar porque si se pasa ya cuesta más trabajo agarrarle otra vez el filo... el asentador es de dos caras, uno de lona y otro es de baquelita... es cuero. Éste es de lona blanca y esta otra es cuero... se usa para asentarlo. Tiene también su chiste para asentar y dejar un filo bien porque las navajas aparentemente se ven bien aparentemente iguales pero el acero es el importante ... a veces se asientan con agua y otras navajas sin agua... se va a asentar una navaja sin agua porque queda más fino el filo... pules el filo y es una maravilla tener una navaja así y el que no sabe a veces avienta la navaja porque no sabe el secreto de esa navaja, no sabe que es lo que le falta, a veces les llamamos navajas sordas.<sup>12</sup>

Nuestro informante tiene una navaja alemana desde hace 28 años y, al igual que las tijeras, tiene una *colita* que es el soporte y la describe de esta manera:

Ésta es la navaja que tiene muchos años y no la he usado, está nuevecita, ésa me costo 90 pesos hace 18 o 20 años. Es de una

<sup>11</sup> *Idem.*

<sup>12</sup> *Idem.*

sola pieza el acero... ésta es la panza de la navaja, éste es donde se desliza, esta parte gruesa se desliza en el asentador ahí es donde corre la navaja, pero hay que saberla asentar pero si tú la asientas al revés le perjudicas el filo y volteas el filo y no te corta, se desliza.

En la lona es donde le vas a quitar lo áspero... le das en la lona para quitar el grumo, lo áspero... si está muy bronco el filo le pones agua con jabón y lo afilas y ya el jabón le quita lo grumoso y la afila...<sup>13</sup>

### *Las tijeras*

El peluquero utiliza varios tipos de tijeras. Las hay para cortar pelo abultado y las denominan tijera de jardinero, porque es una tijera grande que les permite avanzar mucho en ese tipo de pelo. Existe otro tipo, más pequeña que la utiliza para pulir el corte, alinearlos y darle el remate. Las tijeras que llaman de entresacar las tienen de dos tamaños: la larga y la corta.

El acero de las tijeras también es importante para los peluqueros. Dicen que hay tijeras a las que les dura el filo un mes y otras medio año y todo depende de la marca. Hay varias marcas de tijeras; en el pasado llegaron tijeras brasileñas. Según nuestro informante que tiene gran cantidad de herramienta, tenía ese vicio de comprar tijeras y dice: "estoy viendo que tengo navajas y tijeras sin pecar".

Nos cuenta que por los años sesenta las tijeras venían numeradas y con medidas grande, mediana y chica. Esta última la utilizaban para cortar el bigote, los pelos de la oreja y de la nariz. Para esto eran buenas las de marca Globi. Eran "tijeritas" muy buenas porque el filo podía durar hasta seis meses. Las tijeras de los peluqueros tienen una colita que le llaman soporte: "porque nosotros debemos usar el cuarto dedo en el ojillo de la tijera, entonces el dedo gordo en la parte inferior, el tercer dedo aquí y el meñique en el soporte... y todas las tijeras traen eso porque si tu tratas de cortar así como

<sup>13</sup> *Idem.*

que no te acostumbras si quieres usar el segundo o tercer dedo...<sup>14</sup> Ninguna herramienta es nacional, toda es de importación y principalmente norteamericana. Cuenta que había una casa exclusiva que vendía productos y herramientas para peluqueros, la Casa Barba que estaba ubicada en la calle 20 de noviembre en el centro de la ciudad.

### *Las máquinas*

Cuando comenzaron a sacar las máquinas Oster llegó la número 10, pero esa 10 tenías que pelar rápido porque se calentaba y después llegó la máquina 22 que ya hacías tus cortes normales, ya no se calentaba como la 10. Después trajeron otra máquina que se llamó la 89, también de la Oster, era larga y como que no se acomodaba a los cortes, le quisieron dar una transformación a esa máquina... y los peines muy diferentes a la de la Oster 22... después sacaron otras marcas como la Wall, marca canadiense... y a los peluqueros no les gustaba porque era de vibración, es de bobina no hace mucho ruido pero la gente como que ya se había acostumbrado a las máquinas 89 y a la 22, eran más caras... entonces empecé a usar esas máquinas y vi que eran muy buenas.

José, el peluquero, nos comenta que todo su aprendizaje lo realizó con las máquinas de mano, le enseñaron a mover las manos en esas máquinas y nos dice que las eléctricas o las de motor llegaron en la década de los cuarenta.

... Tenían que enseñar desde abajo, afilar... cada máquina era un número; uno y medio, uno, cuatro ceros, un número según la graduación. Te enseñaban, te tenías que poner abusado porque las enseñanzas entraban con sangre te decían una o dos veces, la tercera... órale un coco...<sup>15</sup>

<sup>14</sup> *Idem.*

<sup>15</sup> *Idem.*

En las peluquerías no se utiliza mucha herramienta, las principales para los peluqueros son las máquinas, tijeras y navajas. Nuestro informante cuenta con mucha herramienta que no ha utilizado, incluso conserva máquinas de mano que tiene como recuerdo.

### *Los espejos*

Los espejos en una peluquería no son “puro” adorno, tienen una función muy específica. Para el peluquero los espejos son su apoyo porque a través de ellos se ven los errores en el corte, por ello son significados como compañeros y/o amigos de trabajo.

### *Los sillones*

Los bonitos eran los Boker porque eran muy adornados... los últimos modelos son hidráulicos. Los sillones son especiales porque no son fijos como en una estética, aquí son giratorios e inclinables... un buen sillón es giratorio y es hidráulico... para darle la altura al cliente si es chaparrito lo subimos... aquí, en estas partes eran para las charolas para la manicurista porque estos sillones se ocupaban en peluquerías de primera... y la cabecera del sillón para hacer bigotes o rasurar.<sup>16</sup>

## SIGNIFICACIONES EN TORNO A LA PELUQUERÍA

LA PALABRA peluquería remite a dos campos. El primero a un espacio físico, a un lugar con características propias donde las cosas e instrumentos que ahí se albergan son exclusivas de la peluquería, al menos así se significan. Los sillones giratorios, la navaja libre, las toallas para las rasuradas se valorizan como del lugar. El segundo campo es significado por parte de los peluqueros como una actividad y las dos nociones principales que aparecen en los testimonios son: trabajo y arte.

<sup>16</sup> *Idem.*



En cuanto al trabajo se le significa como el sostén de todo, como fuente de trabajo; la peluquería es un trabajo que ha permitido a los peluqueros satisfacer sus necesidades, mantenerse y que sus hijos se eduquen. Por otro lado, significa algo más y lo expresan así: “es toda mi vida”, “toda mi vida ha sido esta cosa”, “la peluquería para mí es parte de mi vida”, “para mí es lo máximo”, “es todo para nosotros”, “es nuestra vida”. Se encuentra un gran valor para este oficio y es que la mayoría de los peluqueros sólo se han dedicado a esta actividad durante muchos años. Dice un entrevistado: “yo quisiera ser más joven para seguir trabajando la peluquería”.<sup>17</sup> Al mismo tiempo, el trabajo se significa como un “modo de trabajar” diferente al de la estética, porque ahí “le hacen al cuento”.

Del otro lado de este conjunto de significaciones está la noción del trabajo como esclavizante, como un trabajo de 12 horas o más, donde “hasta los domingos hay que abrir”, un trabajo donde no tienen vacaciones, y donde los peluqueros se agotan mucho. Es un trabajo, según nuestro informante, en el que “hay que chambear, chambear y chambear”, dice: “esta chamba es muy sacrificada porque el cliente no sabe cuándo el peluquero tiene un compromiso y exige que abra y le corte el pelo”. En ocasiones llega un cliente a la hora de cerrar y lo tiene que atender, prolongando su jornada normal.

Otro tipo de significación asociada al trabajo de peluquería es considerarla como un arte. Para los peluqueros la peluquería es el arte de cortar el cabello, de cortarlo bien y se consideran artistas. Dicen que es un oficio y un arte porque “la peluquería es parte de la belleza y también es un trabajo”. Este mismo elemento es utilizado para subrayar la diferencia con las estéticas. El trabajo del peluquero también es un disfrute, los peluqueros se sienten realizados y cuando sucede eso nunca les da flojera.

<sup>17</sup>El “Chaparoto”, peluquero que así le sobrenombran, aseguró que su papá le enseñó el oficio cuando tenía trece años.

## FILOSOFÍA DE LA PELUQUERÍA

LA PELUQUERÍA cuenta con un conjunto de principios que podemos denominar como su “filosofía”. El primer principio que consideramos y que los peluqueros lo nombran recurrentemente es hacer el corte bien. Para ellos, es importante que el cliente quede presentable, que se vaya a gusto, que adquiriera el pelo la forma que quiera; debe gustarle porque para el peluquero es la posibilidad de que regresen los clientes cada mes. Afirman que les enseñaron a *hacerlo bien* y que sienten orgullo cuando el cliente se va contento y regresa, para ellos su trabajo es quien los recomienda. También comparten otros principios y trucos para trabajar poco y ganar más. Dice nuestro informante que un maestro le enseñó una frase:

en esto de la peluquería debes tener mucha lana y poco pelo, no debes de tener mucho pelo y poca lana ... pelar en sábado sesenta clientes es mucho trabajo... pelando un chingo de gente vas a terminar mal... vas estar tuberculoso, en esto debes chamber rápido, debes estar movido, rápido y sacarle provecho al trabajo.

También el peluquero piensa en sacar una propina extra: “Le saco los cinco pesos más, hasta eso debe de tener uno cierta psicología para tratar no de explotar al cliente sino para que le entre, uno trata de chisparle esa propina sin que se ofenda, eso también es trabajar.”

## LOS AMIGOS

A LA PELUQUERÍA Marroquín acude un conjunto de amigos que son visitantes recurrentes; a cualquier hora llegan para sentarse y platicar con el peluquero, con los clientes o con otros vecinos ahí reunidos. La peluquería es un espacio que posibilita que un cliente se convierta en amigo del peluquero, es un lugar que permite generar relaciones de amistad con otras personas. Un testimonio lo expresa claramente: “es un lugar donde también se busca amistad, viene uno

aquí con personas que por años ya han venido acá, pues es una especie de reunión entre personas... aquí hacen muchas amistades".<sup>18</sup>

La peluquería Marroquín es un recinto donde los clientes, vecinos o conocidos pasan y se sientan a platicar con el peluquero o con los amigos. Dice Gustavo Casasola en 1901:

el peluquero es y ha sido el parlanchín más grande, imposible le era permanecer callado, al cliente le refería todas las noticias como si fuera un periódico... casi siempre estaban concurridísimas de clientes y amigos, los que iban a comentar los acontecimientos del día... Que si Mazantini toreó bien... Que si la Goyzueta cantó bien... Que si Cantoya y Rico don Joaquín se perdió en las nubes... Que si Zúñiga y Miranda llegaría a triunfar... Que si la vecina de enfrente estrenó botines... Que si el señor fulano de tal se enojó con su mujer porque amaneció en santa Anita... Que si el baile del día anterior no hubo mucho que beber... Que la mamá de las guapas del siete, estrenó corsé... no les faltaba tema o asunto qué discutir (Casasola, 1901: 185).

La figura del peluquero actual no parece variar de lo que dice Gustavo Casasola. El peluquero de la Marroquín vive en la colonia, conoce su historia, sus acontecimientos, su gente. Se informa de anécdotas, chismes y siempre tiene plática con el cliente o con sus amigos. El fútbol es tema donde las pasiones se desbordan, la política y las mujeres son recurrentes en la conversación.<sup>19</sup> El peluquero, sus amigos y el entorno urbano inmediato están relacionados, se consideran parte integrante de Tacubaya por lo que consideramos

<sup>18</sup>Mario García, cliente que tiene 18 años de asistir a la peluquería Marroquín.

<sup>19</sup>En la película *La tijera de oro* (1958), "Tin Tan" representa el personaje de un peluquero de un barrio de la ciudad de México. Atiende una peluquería-casa que habitan él y el "Chicharito" (niño recogido); en esta cinta el peluquero impide el lanzamiento de los habitantes de la vecindad, ayuda al desempleado organizando una colecta entre los del barrio, arregla radios, afila cuchillos al carnicero, es entrenador de boxeadores en el gimnasio, ayuda a todos, en suma es un líder carismático del barrio. La peluquería sirve también como recinto para jugar dominó y sitio para maquinarse la estrategia vecinal para permanecer en la vecindad. La película proporciona una imagen de la importancia del peluquero en la vida barrial con su consabida carga de comedia que caracteriza a las películas de "Tin Tan".

que hacen vida barrial. Por estas razones también podemos considerar a la peluquería como espacio de comunicación.

En muchas ocasiones la estancia de los amigos es prolongada, incluso de horas, lo que permite platicar y discutir de todo. Viejos conocidos pasan en sus autos y se paran a saludar al peluquero, otros sólo voltean y hacen el gesto correspondiente.

Dentro de los amigos están los dependientes de los negocios contiguos, principalmente el vulcanizador, el mecánico y el de la miscelánea. Llegan también vecinos del rumbo. Es común observar a tres o cuatro personas sentadas platicando de diversos temas. Anteriormente, no hace mucho, se organizaban para tomar una botella de ron o brandy. Según nos dice el "Pelucas"<sup>20</sup> hubo temporadas que tomaba cada ocho días con los "cuates", pasaban la tarde y la noche cotorreando y tomando. De estos encuentros hay muchas historias como cuando el "Tori" le agarró las piernas al "Diablo" lo que ocasionó su estigmatización como "puto".

Se reúnen el "Chanoc" sin oficio y que ocasionalmente trabaja; el "Diablo", chofer de un militar; el "Vulcano" que se llama Roberto y que tiene negocio de reparación de llantas al lado de la peluquería; el "Jarocho" que es militar; Ramón, que vende carros y junto con su familia tiene un conjunto musical; el "Pascual", compadre de José, se dedica a la tapicería y, entre otros, "Toñito" que es bolero. Todos ellos mayores de treinta años, todos del rumbo, no solamente coinciden en la peluquería sino en calles, tiendas, esquinas de Tacubaya y de la colonia. Conocen los domicilios de los otros, las historias familiares. Algunos de ellos recurren al "Chanoc" para que realice ciertos trabajos en sus casas (pintar, poner una instalación eléctrica, un cambio de taza de baño) o simplemente los acompañe ocasionalmente a sus trabajos. Entre ellos también se mencionan pugnas o desavenencias por cualquier cosa, como no cooperar para una botella de ron, porque no cumplió con la tanda o porque no aguanta la "cábula".

Por las tardes es común el encuentro de ellos, es un grupo reducido que está en la peluquería contando historias y conversando

<sup>20</sup> Así le dicen a José Martínez o "Mochapelo".

de política, deportes, mujeres, de Tacubaya, robos de autos, la corrupción, de Marcos el subcomandante, de los indígenas, de toros y del "Cojas", líder priísta del rumbo. Una mujer<sup>21</sup> significa a la peluquería como "el lavadero de los hombres".

En la peluquería se dan relaciones de sociabilidad,<sup>22</sup> vínculos integradores y de ligue social. La amistad es una de ellas, ayudas mutuas, préstamo de dinero, de servicios y redes sociales como "la tanda". El "Pelucas" organiza una tanda, que es una red integrada por miembros que participan en la vida de la peluquería y por vecinos de la colonia, todos ellos de clase media baja y popular. El peluquero tiene varios compadres, uno de ellos lo conoció como cliente que con los años hizo amistad, se visitan con sus familias, incluso el "Pascual" le fió el remodelado del sillón para cortar el pelo. El "Pelucas" constantemente está recomendando al "Chanoc" para realizar trabajos de diversa índole, él le solicitó la instalación eléctrica para su casa, la cual fue con un costo mínimo. Lleva una relación de "cabuleo" con el dependiente de la miscelánea de al lado; las reuniones para tomar fueron frecuentes.

En la peluquería la plática es un evento social significativo. Cuando se reúnen los amigos y cuando los clientes se están cortando el pelo la conversación es definitiva, nunca se escucha un silencio, siempre hay un diálogo entre los que se encuentran ahí. De esta manera la peluquería es un lugar relacional donde se realiza

<sup>21</sup> Señora Claudia Ramírez, dueña de un salón de belleza.

<sup>22</sup> Para el interaccionismo social la noción de sociabilidad es la que permite conectar lo estructural con lo individual. La sociabilidad es la manifestación inmediata de lo social. Se afirma que cualquier estructura tiene sus despliegues de sociabilidad; así, el Estado, un hospital, una cárcel o el ejército no están ausentes de estos rasgos. Es decir, que el individuo no está completamente hegemonizado por la estructura sino que tiene sus escapadas, sus variaciones o disgresiones que se manifiestan en la fabricación de lazos, vínculos, fraternidades, amiguismos, pugnas, celebraciones, servilismos, adoraciones y un mundo de comportamientos cotidianos que expresan la piel de lo social. La sociabilidad forma parte de la historia de los lugares y de los ámbitos más amplios, la sociabilidad forma parte del habitus de las personas; es lo que permite que los lugares se redefinan cotidianamente. La sociabilidad es la forma de contacto "circunstanciado" por lo que la identidad no es un problema sociológico, lo que interesa es la relación, la interacción en la circunstancia social. La circunstancia sintetiza lo social y se manifiesta en formas dramáticas como la conversación, el chisme, la anécdota, el cabuleo y la broma entre otros encuentros en público o en privado. Véase, Joseph Isaac, *El transeúnte y espacio urbano*, Gedisa, España, 1984.

una práctica oral que permite construir vínculos sociales. La peluquería es un lugar para conversar, sitio relacional y comunicacional.

En la plática los temas recurrentes son los deportes y la política. Para los temas deportivos el periódico *Esto* es el medio informativo principal y para los segundos la radio y los comentarios de los ahí reunidos. Llama la atención la importancia que adquiere la radio en la peluquería Marroquín: todo el día se escucha música y noticias.<sup>23</sup> La televisión juega un papel central sólo en eventos deportivos importantes, fue el caso de los partidos de futbol en el mundial de Francia '98 o en "liguillas" y finales del futbol mexicano. En estos eventos el peluquero lleva una televisión y la peluquería es habitada por personas conocidas y clientes que permanecen hasta que se termine el partido de futbol.

Con relación a la plática y su importancia el informante mencionó que llegan clientes que "traen mala vibra", que le molestan, le caen gordos. La plática es importante para el peluquero, no sólo porque se le hace más corto el tiempo sino fundamentalmente porque es un modo de socialización. El cliente se retira con gusto y de alguna manera, dice nuestro informante, exige que los peluqueros se documenten.

## LOS CLIENTES

LA REFERENCIA a los clientes es en dos planos. Primero se hace referencia a su frecuencia y el segundo a la antigüedad. Con relación a la frecuencia se distingue entre clientes ocasionales y clientes permanentes. Los ocasionales son personas que pasan y se meten a cortarse el pelo, incluso son ajenos al rumbo u otros que no lo son pero tardan tres o cuatro meses en regresar, a éstos "no se les hace caso". Hay otro conjunto de personas que tienen hasta cuarenta años asistiendo a una misma peluquería. Es subrayado orgullosamente por los peluqueros afirmando que han atendido hasta tres generaciones, abuelo, papá, hijo: "viene el papá y trae a sus hijos y

<sup>23</sup> Resultaría interesante conocer la importancia de la radio en la formación de opiniones públicas o ciudadanas en un lugar como la peluquería, tema que se antoja desarrollar en otra ocasión.

éstos a sus hijos". Incluso cuando una peluquería se cambia de sitio –a uno no muy lejano del original– los clientes lo siguen.

Testimonios recogidos de clientes corroboran lo dicho, mencionan que desde niños han asistido a la peluquería. ¿Cuáles son las razones para asistir permanentemente a una peluquería? Principalmente son dos: porque se sienten bien con el corte y por costumbre. El primero hace referencia a experimentar un cambio en su persona, se siente bien por el corte; dice:

a pesar de que te cortas en otro lado porque te cambiaste y vives en otro lado, de repente te crece el pelo y te das cuenta de que no es el corte acostumbrado, no te sientes cómodo; por eso regresa uno a ésta (peluquería Marroquín) a buscar el lugar donde te sientas cómodo...<sup>24</sup>

Otras opiniones: "el corte de cabello me hace regresar"; "venimos por la confianza que le tenemos a él (el peluquero) y nosotros (papá e hijo) nos vamos muy contentos por el trabajo que nos hace".<sup>25</sup> Estas valoraciones coinciden con la de los peluqueros que afirman que los clientes asisten recurrentemente por su trabajo, porque se sienten bien y por los cortes tradicionales. "Al cambiar la peluquería y al venirme para acá, pues sí perdí clientes pero con el tiempo los he venido recobrando... digo que les gusta mi trabajo, mi trabajo es la carta de presentación..."<sup>26</sup> La única queja de un peluquero es la siguiente: "hay muchos que se han muerto y ya no han venido".

La otra razón es la costumbre y la manifiestan los clientes. La costumbre es entendida como un hábito que desde chicos sus padres les han inculcado. Por hábito los clientes se acostumbran al corte; se identifican con el corte, su personalidad o individualidad está estructurada también por la imagen física que les proporciona un corte de pelo. Nuestro informante tiene la siguiente caracterización de los clientes:

<sup>24</sup>Fernando Galindo, comerciante.

<sup>25</sup>Fidel Ortega, chofer de combis.

<sup>26</sup>Ramón Bermúdez, peluquero que empezó en el oficio a los 12 años.

Uno ya tiene identificado todos los clientes, quienes vienen a los 15 días, quien viene a los 20, quien viene al mes, quien viene a los tres meses, ¿te imaginas cuatro cortes de pelo al año?, ese cliente no funciona. Si viene un cliente al mes, al mes una semana ése es bueno porque te va a dejar de 10 a 11 cortes al año... yo tengo mis clientes de 25 días, cada 15 o 20 días ésos son constantes... tengo clientes que les hago la barba cada ocho días y el bigote igual, pues a mí si me conviene me da 10 pesos, y es de volada, 10 minutos.

#### EL CORTE DE PELO, RASGO DISTINTIVO

UNO DE LOS rasgos distintivos de la peluquería es el corte de pelo, los peluqueros coinciden en diferenciarse de las estéticas. “Los cortes tradicionales” no los realizan en estas últimas; las estéticas son “para espulgar, dar maquillaje, hacer chinos, manicure, tintes de pelo y todo eso”. En las peluquerías se realizan los “meros cortes” como el casquete regular, casquete corto y el abultado entre otros.

Nuestro informante nos menciona que sabe realizar alrededor de veinte cortes de los que destacan: rapa, pelón, el económico, a la Brosh, el tapa plana, tapa plana con salpicaderas, el pachucón, el decente, la castaña redonda, castaña semiredonda, el Boston, el Boston rasurado, casquete regular, casquete corto, *flepp tap (sic)*, corto regular, el regular, el medio abultado. Dice:

el de rape o rapado pelón es a navaja a rodilla y pelón es con máquina, pura máquina sin rasurar... el económico era a la americana, era pelón con un copetito... el tapa plana con salpicaderas... ese corte ya no lo hacen... el corte de pachucón es castaña cuadrada abultado... pinche corte que ya no lo hacen, tampoco ya la gente lo usa porque ése era de padrote, de pachuco... el castaña cuadrada estaba clasificado de albañil, el que se pelaba de castaña cuadrada era porque era albañil o cargador... la castaña redonda era de caché, hasta con eso te clasificaban por el corte muchos se pelaban redondito para distinguirse... el



Boston el de los soldados... hay un corte muy difícil el Boston rasurado... chuladas de trabajo.

Para todos estos cortes se necesitan manejar los tres principales instrumentos del peluquero: las tijeras, la navaja libre y la máquina. Un buen peluquero es aquel que utiliza más las tijeras y menos la máquina; por esta razón, manipular estos instrumentos es un signo de distinción dentro del oficio y es un punto obligado de comparación con los estilistas.

Dicen los peluqueros que ellos (en las estéticas) no saben usar la máquina para dejar el pelo chico o grande, ellos aprenden en una academia y los peluqueros no. Afirma nuestro informante: "la peluquería es para el que sabe cortar el cabello, sabe hacer todo tipo de corte de pelo y la estética no más es cosa de cortar el cabello y peinar". La reducen como espacio para peinar y el estilista "nada más sabe cortar el cabello". Dice el "Pelucas":

los estilistas no saben usar una navaja; no saben afilar una navaja; ése es el secreto, tener unas buenas tijeras y una buena navaja y hay que saberla afilar, ahora con esas famosas Gillette, lo que hacen es cambiar la hojita y ya, ahora buscan lo fácil, lo sencillo.

Otros de los elementos que se subrayan para diferenciarse es que los estilistas "no saben hacer cortes tradicionales", lo oponen a cortes modernos. Lo tradicional está asociado a "lo normal", "lo de siempre" y a cortes de hombres, pero también a una imagen de masculinidad que está determinado por ir a la peluquería, traer un corte de pelo, traer los zapatos boleados: "antes la gente procuraba peinarse, la base principal era peinarse, ponerse la brillantina".<sup>27</sup> Antes, a juicio de los peluqueros se aseaban más, se procuraban estar presentables, se arreglaban la barba, el bigote y las patillas.

<sup>27</sup> Afirmación de nuestro informante.

Ante la antigüedad de las peluquerías se opone lo improvisado de las estéticas. Dicen que nacieron de la noche a la mañana, afirman que solamente "tomando un cursito de dos meses" se sienten profesionales. Esto está asociado a la importancia que le dan los peluqueros a sus antecedentes de aprendices y chicharos, se iniciaron desde niños.<sup>28</sup>

Estamos convencidos, y los testimonios lo demuestran, que las peluquerías son lugares urbanos en agonía porque ya no logran reproducir las relaciones de trabajo (que podrían ser gremiales), porque a los niños y jóvenes no les interesa como oficio, porque se enfrentan a una competencia abierta, porque constantemente están bajando el precio del corte, porque las rentas aumentan año con año, porque, como dice un consultado, "si yo cuelgo las tijeras se acaba la peluquería".<sup>29</sup> Otro lo manifiesta de la siguiente manera: "ahora ni hay chicharitos, porque ya ni hay niños que les guste la peluquería, anteriormente sobraban, les gustaba porque se ganaban sus centavitos y aparte aprendían".<sup>30</sup> Otro más lo expresa dramáticamente: "si yo falto, ya no hay sucesor en mi familia, no hay sucesor porque a mi hijo no le gusta, no le gusta la peluquería".<sup>31</sup>

Los peluqueros asocian la debacle de sus negocios cuando "se empezó a deformar el corte de pelo; desde que empezaron a sacar esos cortes de príncipe valiente y de hongo". Nuestro informante

<sup>28</sup>Los datos y las afirmaciones revelan un rasgo distintivo del oficio y de la peluquería. Los peluqueros se identifican entre sí por haber iniciado desde niños. Es un oficio que lo aprendieron líricamente, de sus padres, de un hermano, de un compadre o de un peluquero que los invitó a aprender los secretos de la actividad. Este rasgo lo utilizan y manipulan para diferenciarse de los estilistas y marcar una frontera entre la peluquería y la estética. Dicen que el estilista aprende a "peinar" en dos meses y pagan por ello, mientras que los peluqueros desde corta edad se iniciaron. Dicen son los años de experiencia los que hacen a un peluquero. Ser chicharo no es una relación laboral porque no media un pago. Ser chicharo es una relación gremial donde el niño está dispuesto a sufrir humillaciones, golpes, a cambio de conocer el oficio. Las propinas funcionaron no como pago por el trabajo, sino como incentivo para integrarse o ser parte del gremio. El chicharo desarrollaba casi todo tipo de actividad; cepillaba el cuello, espalda y hombros de los clientes, barría y recogía el pelo caído en el piso, boleaba zapatos, iba por mandados y, en ocasiones, el maestro peluquero le decía que se pusiera atrás de él para que se fijara en los movimientos del corte de pelo.

<sup>29</sup>Roberto Hernández, peluquero.

<sup>30</sup>Don Goyo, peluquero que aprendió el oficio desde los 13 años.

<sup>31</sup>Jacinto Ortiz, peluquero.

ubica ese momento en las décadas de los setenta y antes, cuando llegó la beatlemania, donde la juventud no se pelaba.

La beligerancia de los testimonios demuestran que son hechos desde la pérdida, desde la falta de un futuro para un oficio. Los testimonios son nostálgicos, algunos de ellos dramáticos y en su totalidad son mitificadores del pasado.

#### ENTORNO URBANO, CUERPO Y MASCULINIDAD

AFIRMA Edmund Leach que la conducta humana muestra tres aspectos: *actividades biológicas* –o las naturales del cuerpo humano como respirar, los latidos del corazón–; *acciones técnicas* –sirven para alterar el estado físico del mundo exterior como cavar un hoyo en el suelo, pasar un huevo por agua–, y *acciones expresivas*, que dicen algo sobre el mundo tal como existe, o bien pretenden alterarlo por medios metafísicos. Las *acciones expresivas* incluyen gestos, tales como inclinar la cabeza, hacer muecas y agitar los brazos, pero también incluyen conductas como llevar un uniforme, permanecer en un estrado y ponerse un anillo de boda (Leach, 1989: 13).

Nada en el cuerpo humano es natural, incluso la respiración es de carácter *expresivo* –dice Leach–; nos informa que estamos vivos. Tener hambre no es solamente un rasgo orgánico porque comer está normado por un conjunto de aspectos socioculturales que nos dicen cómo alimentarnos, dónde realizarlo y qué costumbre desplegar para satisfacer esta necesidad. De esta manera el cuerpo humano es una unidad biológica-cultural que se encuentra estructurada socialmente.

Afirma Pierre Guiraud que hablamos con nuestro cuerpo y nuestro cuerpo habla (Guiraud, 1994): “un cuerpo habla en la medida que nos informa sobre la identidad y la personalidad de las personas: sobre el sexo, la edad, el origen étnico o social, la salud, etcétera...” (Guiraud, 1994: 13). El cuerpo con sus partes, movimientos y funciones comunican e informan cosas. Un puño impactado en una mesa, un abrazo, el cabello largo o corto, lágrimas, risas, gritos,

suspiros, un movimiento de caderas, un cuerpo atlético, un cuerpo alto y blanco son signos que revelan rasgos de clase, prestigios sociales, relaciones de poder, identidades genéricas. Incluso, dice Guiraud, imaginamos el mundo sobre el modelo de nuestro cuerpo, por ejemplo, es común escuchar la expresión “el corazón del barrio”, refiriéndose a la parte central o tradicional de un lugar. De esta manera, el cuerpo humano constituye una amplia geografía simbólica.

En un barrio o colonia existen diversos lugares y se desarrollan determinadas actividades donde el cuerpo masculino es central. Son lugares y acciones que permiten el aprendizaje de *ser hombre*, espacios y eventos donde se reafirma constantemente lo que culturalmente significa *ser hombre* o *ser mujer*. Por ejemplo, la esquina es un lugar que alberga acciones corporales y lingüísticas que coadyuvan al despliegue de la masculinidad.

#### LA ESQUINA

ESPACIO DE reconocimiento mutuo. Lugar especial donde se da el encuentro cotidiano con los cuates. Lugar de lectura de lo que acontece en la calle o el barrio. Faro para mirar al extraño. Lugar de plática, de entrenamiento para el baile, de maquinación vandálica o amorosa, lugar para “chupar”, “mariguanarse” y “piopiar”. La esquina es un espacio fundamentalmente masculino. Allí se aprende y se reproduce el “ser hombre”.

El grupo reunido en la esquina pertenece al barrio o a la calle, se conocen entre ellos, ubican de qué familias procede cada uno de ellos, todos tienen apodos, reconocen al extraño y se unen ante la amenaza externa como la llegada de la policía. Entre ellos también existen desavenencias, se pelean por un “toque” o en el partido de fútbol. Las alianzas y la afinidad se dan por la pertenencia a la calle o al barrio. Una forma de saludo entre ellos es precisamente decir: “qué hay, barrio”, comparten un silbido que es utilizado en múltiples ocasiones.

La esquina y los ahí reunidos almacenan un sinfín de anécdotas que estructuran una historia colectiva entre hombres. Las broncas experimentadas en los partidos de fútbol, las persecuciones policíacas, las “madrizas” a los otros, las “golpizas” a las chavas, los “ligues” en los bailes, los “desmadres” en las fiestas, los robos a los “putos”, forman parte del aprendizaje masculino. Es en estas historias donde se asimila “ser hombre”, quizás la posibilidad de percibir al “hombre de barrio”.<sup>32</sup> En este sentido, un hombre marcado por pleitos o encuentros con la policía ocupa un lugar especial porque se exhiben las marcas de las balas o los puntazos recibidos, signos de hombría, de “no sacarle al parche”, “de muchos huevos”, es común ver a estos hombres sin camisa, yendo de un lugar a otro exhibiendo sus tatuajes y sus marcas; afirma Richard Sennet: son cuerpos con huellas, heridos por el barrio, son cuerpos activos. Las historias de estos individuos una y otra vez se cuentan en la esquina.

### *El baile*

Entrenan en la calle para el “tíbiri”. Ensayan entre ellos, en parejas o en tríos. Aquí lo importante es el papel que se adopte, la posición de “llevar” o “ser llevados”, que implica asumir una actitud masculina o femenina. Lo importante es ensayar para potenciar el papel masculino, el virtuosismo de él se consume cuando puede llevar a dos personas a la vez: una mujer y un gay.<sup>33</sup>

<sup>32</sup>Quizás en nuestra cultura un estereotipo de “hombre de barrio” lo dio Pedro Infante: los estereotipos de la masculinidad mexicana ha sido creados por la industria cinematográfica de nuestro país (comunicación personal de Amparo Sevilla). Me parece sugerente el comentario en el sentido de encontrar las múltiples vías de la construcción de imágenes y figuras de los hombres de barrio en nuestra cultura; rastrearlas en el cine mexicano resulta de mucho interés.

<sup>33</sup>Para este aspecto me fue muy útil un pequeño trabajo de Eduardo González sobre el baile popular.

### *Orinar*

Orinar en la calle, en el poste, atrás del carro a cualquier hora del día, es común entre los hombres.

### *Sexualidad*

En la esquina siempre hay un individuo que trae la mano dentro de los pantalones agarrándose los genitales, así camina por la calle. También son comunes las bromas de agarrarse las nalgas y los genitales constantemente. Todo ello son signos de masculinidad.

Un barrio o colonia ofrece espacios donde los cuerpos y sus partes se significan reproduciendo identidades genéricas. La calle es un espacio privilegiado para la constitución de la masculinidad.

### LA MASCULINIDAD<sup>34</sup>

ENTENDEMOS POR masculinidad, a la manera de Michael Kimmel, como una colección de significados en constante cambio que vamos construyendo a través de nuestra relación con nosotros mismos, entre cada uno de nosotros y con nuestro mundo. La masculinidad no es ni atemporal ni estática, es histórica. La masculinidad no emerge a la conciencia desde nuestra estructura biológica, ésta es creada desde nuestra cultura. La masculinidad significa diferentes cosas, en diferentes momentos, para diferentes personas. Llegamos a saber lo que significa ser hombre en nuestra cultura colocando nuestras definiciones en oposición a un conjunto de "otras" definiciones de minorías raciales, de minorías sexuales y sobre todo, de las mujeres.<sup>35</sup>

<sup>34</sup>Este apartado tiene la intención de dar una definición mínima de masculinidad, que sirva como encuadre para lo que sucede en la peluquería. El concepto de masculinidad ha sido trabajado por varios autores, que se expresan, en dos grandes vertientes: aquellos que buscan rasgos universales de la masculinidad y aquellos que se centran en la idea donde cultura específica imprime rasgos particulares a la masculinidad. Aquí, no pretendemos discutir los diferentes enfoques, sólo partimos de una definición básica para el desarrollo del presente trabajo.

<sup>35</sup>Citado por José Fernando Huerta Rojas, *A todos los que quieren y aman el juego del hombre. El juego: una forma de expresión de la masculinidad de los obreros de Volkswagen*, tesis de licenciatura en Antropología Social, CAS-UAP, Puebla, México, 1996.

La masculinidad se erige socialmente, varía según la clase, la raza, la etnia, el estrato social, la condición económica de los hombres. Cotidianamente los hombres persiguen y detentan los signos y símbolos que expresan *ser hombre*. Afirma David Gilmore: la masculinidad es la forma aceptada de ser varón adulto en una sociedad concreta (Gilmore, 1994: 15).

Varios autores coinciden que *ser hombre*, en diferentes culturas, está asociado al ejercicio cotidiano del poder sobre otros hombres y mujeres; con la capacidad de mandar, llevar las riendas familiares y de las propiedades; ejercer poderes públicos y militares; poseer varias mujeres; competir y triunfar en enfrentamientos violentos. Robert Brannon sugiere que la masculinidad en la sociedad moderna se mide por el poder, el éxito, la riqueza y el status, la masculinidad es la permanencia confiable y calmada en las crisis y emociones; es el aura viril, temeraria y violenta del riesgo, no hacer nada que sugiera feminidad.<sup>36</sup> Al parecer un rasgo común de todas las culturas de *ser hombre* es la distinción de la feminidad.

Hay muchas formas de *ser hombre*. Los signos y símbolos de la virilidad se manifiestan en diversos lugares como en el sindicato, la cantina, el hospital, la cárcel, el edificio, la vecindad, el mercado, la calle, y entre otros, la peluquería. La práctica de *ser hombre* se manifiesta de múltiples formas, la *socialización de la masculinidad* se da en contextos y lugares específicos. El antropólogo Gilmore afirma que la construcción de la masculinidad en la cultura contemporánea requiere de tres imperativos básicos: fecundar, proveer y proteger. Ante estas ideas Guadalupe Meza agrega que otras características son la potencialidad o competencia sexual, independencia o autonomía y actuación pública (Meza, 1998). En este sentido, el *hombre verdadero* en sociedades modernas debe manifestar y sostener cotidianamente una actuación viril en el espacio público como el bar, la cantina, el billar, la plaza, la calle. Todo *hombre verdadero* debe ser potente y capaz sexualmente, deberá tener grandes testículos, ser musculosos, con pene grande y rápido. Para *ser hombre de verdad* es necesario embarazar a la

<sup>36</sup> *Ibidem*, p. 6.

mujer, esto valida la masculinidad y la capacidad sexual del hombre, "porque cuantas más mujeres fecunde más hombre será". Dice la autora que para lograr la independencia se exige la separación de la madre o de cualquier mujer adulta, romper radicalmente con el mundo de la mujer y todo lo que la representa. Para lograr la autosuficiencia, el hombre debe proveer a su prole y debe contribuir al bienestar del grupo, lo logra "trabajando de sol a sol" o acumulando bienes (Meza, 1998: 2).

¿Cómo en la peluquería se concibe y se experimenta la masculinidad? El trabajo de observación permitió registrar expresiones de la masculinidad en la peluquería Marroquín. Signos que, unos son propios de la(s) peluquería(as) y otros que se comparten en diversos ámbitos de la vida social urbana.

Los primeros están asociados al arreglo del cabello y a su simbolismo que le asignan los peluqueros y clientes. Los segundos, con los signos de una masculinidad hegemónica que se experimenta en diversos lugares.

## EL ARREGLO DEL CABELLO

EL ARREGLO del cabello es y ha sido importante en diversas sociedades. En muchas de ellas, es incluso, dice Edmund Leach, asunto de una complicada elaboración ritual. Es decir, el simbolismo del cabello no tiene el mismo significado en todas las sociedades. Desde tiempos antiguos los diferentes tipos de corte y peinado han jugado un papel importante en la conformación de prestigios, identidades y distinciones de clase.<sup>37</sup>

<sup>37</sup>En los *Trobianeses*, de Malinowski, cuando había una muerte "sólo los parientes políticos y los vecinos no relacionados llevan un luto rasurando sus cabezas y chupando los huesos del muerto, según Malinowski, para demostrar a los parientes del muerto que no hicieron ninguna clase de brujería y no tuvieron nada que ver con su muerte" (Edmund Leach, "El cabello Mágico", *Alteridades*, año 7, núm. 13, UAM-I, México, 1997, p. 96). Dice Leach que los modernos cazadores de cabezas de Borneo usan el cabello para decorar sus escudos de guerra y las vainas de sus espadas. Del mismo modo los cazadores de cabezas Naga decoran sus lanzas y escudos con cabello humano. Evidentemente éste es un objeto poderoso en sí mismo (*idem*). Levi-Strauss, en *El pensamiento salvaje*, señala que



En el ejército mexicano, nos refiere un cliente que es militar, cuando ingresa un nuevo miembro, lo primero que hace la institución es llevarlo a la peluquería, cortar el pelo es el acto inicial que funciona –dice nuestro consultado– como ritual de iniciación. El corte de cabello es una forma de disciplinarse, de atenerse a determinadas reglas. Dentro de la organización castrense, las fuerzas especiales llevan la cabeza a rape, es una forma para distinguirse de otros soldados. También afirma que con cabello corto se luce mejor el uniforme, finalmente asegura que una práctica común es echarse cal para que no crezca tan rápido el pelo, para no ir a cada rato a la peluquería.

El cabello y su arreglo tienen distintas significaciones, como afirma Leach, no porque esté lleno de potencia mágica sino por el contorno ritual o sociocultural en que se manifiesta. Es el contexto lo que hace que el cabello sea signo, que exprese información.

El corte de cabello es una *acción expresiva*. Su arreglo es un acto sociocultural, es un suceso comunicativo. El corte de pelo en la peluquería inicia con “darle forma al cabello”, “quitarle lo abultado”, “cortar el exceso de largo”, para que la persona “tenga presentación”, “personalidad”, “se sienta bien”, “para que se vea mejor”. Estas expresiones señalan que el arreglo del cabello es importante para ámbitos como el trabajo y la vida diaria. En eventos especiales como fiestas, las mujeres requieren un acomodo especial y los hombres “un buen corte”, que es fundamentalmente corto.

El cabello corto está asociado a la limpieza del cuerpo. Un cabello “mal cuidado” es señal de desaliño, de suciedad. Los testimonios señalan que en el hombre, un cabello sucio, mal cuidado, largo y mal cortado se ve mal. Pelo corto y zapatos boleados son signos de masculinidad. El pelo corto, de virilidad.

---

los niños llevaban cortados los cabellos de una manera específica que evocaba un aspecto o un rasgo distintivo del animal totémico o del héroe cultural de la tribu. Enumera y pone el dibujo de cabezas de niños con cortes donde se representaba, por ejemplo, la cabeza y la cola de un alce, los cuernos de bisonte, la cabeza de un oso o el caparacho de una tortuga con cabeza, patas y cola (Claude Lévi-Strauss, *El pensamiento salvaje*, FCE, México, 1964, p. 250).

La peluquería se distingue por realizar cortes de cabello corto. Las personas que asisten prefieren el pelo pequeño porque “es de hombres”. Porque el pelo corto es “más varonil” que está asociado a lo presentable, arreglado, decente, formal, trabajador.

La masculinidad también se construye en el enfrentamiento con otros hombres, a esta pugna se ha llamado la lucha homosocial. Se caracteriza, entre otras cosas, por la agresividad y la competencia entre ellos, en demostrar constantemente los signos de la hombría.

La observación nos permitió constatar este elemento de la construcción de la masculinidad. El “Chanoc”<sup>38</sup> tiene el pelo largo, es constantemente atacado por sus “greñas”, porque además no se peina y así lo manifiesta. En reunión con otros le jalan el cabello, le dicen que se bañe, lo amenazan con cortárselo, lo acusan de mujer. Es paradójico que en esta peluquería acoja a una persona que regularmente permite hacer referencia al hombre de cabello corto. Esta observación nos permite plantear que los signos de la masculinidad se reafirman, se reproducen en oposición a otros y se subrayan más cuando no habitan en otro hombre.

## MANIFESTACIONES DE MASCULINIDAD

VARIOS AUTORES coinciden en afirmar que los hombres, como género, detentan determinados atributos comunes, características que están presentes en cada uno de ellos; signos y símbolos que poseen y que socialmente se reconocen como lo propio de *ser hombre*. Estas propiedades se sintetizan en la masculinidad hegemónica, por ejemplo, para Eduardo Liendro, en jóvenes de una colonia popular de la ciudad de México tiene los siguientes rasgos: la creencia y el uso del poder y control sobre los otros y las múltiples formas de

<sup>38</sup>El “Chanoc” se llama Jesús Luna y vive a unas cuerdas de la peluquería, tiene 45 años. Le gusta la música de rock, vive con sus padres, no tiene trabajo fijo, usa el pelo largo, no tiene novia y se le conoce como buen bebedor, es un “hombre sin oficio ni beneficio”. Señalo estas referencias porque este personaje es casi siempre el centro de atención de los amigos que se reúnen en la peluquería; su vida, sus acciones son puntos de referencia para expresar los signos de masculinidad en el lugar, por esta razón haremos constantes referencias al “Chanoc”.

autoridad frente a la mujer de algunos hombres; la no expresión de emociones y afectos en forma directa; el trabajo asalariado y públicamente reconocido, así como el sentido de propiedad sobre las cosas y de personas; la constante alusión a una potencia sexo-erótica compulsiva e inagotable y el uso de la violencia física, verbal y emocional como forma de imposición y de resolución de conflictos (Liendro, s/f)

Otros autores asignan otros atributos, pero concuerdan en afirmar que la masculinidad hegemónica se expresa por los elementos más duros o estructurales de lo que se considera *ser hombre*.

En el barrio, en el bar o en la peluquería, los hombres tienen presente los rasgos socialmente asignados a los hombres. Aprenderlos, manipularlos, exhibirlos, practicarlos, depende de los lugares y de las inscripciones sociales de los sujetos. Depende de la clase, etnia, edad y de otras pertenencias sociales. Escribe Eduardo Liendro que la masculinidad hegemónica:

constituye el referente cultural de un cierto estereotipo a alcanzar o a partir del cual se mide la masculinidad y la hombría de todos los hombres. Se trata, entonces, de la concepción dominante de “lo que debería ser un hombre”, sin que necesariamente se logre totalmente en la práctica subjetiva de los hombres concretos (Liendro, s/f: 5).

No existe una masculinidad para todos los hombres y para todas las culturas; la masculinidad se construye a partir de lugares y rasgos socioculturales de los sujetos.

En este sentido, los sujetos que se reúnen en la peluquería Marroquín son ocho o diez hombres adultos, las edades fluctúan entre los 40 y 55 años. Todos saben leer, fueron a la escuela, todos tienen la secundaria terminada, sólo uno no concluyó la primaria. Todos trabajan, hay choferes, empleados o cuentan con un pequeño negocio (tapicería, vulcanizadora, miscelánea). Están casados y tienen hijos excepto el “Chanoc”. Sueñan con tener dinero, sacarse la lotería –la mayoría alquila las casas donde habitan– les gusta el fut-

bol, y la mayoría tiene apodo: El "Mochapelos" o "Pelucas", "Chano", "Piz", "Jarocho", "Vulcano", "Guitarras", "Tori". Consideramos que pertenecen a la clase media baja y viven en una colonia con contrastes de clase media y popular. La observación de estos hombres en la peluquería nos permitió anotar manifestaciones de la masculinidad.

### *Alcohol*

Reunirse en la peluquería para tomar una o varias botellas de "bacalao noruego" (Bacardi blanco) fue una práctica regular hasta que recientemente el "Pelucas" se enfermó. Todos tenían que cooperar con su "quinto",<sup>39</sup> aquel que no "saca" es acosado con bromas, se le insinúa que es "gorrón", se le dice que se ponga a trabajar e incluso en ocasiones se le niega el trago. Observamos que aquel sujeto (cliente o vecino) que no tomaba fue objeto de "cábulas". Por ejemplo, a un señor llamado Jacinto, se le recriminó que si tenía dinero (de sobra según los reunidos) y no "chupaba", para qué lo quería; para estos hombres "chupar y coger" son placeres que un hombre debe recurrir regularmente. A los que no apetecen en la ocasión se les incrimina diciéndoles "que no les dan permiso", "que les pega su mujer" o que son "putos".

Uno de ellos toma el primer trago (sin refresco) de un "chingadazo", grita inmediatamente y contorsiona todo el cuerpo diciendo que esa "cuba" es para hombres, subraya que él es diferente porque toma el ron sólo con hielo. Acabarse el "pomo", aguantar y resistir tomando, los convierte en hombres reconocidos. Sabérsela "curar" es requisito para los hombres que toman.

Tomar alcohol en grupo, es para estos hombres adultos la posibilidad de identificarse y competir entre ellos. La reunión de bebedores en la peluquería autoriza la exhibición de otros signos masculinos como "no guacarear", alzar la voz, orinar en la calle, alardear con propiedades y mujeres. Beber, funciona como signo en busca de un prestigio, de reconocimiento e integración al grupo.

<sup>39</sup>"Quinto" se refiere a dinero, cinco, diez o quince pesos para comprar la botella de ron.

### *Trabajo*

El trabajo es bastante valorado por estos hombres. Tener empleo es importante para mantener (proveer) a la familia y más porque ninguna de las esposas trabaja. Constantemente manifiestan estar “en chinga”, se levantan temprano. Por esta razón cuando el “Chanoc” no trabaja regularmente y se levanta a la once o doce del día es, nuevamente, objeto de burlas. Le dicen que es un “hombre que vale verga” y “mantenido”.<sup>40</sup> El trabajo es signo de masculinidad en la medida que provee a la prole. Muchas veces se habla del “doble frente” (otra mujer distinta a la esposa) para subrayar la virilidad pero también su doble capacidad de proveer.

### *Sexualidad*

La sexualidad es objeto de representaciones que no son exclusivas de la peluquería, las hemos observado en otros ámbitos. Lo importante es reconocer que se crea un lenguaje específico, que es fundamental para subrayar la masculinidad.

Cotidianamente los hombres reunidos en la peluquería, y quizás cuando están tomando, se escucha más el lenguaje específico.<sup>41</sup> Para designar relaciones sexuales se expresa con “coger”, “parchar”, “me la chingué”, palabras que —como dice Eduardo Liendro— comunican poseer y sojuzgar a la mujer. Las historias de conquistas e idas a la cama con sirvientas, jovencitas, divorciadas, se narran constantemente, son signo de hombría.

Los órganos sexuales del hombre son objeto de muchas significaciones. El pene como “verga”, “fierro”, “palo”, “miembro” son metaforizaciones que se usan para ejemplificar diferentes acciones: “no te pases de verga” se enuncia cuando alguien está “cabuleando” demasiado fuerte a otro cuate. “Ése es verga”, hace referencia a

<sup>40</sup>Cuando a “Tin Tan”, en la película *La tijera de oro*, lo llaman mantenido delante de su novia no lo soporta y arma un escándalo.

<sup>41</sup>Eduardo Liendro recogió expresiones en los jóvenes sobre los sexos y la sexualidad. Manifestaciones que, muchas de ellas, escuché en la peluquería. Aquí retomo sus planteamientos y expongo otras que escuché en la peluquería.

un individuo que tiene dinero, bienes y que ha ido ascendiendo en la escala social. “Estar bien verga”, se refiere a estar atento, alerta en situaciones críticas como en un robo, en los negocios o con la mujer. “Vale verga”, tiene dos connotaciones: cuando un hombre no trabaja y cuando una acción no salió como se esperaba. “No te pases de verga”, “muy verga”, es poner límites al poder de los hombres (Liendro, s/f: 5).

El tamaño del pene es también signo de hombría. La expresión “vive lejos” hace referencia a un pene grande y por lo tanto a “todo un hombre”, esto siempre está asociado a historias sexuales de todo tipo.

El semen fue utilizado para reafirmar la masculinidad. Cuentan que cuando eran adolescentes fue común la competencia de lanzar lo más lejos posible el líquido blanco.

Los genitales también se metaforizan. “Bájale a tus huevotos”, comunica que el individuo tiene que limitar su altanería. “Muchos huevos” es sinónimo de arrojo, atrevimiento y bravura (Liendro, s/f: 6).

En general, el grupo de amigos de la peluquería manifiesta frecuentemente la masculinidad, toda ocasión es utilizada. Presumir con propiedades o coches, hijos en otras colonias, manejo de armas (es el caso de un militar), “piropiar” a las mujeres, son expresiones de virilidad, orgullo de *ser hombre*.

#### LA PELUQUERÍA COMO LUGAR MASCULINO

LA ETNOGRAFÍA densa de *lugares* de la ciudad es un intento por conocer procesos de identidad urbana. Investigaciones sobre centros comerciales, salones de baile, “antros” gay, el metro, mercados e iglesias, introducen un problema importante: la relación entre lugar e identidad. ¿Es el lugar estructurante de la identidad?: ¿Son las relaciones sociales estructurantes del lugar? Interrogantes que están presentes en los abordamientos sobre lugares específicos. Lo cierto es que las relaciones de sociabilidad no estructuran necesariamente una identidad y lugar no es sinónimo de identidad.

¿Podemos, a partir de la observación de la peluquería, definir la identidad masculina? Consideramos que es riesgoso partir únicamente de la observación de un lugar como la peluquería. Es necesario registrar etnográficamente otros lugares, los que conformarían un circuito de masculinidad. La observación de éstos nos permitirían tener datos etnográficos suficientes y discutir la construcción de la identidad masculina en un barrio. Porque la sociabilidad en la peluquería por sí misma no otorga una identidad masculina, porque actividades como ir a cortarse el pelo o platicar como prácticas sociales no estructuran un grupo identitario; sin embargo, la peluquería y otros lugares del barrio conformarían un conjunto de sitios donde se despliega y se constituye la identidad masculina.

Sin embargo, la observación de la peluquería permite plantear que es un lugar donde los hombres interactúan, hablan, establecen vínculos y excluyen a las mujeres. En la peluquería se expresan un conjunto de rasgos que estructuran su identidad de género, la masculinidad. El gusto por el pelo corto, el alcohol, la afinidad al trabajo, la sexualidad metaforizada por el lenguaje compartido y otros signos hacen de la peluquería un lugar masculino, un espacio homosocial; la base para la construcción de una identidad masculina.

Varios autores comparten la idea que una de las características de la identidad masculina es la guerra por la diferenciación. Es decir, pasión por distinguirse de lo femenino. Este atributo de la identidad masculina se subraya a través del cabello, de su arreglo y significación, la peluquería incide en uno de los signos de pertenencia sexual más visibles que es el pelo, pero también es espacio de encuentro y comunicación exclusivo para hombres. Esto sería la aportación original de la peluquería para la constitución de una identidad masculina.

También la identidad masculina tiene que ver con la semejanza, con la identificación de lo masculino y con los hombres que se identifican con ello (Liendro, s/f: 6); la peluquería posibilita compartir, a través de diversos eventos, la virilidad. Ir a la peluquería, beber, reunirse, platicar, permite el intercambio y la confabulación entre los hombres. Por estas razones, inicialmente, decimos que la peluquería es un lugar masculino.

Un lugar como la peluquería no está aislado, está inserto en una red de sitios que estructuran una colonia, un barrio, una ciudad, donde la peluquería funciona como un espacio más de socialización genérica y el barrio como el escenario de ello. La peluquería como lugar de reafirmación del *ser masculino*.

La peluquería sintetiza su historia en relatos biográficos. Un lugar también es narración biográfica, anecdótica, familiar, narrativas que fundan los sitios, los nombran y con ello los significan.

En suma, este trabajo quiere contribuir a los estudios sobre identidad masculina que ponen énfasis en un aspecto de la segregación entre hombres y mujeres; los lugares masculinos. Quisimos enfatizar la relación entre hombres reunidos en la peluquería como fundamento de la construcción de la identidad masculina.

#### BIBLIOGRAFÍA

- ACEVES LOZANO, Jorge E. (1998), "Memorias del vecindario: de una historia oral de la Candelaria, Coyoacán", *Alteridades*, año 8, núm. 15, UAM-I, México.
- BAZ, Margarita (1993), "El cuerpo instituido", *Tramas. Subjetividad y procesos sociales*, núm. 5, México, UAM-X, junio.
- BERTRAND, Michel-Jean (1981), *La ciudad cotidiana*, Instituto de Estudios de Administración Local, Madrid.
- CASASOLA, Gustavo (1901), *Efemérides ilustradas del México de ayer, 1901*, Ediciones Archivo Casasola, México.
- CERTEAU, Michel de (1996), *La invención de lo cotidiano. 1. Artes de hacer*, UIA-ITESO-CENCA, México.
- GILMORE, David (1994), *Concepciones culturales de la masculinidad*, Paidós, Barcelona.
- GUIRAUD, Pierre (1994), *El lenguaje del cuerpo*, FCE, México.
- HUERTA, ROJAS, José Fernando (1994), *A todos los que quieren y aman el juego del hombre. El juego: una forma de expresión de la masculinidad de los obreros de Volkswagen*, tesis de licenciatura en Antropología Social, CAS-BUAP, Puebla México.
- JOSEPH, Isaac (1988), *El transeúnte y espacio urbano*, Gedisa, Argentina.



- KELLER, Suzanne (1975), *El vecindario urbano, una perspectiva sociológica*, Siglo XXI, México
- LEVI-STRAUSS, Claude (1964), *El pensamiento salvaje*, FCE, México.
- LEACH, Edmund (1989), *Cultura y Comunicación. La lógica de la conexión de los símbolos*, FCE, México.
- LEACH, Edmund (1997), "El cabello mágico", *Alteridades*, año 7, núm. 13, UAM-I, México.
- LIENDRO, Zingono Eduardo (s/f), *Juventud y masculinidad. Construcción de identidades de género en un barrio popular de la ciudad de México*, México (mimeo.).
- MEZA, Guadalupe (1998), "Masculinidad. Un viaje alrededor del mundo", México (mimeo.).
- MASSEY, Doreen (1998), "Espacio, lugar y género", *Debate Feminista. Ciudad, espacio y vida*, año 9, vol. 17, México abril.

JUDITH KATIA PERDIGÓN CASTAÑEDA\*

## *Entre males, curaciones, yerbas y amuletos* *El mercado de Sonora*

*A Manuelito, mi hermano.*

EL MERCADO de Sonora es un lugar particular, en el que se pueden encontrar desde artesanías, fayuca *made in Hong Kong*, imitaciones de plástico de juguetes de línea, animales, adornos, etcétera, hasta elementos de esoteria que le dan este toque singular.<sup>1</sup> Así, a pesar de la modernidad y de las características de ciudad que lo rodean, se trata de un terreno de pensamiento mágico, que sufre transformaciones constantes, hibridaciones y actualizaciones según las necesidades de los individuos, que lo habitan y visitan.

En la colonia Merced Balbuena, situado en la frontera entre el circuito comercial del Centro Histórico y la Delegación Cuauhtémoc, se encuentra el mercado de Sonora. Un gran letrero blanco con letras rojas y verdes lo presenta: “Bienvenidos a la ciudad de México. Venustiano Carranza D.D.F.”; al que se suma otro que señala: “Mi mercado de Sonora. Merced Sonora D.D.F.”

Situado frente a la avenida Fray Servando Teresa de Mier (que en 1929 fuera la continuación de la calzada Chimalpopoca),<sup>2</sup> sobre la que se ubican establecimientos de juguetes, materiales plásticos, un Bancomer y las calles de San Ciprián, Rosario y Cabaña, colin-

\*Instituto Nacional de Antropología e Historia.

<sup>1</sup>Generalmente en todos los mercados de barrio, colonia y tianguis, el elemento esotérico está presente, casi siempre cerca de los puestos de alimentos para animales o aves. El mercado de Sonora goza de un gran prestigio desde hace 40 años, que lo ha llevado a ser, incluso, emblemático para los turistas.

<sup>2</sup>Según el plano de la ciudad de México, trazado por la Dirección del Catastro del Departamento del Distrito Federal completado, reducido y publicado por la Dirección de Estudios Geográficos y Climatológicos de la Secretaría de Agricultura y Fomento, en 1929, en los talleres de la Dirección de Estudios Geográficos y Climatológicos. Es notorio, además, que en esta época la traza de la zona era como se conoce en la actualidad.

da en su extremo izquierdo con el edificio de la central de bomberos que desemboca en la avenida Circunvalación y con el cine Sonora.

A su derecha está la calle de San Nicolás, cuyo nombre rememora la existencia de una capilla del siglo XIX<sup>3</sup> (posiblemente la que hoy lleva el nombre de Templo de la Concepción Ixhualtongo, en la calle del mismo nombre, esquina con Cuitláhuac). En esta calle hay accesorias en los que se venden bolsas de plástico y juguetes.

Próximos al mercado de Sonora, están el de la Merced, que incluye el mercado de dulces y el área de comestibles, y el de San Ciprián.

La vía más directa para llegar a este lugar, es la avenida Fray Servando ya sea en transporte particular, taxi, en combi de la ruta 1 vía Chapultepec-Pantitlán o Aeropuerto Colonia Federal; caminos alternos serían por Anillo de Circunvalación, por transporte colectivo en la ruta 48 (Carrera-Santa Clara), que luego se desvía por Fray Servando. También se puede caminar unos cuantos pasos de Circunvalación al mercado, por las rutas 58 (Tepito-Mixcalco), la número 56 (Tulyehualco), por la 44 (San Lorenzo-Tulyehualco), la ruta 14 (Tláhuac-Rosales-Civil), o llegar por la 1 (Villa Coapa-Taxqueña-Ixtapalapa). La ruta 25 (La Viga-Las Torres-San Juan Álvarez) es otra opción. Si viajamos en el metro, las estaciones más cercanas son Merced, de la línea 1 y Fray Servando, de la línea 4.

Para entrar al mercado de Sonora hay que pasar por la zona de estacionamiento que siempre se encuentra rodeada por un tianguis en el que se ofrecen alimentos, canastas, bolsas, artículos de mercería, piedras, etcétera.

<sup>3</sup>La capilla de San Nicolás estaba en la zona que correspondía al cuartel núm. II, según el Plano General de Indicación de la Ciudad de México. Con la nueva revisión de los cuarteles y nomenclaturas de las calles, aprobada por el Ayuntamiento de 1885 y por el gobierno del Distrito Federal, publicado por Debray Suc., en 1886, aunque esta capilla aparece marcada en el siglo XVIII en el Plan de la Villa de México, *Voyage en Californie pour l'observation du passage de Vénus, sur le Disque du Soleil le 3 Juin, 1769*, París, Chez Charles, Antoine-Joubert, MDCCCLXXII, Hakluyt Society, serie II, vol. XXV.

Fue inaugurado durante el periodo presidencial de Adolfo Ruiz Cortines el 23 de julio de 1955, cuando era regente de la ciudad el licenciado Ernesto P. Uruchurtu,<sup>4</sup> sin embargo, sus locatarios celebran como fecha de aniversario el 23 de septiembre de 1957.

El sistema constructivo que se utilizó para erigirlo es con base en columnas metálicas que sustentan armaduras de acero de forma triangular, formadas por piezas que trabajan la tensión y la compresión, las cuales forman un conjunto apropiado para cubrir grandes claros (de 8 metros de ancho por 27 metros de largo y 5 metros de altura aproximadamente). Su techumbre es de lámina metálica en sus ocho naves frontales.

Las divisiones y el perímetro de los locales comerciales están contruidos con bloques de concreto con aplanados de mezcla, acabados con pintura vinílica, y los pisos de las circulaciones peatonales son de placas de granito (de 30 por 30 centímetros). Cuenta con ocho accesos principales, cuatro posteriores y con ocho corredores horizontales, de los cuales sólo dos dan a la calle de San Nicolás.

Es evidente que el mercado ha sufrido diferentes ampliaciones improvisadas,<sup>5</sup> sin asesoría técnica adecuada, pues los sistemas constructivos varían. El frente (por la calle de Fray Servando) presenta ocho naves principales y la zona posterior sólo cuatro (por el callejón de Canal), con otra calidad constructiva, de menor altura y pasillos reducidos, pero que conservan las armaduras triangulares.

Los locales comerciales en la parte norte están contruidos en dos niveles. En la planta baja se encuentra la sección de atención al público y en la planta alta (tapanco) las bodegas, que abarcan una área aproximada de 18 metros cuadrados (3 por 3 metros por nivel). El primer pasillo horizontal es definido y claro, su dimensión es de 2 a 3 metros de ancho por 25 metros de largo.

<sup>4</sup>Gustavo Casasola, *Seis siglos de historia gráfica de México*, t. 11, p. 3265.

<sup>5</sup>Después del incendio que sufrió la zona posterior, en mayo de 1997, el inmueble ha sido sujeto a otras ampliaciones sobre la calle de Canal, además de reconstruir los locales afectados. Por otro lado, constantemente se han modificado los espacios libres, ya sea para construir o para adaptar locales en la planta baja del edificio de oficinas.

En la parte sur es donde los locales modifican sus dimensiones y alturas, carecen de un orden establecido e incluso algunos no tienen bodega en la parte superior. Sus dimensiones varían entre los nueve y los 25 metros cuadrados. La circulación no presenta una dirección definida en sentido paralelo ni en perpendicular. También su anchura varía entre el 1.20 metros y los 3 metros, lo que resultaría peligroso en caso de siniestro. Los pisos de granito cambian a firmes de cemento pulido a partir del segundo corredor en sentido perpendicular.

En este singular mercado se expenden diversos productos: loza, cerámica, cestería y recuerdos para bautizos, primeras comuniones, 15 años y bodas, que pueden encontrarse en los pasillos 1 y 2. Si se desea adquirir materiales para fiestas y juguetes, los pasillos 4, 5, 6 y 7 proveen de estos productos. Los disfraces pueden encontrarse entreverados a partir del segundo corredor horizontal hasta el quinto, y del pasillo 2 al 4. En caso de que se quiera comprar animales, éstos pueden obtenerse desde el corredor 5, y a partir de éste, por los pasillos 1, 2 y 3.

En su interior encontramos una pequeña plaza cívica, con una imagen de la Virgen de Guadalupe y un asta bandera acompañada de una inscripción que dice: "Homenaje a la bandera. Por comerciantes del mercado del Sonora, 24 de febrero de 1960." También tiene una zona de comedores, una área de administración, baños públicos, una subestación eléctrica, una pequeña capilla o altar, el área de depósito y descarga de basura y un auditorio.

#### LA OFERTA DE LA PUERTA OCHO

¡ESQUINA BAJAN!... una pareja desciende de un microbús de la línea 1 (pesero). Él, con pantalón de mezclilla, mocasines y camisa blanca, algo desaliñado por el bochorno del calor humano. Apresuradamente ayuda a aterrizar en el asfalto a su compañera que con un colorido vestido, delantal y sandalias de plástico, hábilmente es tomada de la mano, para juntos encaminarse en busca del cambio de sus destinos.

Al colocarse frente a la puerta ocho una mezcla de olores exóticos que evocan al campo: árboles, flores, frutas. Aromas que casi podrían saborearse. Aunque fuertes, son irresistiblemente seductores,<sup>6</sup> una invitación a entrar. El ruido se hace patente a lo largo de todo el pasillo. Diferentes individuos vociferan al unísono, sin compás alguno, en pos de algún cliente que deambula por el corredor, tal parece que se estuviera en la legendaria torre bíblica de Babel, donde entre el hacinamiento de las voces, en distintas tonalidades “se desvirtúa el lenguaje español”.

Estamos en un largo corredor, estrecho, de aproximadamente tres metros de ancho, con 36 accesorias a ambos lados, cada una de no más de tres por tres metros (a la vista de los visitantes). El espacio se aprovecha con tapancos para poder exponer y embodegar los distintos productos, de manera que cada puesto tiene “dos niveles”.

Aquí se observan dos tipos de establecimientos, los que venden únicamente yerbas, semillas y minerales que en esta zona del mercado se reducen a cuatro y los que tienen “de todo”, que son la mayoría. Estos últimos cuentan con una escenografía diferente, debido a veces al gusto decorativo del dueño del local, o a la forma en que los vendedores se han adaptado a los pequeños espacios o a la necesidad de poner sus materiales en estantes, sobre una mesa escalonada, en vitrinas, todo de acuerdo con las proporciones de la mercancía. Se trata, en fin, de aprovechar al máximo las paredes, el piso y el techo. Son sitios de estética saturada, en los que los ínfimos espacios se llenan con cualquier cosa. Sin embargo hay límites: no pueden apropiarse de los corredores o de los locales vecinos.

En este pasillo, como en los siete anteriores, se denota una especialidad. Los productos simbolizan distintas cosas dependiendo de la problemática específica de quien los adquiere. Algunos son de origen mineral, otros vegetal o animal, o incluso existen las mezclas entre ellos. El propósito de su uso es ayudar a los individuos a salir

<sup>6</sup> Posiblemente resultará perturbador: “Nuestros sentidos se ven bombardeados por un lenguaje extraño, olores y gestos distintos, así como un montón de signos y símbolos.” Hall, 1990, p. 177. Esto, para alguien ajeno a las costumbres de este lugar resulta en cierta forma un choque cultural, pero para los asiduos compradores, los olores representan algo más, evocan intimidad.

de su desventura. Por supuesto existen diferentes presentaciones y formas: en estado líquido o sólido, en su estado natural, o transformados para ser transportados y empleados con facilidad, empacados en cajas, bolsas de plástico o de tela, o embotellados (véase tabla 1).

TABLA 1  
PRESENTACIÓN DE LOS MATERIALES EN VENTA

	<i>Estado natural</i>	<i>Sólido (fragmento o polvo)</i>	<i>Líquido (extractos, aerosoles, perfumes, lociones, agua, aceites)</i>	<i>Mezcla con base en grasas: inciensos pomadas jabones veladoras ungüentos</i>
Vegetal	*	**	*	* • *
Animal	*		*	* •
Mineral	*	**		◆ •

- ◆ = Mezcla de aleaciones metálicas
- = Incluidos en resinas sintéticas.

Los líquidos, por ejemplo, son distribuidos por el fabricante en envases de plástico o en aerosoles, con los nombres de: "Agua espiritual de San Ramón", "Legítima agua contra envidias", "Legítima agua espiritual de la Divina Providencia", "Legítima agua de San Ignacio de Loyola", etcétera. Los perfumes o lociones se envasan en frascos de vidrio. Entre ellos están: "Limpia dinero", "Juan el Conquistador", "Siete machos", "Perfume contra daños de sávila", "Legítimo perfume atrayente". Los polvos y sahumerios son vendidos en pequeñas bolsas de plástico con sugestivas imágenes y llevan los nombres de "Yo domino a mi mujer", "Polvos del cuerno de la abundancia", "Polvos de baño de San Antonio", "Sahumerio contra daños", "Sahumerio de la Santa Muerte", entre otros.

En el caso de los minerales, éstos se pueden encontrar en fragmentos, solos o acompañados con otros materiales. Los hay de diversos tamaños, pulverizados y/o mezclados con otros elementos. Metales como oro, plata, cobre, alpaca o aluminio pueden adquirirse

en estado mineral (mena), transformados en medallas, o en cualquier otra bisutería, o incluso en polvo.

Los vegetales pueden ser frescos, “recién cortados”, secos, o transformados para ser usados en lociones, extractos, aerosoles (con las presentaciones antes mencionadas), aceites esenciales, jabones naturistas de avena, chile, sándalo, rosas, además de algunos más sofisticados como es el caso del “Jabón atrayente” o el de “Siete potencias africanas”. Hay inciensos florales, algunas plantas están mezcladas con la parafina de las veladoras o incluidas en resina, formando parte de las entrañas de una pirámide, o del estomago de algún Buda.

En cuanto a los animales, se pueden encontrar disecados de cuerpo entero en fragmentos por separado: cabeza, patas, pieles. Hay productos extraídos de éstos como: aceites, lociones, pomadas, y mezclados con elementos vegetales y/o minerales que resultan amuletos efectivos para la buena suerte, como “La bolsa de coyote”.

Los plásticos y las resinas sintéticas se emplean, sobre todo, para elaborar esculturas de animales, elementos geométricos, diversas deidades, fotografías, etcétera.

A primera vista pareciera que no existe un orden, pero en realidad, entre el gran amontonamiento de cosas, hay “un acomodo” en cada puesto, ya sea por imágenes u objetos (adelante las más solicitadas), por colores, tamaños, o de acuerdo con el tipo de presentación por parte del fabricante. Es como si “todos los signos o símbolos de esa clase fuesen, antes que nada, cosas, fragmentos de materia; cosas dotadas de una fuerza interna, independiente de las creencias que aquéllas apoyan y de las formas que adoptan”.<sup>7</sup> El poder simbólico no está en la presencia del artículo, sino en su combinación en un tiempo y espacio (para un fin y una persona con una situación específica).

La gran mayoría de los locales vende materiales de diferentes elementos de culto y magia. La magia, como tal, con este título, se hace patente en México desde la época del virreinato:

<sup>7</sup>Jean Duvignaud, *El sacrificio inútil*, p. 73.



Las mujeres incorporaron la religión negra e indígena a usos prácticos e inventaron nuevas prácticas ritualistas. La magia respondía a una ausencia de mecanismos para mediar las relaciones en la sociedad colonial... Las prácticas mágicas no se organizaron en un acervo de creencias ni tampoco se fusionaron para originar un movimiento de resistencia; sin embargo, se empleaban toda vez que no existieran mecanismos sociales para resolver conflictos y se alimentaban de un sustrato de cultura popular que cambió poco hasta que se inició el proceso de modernización.<sup>8</sup>

Para ejercer el mal se cuenta con la magia negra, mundo de satanismo y brujería asociado a lo oscuro, a los deseos, a los encantamientos, a los sentimientos de culpa y a la sexualidad. Para llevar a cabo este tipo de magia se venden yerbas, veladoras negras y símbolos demoniacos: machos cabríos, diablos, velas negras, Liliths, animales ponzoñosos y estrellas de cinco picos invertidas, entre otras cosas. En contraste, la magia blanca se ejerce por intercesión de los espíritus buenos y angélicos, que son los cimientos para producir efectos maravillosos y extraordinarios (milagros, éxtasis, profecías, curaciones imposibles) "...es la que comprende todas las fórmulas y rituales destinados a beneficiar a alguien, ya sea para procurarle buena salud, facilitarle o hacer que la prosperidad se aposente en la persona, familia o comunidad";<sup>9</sup> para ejercerla se despachan veladoras, inciensos, perfumes, yerbas, etcétera. De hecho nos topamos con dos tiendas apenas perceptiblemente diferentes, en las que no hay fetiches (ídolos), pero sí velas con el cordero pascual y veladoras blancas, triángulos que representan a la Santísima Trinidad, sartales de colorines machos, esencias y perfumes.

Los materiales en los puestos destacan a la vista de las personas ajenas al Sonora por la mezcla de mercancía que parece estar fuera de lugar, de alguna forma es extraña, "no tiene nada que ver una cosa con la otra" o simplemente está lejos de lo propio de Méxi-

<sup>8</sup>Rowe William y Vivian Schelling, *Memoria y modernidad*, p. 36.

<sup>9</sup>"El arte de la magia blanca", *Especial Mundo Esotérico*, marzo de 1996, p. 10.

co (sobre todo para aquellos que pretenden ser puristas y tradicionalmente nacionalistas). El resultado de este abigarramiento se debe a la sedimentación, yuxtaposición y entrecruzamiento de las tradiciones<sup>10</sup> que se han dado a lo largo de la historia. A las tres raíces básicas: la indígena, la española y la negra, se suman “tres grandes orientaciones místicas del continente: el animismo de los amerindios, los cultos africanos, el catolicismo barroco”,<sup>11</sup> Más tarde se sumaría también la cultura china, con la llegada de los asiáticos en la nao de China por las costas de Guerrero, además de otras costumbres introducidas en las intervenciones francesa y norteamericana. Por otro lado, las oleadas de inmigraciones alemanas, italianas o árabes trajeron consigo a nuestro país otras creencias.

La diversidad religiosa y los actos rituales se fusionan, traslapan y cambian, introduciéndose en los distintos sectores sociales de una forma dinámica. Así, el mercado de Sonora surte el diverso material que demandan las necesidades de esta población *sui generis* que habita la capital.

Encontramos herramientas de la religión africana yoruba, como son los elementos de santería, con una infinidad de productos y presentaciones alusivas a las potencias principales: a la cabeza está Obatala, y le continúan Changó, Yemayá, Oshún, Ogún, Eleguá y Ochosí, entre otras. Otra variedad de este culto africano es el vudú, representado por muñecos de trapo atravesados con alfileres, sartales de caracoles, chaquiras y animales. El budismo se hace patente en las imágenes de Buda, útiles para atraer dinero y la prosperidad al hogar. El hinduismo se hace presente con elefantes para la prosperidad e imágenes de la diosa Kali. Hay elementos de las culturas de aborígenes norteamericanos, como son los “elementos de guerra”, que se venden como protección a quienes han adquirido un entrenamiento espiritual, tal es el caso de los *mandalas* (escudos), *tomahawks* (hachas), cuchillos, plumas, imágenes de indios (Gerónimo, pieles rojas, apaches o siux). Se pueden comprar en este lugar materiales de la “nueva mexicanidad”; en su

<sup>10</sup>Néstor García Canclini, *Culturas híbridas*, p. 71.

<sup>11</sup>Duvignaud, *op. cit.*, p. 12.

afán de acercamiento a “los reales orígenes mexicanos” emplean la herbolaria tradicional e imágenes de dioses prehispánicos.

Se encuentra representada también la nueva era con la venta de cristales de cuarzo sin excluir leones, chinitos y algunos seres mitológicos de occidente como dragones (de origen europeo o asiático), Merlines, unicornios, duendes, bolas de cristal, *trolls*, entre otros.

También pueden adquirirse imágenes católicas, como cruces, vírgenes, ángeles y santos, ya sea en medallas, velas, esculturas de diversos tamaños y materiales, que son figuras emblemáticas, “hasta cierto tipo de ideales, figuras míticas y tipos sociales que permiten una (estética) común y sirven de receptáculo a la expresión del (nosotros)”.<sup>12</sup> Aunque estos símbolos sean de origen católico, se han mezclado con los de otros cultos (anteriormente mencionados), con el fin de fortalecer aún más la protección del espacio hogareño o comercial. Esto puede observarse tanto en los altares de los locales, como en tiendas y hogares de la ciudad de México; así, nos topamos con un San Judas Tadeo, un Buda o una pirámide, entre semillas e incienso o, en la ejecución misma de la magia blanca, en la cual,

para un trabajo contra las habladurías (acabar con difamaciones) se emplea una imagen de San Ramón Nonato, a la cual se le tapa la boca con un pedazo de cera de Campeche, además de amarrarle un lazo al tiempo que se dice una oración. Después hay que envolver con un lienzo la imagen para guardarla en un lugar oscuro, hasta que se realice el milagro.<sup>13</sup>

Estos ejemplos son parte del mestizaje, que puede definirse como cierto rompimiento a la vez que reforzamiento y continuidad de la tradición, como una acumulación de conocimientos y de símbolos a través del tiempo, que se suman a la historia de los individuos con el surgimiento de nuevos elementos simultáneos en un

<sup>12</sup>Michael Maffesoli, *Tiempo de tribus*, pp. 35-36.

<sup>13</sup>Receta extraída de la sección de Karen Lara, de la revista *Mundo esotérico*.

mismo territorio. Símbolos que antes estaban separados o desconocidos se combinan para crear una sintaxis y un fin específico.

#### DE LA ESCENA A LOS ACTORES. LOS VENDEDORES Y COMPRADORES

LOS LOCATARIOS son de diferentes edades aunque por la tarde o en vacaciones es notoria la presencia de niños. Los varones emplean ropas cómodas: pants, camisetas o bien camisas, pantalón de mezclilla, zapatos o tenis. Las damas pueden estar sumamente arregladas, maquilladas, con pantalones y camisetas ajustadas o bien con falda o pantalón con blusa holgada y delantal.<sup>14</sup>

Estos comerciantes llevan a cabo una representación escénica que tal vez provenga del medio en el que se mueven, la educación que reciben desde la infancia (en el caso de aquellos que se dedican a estos menesteres por generaciones) o de su trabajo en el mercado. Parecen transmitir a todo aquel que los ve "un conocimiento sobrehumano", pues con sus observaciones intentan traspasar las mentes de los necesitados que deambulan por el pasillo. Se percibe un juego de miradas, movimientos que ejercen una evaluación del paciente y a su vez, el visitante entra en el juego creyendo y participando en la representación del comerciante-curandero.

Sentados o parados frente a sus locales, de vez en cuando se lanzan miradas entre vecinos; cuando hay poca clientela los que pertenecen a un mismo local platican entre ellos; cuando pasa alguna persona, los gritos de ¿qué le damos?, ¿qué busca?, se escuchan constantemente, y se suman además los manoteos y señales a sus propios productos. Algunos bostezan aburridos y luchan contra sí mismos para no dormirse cuando el calor aumenta en el edificio, aunque siempre están alerta en espera de un comprador.

<sup>14</sup>Los martes y viernes es notoria también la presencia de algunas damas con vestidos blancos y mascaradas blancas que sujetan su cabello a modo de turbante y collares de colorines o chaquiras.

La relación entre los comerciantes de los diferentes pasillos del mercado es mínima, ésta se da más entre los locatarios del mismo pasillo.

Entre compañeros no hay mucha relación, solamente a nivel de mesa directiva, pero entre nosotros los comerciantes casi no, por lo mismo que cada uno está metido en lo suyo y casi no hay tiempo de convivir. El mercado de Sonora es una fuente de trabajo, es el lugar donde yo gano lo que requiero para seguir adelante, es un mercado que tiene muchos giros, a diferencia de otros...<sup>15</sup>

Para los locatarios y capitalinos, el mercado de Sonora es especial, porque a diferencia de otros ofrece variados productos para todo tipo de gente.

Por ejemplo, aquí hay cosas esotéricas, hay juguetes, hay artesanías de madera, animales vivos, plantas medicinales. La gente que viene aquí la mayoría es del país, de repente llega a venir un poco de turismo, pero al lugar donde venden las plantas medicinales. Tal vez vienen porque en sus países no está tan avanzado, o no se fomenta tanto la cura con plantas medicinales como aquí.<sup>16</sup>

Entre vendedores, como buenos compañeros, se prestan materiales para completar algún pedido específico. Esto se da gracias a la antigüedad en el ramo, a los conocimientos, la personalidad, el género, la edad y tal vez por algún tipo de jerarquía del conocimiento esotérico. Sin embargo, existe una relación densa en los distintos niveles de relación en este campo espacial. Entre ellas se pueden advertir la de los vecinos de trabajo,<sup>17</sup> la de parentela, la de infor-

<sup>15</sup> José Iglesias Lara, 38 años, comerciante de juguetes desde hace 15 años en el mercado de Sonora, 11 de junio de 1997.

<sup>16</sup> *Idem.*

<sup>17</sup> Parecidas a las de la relación de amistad entre familias que viven cerca (vecinos), donde hay cierta distancia física, préstamos, confianza e intercambio. Lomnitz, *Cómo sobreviven los marginados*.

mación y la de intercambio de productos. Por ellas se logran ciertos derechos y privilegios, y también ciertas responsabilidades. Se pueden pedir cosas prestadas, incluso comida o bebida,<sup>18</sup> cuidar el “changarro”, mientras otro sale un momento por el cambio del billete que acaba de recibir o servir de intermediarios ofreciendo la tarjeta del amigo del puesto siguiente que hace limpias.

Los compradores son variados. Los hay de todas las edades, géneros y estatus socioeconómico, que se pueden distinguir por la indumentaria, el rostro, la forma de hablar y caminar. Esa diversidad es producto de códigos individuales, de lecturas, de exploraciones mutuas, dependiendo de la ubicación de la alteridad.

En esa diversidad lo mismo se encuentra a un par de mujeres “rubio cenizo L’oréal”, vestidas finamente a la moda con joyería brillante, que colocan unos pequeños bultos dentro de sus femeninas bolsas de piel, y cruzan miradas de complicidad, antes de salir apresuradamente; como a un caballero de traje con corbata que entra rápidamente a un puesto para perderse tras el mostrador. También se observan familias completas (padre, madre e hijos) que preguntan entre las accesorias, a estudiantes que adquieren productos diversos, abuelas con sus nietos. Una mujer joven que, por su aspecto, parece ser de clase media, se aproxima a un local para preguntar sobre las limpias. Llegan extranjeros con rostros impactados, buscan lo exótico que puedan exhibir en su hogar o en su trabajo a manera de pieza de museo, o como ejemplo del *mexican folklore*. Vienen apresurados, necesitados con la lista de materiales en mano, ya sea preparados o sin ungir. A algunos se los recomendaron sus curanderos, otros por sapiencia propia buscan medicina herbolaria, fresca o seca para sus enfermedades (valeriana, cola de caballo, yerba santa, ruda, flor de azar, ramos preparados para después de parto, etcétera), misma que prueban, huelen o tocan para intuir su calidad. Otros individuos más perdidos preguntan a los vendedores por antidotos eficaces. Se observan también personajes que, con el libro

<sup>18</sup>Hall, *El lenguaje silencioso*, p.185.

de *Las enseñanzas de don Juan* bajo el brazo, o la revista *Esotérica*, especifican nombres de yerbas que algunas veces son difíciles de conseguir (por ende costosas).

También concurren especialistas en la materia que se surten para ejercer trabajos especializados o bien para intercambiar productos. Esta situación es más notoria los sábados, en el transcurso de la mañana. Compran al mayoreo y, aunque los precios han aumentado, se acoplan a las necesidades. “Oiga joven, me da media docena de velas negras, cuatro frascos de espíritus de untar, una mano de chango, unos tres jabones de la mano poderosa, de chuparrosa también lo mismo, un indio Gerónimo, ocho bolsas de coyote...” En esos momentos no falta que alguna señora pregunte directamente al especialista sobre algún producto o trabajito para lograr frenar los deslices amorosos de su marido. El especialista, con una seguridad que es notoria por la postura del cuerpo, la apertura de piernas, el estiramiento de espalda y los brazos extendidos en posición erguida, responderá al momento, con decisión, que él mismo puede hacerle el trabajo y amarrarle a su hombre.

El cliente generalmente llega por voluntad propia, pero en la mayoría de los casos se entera de la excelencia del mercado por una red de información conformada por las recetas que dan en la televisión, la radio o las revistas; por algún conocido o familiar que es cliente de algún local; o porque el intermediario sea el brujo(a) de la familia, que con frecuencia manda a comprar yerbas como lo hace un médico que receta medicamentos en la farmacia. El impacto del comprador generalmente es brutal y redefine sus experiencias cotidianas. Es impresionante observar la enorme variedad de personas, circunstancias y oportunidades que ahí se dan cita, hay que ir “incorporando sin cesar información del medio que les rodea y, al quedar expuestos a otras personas, cambiamos dos sentidos: aumenta nuestra capacidad de saber acerca de y aumenta nuestra capacidad de saber cómo”.<sup>19</sup> Así, sin sistematicidad y con la simple práctica de ir al Sonora varias veces, se desarrolla alguna relación

<sup>19</sup> Kenneth J. Gergen, *El yo saturado*, p. 10.

con los “marchantes”, ya sea por actitudes, gustos o formas de vestir. Pronto se facilitará la compra de los materiales, se regateará o se conectará uno con otros locales. Entre compra y venta se aprende, para luego practicar, cuando sea necesaria “la automedicación”: “si le surtió efecto a sutanita o a mi, a fulano también puede ayudarlo”.

DE COMPRADOR A PACIENTE,  
DE VENDEDOR A CURANDERO

LOS ACTORES, por algunos instantes, convierten este lugar comercial-público en zona privada, en la que el comprador y el vendedor interactuarán redefiniendo fronteras espacio-temporales, para luego compartir cierta complicidad que se reforzará con una creencia e identificación.

El que llega padece algún mal, sea del cuerpo, de la mente o del espíritu. Por eso busca una curación que el comerciante posee. Sabe que necesita cambiar algún mal que le aqueja inexplicablemente y piensa que será curado por el producto y/o vendedor-curandero.

Se nos ha dicho que “los problemas del individuo son sólo los resultados colaterales de sus relaciones perturbadas con otros individuos de la familia, la escuela o lugar de trabajo. El enfermo no es el individuo sino las redes sociales de las que forma parte”.<sup>20</sup> Esos problemas repercuten directamente en el “cuerpo humano, mismo que es concebido como una porción de espacio, con sus fronteras, sus centros vitales, sus defensas y sus debilidades, su coraza y sus defectos”.<sup>21</sup> La gente que ha intentado curarse el cuerpo con médicos o el espíritu con psicólogos, que han resultado ineficaces o lentos, o que han agotado sus remedios, será que adopte la postura de que el mal puede ser de origen desconocido y habrá que probar con otra cosa que pueda ser más rápida o eficaz. Es entonces cuando entran a escena estos comerciantes-curanderos pues ellos sí poseen la curación para las necesidades básicas del hombre y la mujer:

<sup>20</sup> *Ibidem*, p. 205.

<sup>21</sup> Marc Augé, *Los “no lugares”...*, p. 66.



amor, salud, protección, dinero, trabajo. Todo puede ser atraído, cambiado, mejorado, si se emplea algún tipo de sortilegio o símbolo, pues estas “figuras que allí se presentan remiten a una imagen del mundo que vuelve a poner al hombre frente a frente con las instancias naturales: la sexualidad, la muerte, el hambre...”,<sup>22</sup> apoyándolo o cambiándole el destino. Por eso se adquieren figuras de San Martín Caballero, quien es el mejor abogado para salir de la pobreza y para arreglar matrimonios desavenidos. Es el santo protector del trabajo, los negocios y los clientes,<sup>23</sup> su imagen está en venta, pero también tiene un sitio primordial en los altares de los comerciantes del mercado de Sonora (y en otros establecimientos en México) junto con un vaso con agua y perejil, pues se cree que “la yerba es para el caballo, para que con sus patas saque el mal, y el agua para la sed del santo”.

Los precios de la mercancía varían. Un amuleto para mal de amores, por ejemplo, en presentación de una pequeña bolsa roja de tres centímetros con un contenido especial vale ocho pesos; los polvos de baño de amor cuestan 10 pesos; un colibrí disecado, preparado, vale 40 pesos. Ahora, si se quiere efectividad y resultados rápidos hay un talismán que cuesta 200 pesos. Esta diversidad de productos, da alternativas de precio, y se vale también que el comprador que no cuente con mucho dinero regatee, si va a llevar varios productos, o si le guiñe el ojo al chico del establecimiento. Lo cierto es que “los precios más elevados significan mayor eficacia para los fines deseados”.<sup>24</sup>

Los movimientos corporales, miradas y hasta los avisos sobre los productos (formas simbólicas),<sup>25</sup> persiguen el objetivo de expresar saberes y contenidos en dos niveles: el simbólico y el mercantil.

Aunque parezca extraño, el comprador, cuando pregunta por algún objeto, suscita diversas actitudes: ¿qué significa o para qué sirve esto o aquello? Si le va bien se le responderá con una sonri-

<sup>22</sup> *Ibidem*, p. 6.

<sup>23</sup> *Mundo Esotérico*, núm. 44, 1997.

<sup>24</sup> Según uno de los vendedores del pasillo.

<sup>25</sup> John B. Thompson, *Ideología y cultura moderna*, pp. 152 y 153.

sa, incluso será un feliz acreedor del producto en cuestión, pero pueden contestarle sin mirarle a los ojos, volviendo la cabeza al extremo contrario, o no tomarlo en cuenta o responderle con otra pregunta: “¿qué, lo va a llevar?”. Este tipo de actitudes tal vez se deban a que en cierta forma están hartos de las miradas morbosas.

Un movimiento espontáneo de cabeza, de vista, un ademán o ciertos comentarios provocan que el curioso compre o se vaya, pero sin duda estamos ante una forma de manipulación estratégica por parte del comerciante.<sup>26</sup>

“Disculpe, señor, ¿sabe de alguien que haga una limpia efectiva?” La güera, como algunos la nombran, le dice: “continúe tres puestos adelante...” De esta manera, ella actúa como intermediaria entre la necesitada y su vecino, a manera de una red de sociabilidad en un campo de relaciones comunitarias en extensión.<sup>27</sup> En dicho local, el muchacho que atiende el puesto le entrega una tarjeta de presentación que lleva la siguiente inscripción: “El jilguerito”, que anuncia un extenso surtido en plantas medicinales, frescas y secas; inciensos, esencias, gomas aromáticas, veladoras, lociones, perfumes, jabones y material esotérico, y responde sobre el horario y los días específicos para efectuar las limpias (9:00 a 12:00 horas, martes y viernes); esto no es otra cosa que una tarjeta de presentación, de las tantas que se reparten.

Una de las acciones importantes en este lugar, es que dentro de los mismos locales de venta se efectúan transformaciones de lo público a lo íntimo-religioso, el comprador es un paciente y el vendedor, al ejecutar las limpias, se transforma en curandero mediante un deslizamiento de actores y escenario, generando un espacio simbólico compartido.<sup>28</sup> Las limpias son un acto conocido popularmente, que tiene como fin purificar, alejar las

energías negativas o nocivas que dañan el entorno donde se mueven las personas o el individuo mismo... con ella se des-

<sup>26</sup>Gergen, *op. cit.*, p. 195.

<sup>27</sup>Issac Joseph, *El transeúnte y el espacio urbano*. Planteamientos del capítulo de redes.

<sup>28</sup>Ronald L. Grimes, *Símbolo y conquista...*, pp. 61-64.

tierran embrujos, hechizos, entierros, trabajos o energías que están dañando el buen camino o su desarrollo, sin olvidar que todo trabajo de magia no es más fuerte que Dios, ya que el Todo Poderoso es quien da la orden de que lo malo pase y lo bueno reine universalmente.<sup>29</sup>

Para ejercer estas limpias, el sujeto “enfermo” y el vendedor –transformado en curandero–, pasan tras bambalinas, es decir atrás del mostrador de venta, al entretecho o al tapanco (zona empleada también como bodega), espacio que funge como consultorio, evitando así las miradas externas, y creando, al tiempo, un espacio sagrado.

En el Sonora existen dos tipos de limpias que los mismos locatarios definen como tradicionales y de santería. Para efectuar la tradicional, que cuesta entre 30 y 50 pesos, el área de curación –de aproximadamente un metro cuadrado–, cuenta con un pequeño espacio en el que se encuentra una imagen de la Virgen o un Cristo. El paciente es colocado de pie delante de este altar. El curandero primero pregunta cuál es el motivo de su presencia, para determinar después el tipo de materiales específicos que ocupará, como la loción y la veladora. La limpia consiste en encender alguna veladora, la cual previamente se prepara con polvos y esencias diversas (el color y asociación de un santo o símbolo específico dependerá del padecimiento) y se pide que el enfermo rece tres Padres Nuestros y un Ave María. Para este acto se usa un ramo que tiene pirul, santamaría, romero, manzanilla, dos claveles rojos y dos blancos (untados con una esencia específica de acuerdo con el requerimiento). Con estas plantas se frota el cuerpo del individuo de cabeza a pies, por el frente y por detrás, y se le fricciona con un huevo de gallina, alumbre y, en algunas ocasiones, se le golpea con sapos vivos en todo el cuerpo, finalmente se pide al paciente que se limpie los pies con el ramo y que lo patee hacia atrás. A estos despojos personales (otra forma de nombrar la limpia o la acción contra enemigos) se suma

<sup>29</sup>Cruz Romero Valdemar, *Grandes temas del esoterismo. Limpias*. (Introducción.)

la narración completa de la “vibra” del individuo durante el rito de curación. Esto es justamente lo que determina la duración del trabajo y los materiales. Algunos de los síntomas que padece el curandero mientras ejecuta su trabajo es que eructe cuando está en plena sesión, o que en el momento en que pase el ramo se desprendan olores fétidos, o que la llama de la vela se mueva constantemente o se produzcan en ella tronidos. Esto se interpreta como que el sujeto está muy “cargado”.

Si se busca la atracción amorosa la veladora es de color rojo-verde (ambos asociados al amor) de Chuparrosa que trae al reverso su rezo, y la esencia que se le coloca al ramo es el pachuli, que sirve como estimulante para la atracción, pues separa todo lo negativo y proporciona paz, armonía y una poderosa atracción personal. También puede untarse al paciente con “Para mí”, que es otro importante medio que provoca la atracción personal. En caso de que se desee encontrar trabajo, la vela llamada de las Siete potencias es útil, pues posee los siete colores fundamentales del arcoiris, los cuales están asociados al aura humana, a los días de la semana o a las notas musicales. Esta vela puede impregnarse con Agua divina (para dar o transmitir suerte) o reforzarse con loción de Siete potencias (siete dimensiones para la suerte y felicidad). En caso de que se tenga mala suerte en todo (amor, dinero y salud) o si se “está muy cargado” se emplea una veladora roja (el color rojo es siempre activador en cualquier dirección insospechada, y expresa una poderosa fuerza de voluntad) del Santo Niño de Atocha, y las yerbas pueden tener esencia de lavanda o Siete lavandas, que atrae buena suerte, da ambiente de éxito, dominio en situaciones dudosas y aleja malas influencias. Otro elemento que puede usarse en su lugar es el Mastuerzo, que tiene los mismos poderes que el anterior, o incluso el Ropezahuey, que aleja vibraciones negativas que entorpecen los asuntos de las personas. A éste se le puede agregar aguaka kananga, útil para reforzar esencias. A la limpia puede también sumarse algún talismán preparado *ex profeso* o alguna novena, que servirán como medio para reencontrar el mundo, reafirmar el acto simbólico o ritual, y dar confianza al sujeto de que su vida cambiará.

Si el problema es fuerte, generalmente se responsabilizará del mal a un embrujo, y pueden multiplicarse las limpias hasta que el paciente quede totalmente curado. En estos casos es común que a éstas se sumen algunos baños especiales, con perfumes, inciensos, aerosoles, etcétera.

Las limpias con santería varían en costo. La efectiva cuesta 80 pesos y hay que llevar “para el despojo personal una gallina café”, que se sacrifica en la sesión, “un paliacate rojo y un coco”. Si el sujeto no trae dinero suficiente se le brinda otra alternativa, que cuesta 40 pesos. Se trata de una limpia sencilla, “de entrada”, y “si la situación es difícil, se identificará el mal”, y por lo tanto, la cura. Por lo general se le sugerirá otra sesión.

En un pequeño espacio de aproximadamente un metro cuadrado tras el mostrador, encontraremos un altar (entre los materiales de venta), formado por las imágenes de dos Buda, uno color ámbar y otro blanco, un crucifijo con las Siete potencias, un negrito de cuerpo entero sentado en posición de flor de loto (Changó), un busto del diablo, una calavera con una semilla pegada de uña de gato, velas a medio extinguirse blancas y rojas, agua de San Ciprián, fotografías dobladas, restos de semillas y elementos carbonizados.

Sandro,<sup>30</sup> uno de los que efectúan limpias de este tipo, además de otros dos familiares que atienden locales cercanos, hace trabajos con santería, culto que practica desde que era niño. Ha sido bautizado, entrenado y viaja a Cuba para adquirir los materiales con sus familiares, además de estudiar en libros.

Para comenzar un trabajo, el curandero se pone en el cuello un sartal de chaquiras de colores con pequeños cráneos de calavera y un crucifijo, los cuales besa antes de comenzar el ritual. Coloca al paciente de espaldas al altar, enciende una veladora de las Siete potencias africanas (que de arriba a abajo corresponden a los colores verde, amarillo, morado, rojo, azul, blanco y rojo), prende un puro, el humo sale de su boca varias veces hasta que queda encendido, y lo exhala sobre la vela en forma de cruz, rocía de loción Siete machos el ramo de limpia —que es el mismo que se utiliza para las

<sup>30</sup>Curandero y vendedor de los locales 192 y 193.

limpias tradicionales— y toma un sorbo de aguardiente (preparado con chiles serranos) para rociar las yerbas. A continuación pinta frente a los pies de la persona una cruz con cascarilla (producto extraído de la cáscara de huevo parecido a un gis). Después pasa el ramo que es rociado varias veces con aguardiente, primero sobre la cabeza, oprimiéndola mientras ejecuta la señal de la cruz, y sacude el cuerpo hasta golpear el piso; luego hace que el paciente se voltee esta vez de frente al altar, para limpiarlo por detrás, igualmente de la cabeza a los pies. Si algo “anda mal”, saca el aerosol de la Santa Muerte Blanca y rocía el ramo además de emplear el aguardiente. Vuelve a pasarlo insistiendo en el abdomen y espalda, y finalmente pide al individuo que se limpie los pies y eche hacia atrás el ramo con una patada (dirigido al altar). Con el puro (que no suelta de la boca en toda la sesión), exhala humo en varias ocasiones sobre la vela.

Si la limpia tarda, seguramente el paciente preguntará: “¿cómo estoy?”. Sandro generalmente responde: estás muy cargada, te traen mucha envidia, ¿últimamente te ha dolido algo, estás molesta?, a lo que responde afirmativamente, especificándole los males. Así es como el curandero decidirá colocarle “protecciones” (esto es pintarle con la cascarilla cruces en la cabeza, brazos, piernas y abdomen, untarle pomada de coyote en el vientre, rociarle humo sobre todo el cuerpo y sobre la vela, recitar plegarias, entre las que se escuchan continuamente: “¡dale protección, ayúdala, cuídala!”). Después le pasa una piedra de alumbre por el cuerpo, le rociará aerosol de la muerte, y le prenderá fuego e insistirá más tarde: “te voy a poner más protecciones, no te las vayas a quitar hasta que te bañes mañana, solitas se caen con el agua. Si notas algo raro, me dices, por ejemplo, mira cómo se te puso rojo el vientre”. Algunas veces además de colocar varias cruces en el abdomen y los muslos, rocía el estómago, la espalda y la cabeza con la loción de la Santa Muerte, moja un paliacate rojo con este aerosol, y lo pasa sobre la frente y los ojos del paciente (que están cerrados), frota la vela sobre los mismos lugares, y continúa echando humo. Finalmente apaga la vela con el aguardiente, la envuelve en un papel periódico y dice: “esta vela te la llevas a tu casa, la enciendes y rezas la oración que

viene atrás, luego, dentro de ocho días, vienes con la vela para que yo vea como está y pueda decidir qué hacer”.

Cumplido el tiempo se lleva el vaso que contenía la vela, para que el curandero la interprete, según las formas que se dieron en los restos de la cera. Al observarla duda, expresa que las “vibras raras” que tiene el paciente hacen que determine realizar otra limpia, igual a la anterior, sólo que en esta ocasión cambiarán algunos de los materiales: la vela será de la Virgen de la Caridad del Cobre, pues “es más fuerte, y apoya a la otra vela y a la limpia” y hace también una aspersion con chupamirto, que “la mayoría de la gente cree que nada más es para el amor pero también abre el camino para que te vaya bien en todo lo que hagas”, además agrega aerosol del rey Salomón “para la buena suerte... yo siempre cambio de materiales, trato de no repetirlos en una curación”. Si al comenzar la ejecución de la limpia con el ramo, se le caen los claveles rojos, esto puede interpretarse como mal augurio —“es que luego luego se cayeron, así que por eso, después de pasarte el ramo, te froté con las flores” (untadas con una loción preparada con romero y otras cosas)—, le coloca un trozo de algodón en el ombligo y, cuando le frota con los claveles, exclama: ¡Tienes algo raro!, alguien te hizo algo y hay que ver qué es.

Terminada la limpia, el algodón que se coloca en el ombligo se quema. Ya calcinado, el curandero lo observa detenidamente y exclama: “mira, se formó una rana, ya viste, esto está raro”, y expresa que hay dos opciones: preparar un amuleto o hacer una velación para determinar quién es la persona que directamente ha influido para que se impidan algunas de las actividades que el paciente no puede llevar a cabo. Se decide por la segunda opción, que cuesta 30 pesos más, ésta consiste en encender una vela con forma de cuerpo femenino de 10 centímetros de largo, de parafina blanca, en la cual la paciente escribe su nombre completo. El curandero marca en la vela con un alfiler unas cruces en diversas partes y le anota en la parte frontal y posterior la palabra “protéjela”, la rocía con aerosol de chupamirto, y pide a la paciente que la sostenga con la mano derecha por unos instantes. Después hace que el enfermo se coloque

de pie sobre una piel de coyote (de espaldas al altar), que piense en lo que desea realizar en el transcurso de la semana para que sea positivo, le rocía en las palmas de las manos esencia de chuparrosa, le pide que mantenga cerradas las manos y los ojos, mientras él pasa la imagen por todo el cuerpo, insistiendo en las zonas que marcó en la vela, y en “los Chacras o puntos básicos, energéticos del cuerpo (cabeza, cuello, pecho, estomago, pubis, pantorrillas, pies)”.

Una vez que ha frotado la imagen de cera en todo el cuerpo del paciente, el curandero vuelve a rociar la vela con el agua de chupamirto y le prende fuego con un fósforo, le sopla, la envuelve en un papel periódico y exclama:

dentro de ocho días vienes con el vaso de la otra veladora, y esta velita la enciendes sobre un plato en tu casa, me traes el plato con la vela derretida y revisamos para ver qué se formó, para así determinar quién fue la persona que te hizo el daño. De esta forma veremos qué tipo de amuleto te preparo.

Como se ha podido observar, la limpia tradicional es menos elaborada que la de santería, pero en ambos casos los pequeños espacios tras el mostrador tornan su ambiente pesado a partir de tres elementos básicos: yerbas, oración y pases mágicos.

Quien se somete a una limpia experimenta diversos estados de ánimo. De ser un simple comprador se convierte en un paciente sólo por el hecho de haber pasado atrás del escenario de venta. Pronto se perderá la pena de hacer el ridículo frente al vendedor (que se transforma en curandero), y la proximidad se llega a acrecentar a tal grado que traspassa el espacio íntimo individual, y lleva al paciente a pensar en un sinnúmero de cosas: “¡qué carajos hago aquí, mientras este estúpido me está trasteando!, ¡heme aquí, perdiendo el tiempo y dinero en tonterías!, ¡qué pena, si me vieran así!, ¡ora sí después de ésta ya la hice”. Incluso hay quienes piensan en salir corriendo del lugar. Se pasa del nerviosismo a la calma, se siente calor, y mareos entre los diversos olores y ruidos de las radios vecinas y de las voces provenientes de los pasillos que se mezclan en el pequeño espacio.



En vista de los resultados y pensando en otros individuos, se puede decir que el curandero es un actor bien entrenado, que sabe manipular los gestos, movimientos y palabras que el necesitado expresa, a lo que se suman los aconteceres “extraños” en el transcurso de la limpia (como que se caigan cosas, que no se pueda encender fácilmente la vela, que se formen figuras en la cera, etcetera),<sup>31</sup> para de esa forma seguir con la “adivinación” del origen de la enfermedad, relacionándola con dolores corporales o la llamada “mala suerte”. De acuerdo con el grado de ingenuidad de la víctima, se puede sacar más dinero, propasarse en la supuesta limpia o terminar rápidamente con el tratamiento, si el paciente así lo decide. Todo esto deja, además una pregunta en el aire: ¿acaso en este lugar se llevan a cabo cosas ilegales como: abortos, venta de estupefacientes o animales en extinción, prostitución o violación?

También el mercado puede servir de antesala para que las personas sean transportadas en una camioneta blanca, con el fin de hacerse las limpias en otro lugar; o bien algunos de estos comerciantes ejercen sus actividades para atraer dinero o desalojar envidias en el espacio de los locales vecinos donde se venden juguetes, disfraces, animales o cerámica. Incluso los curanderos van a trabajar a otros mercados, como el de la Merced o el de Mixcalco, o si es necesario se les puede contratar a domicilio; sin embargo, para que el proceso de la limpia funcione es necesario que el individuo conozca el origen del mal y que crea que el despojo dará resultado.

#### PREDICIENDO EL FUTURO, ENTENDIENDO LOS MALES

EN ALGUNOS de estos puestos “místicos” en los que se busca la unión íntima con la divinidad por medios que están fuera de la razón, o por especulación, se realizan también trabajos premonitorios, en los que a partir de ciertas señales se pueden conocer aconteci-

<sup>31</sup>Para que los signos nos den cierta codificación es necesario que los símbolos sufran alguna transformación dentro del ritual. Un sistema de símbolos, por tanto, no es un conjunto de arquetipos inmóviles cuyas relaciones y significados permanecen estáticos. Es más bien un conjunto de actos y transformaciones simbólicas que siguen un patrón. Grimes, *op. cit.*, p. 38.

mientos del pasado, del presente y del futuro del individuo que va a pedir consulta o incluso de terceras personas. Se emplean ciertos elementos y procedimientos, y se tienen como días propicios los martes y los viernes, razón por la que acuden mayor número de compradores esos días, y se efectúan más limpias. El método más solicitado y eficaz, por “estar más completo y decir más cosas que las barajas españolas es el Tarot”.<sup>32</sup> Se trata de cartas con reminiscencias medievales, de posible origen italiano, con las que se predice la buenaventura mediante la interpretación de las figuras llamadas arcanos que, según se dice, abren el subconsciente y sacan los arquetipos antiguos que se encuentran en el interior del subconsciente colectivo.<sup>33</sup>

Otro tipo de oráculo o forma de adivinación es el diagnóstico obtenido a partir de la interpretación de caracoles o cáscaras de coco (obinis) procedentes de la religión Yoruba. Este tipo de consulta es útil para conseguir información sobre algún problema, mal de amores o “daño energético”. También se lleva a cabo la adivinación con numerología, en la que se calcula la fortuna a partir de la fecha, día y hora de nacimiento del paciente, lo que dará elementos de la suma y su relación con la suma que se obtenga a partir de la fecha actual. Además se elige el uso de ciertos colores que provocarán un cambio de ánimo, se medita en ciertos conceptos, se sugiere el uso de algún metal o piedra de la suerte y se dan edades clave, en las que el individuo tuvo o tendrá un cambio. En el caso de la lectura de la mano o quiromancia el futuro se lee a partir de la posición y tamaño de las líneas de la mano.

Cualquier forma de predecir el futuro sirve también para conocer un problema, saber el paradero de alguna persona en particular, adivinar cuáles son las perspectivas de la pareja, de los amigos o de los familiares o, incluso, permite prevenir un acontecimiento no deseado. A manera de chequeo médico, este diagnóstico se hace para detener a tiempo los acontecimientos, pues el oráculo previene los hechos a fin de que el sujeto los pueda cambiar.

<sup>32</sup>Cartomanciana, locales 192 y 193.

<sup>33</sup>Cruz Romero Valdemar, *El libro mágico de los 78 arcanos...*, p. 6.

## EL REINO VEGETAL

ESTE APARTADO corresponde a otra sección del mercado, que se amplía más atrás del pasillo 8 hacia el corredor 5. Este pequeño mundo esotérico, que continúa hacia atrás de los pasillos 5, 4 y atrás del auditorio; es un territorio que posee una presencia particular, en el que las plantas son tantas y tan diferentes como los males de los hombres. Se trata de un espacio protegido por la imagen del "Santo Niño Cieguito",<sup>34</sup> que se considera así, por la cantidad de "milagritos", "cartas de agradecimiento" y fotografías que lo acompañan. Se trata de un niño Dios con larga cabellera natural que le cae hasta los hombros, muestra borbotones de sangre producidos por las laceraciones que le ocasiona la corona de espinas, los piquetes de los clavos en manos y pies, y la extracción de sus ojos. Su aspecto resulta impactante, abominable o aterrador para algunos visitantes externos.

Aunque este lugar es paso obligado en el recorrido comercial, el altar es un espacio ritual dentro del mercado. Aquí diariamente los usuarios se detienen por momentos, con el fin de hacerle peticiones a la imagen para tener un buen día de trabajo. Se trata de un símbolo de veneración, pues es la imagen del hijo de Dios infante, capaz de "entender el dolor y sufrimiento".<sup>35</sup> Se podría decir que apoya a los sujetos ordenando las situaciones caóticas por "medios sobrenaturales".

En esta área prevalece el elemento vegetal sobre otras imágenes y talismanes. Los olores aromáticos del campo son también característicos. Aquí el sonido de "La charrita del cuadrante" se hace presente a todo volumen, mezclándose con los gritos de "¿qué le damos?, ¿qué anda buscando?, ¡con confianza pregunte, seño!", cuando merodea un sujeto cerca.

A diferencia del encajonamiento de los locales antes mencionados, aquí el acomodo de la mercancía se asemeja al de cualquier

<sup>34</sup> Además de esta imagen, existe un altar, a un lado de la subestación eléctrica, en el que se observa la fotografía del Niño Cieguito, la Virgen de Juquila, la Guadalupana, el Cristo de Chalma, y una imagen de un metro de alto de la Virgen de Guadalupe en la plaza cívica.

<sup>35</sup> Comenta una transeúnte.

puesto de verduras de mercado de barrio. Hay ancianas arrinconadas que venden cuarzos, ojos de venado y cruces de ocote. Los vegetales (ramas, flores, semillas, tallos, hojas, frutos, raíces) se venden frescos (éstos se encuentran apilados sobre el piso) o secos (que pueden estar colgados de algún mecate o alambre o bien dentro de costales), completos, machacados, solos o mezclados entre sí o asociados a alguna imagen religiosa, metal o listón.

Los vendedores, por sus rasgos de ojos almendrados y su entonación de voz, denotan un tipo campirano. Los varones usan pantalón de mezclilla, camisa, botas o tenis y mandil de mezclilla, mientras que las damas traen ropa holgada y delantales. La indumentaria típica de su región es ropa práctica, de trabajo diario que no nos dice gran cosa de su realidad económica y social. La "moda" se lleva en el corte de pelo o en el peinado, o bien en las camisetas ombligue-ras que esconden bajo el delantal algunas chicas.

El contacto entre ellos, a juzgar por las señas que recuerdan a sus progenitoras (mentadas de madre) también parece estrecho, pues están acompañadas de sonrisas, albures y cotorreadas, que incluyen coqueteos a una que otra jovencita conocida que pasa delante de los sectores masculinos. "En este caso el vocabulario es esencial, pues teje la trama de las costumbres, educa la mirada, informa del paisaje."<sup>36</sup>

Estos comerciantes conocen todos los poderes curativos de las plantas que venden, así como su calidad y el grado de efectividad. Si hablamos de romero, podemos decir que tonifica los nervios, depura la sangre y regula las funciones internas del organismo, vence sentimientos de odio y temor. La sábila, por ejemplo, en el aspecto curativo, ayuda a la cicatrización de las heridas, como expectorante, para quemaduras de fuego o de sol, para la inflamación del vientre, así como de amuleto para atraer la buena suerte y alejar todo lo maligno que ronde en el hogar o los negocios, si es que se le coloca con moños rojos detrás de la puerta, sobre ésta o del lado derecho de la entrada principal, junto con una herradura o un crucifijo. La sábila consagrada es recomendable para romper

<sup>36</sup> Auge Marc, *op. cit.*, p. 11.

todo tipo de hechizos cuando se coloca dentro de una maceta de barro. Si a esta planta se le pone un chile guajillo aleja a los enemigos y evita los malos entendidos de terceras personas. En caso de que se quiera levantar un negocio, la sábila debe acompañarse por un San Martín Caballero y, por si fuera poco, la sábila también se usa para hacer limpiezas personales. Por cierto que aquí también hay lugares donde se hacen limpiezas tradicionales y adivinaciones.

Al igual que los locatarios del pasillo 8, los comerciantes de plantas medicinales pueden recomendar preparados que resuelvan las necesidades del cliente, y dan variedades de precios según el grado del daño. En cantidades pequeñas, como es el caso del preparado de yerbas para los nervios e insomnio, que tiene 10 yerbas distintas, tiene un costo de 40 pesos el kilo, y puede llevarse una pequeña cantidad por sólo cinco pesos.

El territorio que comprende artículos esotéricos no sólo se reduce al pasillo 8 y al área de yerbas, sino que abarca más puestos, que se entreveran en los corredores perpendiculares y en el perímetro del mercado. No hay que olvidar el apoyo logístico de la sección de animales, pues para algunos trabajos se emplean huevos, gallinas, serpientes, ranas, etcétera, pues ciertos rituales requieren de estos símbolos de diversa naturaleza justo al momento de ejecutarlos para que sean únicos y efectivos.

#### LOS PRODUCTOS DE TEMPORADA

ESTE APARTADO corresponde a las mercancías que tienen mayor demanda y que se pueden adquirir en cualquiera de los puestos de material esotérico que hay en el mercado.

En una ciudad tan heterogénea como es la ciudad de México, se crean crisis intermitentes, individuales, a causa del anonimato, de la pobreza, del desempleo, etcétera. La gente duda cada vez más de sí misma y de los demás, y no existe un control absoluto, como en otras épocas, de la moral y de la religiosidad, por lo cual algunas personas sufren somatizaciones, es decir que lo mental se transforma en mal corporal. Las complejas circunstancias que alteran sus

vidas se convierten en problemas amorosos, de engaños, celos, etcétera. “El hombre moderno sufre una permanente crisis de identidad, situación que genera en él un gran nerviosismo.”<sup>37</sup> No basta con rezar e ir a misa para arreglar los problemas. Se rompe la calma en las familias y en el trabajo, en las parejas hay deslealtad, y esto puede generar un caos que “...amenaza con irrumpir en el hombre: en los límites de la capacidad analítica, en los límites de su fuerza de resistencia y en los límites de su visión moral”.<sup>38</sup>

Éstos son generalmente los motivos que llevan a los individuos a buscar *algo* que los ayude a resolver estos problemas. Dada la urgencia se busca el elemento más eficaz de la actualidad. Es interesante expresar que desde mediados de 1995 (aproximadamente) se ha difundido y masificado el empleo de elementos esotéricos, y se ha dado un juego entre la tradición y la modernidad, en el que se han mezclado las creencias o se ha dado un nuevo orden en los niveles de la simbología acostumbrada, y toda esta demanda ve cubierta sus necesidades en el mercado de Sonora.

“Ahorita lo que más llevan es para hacer la recetas de magia blanca de Karen Lara”,<sup>39</sup> comenta una vendedora. Se trata de un personaje que tiene un programa de radio de 13:00 a 14:00 horas, de lunes a sábado, en el 760 amplitud modulada de llamado “El ABC de la magia”. En él, la locutora lee el horóscopo para hombres y mujeres, y da una serie de recetas:

La receta de hoy es para mañana, que es día de San Antonio; ésta es para atraer a una persona a su vida, ¡siempre y cuando sea conveniente!, y es obvio que les va a resultar muy bien todo. Se necesita una pareja roja de enamorados, a la que se va a poner esencia de atrapa hombres o mantrap triple fuerza, ¡es la de tubito y etiqueta dorada!, entonces se va a escribir el nombre del señor encima del pecho del muñeco y el nombre de ustedes encima de la muñequita, luego los van a unir con un lacito verde, ¿por qué?, porque el verde es el color de San Anto-

<sup>37</sup>Peter Berger, cit. por Kenneth J. Gergen, *op. cit.*, p. 106.

<sup>38</sup>Clifford Geertz, *La interpretación de las culturas*, p. 97.

<sup>39</sup>Comerciante, local 192.

nio, y como ustedes lo van a hacer mañana que es día 13, por ser luna creciente ¡va a ser maravillosa! Frente a frente los dos los amarran y los ponen en un platito o un vaso, los dos juntitos. Como ya les dije le ponen esencia de mantrap triple fuerza y luego se agrega canela y azúcar, ¡que dan mucha energía!, se encienden y le rezan a San Antonio, lo que quieran, hay novenas, etcétera. También lo que pueden hacer para atraer el amor es el baño con polvos de San Antonio... Ahora, la receta para el dinero del día de hoy...

Luego se dedica a contestar cartas, faxes y llamadas telefónicas de los diversos radioescuchas, además de dar “chismes de las estrellas”, avisos de cursos esotéricos y consejos de belleza.

Esta dama tiene además un espacio en la revista *Mundo Esotérico* llamado. “Karen Lara y sus poderosos secretos de magia blanca”. Karen Lara, la rubia y guapa periodista e investigadora, autora de varias obras de magia y hechicería, comparte esta quincena sus recetas para retirar a personas indeseables, exterminar envidias, atraer el dinero y obtener éxito en el trabajo.<sup>40</sup>

“Cuando no les funcionan las recetas de la Karen Lara, pues muchos se van a algo más fuerte como la Santa Muerte”.<sup>41</sup> Actualmente se ha incrementado la venta de la Santa Muerte. Se trata de un esqueleto de cuerpo completo, con túnica y manto, que en una mano sostiene el mundo y en la otra una guadaña o una balanza.<sup>42</sup> Está considerada dentro del culto popular de la *dulia* (tributo a ángeles y santos) como intercesora y mediadora entre lo terreno y lo divino, la vida y la muerte, el cielo y la tierra. Los productores de estas imágenes las fabrican en color rojo, blanco, negro, hueso y verde, con las velas del mismo color sirven para un tipo de petición específica: el rojo es para el amor, pero como es un color de naturaleza cálida se relaciona también con la vida y la pasión (según la iconografía cristiana); sin embargo, igual se une con la destruc-

<sup>40</sup> *Mundo Esotérico*, núm. 31, publicación catorcenal. (Contenido.)

<sup>41</sup> Comerciante, local 192.

<sup>42</sup> A veces también lleva un búho.

ción y la fiereza. El blanco es para la purificación del cuerpo, es ausencia de color, para el catolicismo se trata de la pureza misma, representa luz, verdad y fuerza espiritual. El color negro se asocia con la actividad de la magia negra y sirve para contrarrestar embrujos, elimina lo negativo (mala vibra) o la muerte. En la teoría del color aquél es la saturación todos, por eso se le asocia con lo grandioso y es contrario a la nada y al vacío. Se relaciona con la fatalidad, con la mala suerte al ver un gato o mariposa negra. En la creencia popular es luto, pobreza, falta de alegría. El verde se usa para atraer dinero, se considera de transición, porque no es ni cálido ni frío. Según algunos psicólogos remite a lo inédito y a lo nuevo, se asocia también con la vegetación, la paz y, en la creencia popular, se relaciona con la esperanza. Se dice que en la alquimia tiene un significado relacionado con la fuerza de la luz y del fuego, incluido el llamado "fuego secreto", con virtudes purificadoras. Popularmente representa dinero, éxito y negocios. La de color hueso funge como comodín, es decir, sirve para cualquier cosa, se trata de un color terciario por lo que no tiene mayor consideración en cuanto a representación.

La Santa Muerte es accesible para todo aquel que la quiera como protectora o como símbolo de identidad. Los productores se las han ingeniado para tenerla en diferentes presentaciones: esculturas, medallas, anillos, pinturas, cromos, estampas, veladoras, inciensos, perfumes, jabones, esencias, aerosoles. Se le rezan oraciones y novenas, y puede incluso formar parte de un altar con otras imágenes o usarse para ejecutar limpiezas con yerbas, alumbre, etcétera.

La santería, práctica mágica y religiosa, era poco conocida en México por ser un culto subterráneo, pero hoy en día es más tolerada y está cobrando más adeptos. Es una variante de la religión africana Yoruba, bajo la advocación de imágenes de santos católicos u orishas (espíritus) que protegen o ejercen venganza según las necesidades del ruego. Ha ganado más seguidores en sus variantes de santería, palo mayombe, vudú. Se trata de una religión animista en la que se emplean productos naturales, licores, aromas, plantas y



animales. Lo primero que se busca en ella es “el bienestar elevando el espíritu y lo material”. Jesús Carrillo, santero de profesión, dentro del reportaje de *Mundo Esotérico*, responde lo siguiente a la pregunta de si es cierto que en esta época de crisis, la gente ha vuelto sus ojos a la santería:<sup>43</sup> “...Definitivamente sí, aunque eso ha sido siempre. La gente necesitada, la que busca consuelo, al llegar esta religión a nuestro país, hace 39 años, empezó a escucharse por esta situación.”

Para obtener a la Santa Muerte o protecciones de santería, no importa el género del comprador, su edad, su afición, su actividad o posición social. Si se cree que estos elementos darán resultado hay que adquirirlos en cualquiera de sus presentaciones. Mañana no se sabe quién o qué será más eficaz, por ahora es una “buena alternativa”.

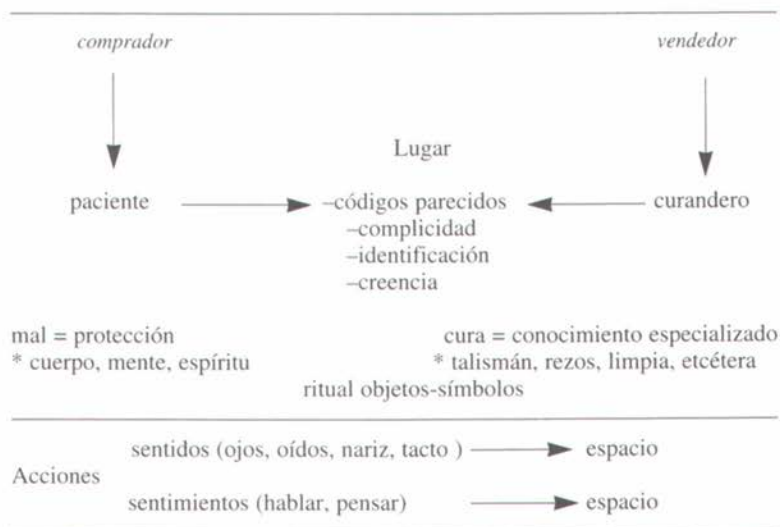
Existen en el mercado diversas publicaciones y folletos que se pueden adquirir con la finalidad de ampliar sus conocimientos o ejercer las artes de la brujería blanca o negra, curaciones con yerbas o piedras, adivinación, cabalística, manejo de horóscopos, interpretación de sueños, conducción del aura, aromaterapia, bajo los títulos de *Palabras de los maestros ascendidos*, *La mágica presencia*, *Curación pránica avanzada*, *Dogma y ritual de la alta magia*, *El recetario de Karen Lara*, *La magia de la bruja Bremen*, *Taromancia y Predicción*, entre otros. Así cuando un comprador adquiere alguno de estos libros, obtiene información y un capital cultural, sin necesidad de ir a una escuela especializada.

En síntesis, el fenómeno de apropiación de otros signos, de transformación o de adquisición de nuevos ritos con el fin de proteger el espíritu y el cuerpo es dinámico para los que comercian y acuden a este espacio estratégico, que ya es toda una institución para los capitalinos. Una vez que se ha entrado en el Sonora, y se ha adquirido algún amuleto, veladora o loción, se ha efectuado una limpia o una sesión de adivinación, los compradores experimentan por unos instantes un momento único, diferente al cotidiano. Tranquilos, más alentados, con fe en sí mismos, sienten que sus vidas tomarán

<sup>43</sup> *Mundo Esotérico*, núm. 20.

otro rumbo. "Al salir de aquí me siento mejor, más tranquila, yo creo que me va a ir bien, primeramente Dios."

TABLA 2  
RELACIÓN COMPRADOR-VENDEDOR



La acción o actividad operacional es un ejercicio de una potencia, de hacer algo (acto, actividad, etcétera), con la fuerza de un cuerpo, sea objeto o sujeto, sobre otro. En él se dan sucesos en un relato o drama, movimientos, gesticulaciones, un orador o actor, de lo que se desprende una reacción, un hecho.

Ejemplo:

(acción)	→	(reacción)	= equilibrio en
enfermedad		brujería	la vida del
mala suerte			sujeto.
azar			

TABLA 3  
RELACIÓN OBJETO-USO

<i>Objeto</i>	<i>Característica</i>	<i>Asociación</i>
Rosa	Roja Blanca	Amor, pasión Salud, pureza, limpieza del alma
Listón	Morado Amarillo	Protección contra el mal de ojo Dinero
Cuarzo	Transparente Rosa	Protección contra la mala vibra Atrae al ser amado

### BIBLIOGRAFÍA

- AUGE, Marc (1993), *Los "no lugares". Espacios del anonimato*, Gedisa, Barcelona.
- BORDIEU, Pierre (1987), "Los tres estados del capital cultural", *Sociológica*, año 2, núm. 5, Universidad Autónoma Metropolitana, México, otoño.
- CASASOLA, G. (1992), *Seis siglos de historia gráfica de México*, tomo 11, Ed. Gustavo Casasola México.
- DUVIGNAUD, Jean (1983), *El sacrificio inútil*, Fondo de Cultura Económica, México.
- GARCÍA CANCLINI, Néstor (1990), *Culturas híbridas*, Grijalbo y CNCA, México.
- GEERTZ, Clifford (1995), *La interpretación de las culturas*, Barcelona.
- GERGEN, Kenneth, J. (1992), *El yo saturado*, Ediciones Paidós Ibérica, Barcelona.
- GRIMES, Ronald (1981), *Símbolo y conquista. Rituales y teatro en Santa Fe, Nuevo México*, Fondo de Cultura Económica, México.
- HALL, Edward, T. (1990), *El lenguaje silencioso*, NCA- Editorial Patria, México.
- (1994), *La dimensión oculta*, Siglo XXI Editores, México.
- HAY, Louise (1995), *Colores y números. Guía personal para las vibraciones positivas en la vida diaria*, Ed. Promexa, México.
- JOSEPH, Isaac (1988), *El transeúnte y el espacio urbano*, Gedisa, Barcelona.

- LOMNITZ, Larissa (1993), *Cómo sobreviven los marginados*, Siglo XXI, México.
- MAFFESOLI, Michael (1990), *El tiempo de tribu*, Icaria Editorial, Barcelona.
- ROWE, William y Vivian Schelling (1993), *Memoria y modernidad*, Grijalbo, México.
- THOMPSON, Jonh, B. (1993), *Ideología y cultura moderna*, Universidad Autónoma Metropolitana, México.
- VALDEMAR, Cruz Romero (1995), *Grandes temas del esoterismo. Limpias*, Ed. Corporativo Mina, México.
- (1996), *Grandes temas del esoterismo. Esencias e inciensos*, Ed. Corporativo Mina, México.
- (1997), *Grandes temas del esoterismo. Curanderos, brujos y chamanes*, Ed. Corporativo Mina, México.
- (1997), *Grandes temas del esoterismo. Quiromancia*, Ed. Corporativo Mina, México.
- (1997), *Grandes temas del esoterismo. Satanismo y brujería*, Ed. Corporativo Mina, México.
- (1996), *Grandes temas del esoterismo. El arte de la magia blanca*, Ed. Corporativo Mina, México.
- (1996), *El libro mágico de los 78 arcanos del Tarot*, Ed. Corporativo Mina, México.
- YARÍA, Yacinto y Susanna Barbaglia (1984), *El arte de predecir el futuro*, Ed. Folio, Barcelona.



Segunda parte

Lugares comerciales, recreativos,  
residenciales y religiosos



MARÍA ANA PORTAL ARIOSA\*

*Del centro histórico de Tlalpan al centro comercial Cuicuilco: la construcción de la multicentralidad urbana<sup>1</sup>*

INTRODUCCIÓN

EL CENTRO en cualquier urbe es un lugar emblemático, de identificación colectiva por excelencia. Todo visitante se ubica a partir del *centro* y desde allí traza sus recorridos y se aventura a explorar la ciudad visitada. Sin embargo, la tendencia actual es que las ciudades, cada vez menos pueden ser pensadas como totalidades organizadas a partir de centralidades claras y unívocas. El crecimiento urbano está generando una multiplicidad de *centros* locales que adquieren una dimensión de *emblemas* significativos sólo de manera restringida.

En el caso del Distrito Federal este fenómeno tiene una relevancia particular pues se ha constituido en una megaciudad, inaprehensible como totalidad para el ciudadano que la habita. La composición plural de la población y el desmedido crecimiento de la mancha urbana han roto en las últimas décadas los límites geográficos y simbólicos previos, rebasando toda posibilidad de ser imaginada y significada como unidad por sus habitantes.

Todos nosotros hemos compartido la impactante experiencia que sufre cualquier viajero nocturno que al arribar a la metrópoli —ya sea por carretera o por avión— enfrenta un interminable mar de luces al cual no se le ve fin en el horizonte. En este mar intermina-

\*Departamento de Antropología, UAM-Iztapalapa.

<sup>1</sup>Este trabajo es un producto parcial del proyecto "Vecinos, barrios, colonias y pueblos en dos contextos urbanos de México: identidades y cultura en el sur del D.F. y zona metropolitana de Guadalajara", financiado por el Conacyt.



ble de luces, edificaciones y pavimento aparentemente estático, lo que encontramos es un intenso movimiento, un continuo flujo humano que trasciende el territorio y dibuja nuevos mapas de actividad social.

...la experiencia social no se reduce a la experiencia de un lugar: las tendencias de construcción de sentidos sociales se suelen ubicar actualmente en el ámbito de las tecnologías de comunicación, y las narrativas sobre la ciudad, y la inmersión en lo privado y lo doméstico (Aguilar, 1995: 52).

Leer la ciudad sólo desde los espacios físicos es pues, insuficiente. Es necesario capturar la “expresividad”, el movimiento que en ellos se genera. Expresividad y movimiento que de fondo se produce a partir de la diferenciación y la desigualdad sociales (Aguilar, 1995).

¿Pero es posible comprender dicho flujo social sin el anclaje territorial? Me parece que no. Si bien es cierto que el territorio “estable”, por sí sólo no nos permite definir lo urbano, ciertamente es un referente fundamental en la generación de las identidades urbanas, y es a partir de él desde donde se generan los múltiples movimientos y significados urbanos.

En este sentido, el territorio no es sólo una determinante geográfica, es fundamentalmente una construcción histórica y una práctica cultural que se recrea en la memoria de los individuos. La identidad de los sujetos que habitan en la urbe se construye pues en un complejo tejido de significados anclados a múltiples espacios locales por los que transitan.

Para el caso de los pobladores del Distrito Federal estas localidades se construyen a partir de un proceso en el cual, al tiempo que se va perdiendo *el centro*, refiriéndome al centro de la ciudad, se construyen –simbólica y realmente– centros locales representativos, en torno a los cuales se vive la cotidianidad. Este proceso es necesario ya que a mi parecer sin centro resulta muy difícil construir

fronteras porque se pierden los referente básicos;<sup>2</sup> y sin fronteras es imposible el movimiento. El centro es el lugar de origen. Eliade plantea que "...vivir junto a un Centro del Mundo equivale, en suma, a vivir en la mayor proximidad a los dioses" (Eliade, 1973: 88). Aun cuando el lugar de fundación permanece cada vez más en el ámbito de referencia de las memorias colectivas, de los imaginarios urbanos y de los mapas turísticos (Aguilar, 1995), ocupa un lugar medular en la posibilidad del ir y venir de los sujetos.

Ahora bien, los centros locales surgen a partir de necesidades económicas, culturales, políticas e históricas distinguibles de las del centro de la ciudad: algunos tienen su origen en el pasado colonial generalmente articulados a historias territoriales específicas y a procesos políticos particulares, otros son de nueva creación y están anclados a nuevos intereses económicos.

El fenómeno de multicentralidad pasa entonces por dos aspectos que no podemos dejar de lado: la relación centro/periferia y la compleja interacción entre lo tradicional y lo moderno.

El trabajo que aquí presento busca explorar cómo se constituye históricamente eso que llaman la multicentralidad urbana o cómo los antiguos centros se convierten en periferias; qué carácter adquiere —particularmente en la periferia sur del Distrito Federal—, así como las intersecciones entre lo moderno y lo tradicional a través de lo cual, hoy, los habitantes del lugar ordenan su espacio físico y simbólico.

Para realizar esta tarea retomo como espacio analítico la delegación de Tlalpan, ubicada en la periferia sur del Distrito Federal, en la cual coexisten diversos *centros* que han adquirido un carácter emblemático local, que representan ejes significativos en la vida de los tlalpeños, y que probablemente tienen un radio de influencia limitado, adquiriendo significados diferentes dependiendo desde dónde se les mira y para qué se les usa.

Dos son a mi parecer *centros* particularmente relevantes en la delegación: uno cargado de una historia específica que viene de

<sup>2</sup>La pérdida de centro implica una reducción del espacio interior. Al grado que en muchas colonias el único espacio que se reconoce como propio es el de la casa habitación.

siglos atrás y que representa el núcleo social y político delegacional —el centro histórico de Tlalpan—; otro, de aparición reciente, que nace en medio de un controvertido debate sobre los usos del patrimonio cultural y cuya lógica se articula a los intereses comerciales de grupos hegemónicos de nuestro país: el centro comercial Cuicuilco. De ellos me interesa contrastar las historias de su formación así como los significados que cada uno genera en complejos procesos de uso y consumo.

Es importante señalar aquí que no son los dos únicos centros relevantes en Tlalpan. Cabe recordar que esta delegación es una de las más grandes del Distrito Federal, con un territorio de 309.72 kilómetros cuadrados, dividido en cinco subdelegaciones. En este vasto territorio han aparecido una multiplicidad de centros comerciales y recreativos que difícilmente podríamos analizar en este trabajo.

El centro histórico de Tlalpan y el centro comercial Cuicuilco evidentemente no son polos de atracción para el conjunto delegacional; su influencia es limitada, abarcando áreas muy específicas de la delegación distinguibles en cada caso. Sin embargo, la existencia paralela de estos dos centros tiene implicaciones espaciales, sociales y políticas que reflejan el complejo entramado entre formas de producción y apropiación espaciales y sociales modernas frente a aquellas consideradas eminentemente tradicionales. Son dos escenarios cargados de significaciones diversas, en donde se producen y recrean formas distinguibles de vivir la urbe mediante un accionar específico de los pobladores, que evoca, reconoce y selecciona elementos particulares, en cada caso.

En estos centros entran en juego a través del espacio y su ordenamiento, la construcción de la memoria histórica y la reproducción de elementos identitarios materializados en iconos y símbolos específicos que se convierten en señas de identificación.

Se parte de la idea de que el concepto de “periferia” es relativo. Las periferias sólo son comprensibles en contextos históricos particulares. Veamos por qué.

## TLALPAN SE CONVIERTE EN PERIFERIA

EN 1824 el Congreso Constituyente creó el Distrito Federal, que según el decreto oficial sería sede de los supremos poderes de la federación. Tenía como núcleo la ciudad de México y comprendía un círculo de dos leguas cuyo centro era el Zócalo. La ciudad llegaba hasta lo que hoy conocemos como el Circuito Interior y Viaducto Tlalpan, al poniente incluía el Toreo de Cuatro Caminos, al norte el río de los Remedios y al oriente tocaba los terrenos del actual aeropuerto (McGowan, 1991).

En ese tiempo, la capital del Estado de México era la propia ciudad de México donde se asentaban los poderes tanto federales como estatales. La creación del Distrito Federal rompió con este nexo de lo estatal y lo federal, obligando a que los primeros fuesen trasladados a Texcoco, donde permanecieron unos meses, para que el 15 de junio de 1827 se cambiaran a Tlalpan constituyéndose éste en la nueva capital del Estado de México. En septiembre del mismo año se le concedió a Tlalpan el título de ciudad. Es decir, Tlalpan durante el siglo XIX no era una periferia del Distrito Federal sino que constituía un centro en sí mismo.

Durante el último periodo presidencial de Santa Anna, a través de un decreto fechado el 16 de febrero de 1854, se ampliaron los límites de lo que en ese momento se denominó el Distrito de México

para incluir a San Cristóbal Ecatepec, Tlanepantla, Los Remedios, San Bartolo, Santa Fe, Mixcoac, San Ángel, Coyoacán, Tlalpan, Tepepan, Xochimilco, Iztapalapa, el Peñón Viejo, y hasta la medianía de las aguas del lago de Texcoco (McGowan, 1991: 44).

Así, en 1854 Tlalpan pasó a ser una Prefectura y en 1855 se inició el trámite para ser anexada al Distrito Federal. Todas estas transformaciones jurídicas responden a la tensión política que implicaba la delimitación territorial y la conformación de una capital para la naciente República. ¿Hasta dónde llegaría el Distrito Fede-

ral? ¿Qué territorios se incorporarían a esta nueva dimensión política-territorial? Todo estaba por construirse y los intereses locales y federales se enfrentaban buscando dar fisonomía propia a lo que sería la sede del poder político nacional.

El modelo poco a poco se fue perfilando como una República federal, pero finalmente centralista en su concepción profunda, lo cual marcó la vida nacional en todos sus planos. Esto queda plasmado en las palabras de fray Servando Teresa de Mier cuando planteaba que: "...proponíamos un gobierno federal en el nombre y central en la realidad" (citado por O'Gorman, 1945: 126).

Esto provocó que la naciente capital atrajera de manera desmedida a núcleos de población emigrante que buscaba mejores condiciones de vida. Como producto de este proceso entre 1855 y 1871 los límites urbanos se fueron ampliando para dar cabida a una creciente población que para esas fechas ya tenía una densidad de 1,032.89 habitantes por km<sup>2</sup> (McGowan, 1991: 20). Esta expansión implicó un cambio en el uso del suelo, en donde se pasó de un uso agrícola e industrial, a uno de tipo comercial y residencial.

La ciudad se organizó entonces a partir de una municipalidad central de la que se desprendían ocho cuarteles y prefecturas. Tlalpan ya estaba incluida como una de éstas.

Alrededor de la ciudad/centro se construyeron colonias nuevas promovidas por la iniciativa privada. La ciudad se expandió primero hacia el poniente, más tarde hacia el oriente y ya en el siglo xx el crecimiento se orientó hacia el norte y tardíamente hacia el sur.

Tres procesos acompañarán a partir de entonces el desarrollo de la ciudad: la expansión territorial de la urbanización, la modificación de sus actividades productivas y el establecimiento de importantes servicios de comunicación (Nivón, 1998: 120).

La clara diferenciación entre el centro de la ciudad y su periferia se inició, entonces, a partir del siglo xix, ya que es en ese momento en que encontramos la especialización y concentración selectiva de actividades –particularmente terciarias– y el desplazamiento

habitacional hacia las áreas circundantes. Hasta antes de ese momento las nociones de ciudad y de centro coincidían y la periferia era relativa a ese núcleo central claramente delimitado.

La generación de una nueva periferia modificó el paisaje y provocó contrastes, rompiendo con una relativa homogeneidad existente en el centro.

La centralidad no se deduce de la geometría sino de la ruptura de la supuesta homogeneidad, la cual se impone sobre el espacio con su carga valorativa distinguiendo, diferenciando, elevando unos lugares respecto a otros a partir de usos que se asocian estrechamente al ejercicio del poder (Nivón, 1998: 120).

Ahora bien, es importante subrayar que esta expansión no se llevó a cabo sobre territorio "virgen". La cuenca de México tenía numerosas poblaciones que en algunos casos se remitían a tiempos prehispánicos. Aun cuando entre pueblo y pueblo existían grandes espacios de áreas verdes, el crecimiento de la macha urbana se impuso sobre territorios previamente poblados, cargados de significados locales, con historias complejas, memorias ancladas en el culto a los muertos, a los antepasados y a la tierra.<sup>3</sup>

Estos poblados que existían previamente, tenían sus propios centros y sus propias periferias, y una dinámica histórica de construcción y crecimiento particulares. De tal suerte que el crecimiento urbano implicó la apropiación de viejos centros y su conversión en periferias, manteniendo una dinámica propia. Para ejemplificar lo anterior es interesante señalar que en 1871, en Tlalpan.

se construyeron algunos edificios públicos, como el inmueble de la actual delegación política,<sup>4</sup> el curato y casas consistoriales. [...] En 1872, Tlalpan cambia su fisonomía cuando se construye

<sup>3</sup>Estas historias y memorias, aunque locales, las más de las veces estaban articuladas a la ciudad/centro aunque independientes de ellas. Esta articulación se dio muy temprano.

<sup>4</sup>El edificio fue hasta 1928 palacio municipal, para después convertirse en el edificio delegacional. Fue diseñado por el arquitecto Antonio Rivas Mercado, quien también construyó la Columna de la Independencia.

en el centro el jardín y el kiosco; hay que recordar que era en ese sitio donde se llevaban a cabo los bailes populares y las gustadas peleas de gallos (Gobierno de la Ciudad de México, 1996: 7).

La construcción de edificios y el parque marcaron explícitamente la centralidad local. En su entorno inmediato grandes residencias y noviciados, y como periferia cercana, áreas de cultivo y algunas fábricas importantes: La Fama Montañesa de hilados y tejidos fundada en 1831; la fábrica de casimires y alfombras San Fernando que data de 1849; la de Peña Pobre cuyos orígenes se remontan al siglo XVI pero que –después de muchas vicisitudes y transformaciones– se consolida como fábrica de papel 1851, etcétera.

Ahora bien, es importante resaltar que la pérdida de centralidad no se dio sólo en el ámbito de lo espacial; el desbordamiento de la ciudad modificó estructuralmente las relaciones sociales y los significados que sobre de ella se tenía, generándose poco a poco nuevas formas de “hacer ciudad” que no sustituyeron cabalmente las viejas formas, generándose una suerte de híbrido entre lo previo y lo nuevo. Así se modificaron las actividades laborales, los polos de atracción de fuerza de trabajo y la composición de dicha fuerza. También implicó la creación de nuevas vialidades, de nuevas formas de comunicación y de códigos compartidos, en donde la periferia se articuló a un todo aparentemente fragmentado e inaprensible a través de los medios masivos que no sólo la conectan con el centro de la ciudad, sino con el mundo entero. “La misma política económica de modernización que desarticuló la urbe, promovió paralelamente redes audiovisuales que reorganizan las prácticas de información y entretenimiento, y recomponen el sentido de la sociabilidad urbana” (García Canclini, 1998: 29).

Ello evidentemente produjo que la incorporación a lo urbano no fuese meramente un problema territorial. Tal vez la imagen de la ciudad que se “traga” las áreas circunvecinas no es la más adecuada ya que esas áreas –antes rurales– se vuelven ciudad también, de una manera específica y diferenciada, donde los nuevos procesos se gestan articulados a las viejas formas de comprender el mundo, de

pensar el territorio, de construir la historia y la memoria y de organizar la vida.

Este proceso favorece la creación de nuevas formas de centralidad, ya no necesariamente articuladas –como en antaño– a formas de poder político y religioso, sino a ámbitos comerciales y financieros.

## EL CENTRO DE TLALPAN

LO QUE se denomina *centro* de Tlalpan es el área<sup>5</sup> casi triangular que se forma de la conjunción entre la avenida San Fernando, calzada de Tlalpan e Insurgentes (véase mapa). Sin embargo, la mayoría de la población tlalpeña reconoce al “centro de Tlalpan” como ese espacio privilegiado en donde se condensa la presencia religiosa, cívica y comercial en una sola cuadra, circundado por las calles de Victoria, Congreso e Hidalgo,<sup>6</sup> y en cuyo núcleo permanecen hoy el jardín y el kiosco del siglo XIX. Es oficialmente la Plaza de la Constitución o el zócalo de Tlalpan.

Actualmente la fisonomía del centro histórico de Tlalpan ha sufrido modificaciones importantes,<sup>7</sup> pero mantiene ese “sabor provinciano” que caracteriza a muchos de los pueblos y ciudades pequeñas del país. Este “sabor provinciano” tiene dos planos fundamentales: el espacial: la organización del entorno y su arquitectura<sup>8</sup> de tipo “colonial”; y el temporal, es decir los ritmos marcados en el uso del espacio, engarzado a los conceptos de “tiempo

<sup>5</sup>La delegación está compuesta por cinco zonas en las que se han establecido las cinco subdelegaciones regionales. El área que abarca el centro es la zona I.

<sup>6</sup>Cabe destacar que estas calles cambian de nombre al pasar por la Plaza de la Constitución: Hidalgo se convierte en Moneda; Victoria en Morelos y Carranza en Madero. El tramo de calle abarcado dentro del cuadrángulo de la plaza no tiene nombre. El letrero correspondiente sólo señala calle Plaza de la Constitución. Esta transformación de la calle se resalta a través del adoquinado que inicia y termina en la cuadra del parque para después continuar con pavimento. Es decir, la calle misma se considera parte del zócalo.

<sup>7</sup>Las transformaciones se han dado fundamentalmente por la habilitación de algunos espacios –antes residencias habitadas– para oficinas gubernamentales, bancos, escuelas, restaurantes y comercios, así como la construcción de nuevos edificios y vialidades.

<sup>8</sup>En el centro de Tlalpan encontramos numerosas construcciones coloniales conservadas como patrimonio histórico de la humanidad: la casa Chata (en la esquina de las calles de Hidalgo y Matamoros), la casa de Moneda (Juárez y Moneda); la casa del conde de Regla



libre”, ocio, trabajo, consumos de bienes, etcétera. A través de estos planos se construyen hechos de comunicación y se recrean formas particulares de socialización.

El kiosco y el parque son la médula de la organización espacial. A su alrededor están, al sur, el edificio de la delegación franqueada por dos fuentes de piedra; detrás de ella el mercado de la Paz, hacia el norte los conocidos portales que sirven de paso a diversos comercios. Hasta 1999 allí se encontraban dos comedores populares, una farmacia y una mueblería. En fechas recientes esta área ha sido fuertemente transformada y todos los comercios –a excepción de la pequeña farmacia– han sido transformados en restaurantes. Inclusive uno de los comedores populares –llamado La Parroquia– en donde tradicionalmente se hacían quesadillas y sopes en grandes anafres, hoy, ante la presión de los nuevos restaurantes, ha cambiado su vieja fisonomía ahumada y poco higiénica, a una más moderna, en donde aunque se siguen cocinando las mismas quesadillas, el interior del local ha sido arreglado y pintado, dándole un toque de “cocina tradicional” pero ahora con grandes estufas de gas, sillas y mesas para sentarse y meseros que atienden al público. En este mismo año se creó el parque Juana de Asbaje en lo que anteriormente era un hospital psiquiátrico abandonado, que colinda con los portales. Este predio fue comprado por la delegación con el fin de construir un centro comercial. Actualmente una parte de él se usa de estacionamiento, las construcciones que se pudieron reconstruir son oficinas gubernamentales y los jardines son utilizados para distintos eventos y para uso general de la población.

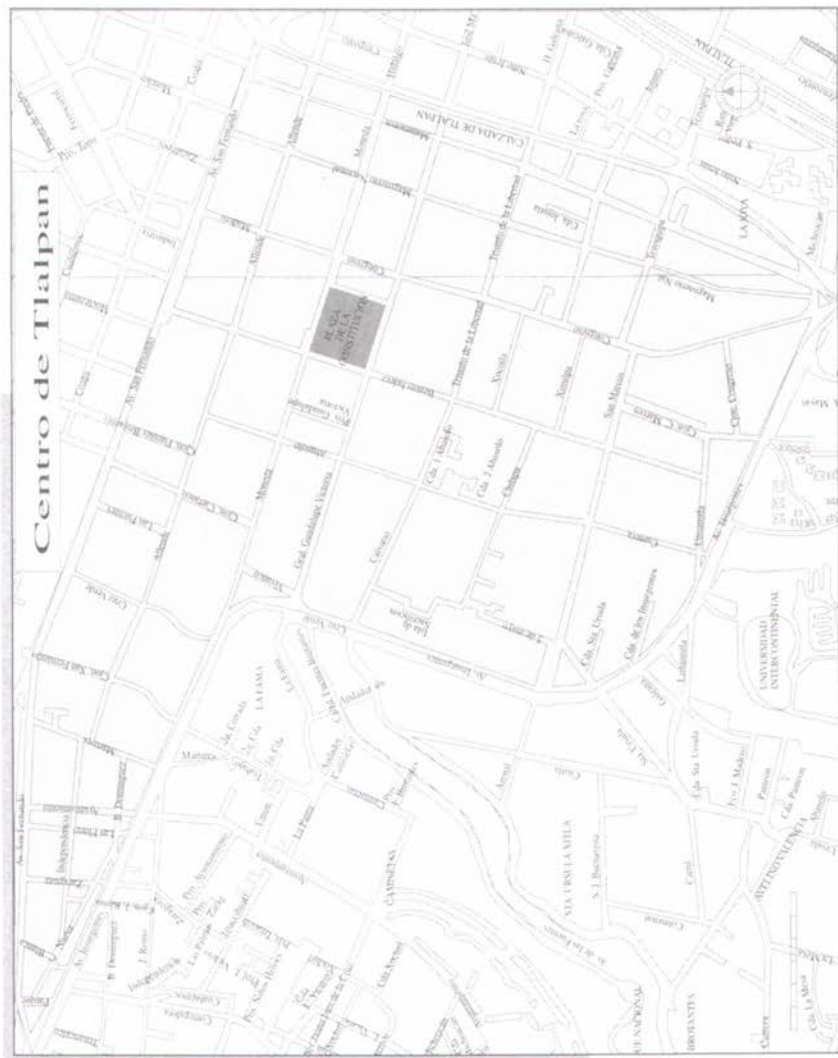
Del lado oeste del cuadrángulo está la parroquia del siglo XVI con una triple portada atrial, una paletería, una mueblería, una papelería, una casa de fotografía, una cantina junto a la cual se encuentra la puerta de una antigua vecindad en cuyo muro derecho luce una placa conmemorativa que dice: “Aquí nació Renato Leduc...”<sup>9</sup> Le

---

(Congreso, 20); el Oratorio de Amaxalco (Juárez, 230); la capilla del Calvario (a final de la calle con el mismo nombre), etcétera. Sin embargo, a pesar de que se considera colonial, en realidad la mayoría de sus edificios datan de los siglos XIX y XX.

<sup>9</sup>Escritor mexicano contemporáneo.

# Centro de Tlalpán



sigue una panadería y finalmente el recinto de la subdelegación conocido como La Casona, construida en 1784, y lugar histórico porque desde allí se estableció la primera comunicación telefónica con la ciudad de México en 1878. En el extremo este del parque está una hermosa construcción antes conocida como la casa Frizac, con un pórtico de tres arcos de ladrillo, que fue construida en 1900, y, según la voz popular se le relaciona con Jesús Arriaga, mejor conocido como "Chucho el Roto".<sup>10</sup> El inmueble fungió durante mucho tiempo como escuela y en fechas recientes la Delegación lo compró con el fin de remodelarlo y construir un centro cultural. Le siguen varias construcciones de características disímolas, algunas convertidas en restaurantes y loncherías. Todo ello en una superficie de aproximadamente 10,848 m<sup>2</sup>, cargada de historia, recuerdos y leyendas.

El parque está organizado de manera radial a partir del kiosco y circundado por jardineras, enormes árboles<sup>11</sup> y andadores con bancas de metal, y sobrevolado por una veintena de palomas.

Es un lugar que se lo apropian igual jóvenes que viejos, hombres, mujeres o niños que por su vestimenta y su actividad develan condiciones sociales diversas.

El parque es muy bonito, con tradición: sus palomas, muchos árboles, sombra pa' sentarse [...] En este momento estoy desempleado, por eso vengo a estas horas. Me gusta venir a platicar, a pasar el rato. No tengo que gastar mucho, me compro una paleta de cinco pesos y cotorreo un rato (hombre de 40 años de edad, usuario del centro de Tlalpan).<sup>12</sup>

<sup>10</sup>"Chucho el Roto" fue un conocido ladrón del siglo XIX que robaba a los ricos para repartir a los pobres. La relación con la residencia Frizac resulta un poco extraña pues "Chucho el Roto" fue capturado en 1873, 27 años antes de que la casa fuese construida.

<sup>11</sup>En el jardín se ve "el árbol de los colgados" con una placa que muestra los nombres de los patriotas ahorcados en la época de la Intervención francesa.

<sup>12</sup>Las entrevistas aquí presentadas fueron realizadas en diciembre de 1998 por Jessica Gottfield, Adriana Aguayo y la autora. Con ellas no se buscó sustentar aspectos estadísticos representativos, solamente ejemplificar a través de las voces de los usuarios del lugar, sin distinguir si eran residentes o visitantes por no considerar estos elementos fundamentales en la argumentación del trabajo.

La lógica espacial obliga a que se transite por la plaza a pie, variando notablemente los usos que se le da en función del día de la semana y de las horas del día.

Es un espacio multifuncional que entre semana sirve lo mismo para que los muchachos que salen de la secundaria conversen, jueguen o “echen novia”; para que los ancianos se sienten a “matar el tiempo”; las religiosas tomen un momento de descanso de sus actividades pías; los boleros den brillo a los zapatos; los novios se besen, o como punto de reunión antes de entrar en la delegación. Particularmente a mediodía se puede observar el incremento de la actividad, cuando llega la hora de salida de las escuelas de la zona. “Estoy esperando a una amiga. Aquí nos quedamos de ver. Platicamos un rato, nos tomamos un helado. Voy en la secundaria 29” (estudiante de 14 años, alumna de la secundaria 29).

Los fines de semana se transforma el lugar para dejar paso a vendedores ambulantes que comercian objetos de madera, cintas para el pelo y artesanía guatemalteca, papas y chicharrones, juguetes de plástico, burbujas de colores, chicles, paletas dulces, muchos de ellos sentados junto a una suerte de talleres improvisados, en donde se ofrece enseñar al transeúnte (al que pague el costo de la pieza correspondiente), a pintar vitrales, a hacer cajitas con metal repujado, a pintar piezas de cerámica, etcétera.

Particularmente los sábados por la tarde y los domingos todo el día se ve a las familias deambular sin prisas y sin ninguna dirección concreta por el parque. Se sientan a conversar, a darle de comer a las palomas, y si hay algún evento “cultural” organizado por el gobierno delegacional, aprovechan para escuchar danzón o chacha-cha, música clásica, o corridos, dependiendo del programa en turno, el cual, aunque se publicita con carteles, generalmente es sorpresivo, pues pocos leen los anuncios. Se acude al centro en fin de semana “...a ver que hay ahora”. Algunos compran lo que se oferta en los andadores, pero generalmente no impera una lógica mercantil; es decir, no necesariamente van al centro de Tlalpan a comprar algo en especial.



El kiosco de la Plaza de la Constitución en Talpan<sup>13</sup>

Mercado de la Plaza de la Constitución en Talpan



momentos el *centro* cambia su fisonomía y parece desbordarse: de visitantes, de sonidos (merolicos, altavoces anunciando mercancías, grupos musicales, etcétera), de olores (fritangas, algodones de dulce, basura, café, etcétera) y de colores.

Por su organización espacial, el zócalo de Talpan es un lugar que se recorre a pie, es decir, la lógica de su ordenamiento no está en función de los automóviles, aun cuando éstos circulen intensamente en las calles circunvecinas. Por tanto, no hay muchos lugares para estacionarlos (recientemente como, señalé antes, se ha creado un estacionamiento en el parque Juana de Asbaje) y esto se hace gene-

Entre semana esta lógica es diferente pues generalmente se va a comprar “el mandado” a los locales establecidos: el mercado, la tlapalería, la carnicería, la panadería, etcétera (el ambulante sólo se presenta en fines de semana).

Es también un espacio de fiesta tanto cívica como religiosa. En él se celebran las fiestas patrias con verbenas populares y el tradicional “grito”; y las fiestas patronales articuladas a los sistemas de cargo regionales que obligan a los habitantes de los ocho pueblos a acudir a “saludar a San Agustincito” anualmente cada 28 de agosto. En esos

<sup>13</sup>Todas las fotografías aquí presentadas fueron tomadas por Jessica Gottfield.

ralmente en las calles aledañas. De esta manera, dentro de la plaza, cuando mucho habrá lugar para unos 100 vehículos.

La plaza denota historia, fechas memorables, figuras religiosas, héroes nacionales, recuerdos de viejos cuentos y leyendas. Esta denotación se hace explícita en las narraciones que cuenta la gente,<sup>14</sup> en los folletos de información sobre la delegación y en la fachada misma del edificio delegacional en donde a través de la pintura mural se plasma la historia oficial del lugar desde la época prehispánica.<sup>15</sup> De tal manera que todo el que pasa por el parque, puede “ver” la historia local y leer las placas conmemorativas de algunos eventos.

La distinción fundamental de este tipo de historia es que tiene una fuerte carga étnica en su formulación.

Así por ejemplo, a todo lo alto y ancho de la puerta principal del edificio delegacional se exhiben, en dibujos a colores adheridos a la piedra, los logotipos toponímicos distintivos de cada pueblo y de algunos barrios de la delegación, centrándose en el significado náhuatl de sus híbridos nombres incluyendo al propio Tlalpan (“sobre la tierra”): San Andrés Totoltepec, San Miguel Xicalco, Magdalena Petlalcalco, San Miguel Topilejo, Santo Tomás Ajusco, etcétera. Cada dibujo se constituye en una suerte de icono identitario que hace sentir a los habitantes de esos lugares, pertenecientes y presentes en la delegación.

El espacio de la plaza está abierto al flujo constante de los peatones: no hay casetas de vigilancia, ni “plumas” que regulan el paso. No cuesta dinero entrar en él. Las delimitaciones específicas del zócalo son demarcaciones físicas como edificios que guardan un estilo más o menos común (construcciones “antiguas”, algunas coloniales, otras más modernas, pero cada una con un sello propio, no homogéneo), texturas en el pavimento (resaltado por el

<sup>14</sup>Por ejemplo, cuando uno pregunta, ¿por qué los árboles de la calle Victoria están sobre las calles y no en las banquetas? Las personas suelen responder que esos árboles fueron plantados por Carlota (la del emperador Maximiliano) y que no se pueden tirar porque son parte del patrimonio.

<sup>15</sup>El mural fue pintado en 1986, y plasma los principales acontecimientos de la historia local.

adoquín frente al asfalto), colores que contrastan entre sí (el gris de la piedra de la delegación, el ladrillo rojo del mercado, la pintura amarilla de la iglesia, los verdes del follaje del parque, etcétera) y olores (los del mercado, la basura, los de la panadería, los de la cantina, los del café, el humo de los coches que transitan, etcétera). Es un sitio en el que no encontramos homogeneidad ni anonimato. Es entonces un espacio acotado pero abierto, que la mirada del transeúnte puede dominar de lado a lado con cierta facilidad.

### CUICUILCO SE CONVIERTE EN CENTRO

*Los encargados de resolver los problemas de tránsito tienen la cabeza llena de coches, no piensan más que en dónde estacionarlos, por dónde meterlos, cómo llevarlos más rápidamente al otro extremo de la ciudad*

JORGE IBARGUENGOITIA

COLINDANDO con la zona del centro de Tlalpan (entre avenida San Fernando, Insurgentes y Periférico) nace el centro comercial conocido como Plaza Cuicuilco, que se construye en dos enormes predios (Insurgentes, 3500 y San Fernando, 649), que originalmente eran terrenos de la fábrica de papel de Peña Pobre. Es decir, eran parte de la periferia del centro de Tlalpan.

Lo que conocemos como Plaza Cuicuilco, forma parte de un megaproyecto de desarrollo comercial y habitacional constituido por dos proyectos articulados entre sí: Plaza Inbursa y el Conjunto Peña Pobre.

El predio de Insurgentes Sur, que colinda<sup>16</sup> con la zona arqueológica de Cuicuilco (donde sobresale la pirámide circular), y contiene las naves de la antigua fábrica y tiene una extensión de 94,782 m<sup>2</sup>. En el predio ubicado en la avenida San Fernando se encuentra la antigua capilla y la antigua zona habitacional de los obreros sobre un terreno de 84,299 m<sup>2</sup>.

<sup>16</sup>La discusión entre arqueólogos, intelectuales, habitantes de la zona y autoridades está precisamente con relación a si el terreno colinda o forma parte de la zona arqueológica.

En medio de ambos predios permanece un sitio arqueológico –parte de la zona arqueológica– en donde se asienta la pirámide de Peña Pobre, junto al parque ecológico del mismo nombre, ambos expropiados por el gobierno del D.D.F. tiempo atrás. Estos terrenos formaban un corredor arbolado que los articulaba a la zona arqueológica ubicada al sureste, hoy roto por el desarrollo del megaproyecto.

Como señalamos antes, la fábrica de papel data del siglo XIX, siendo su propietario en ese tiempo Guillermo Benfield. Tras pasar por varios dueños, en 1924 fue comprada por Alberto Lenz quien en 1928 la fusiona con la fábrica de Loreto ubicada en San Ángel.

En 1984 el consorcio Loreto y Peña Pobre fue adquirido por Carlos Slim, para dos años después, el 17 de marzo de 1986, ser cerrado definitivamente.

El proceso de cierre se vivió como un gran triunfo del movimiento ecologista y del propio gobierno en la búsqueda por reducir la contaminación ambiental de la zona. Sin embargo, hubo otros factores que también intervinieron en esta clausura: el agotamiento de los bosques en la zona –materia prima para la producción papelería– y la lucha de los comuneros de Milpa Alta por la defensa de sus bosques –principales abastecedores de la fábrica–; la creciente escasez de agua en toda la cuenca; y finalmente la mirada mercantil que veía en el desarrollo de un megaproyecto comercial mucha más ganancia que en el precario proceso industrial. Es lo que han llamado los economistas, el proceso de terciarización o de desindustrialización de las ciudades modernas.

En el momento del cierre se expresaba la necesidad de la creación de un parque ecológico y arqueológico, e incluso se habló de la posibilidad de expropiación de los predios, hoy propiedad de grupo Carso (cuyo presidente de consejo es el empresario Carlos Slim). Sin embargo, el gobierno capitalino adujo falta de recursos ya que en aquel entonces el costo para adquirirlos era de 5 mil millones de pesos.

Para conciliar el justo interés de la ciudadanía deseosa de tener áreas de divertimento y los derechos de los propietarios, en 1987 se firmó un convenio entre el D.D.F., la Secretaría de De-



sarrollo Urbano y Ecología (Sedue), la junta de vecinos de Tlalpan y la administración de la fábrica, en donde se regulaba el uso del suelo de la siguiente manera: 80 por ciento para áreas verdes, estacionamientos y circulaciones; en el resto se mantendrían y utilizarían las construcciones existentes que ocupaban el 13.5 por ciento del terreno y se permitiría la construcción de nuevos edificios en sólo el 7 por ciento del área total. En la tarea de remodelación y construcción se acordó también que el Instituto Nacional de Antropología e Historia (INAH) tendría que intervenir, tanto por la existencia de una zona arqueológica como por el hecho de que la fábrica misma es considerada monumento arquitectónico. El convenio quedó plasmado en la ZEDEC (Zona Especial de Desarrollo Controlado), contenida en el Plan Parcial de Desarrollo Urbano.

Sin embargo, en 1993 SEDUVI autoriza el cambio del uso del suelo (pasando de industrial aislado a uso comercial y habitacional) y aprueba la construcción del proyecto Plaza Inbursa, en cinco etapas que comprenden: la construcción de cinco edificios para oficinas y cuatro torres de departamentos de 18 niveles con cuatro departamentos por nivel y estacionamientos con capacidad para 1,517 vehículos.

Un año después se autoriza la construcción del Conjunto Peña Pobre, también proyectado en cinco etapas, en donde se incluye: un área comercial y de entretenimiento, un subcentro urbano de usos múltiples y seis edificios departamentales de 14 niveles cada uno.

En 1996 se permite que la primera torre para oficinas del predio de Insurgentes sea de 22 niveles con tres sótanos para estacionamiento.

Todas estas aprobaciones se hicieron sin consultar al Instituto Nacional de Antropología e Historia, y sin tomar en cuenta los problemas ambientales, de vialidad y de consumo de agua, de por sí agudos en el área.

A pesar de la protesta ciudadana y las movilizaciones que se realizaron, en enero de 1997 se inicia la construcción y se autoriza la adaptación y acondicionamiento de la antigua nave fabril, aunque a través de la negociación y de la presión social se logran algunas

modificaciones al proyecto original como por ejemplo, que el edificio proyectado para 22 pisos se construyera de ocho.

Con las modificaciones logradas desde 1993, el convenio de 1987 quedó anulado y se pasó de una densidad de construcción del 20 por ciento (tomando en cuenta de remodelación de las naves) a una del 40 por ciento.

Al parecer esta modalidad de plaza comercial apunta a una nueva concepción de lo urbano en donde la idea es integrar los espacios de habitación, divertimento, de uso comercial y laboral, constituyéndose una suerte de pequeña ciudad amurallada (con acceso controlado) dentro de la megaciudad. Lo que hoy observamos al acercarnos a este complejo megaproyecto, es apenas una parte de la primera etapa de construcción de las cinco proyectadas, dentro de un modelo, similar arquitectónicamente hablando, al de Plaza Loreto<sup>17</sup> y otros centros de divertimento de la ciudad, en donde los cascarones de viejas fábricas o bodegas son reconstituidos –guardando un estilo arquitectónico particular–<sup>18</sup> en nuevos espacios de prestación de servicios. Sin embargo, a diferencia de los otros centros comerciales similares en estilo, Plaza Cuicuilco pareciera proponer un nuevo concepto de lo multifuncional dentro de este género, en la medida en que está pensado no sólo como un espacio comercial sino como un espacio habitacional articulado al centro comercial y a otros servicios como capilla, espacios de oficinas, etcétera.

### *Plaza Cuicuilco*

Actualmente encontramos en el interior de Plaza Cuicuilco restaurantes de especialidad, bares, tiendas de ropa, zapatos, artículos de

<sup>17</sup>Plaza Loreto está ubicada en San Ángel y formaba parte del consocio papelero de Loreto y Peña Pobre, como se mencionó anteriormente. Perteneció también al grupo Carso y arquitectónicamente la nave fabril tiene el mismo estilo que la de Peña Pobre.

<sup>18</sup>Este tipo de remodelación “representa” el diseño original de la fábrica en donde están aparentes todas las tuberías y ductos que normalmente se encuentran recubiertos en otro tipo de construcciones. La altura de los techos –casi siempre de material acanalado– deja espacios de ventilación –sin ventanas– por la altura de los muros. Asimismo hay una suerte de “juego” de techos –a veces transparentes– en lo que seguramente eran las áreas de circulación internas de las naves, incorporándolas al conjunto construido.

cocina y electrodomésticos, discos, juguetes, dulcerías, animales y artículos veterinarios, área de *fast food*, y cines.

Lo que iba a mantenerse como “áreas verdes” es un superficie muy grande totalmente adoquinada, que sirve de acceso y circulación, así como de estacionamiento, circundado por algunas jardinerías cuidadosamente conservadas y algunos árboles, sobre todo en la entrada de avenida San Fernando. De hecho, la distancia entre las avenidas circundantes y la plaza comercial —principalmente en el acceso de Insurgentes— obligan a arribar en automóvil.

Para ingresar a la plaza, primero hay que pasar por las casetas de vigilancia donde se expiden los boletos de estacionamiento y se cobra a la salida.<sup>19</sup> Todas ellas franqueadas por policías uniformados de seguridad privada.

El área de estacionamiento —generalmente abarrotada de coches— es dos veces mayor que el centro comercial mismo (32,793 m<sup>2</sup> para autos frente a 16,431 m<sup>2</sup> de servicios).

De las áreas remodeladas se distingue una nave (al extremo norte del complejo) que hoy ocupa el restaurante The Beer Factory, por estar pintada con llamativos colores y figuras estilizadas que dan cuenta de paisajes de desierto.

Sobresalen del conjunto también las antiguas chimeneas, una capilla que se mantiene abierta y las antiguas viviendas de los obreros que poco a poco se van transformando en restaurantes, clínicas de belleza, consultorios médicos y estéticas.

Al entrar a la nave principal encontramos la estructura original de la fábrica y en algunos puntos estratégicos de los pasillos, los restos de la maquinaria usada en ella, totalmente restauradas, limpias y “maquilladas”, como testigos mudos y descontextuados de un proceso añejo. Circundando estos pasillos se agolpan, uno tras otro, uniformados arquitectónicamente, diversos comercios, que en muchos de los casos son sucursales de tiendas extranjeras, o negocios mexicanos con nombres extranjeros: Nine West, Mix Up, Scapino, Sexy Jeans, Dairy Queen, Gloria Jean, Ferrioni, Aldo Conti, Bluberry, Pacci, Guess, etcétera.

<sup>19</sup>El costo, en abril de 1999, era de seis pesos por hora.



Vista del área de *fast food* en Plaza Cuicuilco.

Cada uno especializado en una línea comercial y organizados a través de las vitrinas.

En las vitrinas del almacén “burgués” encontramos una perfecta sintaxis articulando todos los objetos, a partir de paradigmas culturales que se asemejan grandemente a aquellos que articulan los semanarios estudiados por Verón. Así encontramos el paradigma de las estaciones –invierno, primavera, verano, otoño– aunque sea un país que no tiene esas estaciones [...] El de los *espacios*: “la calle”, “la casa”, “la ciudad”, “el campo”. O el de los roles; “el ejecutivo”, “el deportista”, etcétera (Barbero, 1981: 243).

El espacio se caracteriza, entre otras cosas, porque es un espacio “hacia adentro”, sin ventanas que articulen al público consumidor con el afuera, iluminado básicamente por luz artificial noche y día, y porque es un lugar “acético”, libre de olores, limpio, “ordenado”. Asimismo la nave no es simétrica y al estar en su interior

los espacios que la componen funcionan como grandes pasillos de tránsito.

En él se desplazan principalmente jóvenes de clase media y alta, que se lo han apropiado como ámbito de reunión y socialización con otros jóvenes de su mismo medio, particularmente atraídos por los restaurantes, cines y la oferta "cultural" que se promueve a través de programas impresos proyectados mensualmente, en los que se anuncian conciertos de cantantes y grupos musicales de moda, coros universitarios, exposiciones de pinturas o esculturas y otras exposiciones, dentro de las que se incluyen temas "tradicionales" como "El amaranto de Xochimilco", "Cocina tradicional", "Pauch: la gema de Chiapas", "la Marimba Nandayapan", etcétera, con las correspondientes muestras "artesanales" que buscan retratar "las tradiciones mexicanas".

Miradas desde "arriba", desde la alta cultura burguesa, las prácticas populares, sean de trabajo o de comunicación, religiosas o estéticas, son vistas casi siempre como un fenómeno de "mal gusto" [...] o como un arcaísmo a superar; y la forma más elegante de superarlas es folklorizarlas (Barbero, 1981: 250).

Las exposiciones populares temporales aparecen demarcadas con papel picado de llamativos colores, muchachas vestidas con "trajes típicos", algunas fotografías, y desde luego la muestra de productos considerados "autóctonos". Así por ejemplo, en el folleto promocional de junio de 1998 se presentan las actividades del mes entre las que se resaltaba para el lunes 8 la inauguración de la exposición "Ámbar de Simojovel" con la animada presencia de la Marimba de Nandayapa. Junto a la programación se incluye una breve explicación:

La marimba de Nandayapa es el grupo musical de este género más prestigiado en el país. La familia Nandayapa se dedica a la fabricación de marimbas y a la interpretación de este instrumento desde 1920. El maestro Zeferino Nandayapa, que es el principal exponente del grupo, ha tocado marimba desde hace

55 años. Con estudios en piano y dirección de orquesta en el Conservatorio Nacional, Nandayapa ganó notoriedad por utilizar un instrumento popular para interpretar música clásica. Nandayapa ha escrito para marimba música de Bach, Litz y Chopin y ha sido el primer ejecutante solista de marimba con orquesta sinfónica [...] ha sido invitado a dar conciertos en Estados Unidos (en más de 50 ocasiones), Japón, España, Italia, Francia, Inglaterra, Costa Rica y Chile, entre otros países (Folleto de programación, Plaza Cuicuilco, junio, 1998).

El folclor aparece como un “detalle” exótico contrastable con el esquema extranjerizante del conjunto comercial. Es una suerte de contrapunto incluido, pero acotado y legitimado por el reconocimiento en el extranjero constituyéndolo automáticamente en una expresión de lo “culto”. En este sentido coincidimos con Lombardi Satriani cuando afirma que “...el objeto folklórico artesanal se convierte siempre en un objeto del equipamiento burgués, su función tradicional es sustituida [...] (Satriani, 1978: 110).

Al igual que el centro de Tlalpan, los usos del espacio comercial varían dependiendo del día y la hora. Entre semana, por las mañanas —el horario de apertura de las tiendas y restaurantes inicia a las 11:00 horas— encontramos poca gente paseando o comiendo en las mesas del área de *fast food*, principalmente señoras que se reúnen con sus amigas a desayunar o que esperan para iniciar sus compras.

Yo vengo a tomarme un café, por un helado o a pagar el teléfono a Sanborn's que presta ese servicio. A veces vengo sola y otras con mis amigas. Sobretudo por las mañanas cuando los niños están en la escuela. Es un lugar cómodo para citarnos (ama de casa, Plaza Cuicuilco).

Por la tarde es usado por jóvenes entre 13 y 18 años que con el pretexto de ir al cine, pasean, compran, miran los aparadores, se toman helados, etcétera, ocupando las pocas bancas distribuidas en

los andadores o sentados consumiendo alimentos en el área de *fast food* equipada por varias decenas de mesas.

Sí, venimos al cine y luego tomamos helado o comemos algo, depende de la función a la que vengamos. A veces nos juntamos sólo los cuates, saliendo de la escuela; otras invitamos a las niñas [...] Damos vueltas, a veces entramos a Mix Up a oír música, depende [...] Para estar aquí tenemos que traer por lo menos 100 pesos, ya sabes, el cine, las palomitas y el refresco, el estacionamiento. Claro eso es si no tomamos cerveza. Imagínate cada chela te la cobran a 29 pesos (estudiante de 19 años, Plaza Cuicuilco).<sup>20</sup>

Los fines de semana el lugar se llena casi a todas horas por familias completas que llegan en sus lujosos autos, algunas veces acompañados por las sirvientas encargadas de los niños más pequeños, que por cierto no tienen un espacio donde jugar a no ser que se pague por entrar a las áreas especiales para ellos diseñadas: Piccolo Mondo, o Coney Island.

Es importante señalar que pocas veces se observa que gente de las colonias populares aledañas acuda a Plaza. Ocasionalmente encontramos algunos muchachos de secundarias oficiales, portando sus uniformes, que atraviesan el lugar sin detenerse mucho, o algunas madres que llevan a sus hijos al cine. Pero en términos generales encontramos una relativa homogeneización en el tipo de población consumidora del lugar. Plaza está construida y diseñada exprofeso para una clase social específica, que excluye el uso masivo y popular del sitio. Esta tendencia a la exclusión está dada tanto por el espacio físico como por un cierto tipo de normas implícitas y explícitas de comportamiento social. Sin embargo, esta tendencia es relativa.

El uso más generalizado está en los cines que parecen constituirse en el eje de la atracción del consumo. Es importante señalar

<sup>20</sup>Para darnos una idea de la implicación monetaria, es interesante señalar que el salario mínimo vigente para el momento en que se realizaron las entrevistas era de 350 pesos al mes.

aquí, que siendo una de las delegaciones más grandes del Distrito Federal tiene una infraestructura cultural y de divertimento muy pobre. Según datos de Néstor García Canclini, Tlalpan cuenta sólo con seis cines, tres auditorios, seis parques y jardines, ningún teatro, un museo y ninguna galería de arte, para una población, que para 1996 era de 565,754 habitantes (García Canclini, 1998: 47). Posiblemente esto explique que a pesar de las tendencias excluyentes, se dé un uso más intensivo por parte de un sector de clases más amplio, aunque este uso se restrinja al espacio recreativo de los cines, aun cuando el costo de este servicio sea relativamente alto para algunos de estos sectores.

Yo trabajo aquí en telefonía celular. Casi no conozco Tlalpan porque vengo de Xochimilco. Casi no como aquí porque me sale muy caro, cualquier cosita son 50 o 60 pesos, ¿se imagina lo que me saldría comer aquí diario? Mejor me voy afuera, es más barato. ¿Al cine? no, casi no me gusta venir. Solo algunas veces (empleada del centro comercial, Plaza Cuicuilco).

Otro elemento importante es la historia. En Plaza Cuicuilco la historia se convierte en un recuso comercial más: la historia de la fábrica disecada en la maquinaria obsoleta y en la arquitectura de las naves, en donde la tubería y el cableado son visibles y se convierten en parte de la decoración; los restos arqueológicos circundantes que evocan un pasado prehispánico ajeno a los consumidores, los restos de las viviendas de los obreros como mudos testigos de la dinámica fabril del siglo pasado, la capilla abierta a la que pocos asisten,<sup>21</sup> etcétera. Es una historia recontextuada desde el interés comercial, en donde los procesos mercantiles se ven legitimados desde la noción de “la tradición”, para convertirse en parte de la decoración del lugar. Lo étnico convertido en folclor es también un elemento decorativo más, cuando se da.

<sup>21</sup> Curiosamente la capilla es uno de los espacios en donde aún se ve la presencia de sectores popular durante los fines de semana.



## EL CONTRASTE DE LAS SEÑAS VISIBLES: A MANERA DE CONCLUSIÓN

LOS ESPACIOS antes descritos han sido concebidos y construidos a partir de dos lógicas distintas y presuponen usos, procesos comunicativos y recreaciones de identidades distinguibles. De ellas quisiera destacar las siguientes:

1. La lógica espacial responde a dos tipos de economías y a la consecuente construcción simbólica en ellas implicada. De tal suerte que el centro de Tlalpan es un espacio abierto en su dimensión física pero también en la dimensión social. Es un lugar heterogéneo, de proporciones aprehensibles para el usuario, pensado desde la lógica del peatón, en donde la historia es parte de la memoria colectiva y del ordenamiento espacial mismo. Sin embargo, a pesar de esta apertura, o tal vez por ella, encontramos que los grupos que usan Plaza Cuicuilco, no utilizan frecuentemente el espacio del centro. Las personas que entrevistamos<sup>22</sup> en la Plaza de la Constitución en su mayoría conocían Plaza Cuicuilco pero no hacían uso de ella por considerarla demasiado cara. En algunos casos sí habían asistido a ella, pero era excepcional.

En contraste con el centro de Tlalpan, Plaza Cuicuilco, es un espacio cerrado, tendencialmente excluyente, homogeneizante, pensado desde la lógica del automóvil y la seguridad, marcado por los ritmos del consumo y el deseo de tener, en donde la historia es un accesorio más, un elemento de legitimación de un abstracto llamado "nación", cada vez menos asequible por los procesos de globalización, ajeno a los sujetos consumidores. Es a la vez un espacio público, pero privado o privatizado.

<sup>22</sup>Las entrevistas que se realizaron fueron 18 (nueve en cada centro). Todas se realizaron durante el mes de diciembre de 1998 y el eje ordenador lo constituyeron las siguientes preguntas: ¿a qué viene a este lugar?, ¿cuánto gasta aproximadamente? ¿qué otros lugares conoce de la delegación de Tlalpan? y se preguntaba si asistían al otro centro (ya fuese el de Tlalpan o Cuicuilco, dependiendo del lugar de la entrevista). Las entrevistas —como se señala antes— fueron realizadas por la autora y dos estudiantes de la especialidad de Etnología de la Escuela Nacional de Antropología e Historia. En algunos casos las entrevistas fueron filmadas en video; en otros sólo se dio información verbal directa sin grabadoras. Con ellas se buscó ilustrar con las voces de algunos usuarios —sin importar si eran residentes de Tlalpan o visitantes de otras delegaciones— algunos de los puntos tratados en este trabajo. De ninguna manera tienen valor estadístico.

Los usuarios entrevistados en la plaza comercial conocían en su mayoría el centro de la delegación pero asistían poco a él.

2. Lo excluyente no está articulado a un mensaje explícito. Se construye a partir de silencios y de implícitos, de lógicas de funcionamiento, de códigos de clase, de movimientos corporales, de redes sociales y de comunicación, y desde luego de posibilidades económicas del usuario.<sup>23</sup>

3. Estas diferencias recrean, en ambos casos, parámetros identitarios de índole distinta. Es decir, que a través de cada ordenamiento espacial y de cada lógica de apropiación se generan –física y simbólicamente– elementos de identificación social; de distinción y de adscripción colectiva. Es importante resaltar que estos espacios no son los únicos generadores de identidades; forman parte de la compleja red espacial y simbólica de la urbe en donde el movimiento entre uno y otro espacio es lo que genera un tipo de identidad. En este sentido, sería interesante en algún trabajo posterior reconstruir estas posibles redes: laborales, escolares, habitacionales, etcétera, que se articulan formando un entramado de identificaciones sociales particulares. Así por ejemplo, hacia adentro de Plaza Cuicuilco se reproducen esquemas mercantiles a través de los cuales se generan grupos de pertenencia anclados a los valores económicos del consumo de un tipo de bienes: ropa de “moda”, un tipo de música, un tipo de alimentos servidos y consumidos desde un concepto de higiene, etcétera. Hay también una normatividad implícita y compartida, una forma de comportarse en un lugar público que prohíbe y prescribe acciones: no se juega, no se grita, no se besan, etcétera. El centro comercial no es un centro de reunión social en el sentido estricto, sino un centro de consumo. Se llega allí para consumir algo y de esta manera se comprende el divertimento y el ocio y se establecen las relaciones sociales y afectivas.

<sup>23</sup> Como lo muestran algunas entrevistas, el costo de asistir a Plaza Cuicuilco es alto. Inicia desde el pago de seis pesos por hora de estacionamiento y pasa porque cada actividad que se quiera realizar tiene un costo generalmente más alto que el promedio pagado en otros lugares. Por ejemplo, mientras que en el centro de Tlalpan un café americano costaba en ese momento 10 pesos, en Plaza Cuicuilco el costo era de 14 pesos.

A partir de los parámetros de consumo reconocidos colectivamente, se genera una identidad de clase —en este caso, de clase media alta y alta, orientada a un grupo de edad: los adolescentes fundamentalmente.

En el centro de Tlalpan encontramos que la multifuncionalidad espacial promueve una multiplicidad de significados, de los cuales los diversos sujetos que lo consumen le otorgan un sentido propio. Igual puede encontrar referentes identitarios un habitante de algún pueblo, como aquel que viene de la colonia vecina o el que habita en un fraccionamiento en otra delegación. En este caso no hay procesos de exclusividad explícitos de clase o de etnia, ni de género o de edad. El centro de Tlalpan es un espacio abierto en todos los sentidos.

En el primer caso los elementos identitarios resaltan la homogeneidad: todos consumen más o menos lo mismo, visten igual, etcétera denotando una condición social y económica. En el segundo caso los referentes se construyen sólo de manera secundaria a partir de parámetros de consumo. Es decir, el consumo no es la señal identitaria fundamental, ni la manera de distinguirse de los “otros”. La pertenencia pasa más por la idea de “lo nativo”, lo tradicional, el valor del patrimonio histórico, lo que siempre ha estado allí, lo que los abuelos y padres recuerdan.

4. Esto nos lleva al uso de la historia y de la memoria en cada caso. Mientras que, como señalamos antes, en Plaza Cuicuilco la historia es un elemento ornamental y comercial, de legitimación, presentado de manera descontextuada y en referencia básicamente a un elemento histórico particular: la fábrica.<sup>24</sup> En el centro de Tlalpan, en cambio, la historia es el cimiento identitario, el ordenador fundamental, construido a partir de una compleja trama que incluye: la tradición oral; la memoria del antes y el ahora que conservan los viejos; documentos (que se guardan en el Archivo General de la Nación o en el Archivo Parroquial) que de muchas maneras validan el conocimiento de la gente; la experiencia del “ser

<sup>24</sup>Esto queda plasmado en un logotipo mercantil, en donde la imagen estilizada de la fábrica se constituye en el icono distintivo del lugar.

nativo”, de la constancia, de la permanencia en el tiempo; de la arquitectura misma, conservada durante siglos, etcétera. A diferencia de Plaza, aquí encontramos que la historia pasa por tres ejes: una historia cronológica que inicia en el mundo prehispánico y llega hasta nuestros días; una historia significativa local que se refiere a la memoria reciente –particularmente articulada a la revolución de 1910– y con el antes y al ahora vivencial de los sujetos; y finalmente una historia sagrada en relación con los santos patronos locales y a las festividades religiosas.

Estos procesos se manifiestan en iconos ya que, como señalamos antes, éstos se conforman logotipos distintivos de pueblos y barrios de la delegación, los cuales están en referencia directa al pasado indígena. Frente a ello encontramos que el logotipo de Plaza Cuicuilco está en relación con la fábrica del siglo XIX.

5. Ambos centros tienen un significado hacia el conjunto de la delegación, es decir, más allá de los consumidores directos. Posiblemente el centro de Tlalpan no tenga un radio de influencia igual para toda la delegación, sin embargo sí representa un núcleo reconocible en la medida en que en él se asientan dos poderes fundamentales para el conjunto de sus habitantes: el político y el religioso.

En el caso de Plaza, ésta no es representativa para el conjunto de la delegación porque no es un polo atrayente para los sectores populares que en ella habitan o para sectores medios como los que habitan en Copilco y que cuentan con sus propios centros comerciales. La atracción posiblemente tenga que ver más con clase social que con lugar de residencia. Seguramente acudirán a ella jóvenes de otras delegaciones del sur que reconocen y se identifican con este tipo de centros y plazas comerciales.

Para algunos residentes en Tlalpan a este uso comercial se le agregan otro, ya que este espacio se ha convertido en un foco de polémica para sectores medios, intelectuales o para grupos populares directamente afectados por su presencia. Es decir, hay una marcada relación conflictiva hacia el exterior de tal suerte que si ha generado identificaciones hacia afuera, ha sido por la cohesión que

implica el conflicto: Así, agrupaciones y asociaciones tlalpeñas se han aliado para detener el desarrollo del megaproyecto, constituyéndose éste en un núcleo aglutinador de ciertos sectores sociales con una determinada conciencia y una concepción sobre la apropiación de lo público y lo privado, de lo tradicional y lo moderno, de lo colectivo y lo individual.

Finalmente considero que a lo largo del trabajo hemos podido encontrar que los conceptos iniciales de centro/periferia se relativizan y que los cruces entre lo moderno y lo tradicional no siempre se dan de manera armónica. Por el contrario, en ellos están implícitos muchas veces, el conflicto, el estigma y la tensión social. Sin embargo, estos cruces también se constituyen en formas complejas de espejeo y contrapunto, condiciones necesarias para la reproducción de la identidad social.

#### BIBLIOGRAFÍA

- AGUILAR, Miguel Ángel (1995), "La cultura urbana como descubrimiento del lugar", *Ciudades*, núm. 27, México, julio-septiembre.
- BARBERO, Martín (1981), "Políticas de comunicación en la cultura popular", en Máximo Simson, *Comunicación alternativa y cambio social*, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM, México. Estudio núm. 63, pp. 237-251.
- ELIADE, Mircea (1973), *Lo sagrado y lo profano*, Guadarrama, Madrid.
- GARCÍA CANCLINI, Néstor (1994), *De lo local a lo global. Perspectivas desde la antropología*, UAM-I, México.
- (1995), *Consumidores y ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización*, Grijalbo, México.
- (1998), "Qué hay para ver. Mapas de las ofertas y prácticas culturales", en Néstor García Canclini (comp.), *Cultura y comunicación en la ciudad de México*, vol. 1, UAM/Grijalbo, México.
- Gobierno de la Ciudad de México (1996), *Monografía de Tlalpan*, D.D.F., México.
- GÓMEZ HUERTA, José (s/f), *Tlalpan en el tiempo* (mimeo.), México.
- IBARGUENGOITIA, Jorge (1992), *La casa de usted y otros viajes*, Joaquín Mortiz, México.

- LOMBARDI SATRIANI, L.M. (1978), *Apropiación y destrucción de las culturas de las clases subalternas*, Nueva Imagen, México.
- MCGOWAN, Gerald L. (1991), *El Distrito Federal de dos leguas o cómo el Estado de México perdió su capital*, El Colegio Mexiquense, A.C., México.
- NIVÓN, Eduardo (1998), *Mirar la ciudad desde la periferia*, UNAM, México, tesis para obtener el grado de doctor, Facultad de Filosofía y Letras.
- O'GORMAN, Edmundo (1945), *Antología del pensamiento político americano, fray Servando Teresa de Mier*, UNAM, México.
- RODRÍGUEZ, Fernando y Carolina Rodríguez (1982), *Sobre la tierra. Tlalpan a través del tiempo*, D.D.F., México.
- SILVA, Armando (1992), *Imaginarios urbanos*, Tercer Mundo Editores, Colombia.



MARITZA URTEAGA CASTRO-POZO\*  
INÉS CORNEJO PORTUGAL\*\*

## *Los espacios comerciales: ámbitos para el contacto juvenil urbano\*\*\**

*Para qué y por qué estaremos distanciados los motivos no son nada claros, esta vez quiero hacer contactos es que, a veces, somos inhumanos y al final, cuando se han ido todos otra vez, otra vez, Narciso o Cuasimodo...  
Un acercamiento, una señal, un paso al frente no existen palabras si uno manda lo que siente...*

FITO PAEZ

LA CIUDAD NO es sólo el lugar del *parecer sino del aparecer*.<sup>1</sup> Un ingrediente lúdico significativo de la urbe son las vitrinas. Hoy, el centro comercial es una de las vitrinas más apeladas para mirar y ser mirados. Ellas, como grandes ventanas permiten acceder a estrategias estéticas juveniles de representación —el paseo, las maneras de andar, los gestos, las marcas distintivas de las vestimentas, el vitrineo— y fungen de “espejos” que les muestran a los chavos quiénes son.

En 1971 se apertura en el norte de la ciudad de México el segundo centro comercial, Plaza Satélite.<sup>2</sup> Aquél, como dos años antes Plaza Universidad, modifica sustancialmente el diseño y la concepción tradicional de los espacios destinados para la exposición, venta y consumo de artículos y productos. Ambas propuestas comerciales expresan por un lado, la ampliación y emergencia de nuevos sectores medios en una sociedad que se moderniza, así como la

\*Maestra en antropología social, estudiante del doctorado en ciencias antropológicas, Universidad Autónoma Metropolitana, Iztapalapa. E-mail: maritzaurteaga@hotmail.com

\*\*Profesora-investigadora, Departamento de Comunicación, Universidad Iberoamericana. E-mail: ines.cornejo@uia.mx

\*\*\*Agradecemos a Claudio Flores, Desireé Calvet, Edith Olmedo Carmona, Jesús Mejía, Lidia Suárez, Edith Córtes, Sebele Masagoga, Maricela Portillo, estudiantes de la maestría en comunicación de la Universidad Iberoamericana, que participaron en este acercamiento.

<sup>1</sup> Armando Silva (1994).

<sup>2</sup> En realidad, este centro comercial se encuentra ubicado en el municipio de Naucalpan (Estado de México), que pertenece a la zona conurbada a la ciudad de México.



incorporación de formas y estilos de consumo estadounidenses en la vida urbana clasemediera del Distrito Federal.

Los diversos visitantes de las plazas —amas de casa, profesionistas, señores, jóvenes, estudiantes— fueron modificando sus patrones de consumo al integrarlos con funciones de divertimento, esparcimiento y convivencia en los locales interiores como las fuentes de soda, los cines, los restaurantes. Así, mientras los pasillos y bancas brindaban a los visitantes un confortable y atractivo espacio de convivencia e intercambio social; los novedosos escaparates de las tiendas departamentales les ofrecían “lo último” de la moda, lo vigente, lo que les permitía actualizarse para *ser modernos* y adaptarse a los cambios sociales de la época.<sup>3</sup>

Treinta años después, asistir a un centro comercial forma parte de las rutas cotidianas —configuradas por una serie de lugares a los que concurrimos por diversas razones— a través de las cuales vivimos y conocemos la ciudad más grande del mundo. Actualmente, “estar” en una plaza comercial es una manera de habitar y apropiarse de la ciudad y, por tanto, ocupa un lugar en nuestra memoria personal y colectiva que nos dice también algo de nosotros mismos.

En efecto, en esta megalópolis, las plazas comerciales constituyen lugares donde los adultos y jóvenes clasemedieros asisten para divertirse, entretenerse y además comprar. No obstante que existen algunos estudios importantes y reveladores sobre la temática del uso público de los espacios de consumo en el Distrito Federal,<sup>4</sup> sabemos muy poco sobre el sentido que los jóvenes le otorgan a su estancia en estos centros.

Existen diversos ángulos para acercarse a la relación jóvenes y centros comerciales: apropiación del espacio, temporalidad, identificación, socialidad, afectividad y consumo visual. En este texto

<sup>3</sup>Nos referimos a Plaza Universidad y Plaza Satélite. Para mayor información véase Ramírez Kuri, 1993.

<sup>4</sup>Patricia Ramírez Kuri, *Transformaciones espaciales y modernización urbana. La ciudad de México y los macro proyectos comerciales: Centro Comercial Coyoacán*, tesis de maestría en Estudios Regionales, 1993; Instituto Doctor José Ma. Luis Mora, y Dolores Molina Rosales, *Marcas del consumo en la ciudad de México. Puesta en escena del consumo cultural en el Distrito Federal*, tesis de maestría en Antropología Social, ENAH, 1997.

nos ocuparemos, analizando el caso de Plaza Satélite, de todos estos aspectos bajo varios supuestos.

En primer lugar, el centro comercial forma parte de la cultura de masas. Como cualquier fenómeno de esa naturaleza puede definirse en un doble aspecto:<sup>5</sup>

- a) el de carácter mercantil (lugar de venta y compra de productos donde prevalece el valor de cambio); y
- b) el de universo cultural simbólico (espacio donde prepondera el valor simbólico).

Una diversidad de sujetos pertenecientes a distintas clases sociales, géneros, generaciones y ocupaciones asiste a un centro comercial. Para ciertos sectores sociales, los centros comerciales han sustituido a las plazas públicas como lugares de reunión, paseo y encuentro. Ramírez Kuri (1993) caracteriza a los centros comerciales como espacios *semipúblicos* por los usos que les otorgan los diferentes consumidores y por las formas de socialización y sociabilidad que se llevan a cabo en su interior.

La misma autora menciona que Plaza Satélite surge aun asociada con la idea de la *plaza pública*, pero con funciones netamente comerciales. Pues si bien se establece en un espacio totalmente privatizado, destina una parte importante de su superficie al uso colectivo y a la circulación de los consumidores, recreando así, en el imaginario de los sectores medios tradicionales urbanos, la idea de una *vía pública* que compartían con otros sectores sociales. En Plaza Satélite podemos observar con claridad la combinación de la concepción de la plaza pública con el nuevo modelo estadounidense de consumo para los modernos sectores medios urbanos, pues presenta áreas verdes al interior de sus instalaciones, cafeterías, estéticas, fuentes de soda, restaurantes, amplios pasillos y salas de cine e incluye tiendas departamentales como Sears Roebuck y Liverpool,

<sup>5</sup>Maritza Urteaga Castro-Pozo, *Por los territorios del rock. Identidades juveniles y rock mexicano*. Causa Joven-CIEJ/CNCA, México, 1998.

asociando así las actividades de consumo con las de recreación y esparcimiento.<sup>6</sup>

De manera espontánea, los sujetos que concurren a un centro lo transforman en espacio simbólico al nombrarlo, recorrerlo, usarlo, marcarlo como ámbito de coincidencia y de reconocimiento entre lo suyo y lo otro, y al hacerlo crean, recrean y construyen identidades/colectividades desde sus prácticas culturales aprendidas en sus universos simbólicos de origen.

Al ser resignificado como lugar de encuentro de emociones, de conocimiento con el otro, un centro comercial se convierte de lugar de intercambio mercantil (“frío”) en sitio “cálido” y esto pasa particularmente con los jóvenes.

En segundo lugar, la antropología de la juventud nos permite abordar a este grupo social como una *construcción cultural*<sup>7</sup> relativa en el tiempo y en el espacio, esto es, a través del estudio de los contextos sociales y ámbitos culturales en los que la cuestión juvenil es planteada y resuelta. El *continuum* dinámico de esta construcción cultural es producto de la interacción entre las *condiciones sociales* (normas, comportamientos e instituciones que distinguen a los jóvenes de otros grupos de edad) y las *imágenes culturales* (valores, atributos y ritos asociados a los jóvenes) que cada sociedad elabora en cada momento histórico *sobre* este grupo de edad.<sup>8</sup>

<sup>6</sup>A diferencia de este concepto, los macrocentros comerciales que aparecen en la década de los ochenta, modifican sustancialmente esta primera propuesta. La configuración arquitectónica de éstos –Perisur (1981), Lomas Plaza (1988), Centro Coyoacán (1989), Pabellón Polanco (1990), Interlomas (1992), Perinorte (1992), Galerías Insurgentes (1993), Centro Comercial Santa Fe (1993), Moliere Dos 22 (1997), Plaza Cuicuilco (1997) y Mundo E (1998)–, propone un concepto de carácter interior, privado e internacional. Para profundizar al respecto véase Ramírez Kuri, 1993 y 1995, y Cornejo, 2000.

<sup>7</sup>Perspectiva desarrollada por el antropólogo Carles Feixa, *El reloj de arena*, Culturas juveniles en México. Causa Joven-SEP, México, 1998.

<sup>8</sup>El concepto de *condiciones sociales* hace referencia al conjunto de prácticas institucionalizadas, así como al sistema de derechos y obligaciones que definen y canalizan los comportamientos y las oportunidades vitales de los jóvenes. Por su parte, el concepto de *imágenes culturales* se refiere: 1. al conjunto de atribuciones ideológicas y de valores asignados en cada momento a los jóvenes; y, 2. al universo simbólico que configura su mundo, que se expresa en objetos materiales (como la moda o los bienes de consumo) y elementos inmateriales (como la música y la jerga). Ninguno de los dos es estático puesto que tanto las condiciones sociales como las imágenes culturales se van configurando a partir de la negociación (conflicto/adaptación) entre los discursos institucionales y las elaboraciones simbólicas o aspiraciones de los jóvenes (Feixa, 1998).

En el México actual, la no integración –o integración parcial– de los y las jóvenes a las estructuras productivas y reproductivas de la sociedad es una de las características estructurales que comparte con otros grupos sociales (las mujeres, los de la tercera edad y las minorías étnicas). Además, los jóvenes de todas las clases sociales acostumbran a tener escaso control sobre la mayor parte de aspectos decisivos en su vida debido a que, entre las atribuciones ideológicas y los valores sociales que se les asigna, se encuentra el que deban estar sometidos a la tutela y control económico y moral de ámbitos cotidianos *socializadores* como la familia, la escuela, la iglesia, el servicio militar, los medios de comunicación y el trabajo.<sup>9</sup>

Paradójicamente, la condición de subordinación (económica/moral/social) por la que atraviesan los jóvenes al interior de la mayoría de sus ámbitos de socialización, no sólo no ha podido “domesticarlos”, sino que ha posibilitado –al tener a todos los chicos y las chicas juntos por determinadas horas al día– la creación de redes horizontales de solidaridad e interacción entre los mismos. Estas redes se objetivan en agregaciones espontáneas de jóvenes que se forman a partir de su indefensión al interior de los ámbitos cotidianos de socialización, en los espacios parentales<sup>10</sup> y sobre todo en los espacios de ocio (la calle, los lugares de consumo moderno, el baile, los locales de diversión). En estos ámbitos circunscritos, los y las jóvenes se encuentran con otros jóvenes, comparten sus vivencias, aprendizajes y angustias como jóvenes y empiezan a identificarse con determinados valores y comportamientos diferentes a los vigentes en el mundo adulto.

La experiencia de investigación sobre juventud<sup>11</sup> señala que es en la dimensión cultural simbólica donde los jóvenes agregados

<sup>9</sup>A todos estos ámbitos obligatorios de socialización o control moral y social hacia los jóvenes, se agrega la vigilancia y represión directa por parte de los cuerpos policíacos de la sociedad a cualquier manifestación juvenil colectiva/grupal. “Ser joven” (de clase media o de origen popular) en la sociedad mexicana de los noventa, desde la generación del ‘68, es ser considerado “sospechoso” de delinquir y/o de ser un rebelde social –como han demostrado estudios anteriores sobre el tema. Entre otros están: Valenzuela, 1988 y 1995; Regillo, 1991; Urteaga, 1990, 1993, 1998 y 1999.

<sup>10</sup>Por ellos nos referimos a las redes familiares y vecinales más próximas.

<sup>11</sup>Feixa, 1993; Valenzuela, 1988; Regillo, 1991; Urteaga, 1998, entre otros.

pueden negociar, sino ganar ciertos espacios y tiempos de autonomía para sí mismos y en este proceso construyen identidades colectivas que llegan a constituirse en culturas juveniles.

La juventud es uno de los grupos sociales que establece una relación muy intensa con el espacio. Según Feixa (1998), sin un espacio privado propio, reclusos en las instituciones educativas, con un exceso de tiempo libre por su falta de empleo, los jóvenes se han apropiado históricamente de los espacios públicos de la ciudad para construir su precaria identidad social. Para ello, transforman los espacios "públicos" o "semipúblicos" (como los centros comerciales) en "privados", a través, de compartir modas, signos, música, normas y valores dentro de sus relaciones de amistad creando así un ambiente "cálido", sino "familiar".

Regillo (1991) señala la importancia que para la constitución de la identidad juvenil *banda* tiene la relación que los chavos edifican con la ciudad en términos simbólicos al transmutarla de espacio anónimo en *territorio*.

Los *territorios* pueden ser considerados escenarios o lugares sociales que van introyectando en cada uno de los actores, una idea de quién es, quién ha sido y cuáles son sus posibilidades objetivas. Son vividos como lugares de interacción social cuya función es la de garantizar la continuidad y la reproducción del grupo al devolverle (espejeándolo) una idea de quién es.

Urteaga (1998) observó que ciertas tribus de jóvenes rockeros y punks del D.F. y de Ciudad Nezahualcóyotl delimitan sus territorios ocupando algunos espacios públicos o semipúblicos de la ciudad (antro para tocadas, el tianguis del Chopo, una discotheque, la explanada de una delegación, un parque, una estación de metro, un cine, un museo, etcétera) de manera temporal, episódica y, a veces, efímera. Al usar estos territorios, los invisten de una connotación secreta y exclusiva a la que sólo acceden *los iniciados*, generalmente tribus y/o chavos(as) del mismo estilo rockero o de otros con los que comparten ciertos símbolos, gustos y estilos de comportamiento. Una vez que alguno de esos lugares es "invadido" por *gente extraña* a las tribus asiduas, éstas se desplazan en busca de otros lugares en los que puedan restituir las anteriores condiciones.

En este movimiento continuo van configurando rutas o itinerarios mentales compuestos por lugares de consumo y de ocio, públicos y mercantiles, “mapas mentales rockeros” (punketas, oscuros, tecnos, heavymetaleros, thrasheros, etcétera) mediante los cuales *conocen y habitan esas ciudades; se orientan en la interacción cotidiana con otros grupos de jóvenes y se estructuran como grupos contemporáneos.*

Parafraseando a Maffesoli (1990), debido al carácter presentista de estas redes de relaciones, la inscripción espacial conlleva a servir de *memoria colectiva* del grupo al “integra(lo) al linaje de los ancestros”, mientras reconforta y refuerza afectivamente a sus miembros.

Efectivamente, es a través de la territorialización simbólica de la ciudad, que se concreta en la privatización afectiva de ciertos espacios, durante tiempos específicos, que los jóvenes se permiten convivir entre pares e iguales –“estar juntos sin ocupaciones”– y configurar “comunidades emocionales” (Weber).

En tal sentido, conjeturamos que los centros comerciales podrían formar parte del entorno cotidiano de consumo de los jóvenes clasemedieros, esto es de las posibles itinerarios y lugares en los que ellos y ellas pueden interactuar y agregarse fresca y relajadamente con sus pares y conformar agregaciones con carácter efímero, composición cambiante, inscripción local, y sin más propósito que el de reunirse sin objeto ni proyecto específicos.

En tercer lugar, consideramos que el análisis del consumo cultural simbólico, particularmente concebido como “vitrineo” o consumo visual no material que hacen los jóvenes de los escaparates, nos permite avanzar en la comprensión de los objetos mediadores en las interacciones juveniles al interior de los centros.

Finalmente, los centros comerciales podrían estar constituyéndose en espacios privilegiados de interacción entre diversos grupos/tribus juveniles clasemedieras, pero también de comunicación de la diferenciación social entre estos últimos y los otros.

De acuerdo con las premisas mencionadas, en este texto comenzaremos describiendo la actuación simbólica y la socialidad juvenil observada en Plaza Satélite, para luego caracterizar a estos jóve-

nes ubicándolos en sus contextos sociales y culturales; y, por último, anotaremos, a manera de conclusiones, algunos hallazgos que puedan ser rastreados en estudios posteriores.

Los resultados que aquí presentamos forman parte de una investigación mayor sobre la relación jóvenes y centros comerciales, que venimos desarrollando desde hace dos años. Esta propuesta se inició con un estudio exploratorio en Plaza Universidad.<sup>12</sup> Cinco meses más tarde realizamos una indagación similar en Plaza Satélite que combinó con mayor rigor las técnicas cualitativas de investigación con las cuantitativas.

### ESTAR EN PLAZA<sup>13</sup>

LA APROPIACIÓN juvenil de ciertos territorios en Plaza Satélite empieza cada viernes a partir de las cuatro de la tarde. Los protagonistas —jóvenes de ambos sexos entre los 14 y los 20 años de edad— arriban a este centro comercial en compañía de sus pares. Las formas de llegada son en grupos mixtos, de un género, o bien solos, y se reúnen con sus amigos en un lugar determinado de dicha Plaza. Las mujeres también comparten estas llegadas con la familia y, las más grandes, con sus “novios”.

Más del 50 por ciento de la chaviza sostuvo llegar en colectivo y una tercera parte en el auto familiar. Asimismo, al 63 por ciento de las chavas entre los 14 y los 16 años de edad las llevan sus padres, situación que disminuye considerablemente entre aquéllas con 17 y 20 años de edad, al aumentar tanto el porcentaje de las que conducen el auto familiar como de las que llegan en colectivo.

<sup>12</sup> Maritza Urteaga, e Inés Cornejo, “La privatización afectiva de los espacios comerciales por las y los jóvenes”, *Ciudades*, núm. 27, RNIU, México, 1995.

<sup>13</sup> Para realizar la indagación en Plaza Satélite, fueron utilizados instrumentos provenientes de metodologías cuantitativas y cualitativas. Se diseñó una muestra no paramétrica elaborada a partir de una Matriz de Datos (Padua, 1989), además se confeccionó un cuestionario con la mayoría de las preguntas cerradas. En total se aplicaron 140 cuestionarios, 65 a varones y 75 a mujeres. El rango de edad fue organizado en dos segmentos, 14 a 16 años y 17 a 20 años de edad. También se aplicó la observación selectiva no participante con el objeto de: a) ubicar los grupos juveniles y los lugares de reunión, b) de construir las rutas de los y las jóvenes en su desplazamiento en Plaza Satélite y c) identificar y explorar las pautas de socialidad que establecen los y las jóvenes en dicha Plaza.

Las chavas parecen ir ganando libertad frente a la presencia familiar conforme van creciendo, mientras los chavos parecen gozar de ella desde más pequeños.

Algunas llegan a Plaza, se sientan en una banca y sacan de sus bolsas abultadas los cosméticos, ciertos colgijes y si es necesario una que otra prenda de vestir. Se maquillan y al cabo de algunos minutos se transforman, pasan de las niñas buenas que acaba de dejar mamá, a todas unas jóvenes coquetas listas para empezar el "ritual" de cada viernes.<sup>14</sup>

A Plaza se va a frecuentar a los amigos, a pasar el tiempo con "el galán" y también a convivir con la familia.

Los encuentros con sus grupos de pares están previamente acordados y se realizan en ciertos lugares del centro. En efecto, la concentración de la chaviza es en lugares establecidos. En la planta alta están el sitio de las tarjetas y revistas en el Sanborns; el Helens y la zona de comida rápida denominada La Canasta. En la planta baja, la chaviza privilegia las inmediaciones de los cines que incluyen las escaleras de acceso al centro comercial desde el estacionamiento y que también conectan con el Sanborns de la planta alta; el carrito de los *hippies*, la tienda de discos Mix Up y, al otro extremo, el establecimiento de "las maquinitas" Coney Island. Éstos son puntos de *contacto*, *territorios juveniles*, al interior de Plaza, a los que marcan con su uso en horarios y días establecidos.

La ocupación intensa de ciertas parcelas nos estaría hablando de una demarcación simbólica juvenil de Plaza en términos de centro y periferia. El centro estaría constituido por los lugares de encuentro y concentración juvenil –Sanborns, La Canasta, Helens, Mix Up, cines– que a manera de círculos concéntricos van delimitando rutas compuestas por determinados pasillos y escaleras por donde acceder rápidamente a ellos. La periferia estaría compuesta por los lugares circunstanciales, pasillos por donde se transita mirando vitri-

<sup>14</sup>Todas las citas etnográficas provienen del reporte de investigación y los diarios de campo, elaborados en noviembre-diciembre de 1995.



nas o se entra y sale de las tiendas, sobre todo de aquellas que ofrecen pantalones y ropa de tipo "casual". En algunas de estas rutas, sobre todo en aquellas de la planta baja que llevan a los cines y a Mix Up, observamos una mayor cantidad de tiendas de ropa de mezclilla (Blue Jeans, Guess, Furor, etcétera).

La chaviza masculina entre 14 y 16 años acude para "ver chavas" y para ir al cine; mientras aquellos con 17 y 20 años dijeron asistir para "ver tiendas", ir al cine y encontrarse con sus amigos. Las jóvenes más pequeñas llegan para mirar los almacenes e ir al cine, y las más grandes manifestaron claramente su preferencia por curiosear las tiendas. Advertimos que del total de los entrevistados (140), sólo nueve de ellos mencionaron específicamente que van a este centro para *comprar*.

Al terminar sus helados fueron a echar la basura, para pasar luego al rito de pintarse; se unieron en un círculo frente a Sanborns, sacaron sus espejos y su lápiz labial. Una de ellas, extrajo una botella pequeña de perfume que compartió con las demás. Se miraron, se acomodaron el pelo, guardaron los cosméticos y empezaron a caminar cadenciosamente por los pasillos...

"Los chavos sólo van a ver y no compran", ésta es la respuesta generalizada de los dependientes de las tiendas en donde se ven jóvenes merodeando como si estuvieran buscando algo sin encontrarlo. Las vitrinas de las tiendas de ropa casual con playeras, sudaderas y camisas de colores chillantes contrastan con los colores de la ropa de la chaviza deambulante. Vitrinas y chaviza sólo parecen compartir los pantalones y chamarras de mezclilla. Así, ese "merodear" sin aparente rumbo fijo podría estar expresando que las tiendas son sólo mediadores o pretextos –"pasos al frente" a través de un mostrarse al otro– para el *contacto* juvenil.

Dos jóvenes como de catorce años caminan y platican entre sí sin mirarse a la cara, pareciera que caminan con un rumbo fijo y que el lugar les es bien conocido; en un lapso de quince mi-

nutos pasan por ese mismo lugar de ida y vuelta, mirando y dejándose ver.

Los jóvenes no pasan a todas las tiendas, en el caso de ellos entran a las de ropa de mezclilla, a las tiendas de pieles y se acercan al carrito de *hippies*; en el caso de ellas, a las de mezclilla, al carrito y además, a las tiendas de perfumes, broches, aretes y zapatos modernos.

Cuatro jóvenes mujeres llegan a Sanborns a las cinco de la tarde, se detienen en la entrada haciendo un recorrido visual del lugar, para dirigirse a la báscula/horóscopo. Cada una de ellas sube y después comentan los resultados mientras ríen. Se dirigen luego a la "máquina de tarjetas de felicitaciones", la que pronto les aburre pues tarda mucho, se van a la sección de tarjetas elaboradas y juntas bromean sobre el contenido de las posibles tarjetas para sus novios. Salen de la tienda y entran a otra donde se venden aretes. Empiezan a mirarlos detenidamente, mientras piden información a la chica que atiende. Se reúnen en círculo para comentar sobre los precios y si les alcanza el dinero, y a la que no le alcanza le prestan expresándole que "lo importante es comprar lo que les gusta y que después se arreglan". Pagan con expresión de alegría. Al salir se detienen a observar otros aretes de la vitrina. En el pasillo cada una abre su bolsita para sacar su colgijo/arete, se los muestran, a pesar de que ya los habían visto y se los ponen mientras caminan por los pasillos. Una de ellas compra dulces que comparte con todas...

En la generalidad de las mercancías que suelen adquirir los jóvenes, se observa con mayor claridad cómo el valor de cambio se disuelve en el valor simbólico para revelarse como objetos de mediación para la interacción social, para ese "estar juntos".

Si bien no pudimos constatar en nuestra observación el vitrineo, los motivos por los cuales los jóvenes acuden a Plaza incluyen en

un porcentaje considerable, de 30 a 40 por ciento en las mujeres y un 31 por ciento en los varones mayores, el "ir a ver las tiendas". La información que presenta Dolores Molina (1997) confirma nuestras observaciones y sugeriría además que en los jóvenes esta práctica cultural formaría parte de las estrategias de interacción grupal intragenérica. Esto significa que se acostumbra "vitrinear" acompañado por los del mismo género y que los aparadores son otros mediadores utilizados por los y las jóvenes para construirse como mujeres y como hombres.

Los jóvenes siempre van en grupo (en su mayoría mixtos), es inusual ver a una joven o un joven solo viendo aparadores. Este grupo de usuarios no se detiene mucho en los aparadores, y más bien se dedican a caminar por toda la plaza, y regularmente se sientan en algún lugar. Pero cuando se ponen a ver aparadores lo hacen en medio de muchos comentarios, incluso risas, pues a veces se ponen a imaginar cómo se vería "fulanito" con lo exhibido en el escaparate. Algo curioso es que los grupos de jóvenes mixtos se detienen muy poco frente a los aparadores, mientras que cuando van en grupos genéricos (es decir, hombres con hombres o mujeres con mujeres), se detienen más e incluso entran a las tiendas a probarse la ropa.<sup>15</sup>

Para conseguir relacionarse con sus pares, los jóvenes despliegan estrategias que incluyen un repertorio muy variado de objetos de mediación y sacan el máximo provecho a los espacios y posibilidades que éstos les ofrecen sin tener que gastar dinero. Un ejemplo claro de ello sucede en la tienda de discos mencionada, la cual brinda un espacio y propuesta interactiva para la chaviza que puede pasarse el tiempo leyendo en la sección de revistas muy bien surtida, escoger compactos, oírlos con audífonos, ver videos en los televisores, mientras conoce a otros chavos/as que sintonizan con sus gustos.

<sup>15</sup>Molina, 1997.

Otra estrategia de interacción, que tampoco exige un fuerte gasto monetario, es el asistir a los lugares destinados a la comida rápida en los centros comerciales. La Canasta integra la ruta obligatoria de la chaviza en Plaza. Allí, podemos encontrar varios grupos de jóvenes pertenecientes a diversos segmentos de edad (11-13; 14-16 y 17-20 años). Los grupos se reparten este espacio jerárquicamente de maneras bastante pacíficas, y aunque aparentemente no interactúan entre sí, se “miran” y los más chavitos parecen aprender a comportarse públicamente mirando a los grupos algo mayores.

Las chavas tenían entre 17 y 20 años, frente a ellas pasó un grupo de niños de aproximadamente 11 años. Era una “bandita” en la que uno vestía con una gabardina y otro traía lentes oscuros. Parecían jugar a verse más grandes. Al verlos, las jóvenes empezaron a reírse y una de ellas les chifló y les gritó *adiós guapos*.

Entre los *territorios* juveniles en Plaza, La Canasta es un lugar privilegiado para observar con mayor nitidez que en otros lugares parte de las estrategias de interacción intergeneracional.

Las chavas mueven un poco la cadera al entrar, se sientan con las piernas cruzadas, las manos en la barbilla. Se agarran el cabello constantemente de un lado a otro para acomodárselo. Se sientan derechas y voltean a ver a los chavos que pasan cerca de ellas, mientras mueven su cabello con mayor intensidad y fuman para llamar su atención. Una vez que los chavos se alejan, ellas hacen bolita hacia el centro de la mesa para comentar, reírse o viborear. Saludan a algunos jóvenes que pasan, se llaman por sus nombres, se saludan de beso en la mejilla y a veces se toman del hombro; el acomodarse el cabello no es sólo de ellas, los chavos estiran hacia atrás su cabello constantemente que vuelve a irse hacia la cara por el corte de pelo tipo hongo.

Sin duda alguna, el acomodarse el cabello, los modos de saludarse, de platicar y entonar las palabras, los movimientos y posturas del cuerpo en ambos géneros son parte de las estrategias de interacción, de captar la atención y atraerse entre ellos y ellas. La Canasta es el lugar en donde por mediación de pedazos de pizzas, pepsis, delawares, helados, cigarrillos u otros objetos y maneras de comportarse propios de la sensibilidad juvenil (convidarse de su comida con la misma cuchara, platicar –gritando– de sus aventuras en los *antros*, viajes, conflictos con los padres y con los que se creen “cultos” en la escuela) comparten afecto, aceptación y la atención de un otro igual o par.

Tanto en este último espacio como en la zona de los cines pudimos detectar que muchos miembros de los grupos se saludaban entre sí con afectividad –dándose un beso entre las chavas o entre chavo y chava y con un fuerte apretón de manos entre los chavos–, compartían las mesas por un rato y luego regresaban al grupo con el que llegaban. Todo ello podría estar revelando una intensa y constante socialidad intergrupala que trascendería los límites de Plaza para incluir otros ámbitos de encuentro y desarrollo de relaciones amicales como la escuela, el barrio, la colonia, el deportivo, el club u otros lugares de diversión.

Otro centro mediador de la interacción juvenil es la zona de los cines, que incluye las escaleras de acceso al estacionamiento, al Sanborns y a los pasillos en donde se ha instalado estratégicamente Mix Up. Para la chaviza que asiste a Plaza, éste es *el lugar de su vitrina* en tanto, “...concentra la actividad de la zona. A ambos lados del *lobby* se encuentran escaleras... en las que se sientan los jóvenes a esperar, se forman grupos que permanecen platicando, observando y criticando a los chavos que pasan por el lugar”.

Los cines y los corredores aledaños son *territorios* vividos como lugares centrales de interacción intertribal juvenil a través de la “facha”, *look* o estilo. A ese lugar se va exhibirse y secundariamente al cine.

El *look* pone de manifiesto cierta independencia respecto a los padres y a la sociedad adulta inmediata, a través de él, la chaviza

se reapropia de sus cuerpos, los ocupa con sus gustos –al proporcionarse una imagen con la que se siente cómoda– y con ello manifiesta el control sobre sí misma.

El grupo, que tendría entre 15 y 16 años, se movía rápidamente por el Centro Comercial, saltaban a la vista y la chaviza se les quedaba viendo cuando pasaban. Portaban un *look* muy a la moda estadounidense actual para jóvenes: pantalones, camisas hipersueltas que llegaban hasta las rodillas, con colores brillantes y letras grandes de algún deporte o equipo deportivo. Abajo de las camisas usaban playeras sueltas estampadas con las caricaturas de la Warner Brothers (Bugs Bunny o el Demonio de Tazmania). Traían gorras estampadas y zapatos grandísimos.

El estilo garantiza la continuidad y reproducción de los grupos, que al espejearse obtienen una idea de quiénes son. La vestimenta de los jóvenes que acuden a Plaza Satélite es variada, como los grupos que están en ella. Los *looks*, en la mayoría de los casos, incluyen detalles desbordantes que impactan sobre el “otro” para identificarse o diferenciarse, puesto que el vestido permite no sólo la identificación de lo que une, sino también de lo que separa (Yonnet, 1988: 233).

Los jóvenes, por su parte, usan jeans típicos de mezclilla en color azul, negro y café, con playeras holgadas en colores que hacen contraste con sus pantalones y hay otros que los usan demasiado grandes. Predomina el uso de las gorras con visera volteada hacia atrás, camisas a cuadros atadas a la cintura y tenis Reebok, Nike, Converse, en tipo choclo y bota, también calzan botas tipo industrial y de repente se ve uno que otro con mocasines y zapatos de agujeta. Las chavas están muy a la moda, usan zapatos de diferentes colores, negros, cafés o azules. Ya sea de plataforma, de piso, con agujetas o sin ellas, con gran tacón o sin él. Utilizan también botas de tipo industrial. Predo-

minan los pantalones de mezclilla en azul, negro, blanco o café, de marcas como Guess, Furor y algunos sin marca, combinados con *bodys* y ombligueras pegados y escotados de algodón, con letras, flores, grecas, rayas, en distintos colores.

Para competir por las miradas también hay que (saber) llevar la indumentaria adecuada. Eso lo sabe la chaviza que ha hecho de Plaza Satélite un lugar donde se actualizan prácticas de agregación e identificación juveniles (caminar de determinada manera, exagerar los gestos y movimientos agresivos si se es varón; fragilizarlos, si se es mujer) y las tiendas y cafeterías no son más que el transfondo de ese gran escenario.

Tres chavas entre 13 y 14 años integran un grupo mixto con un *look* bastante elaborado. Una, lleva puesta una minifalda de mezclilla negra tipo A con una blusa corta que deja ver el ombligo. El hecho de mostrar el ombligo parecía no ser fácil para ella ya que continuamente se llevaba las manos al estómago para tapanlo. Las otras dos usan pulseras y collares de cinta de cuero negro, ambas están acentuadamente maquilladas: tanto los labios coloreados en tonos rojizos y cafés, como las sombras de los ojos recuerdan el maquillaje de las divas o símbolos sexuales. Facha que parecen reforzar con un caminar lánguido, pausado y cadencioso, similar al de las modelos.

El estilo de caminar de los tres chavos era muy peculiar, pasos grandes, rítmicos y el braceo muy acentuado. Con este tipo de movimiento la ropa suelta que traían se agitaba mucho con el vaivén. Los tres miraban ansiosamente alrededor, pero no parecía que buscaran a alguien en particular, parecía ser una actitud propia del *look*.

El intercambio de miradas y el constante paseo de los grupos por los corredores parece refrendar la importancia de la facha formando un código de identificación/diferenciación generacional.

Estas huellas se exhiben en los colores oscuros, maquillajes que resucitan imágenes de las divas de los treinta, cortes de cabello tipo hongo a los que mezclan elementos étnicos y los pantalones de mezclilla (de todo grosor y largo) y otros signos. Mientras se circula se mira a los otros grupos, a los aparadores de las tiendas y, sobre todo, se intenta ver a los que lo están mirando a uno. Esta generación parece concurrir al centro comercial a compartir el placer de los cruces de miradas, a sentir el goce de mostrarse a los demás y el saberse observado por los otros.

Durante el tiempo que permaneció en el *lobby*, una chava muy joven no dejó de bailar y moverse rítmicamente, ella estaba maquillada a la *dark*, labios negros, sombras negras, cejas bien marcadas, también era negra la camiseta que dejaba ver el ombligo. Traía unos jeans azules que caían sobre unos zapatos de corte tosco. Las jóvenes que pasaban se miraban entre sí con envidia, tratando de minimizar a las otras, mientras lanzaban miradas coquetas a los jóvenes que a su vez se desplazaban por el centro.

Uno de los chavos observaba al *lobby* mientras el líder del grupito platicaba (estaba contando chistes por la forma de moverse y reírse), el observador detectaba alguna chava atractiva y discretamente les informaba a los otros la ubicación, enseguida se suspendía la plática y todos volteaban a ver a la susodicha.

Al andar “en bola”, los jóvenes interactúan con otros grupos similares, disgregándose y uniéndose por ratos. De una forma sutil e ingeniosa excluyen a aquellos sujetos que no proyectan similitudes con ellos en sus formas de vestir, hablar o comportarse. A diferencia de las formas de interactuar de los chavos banda cuando se confrontan en un mismo espacio con otras bandas (actitudes agresivas, provocadoras y, a veces, violentas); las maneras de interacción intergrupal de los chavos de Plaza podrían caracterizarse de rela-



jadas, frescas y hasta flexibles. Las fronteras de sus tribus parecen maleables y dispuestas a tolerar a los pares... con los que comparan un mismo "estilos de vida".

La forma de deambular por horas grupalmente en Plaza Satélite nos recuerda a aquellas generaciones anteriores de jóvenes que habitaban ciudades más pequeñas. El lugar central de la socialidad de todos los pobladores era la plaza. A ella arribaban desde determinadas horas e iban ocupándola por lugares según edades y géneros. Los y las jóvenes tenían asignados un lugar alrededor del kiosko. Según la costumbre ellos debían dar vueltas en un sentido y ellas en el otro, los adultos supervisaban sutilmente que así fuera y que los grupos evitaran mezclarse. Pero la chaviza encontraba las maneras de transgredir los límites morales y expresar clandestinamente por medio de una mirada, un guiño, una sonrisa, un gesto gracioso su atracción por el otro.

Los tiempos han cambiado, las formas se mantienen. En efecto, en los últimos 15 años los habitantes de la ciudad de México han experimentado el incremento de la delincuencia, las agresiones físicas, los robos y los asaltos. Particularmente, los lugares públicos como los parques, deportivos, unidades habitacionales, colonias y las calles en general se han tornado inseguros y, en muchos casos, violentos. Por el contrario, los centros comerciales se han consolidado como espacios protegidos donde la seguridad o vigilancia institucional, proporcionada por las entidades que los administran, actúa eficientemente supervisando y resguardando a los visitantes que se sienten seguros de permanecer en estos lugares haciendo compras y/o pasando el tiempo.

Al igual que la chaviza de las viejas ciudades pequeñas, los jóvenes de Plaza Satélite fragmentan este espacio en parcelas a determinadas horas durante los fines de semana y ello ocurre sin que los adultos se percaten de esta ocupación<sup>16</sup> y de las estrategias juve-

<sup>16</sup>En la observación en Plaza Satélite, al igual que en Plaza Universidad, ni los adultos miran a los jóvenes ni éstos a los adultos cuando están agregados entre pares. Las parejas pueden estar besando y acariciando o las fachas juveniles pueden llegar a lo extravagante.

niles que se desarrollan para convocar en el otro par algún tipo de emoción o sentimiento. Sin embargo, en estos centros semipúblicos, la vigilancia y el control social sobre los jóvenes se ha delegado exclusivamente a los cuerpos profesionales de seguridad.

#### QUIÉNES SON LOS CHAVOS DE PLAZA SATÉLITE

LOS Y las jóvenes que asisten a Plaza Satélite provienen fundamentalmente del municipio donde se encuentra ubicado este centro comercial. Del total de los entrevistados, el 49 por ciento vive en Naucalpan y los demás provienen de municipios circunvecinos como Atizapán de Zaragoza (19 por ciento), Tlalnepantla (17 por ciento) y Cuautitlán Izcalli (5.7 por ciento).

Si bien la mayoría sostuvo haber nacido en el Distrito y sólo 30 por ciento de los jóvenes afirma ser originarios de los municipios del Estado conurbados a la zona metropolitana; se advierte que 81 por ciento “habita *desde siempre*” la casa o departamento donde vive actualmente. Lo cual podría sugerir que para esta chaviza los *municipios conurbados* (Naucalpan, Atizapán de Zaragoza, Tlalnepantla, Cuautitlán Izcalli, Villa Nicolás Romero, Tultitlán) *son el Distrito Federal*.

Otro dato relevante en cuanto a la socialización de esta chaviza es que el 65 por ciento de sus padres nacieron en la provincia mexicana, al igual que el 45 por ciento de sus madres. En suma, la mayoría de nuestros observados sería la primera generación nacida entre *un D.F.* conformado principalmente por la zona conurbada al mismo.

---

pero en ningún caso observamos alguna función de control por parte de los adultos hacia los jóvenes. Lo que sí observamos es que cuando los o las jóvenes estaban en compañía de sus padres, era el momento de entrar y salir de las tiendas con compras hechas. Un lugar juvenil de “tolerancia” para con los adultos es el Helens, donde observamos el interactuar jóvenes/adultos en las mesas.

Un poco más de la mitad de los padres de estos jóvenes son profesionistas, mientras la otra porción, se desempeña como empleados, pequeños comerciantes y técnicos, en ese orden. A diferencia de los padres, sólo 8 por ciento de las madres son profesionistas, 14 por ciento labora en diversas empresas como empleadas, y 60 por ciento se dedica al hogar.

La actividad principal de los chavos y chavas entre 14 y 16 años es la de estudiar (88 por ciento). Por el contrario, en el segmento de 17 a 20 años observamos comportamientos claramente diferenciados entre varones y mujeres. Así, 74 por ciento de las mujeres de este segmento sigue estudiando, mientras 33 por ciento de los varones entra al mercado laboral y abandona los estudios, 19 por ciento de los chavos comparte ambas actividades y 42 por ciento sólo se dedica a estudiar.

Los chavos trabajan fundamentalmente en microservicios (tienda, carpintería, despachos, talleres) y en segundo lugar en macroservicios (tipo Banamex, McDonalds o videocentros).

Otro rasgo que distingue a los jóvenes de Plaza es que, en términos generales, 73 por ciento de ellos y ellas asiste a escuelas privadas, mientras sólo 20 por ciento va a las públicas. Sin embargo, sólo ocho de las escuelas privadas mencionadas son fácilmente reconocidas por su calidad académica.

La mayoría de la chaviza vive y estudia entre Naucalpan, Tlalnepantla y Atizapán de Zaragoza, observándose variaciones entre los dos segmentos de edad. Abrumadoramente, la chaviza más pequeña vive y estudia en Naucalpan; pero la mayor reside y estudia entre Naucalpan, Tlalnepantla y otros municipios.

Con respecto a la frecuencia de asistencia a Plaza Satélite, los chavos y chavas más jóvenes lo hacen todos los fines de semana; por el contrario, la visita de los más grandes es más espaciada y ocurre de vez en cuando.

Un patrón de adscripción territorial que parece ser característico en estos jóvenes es la preferencia por estar casi de manera exclusiva en este centro comercial, pese a que en el área existen otras alter-

nativas como Perinorte, Valle Dorado, Plaza Atizapán, Plaza Arboledas, Multiplaza, por mencionar algunas.

Estos jóvenes parecen haber establecido una relación de “fidelidad” con Plaza, pues 81 por ciento de las chavas y 63 por ciento de los varones asisten a Satélite desde “hace cuatro años y hasta 10 años o más”. En los chavos, el porcentaje de los que asisten “desde hace tres años” llega hasta 38 por ciento en los más chicos, y a 31 por ciento en los otros, todo lo cual nos permite advertir una historia construida entre estos sujetos y Plaza Satélite; tanto por la continuidad en la asistencia como por la visita reciente (hace tres años), pero persistente. Así, es posible señalar que para estos chavos “llegar y estar en Plaza” ha tenido un lugar significativo, en todos esos años, en sus actividades de entretenimiento y distracción de fin de semana.

Toda esta información nos permite concluir que esta chaviza ha congregado y congrega su vida en esa área metropolitana a la que además percibe como si fuera el Distrito Federal, al nacer, crecer, estudiar, trabajar y localizar sus lugares de recreación y consumo en ese mismo espacio. Al estar incluida en sus rutas cotidianas, Plaza Satélite, se constituye para ellos en un lugar de construcción de un estilo de vida clasemediero<sup>17</sup> del que se sienten partícipes y a través del cual se vinculan a la sociedad mayor, el México moderno. Plaza podría ser para estos jóvenes uno de los *territorios* donde van introyectando una idea de quiénes son, quiénes han sido y cuáles son sus posibilidades objetivas. Plaza es, en ese sentido, un escenario social para la construcción simbólica de su pertenencia a la metrópoli contemporánea.

<sup>17</sup>Estilo de vida, propone Dolores Molina, 1997, pp. 107-108, es “un principio generador de prácticas espontáneas clasificadoras y clasificadas, es decir, es un principio de clasificación de las prácticas propias y de las de los demás”; los estilos son enclasados y enclasantes a la vez, obteniendo su valor de un sistema de oposiciones y correlaciones. Citando a Stuart, Molina acota “la posición de la clase media se ha vuelto algo fundado puramente en la capacidad para comprar, construir y presentar un *yo social* visible”.

## CONCLUSIONES

LA MAYORÍA de los estudios en México que han abordado a las culturas juveniles han hecho énfasis en aquellos segmentos espectaculares, cuyo mejor ejemplo son los *chavos banda* y los *cholos* en la década de los ochenta y los *rockeros* a principios de los años noventa. Por un lado, es notoria la falta de estudios sobre los jóvenes clasemedieros y, por otro, la temática de sus espacios de socialidad está todavía desierta. Una manera de empezar a llenar este vacío fue realizar una indagación sobre la relación jóvenes y centros comerciales en Plaza Satélite.

Plaza Satélite es para estos jóvenes uno de los escenarios sociales y simbólicos donde construyen su pertenencia a prácticas culturales clasemedieras y se vinculan, de alguna manera, a la metrópoli contemporánea. Para esta *chaviza*, sin embargo, la metrópoli es el área norte de la ciudad en tanto ahí concentra desde su nacimiento sus actividades de estudio, trabajo y ocio. Para ella, entonces, Plaza es uno de los *territorios lúdicos* donde va introyectando una idea de quién es, quién ha sido y cuáles son sus posibilidades objetivas.

Asimismo, la socialidad, entendida como forma lúdica de la socialización, nos permitió reparar en cómo estos jóvenes construyen estrategias (modos de relacionarse, arreglarse, saludarse, platicar) y disponen de objetos de mediación para interactuar y comunicarse entre sí.

El cine y el “vitriñar” escaparates (y, si se puede, comprar) son actividades compartidas por ambos sexos y ocupan un lugar sustantivo en la socialidad de ellos y ellas. Observamos también cómo los *chavos* utilizan un repertorio de objetos de mediación como alimentos, refrescos, ropa (de marca y “hechiza”), discos y otros adornos para reconocerse y satisfacer su necesidad de relacionarse. Así, al empatizar por mediación de un tercero, comparten la experiencia subjetiva, crean comunidad afectiva y elaboran un *nosotros* en términos generacionales, genéricos, sociales y culturales.

Si bien reconocemos que el ocio de nuestros observados ha sido y es organizado por las industrias del consumo a través de la inducción de necesidades y la creación de modas, también es un hecho evidente que los jóvenes no consumen en los centros comerciales el mismo tipo de mercancías u objetos que los adultos. Ellos acuden a estos ámbitos a delimitar *territorios* en el sentido fuerte, emocional, del término, en donde en compañía de los amigos(as), el ambiente bullicioso, la música y el gesto pueden disfrutar de una cierta autonomía de conductas en contraste con la autoridad adulta dominante en otras esferas de su vida (familia, escuela, trabajo). En ese sentido, y como Feixa ha observado en las culturas juveniles en Cataluña, no podemos menospreciar las funciones positivas de sociabilidad que estos lugares cumplen en la cotidianidad de nuestros sujetos de estudio, pues allí es donde ellos y ellas pueden encontrar maneras de construir su identidad.

Otro de los hallazgos de este estudio es que a diferencia de la forma agregativa juvenil banda (que en la generalidad toman como territorios espacios públicos como las calles de sus barrios), estas tribus clasemedieras ocupan espacios semipúblicos –como Plaza Satélite– delimitando en su interior *territorios* más episódicos, fugaces, pero íntimos, a los que *marcan* con su uso durante días y horarios establecidos. Como diría Maffesoli, este tipo de agregación de carácter presentista requiere de la inscripción espacial que provea al grupo de una memoria colectiva para reconfortar y reforzar afectivamente a sus miembros.

En ese sentido y conforme a lo observado, los territorios juveniles de Plaza podrían estar conformando parte de los itinerarios mentales compuestos por lugares de consumo y de recreo, públicos y semipúblicos mediante los cuales estos clasemedieros jóvenes que habitan el norte de la ciudad, experimentan la interacción cotidiana con otros chavos y se estructuran como grupos contemporáneos.

En suma, concluimos que los y las jóvenes utilizan este centro comercial como lugar de encuentro afectivo, emocional y simbó-

lico con los que son *iguales a ellos* para autoafirmarse espejeándose y crear sus grupos o tribus de interacción generacional, genérica y de clase. En tal sentido, Plaza Satélite es uno de los *lugares* de interpelación cultural juvenil clasemediera urbana.

## BIBLIOGRAFÍA

- CORNEJO, Inés (2000), "Los centros comerciales como territorios juveniles urbanos", *La juventud en la ciudad de México, Políticas programas, retos y perspectivas*, Gobierno del Distrito Federal, Secretaría de Desarrollo Social, Dirección de Programas para la juventud, México, D.F.
- FEIXA, Carles (1998), *El reloj de arena. Culturas juveniles en México*, Causa Joven-CIEJ, México.
- GARCÍA CANCLINI, Néstor (1993), *El consumo cultural en México*, Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, México.
- MAFFESOLI, Michel (1990), *El tiempo de las tribus*, Ikaria, Barcelona.
- MOLINA ROSALES, Dolores (1997), *Marcas del consumo en la ciudad de México. Puesta en escena del consumo cultural en el Distrito Federal*, tesis de maestría en Antropología Social, ENAH.
- RAMÍREZ KURI, Patricia (1993), *Transformaciones espaciales y modernización urbana. La ciudad de México y los macroproyectos comerciales: Centro Comercial Coyoacán*, tesis de maestría en Estudios Regionales, Instituto Doctor José Ma. Luis Mora.
- (1995), "Entorno, consumo y representaciones urbanas en la ciudad de México", *Ciudades*, núm. 27, RNIU.
- REGILLO, Rosana (1991), *En la calle otra vez. Las bandas: identidad urbana y usos de la comunicación*, ITESO, Guadalajara.
- URTEAGA CASTRO-POZO, Maritza (1990), "Rock, violencia y organización", *Topodrilo*, núm. 14, UAM, noviembre-diciembre, pp. 67-69.
- (1993), "Identidad y jóvenes urbanos", *Estudios Sociológicos*, núm. 32, vol. XI, Colmex, mayo-agosto, pp. 555-568.
- , *Por los territorios del rock. Identidades juveniles y rock mexicano*, Causa Joven-CIEJ/CNCA, México.
- (1999), "Rock mexicano: el sonido del silencio", en J.M. Valenzuela, y G. González (coords.), *Oye como va. Recuento del*

- rock tijuanaense*, CNCA-CECUT, Instituto Mexicano de la Juventud, pp. 35-59.
- e Inés Cornejo, “La privatización afectiva de los espacios comerciales por las y los jóvenes”, *Ciudades*, núm. 27, RNIU, 1995.
- VALENZUELA, José Manuel (1988), *¡A la brava ese!*, Colegio de la Frontera Norte, Tijuana.
- (1995), “Niños, jóvenes y culturas populares”, *Cuaderno Mesa de la Cultura Popular Mexicana*, núm. 19, CNCA/Dirección General de Culturas Populares, México, pp. 9-21.





INÉS CORNEJO PORTUGAL\*

*Plaza Universidad: ¿“estar”  
en un centro comercial es una manera  
de “hacer” ciudad?\*\*\**

*Hace como veinte años que venimos. Aquí pasamos la tarde.  
Desde que llegamos nos divertimos mucho, primero con los juegos  
que hace el payaso (en la explanada), podemos ver los autos  
(en exhibición de Autofin), compramos un helado  
y como a las ocho de la noche nos retiramos”  
Ingeniero, 40 años.*

INTRODUCCIÓN

¿“ESTAR” en un centro comercial es una manera de habitar y vivir la ciudad? ¿La diversidad de prácticas culturales y de apropiación territorial que las personas llevan a cabo en un centro comercial lo trastoca de lugar de intercambio mercantil a lugar afectivo? ¿La asistencia persistente a una plaza comercial puede desplegar el sentido de pertenencia? ¿Se perciben diferencias en el “estar” del joven o del viejo, de la mujer o del hombre y del obrero o del profesionalista?

En el presente trabajo se trata de dar respuesta a estas y otras interrogantes con la intención de revelar y analizar algunas de

\*Profesora-investigadora de tiempo completo. Departamento de Comunicación, Universidad Iberoamericana, México D.F. Fax 52 67 42 40. E-mail: ines.cornejo@uia.mx

\*\*Este trabajo forma parte de una investigación mayor que se ha desarrollado desde noviembre de 1999 con el apoyo del Fondo Nacional para la Cultura y las Artes (Fonca), Programa de Fomento a Proyectos y Coinversiones Culturales, así como por el Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (Conacyt) y la Universidad Iberoamericana (UIA).

NOTA: Agradezco a Kristian Espinal, Ana Elena Pola, Yancidara Dávila, Tania Pérez y Arturo Sánchez, estudiantes de la licenciatura en comunicación de la Universidad Iberoamericana, su entusiasta y rigurosa colaboración para la elaboración de los datos empíricos cuantitativos. Asimismo, mi gratitud para la licenciada Elizabeth Bellon, investigadora adjunta de esta propuesta de trabajo, su ayuda siempre reveladora y aguda contribuyó para responder gran parte de nuestras interrogantes iniciales. No debo dejar de mencionar al contador Armando Moedano, quien nos permitió realizar sin la menor dificultad el trabajo de campo en el Centro Comercial Plaza Universidad.

las prácticas culturales de apropiación simbólica de las diferentes personas que concurren a Plaza Universidad, más allá de la lógica mercantil propia de la misma.

Si bien en anteriores proyecciones se ha observado el sentido que los jóvenes otorgan al centro comercial (Urteaga y Cornejo: 1995, 1996), para efectos de este escrito se indaga cómo una diversidad de personas pertenecientes a distintos grupos sociales, géneros, generaciones y ocupaciones transforman Plaza Universidad en un espacio simbólico al nombrarlo, recorrerlo, marcarlo como ámbito de coincidencia y de reconocimiento entre lo suyo y lo otro. Al hacerlo crean, recrean y construyen microcolectividades desde sus prácticas culturales aprendidas en sus universos simbólicos de origen. Al ser trastocado como lugar de interacciones significativas, Plaza Universidad se modifica de lugar de intercambio mercantil a afectivo constituyéndose entonces como una forma urbana, colectiva e individual de vivir e imaginar la ciudad.

En 1969 se inaugura en la ciudad de México Plaza Universidad como el primer centro comercial en su género, el cual modifica sustancialmente el diseño y la concepción tradicional de los espacios destinados para la exposición, venta y consumo de artículos y productos. Dos años más tarde se instala Plaza Satélite (1971) bajo el mismo concepto. Ambas propuestas comerciales son expresión tanto de la ampliación de los sectores medios emergentes de una sociedad que se moderniza, como de la incorporación de formas y estilos de consumo estadounidenses en la vida urbana de las clases medias de la ciudad de México.

Estos dos primeros centros surgen asociados con la idea de plaza pública, pero con funciones netamente comerciales.<sup>1</sup> Si bien se establecen en espacios totalmente privatizados, destinan una parte importante de su superficie para uso colectivo, de circulación de los

<sup>1</sup> Los macrocentros comerciales que aparecen en la década de los ochenta, modifican sustancialmente esta propuesta; en ellos, se sugiere más bien un concepto de carácter interior, privado e internacional. Entre los macrocentros más importantes tenemos Perisur (1981); Lomas Plaza (1988); Centro Coyoacán (1989); Pabellón Polanco (1990); Interlomas (1992); Perinorte (1992); Galerías Insurgentes (1993); Centro Comercial Santa Fe (1993); Moliere Dos 22 (1997); Plaza Cuicuilco (1997) y MundoE (1998). Para profundizar en este aspecto véase Ramírez Kuri, 1993 y 1995.

consumidores recreando, por medio de amplios corredores, la idea de vía pública. Existen además grandes áreas destinadas para el estacionamiento.<sup>2</sup>

Bajo el modelo estadounidense, Plaza Universidad fue proyectada por la tienda de departamentos Sears Roebuck. Plaza Satélite siguió el mismo diseño incluyendo dos tiendas de departamentos: Liverpool y Sears. Ambas plazas, orientadas para el consumo de los sectores medios, contaban con jardineras al interior de las instalaciones, cafeterías, estéticas, restaurantes, amplios pasillos y salas de cine, asociando así las actividades de consumo material con las de recreación y esparcimiento.

#### PUNTOS DE PARTIDA

ESTA PROPUESTA de investigación se inició hace cinco años con estudios exploratorios en Plaza Universidad y Plaza Satélite, cuyos resultados ya fueron presentados.<sup>3</sup> No obstante, ahora se entrega un ejercicio analítico de mayor profundidad donde se retoman tanto las reflexiones teóricas de los primeros acercamientos como el uso de diversas herramientas metodológicas que permiten cercar de una mejor manera este objeto de estudio.

#### *Muestra por cuotas*

Para realizar la presente indagación se diseñó una muestra por cuotas. En total se aplicaron 101 cuestionarios, 52 a varones y 49 a mujeres. El rango de edad fue organizado en cinco segmentos: a) 16 a 20, b) 21 a 30, c) 31 a 40, d) 41 a 50 y e) 51 a más años.

En cuanto al estado civil de los entrevistados tenemos que 50 de los mismos están casados, 40 son solteros, seis son viudos, cuatro divorciados y un caso en unión libre.

<sup>2</sup> *Idem.*

<sup>3</sup> Maritza Urteaga e Inés Cornejo, *Ciudades*, núm. 27, Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Iztapalapa, 1996, pp. 24-27, e Inés Cornejo, *Los centros comerciales como territorios juveniles urbanos*, Gobierno del Distrito Federal, Secretaría de Desarrollo Social, México, D.F., 2000, pp. 127-133.

Asimismo, las ocupaciones que señalaron son: 65 trabajan (43 por ciento son empleados, 37 por ciento profesionistas, 14 por ciento comerciante y otros 6 por ciento), 14 se dedican a labores domésticas, 13 estudian, cinco estudian y trabajan, y cuatro de los encuestados no mencionaron realizar actividad alguna.

Con referencia al nivel de la escolaridad el comportamiento de la muestra es: 34 entrevistados cursaron la licenciatura, 14 manifestaron haber abandonado sus estudios de licenciatura, la preparatoria fue concluida por 13 personas, mientras que siete la dejaron incompleta, 12 mencionaron haber estudiado la secundaria, nueve estudios técnicos, seis primaria, cuatro posgrado completo y dos incompleto. No existen diferencias significativas en cuanto al nivel de escolaridad alcanzado por hombres y mujeres.

### *Observación*

También se aplicó la observación selectiva no participante<sup>4</sup> con el objeto de: *a)* dar cuenta de las características espaciales de Plaza, *b)* ubicar a los diversos asistentes y los lugares de reunión, *c)* construir las rutas de las personas en su desplazamiento por el centro comercial, *d)* identificar y explorar las pautas de socialidad que establecen, y *e)* indagar sobre la apropiación del espacio.

Así, las conjeturas que guían nuestra indagación son:

- a)* Los centros comerciales podrían formar parte del entorno cotidiano de consumo no sólo mercantil sino simbólico o cultural de los grupos de la clase media, esto es, de los posibles itinerarios y lugares en los que las personas pueden interactuar relajadamente con sus pares y conformar agregaciones de carácter efímero, composición cambiante, inscripción local, y sin más propósito que el de reunirse sin objeto ni proyecto específicos.
- b)* Los centros comerciales podrían estar constituyéndose en espacios privilegiados de interacción entre diversos grupos/

<sup>4</sup>La observación selectiva no participante se realizó las dos últimas semanas (viernes, sábado y domingo 14:00 a 21:00 horas en promedio) del mes de noviembre de 1998.

tribus de los sectores medios, pero también de diferenciación social entre ellos y otras tribus.

En las líneas que siguen se profundizará en aquellos supuestos teóricos que consideramos pertinentes para llevar a cabo nuestra aproximación. De acuerdo con Maffesoli, señalamos que “en vez de querer, de una manera ilusoria, aprehender firmemente un objeto, explicarlo y agotarlo, es mejor contentarse con describir sus contornos, sus movimientos, sus vacilaciones, sus logros y sus diversos sobresaltos”.<sup>5</sup>

#### DE LOS SUPUESTOS TEÓRICOS

LOS DESPLAZAMIENTOS teóricos marcados por los estudios más recientes que abordan la relación cultura-ciudad<sup>6</sup> destacan la importancia de la dimensión empática y afectiva vivida en común, el aspecto cohesivo del compartir sentimental tanto de lugares como de valores por parte de las llamadas “tribus” o “comunidades interpretativas de consumidores”, así como la necesidad de los “otros” y lo “otro” en la construcción del espacio simbólico. Dichos desplazamientos nos permiten considerar que la reflexión sobre la apropiación del espacio público por parte de las personas asistentes a Plaza, el “vitrineo” y la socialidad como expresión lúdica y cotidiana de la socialización, son ideas fuertes que iluminan la información empírica obtenida a través de herramientas metodológicas cualitativas como la observación y las entrevistas semiestructuradas.

#### *Entre lo público y lo privado*

¿Es Plaza Universidad sólo un lugar público, o bien se trata de un espacio privado? ¿Se mixtura lo público y lo privado al “estar” en plaza?

<sup>5</sup>Michel Maffesoli, *El tiempo de las tribus*, Icaria. Barcelona, 1988, p. 28.

<sup>6</sup>Entre ellos, cabe mencionar los trabajos de autores como M. Maffesoli (1988; N. García Canclini), 1992; Armando Silva, 1990 y Valera y Pol, 1996.

Si bien para Maffesoli es claro el tránsito de lo privado a lo público respecto de la vivencia de ciertos lugares por parte de las personas que integran una "tribu", para otros autores el deslinde parece menos evidente y los enlaces entre lo público y lo privado se multiplican. Para algunos, se oscila entre la apropiación colectiva y el interés privado de ciertos lugares (Giglia, 1995: 22); para otros, resulta imprescindible construir nociones intermedias tales como las de "semipúblico" y "semiprivado" (García Canclini, 1996: 9; Ramírez, 1995: 48); otros más aseguran, siguiendo el dualismo "político-público" y "económico-privado" que una plaza comercial es sin duda un espacio privado (Monnet, 1996: 11).

Desde nuestra perspectiva, el centro comercial forma parte de la cultura de masas y como cualquier fenómeno de esa naturaleza puede definirse en un doble aspecto: el de carácter mercantil (lugar de venta y compra de productos donde prevalece el valor de cambio) y el de universo cultural (espacio donde predomina el valor simbólico) (Urteaga, 1995). Asimismo, retomamos la idea de que el comercio es un vínculo social entre lo público y lo privado que, por un lado, asegura la presencia de lo privado en el espacio público (privatización) y, por otro, la de lo público en el espacio privado (publicización) (Monnet, 1996: 12).

De acuerdo con investigaciones precedentes (Urteaga y Cornejo: 1995, 1996), sabemos que los jóvenes se han apropiado históricamente de los espacios públicos de la ciudad para construir su precaria identidad social. Para ello, transforman espacios públicos o semipúblicos (como los centros comerciales) en privados, a través de compartir modas, signos, música, normas y valores dentro de sus relaciones de amistad, tejiendo así redes horizontales de solidaridad e interacción, y creando un ambiente "cálido" o "familiar".

En consecuencia, consideramos de forma operativa, que el centro comercial es un espacio de carácter público/mercantil que puede ser transformado en privado/simbólico. Basándonos en el concepto de "frecuentación",<sup>7</sup> asumimos que las personas lo transforman, de

<sup>7</sup>Para Monnet, "frecuentación" es una forma de apropiación que da un carácter privado o público al espacio, independiente de su estatuto jurídico. Monnet, 1996, p. 11.

manera espontánea, siempre en relación con los demás, en espacio simbólico.

En este sentido es probable que el centro comercial sea trastocado, por decirlo así, de “lugar anónimo” a “territorio”, pero, a partir de las prácticas culturales y de apropiación de las propias personas/consumidores, siempre en relación con lo “otro” y junto a los “otros”. Así, “estar” en el centro comercial no sólo sugiere el libre tránsito por determinado lugar público, sino que más bien apunta hacia la construcción del mismo y de la persona, no se trata del espacio simbólico como lugar “dado” sino como territorio “construido”.

Efectivamente, es a través de la territorialización, de la apropiación simbólica de determinadas parcelas de la ciudad, la cual se concreta en la privatización afectiva de ciertos lugares públicos durante tiempos específicos, que las personas reconocen e interactúan con sus “pares” y con los demás y, de manera hipotética, configuran “comunidades emocionales”, “tribus” o “microcolectividades”.

### *“Vitrineo” o consumo visual*

El consumo no es algo privado, atomizado o pasivo, sino eminentemente social, correlativo y activo. Al consumir se piensa, se elige y se reelabora el sentido social. Cuando seleccionamos los bienes y nos apropiamos de ellos, definimos lo que consideramos públicamente valioso, las maneras en que nos integramos y nos distinguimos de la sociedad, en que combinamos lo pragmático y lo disfrutable (García Canclini, 1995).

En principio conjeturamos que el centro comercial es un lugar público que las personas/consumidores trastocan en espacio simbólico, construyen su pertenencia a un “estilo de vida”, y se vinculan, de alguna manera, a la metrópoli contemporánea.

El análisis detallado del consumo cultural, particularmente concebido como “vitrineo”<sup>8</sup> –“consumo simbólico, visual no mate-

<sup>8</sup>Medina caracteriza a la vitrina como un “teatro de objetos”, “set de película”, “concepción del encuadre-marco”, “significante de demarcación”, “frontera de dos realidades”, “mediador”, poseedora de “códigos estéticos y contenidos simbólicos”, que presenta los “ciclos del mercado, estaciones o festividades”, etcétera. Medina, 1997, pp. 120 y ss. Molina,



rial, que se da al mirar aparadores, recorrer las calles, ver qué se encuentra" (Molina, 1997: 24)–, que realizan las personas/consumidores, nos permitirá avanzar en la comprensión de aquellos objetos/productos mediadores en las diversas interacciones que suceden al interior del centro comercial. Plaza Universidad podría ser un espacio privilegiado de interacción y comunicación entre diversos grupos/tribus, pero también de diferenciación entre ellos y los consumidores que asisten y circulan en otros espacios comerciales de la ciudad.

### *La socialidad*

La socialidad, entendida como forma lúdica de la socialización, nos permite reparar en cómo estas personas/consumidores construyen estrategias (modos de relacionarse, arreglarse, saludarse, platicar, vagar, circular) y disponen de objetos/productos de mediación para interactuar y comunicarse entre sí.

Este tipo de agregación de carácter "presentista" –"aquí y ahora" en términos de Maffesoli (1988, 58)–, requiere de la inscripción espacial que provea al grupo de una memoria colectiva para reconfortar y reforzar afectivamente a sus miembros. A manera de hipótesis señalamos que las personas utilizan Plaza Universidad como lugar de encuentro afectivo, emocional y simbólico con los que son igual a ellos para autoafirmarse y diferenciarse "espejeándose" y crear micro-colectividades de interacción generacional, genérica o de clase.

## "ESTAR" EN PLAZA UNIVERSIDAD

LAS DISTINTAS personas/consumidores construyen su "estar" en Plaza Universidad de acuerdo con los itinerarios y lugares a los

---

además de exponer algunas características de la vitrina ("con temporalidad pero efímeras", "pantallas donde el receptor busca el reflejo de su propia imagen", "elemento mediador, entre otras), añade que "vitriñar" es un acto solitario, pero a la vez compartido. Molina, 1997, p. 109. Urteaga y Cornejo, 1996, señalan que si bien el "vitrineo" no es la única práctica cultural y de apropiación que ocurre al interior del centro comercial, se erige como una de las más importantes de acuerdo con los resultados obtenidos en investigaciones anteriores.

que concurren cotidiana o intermitentemente. Son las prácticas culturales de los actores —el vitrineo, las maneras de andar, el aire de intimidad o familiaridad que despliegan, la apropiación de determinadas parcelas al interior de Plaza—, las que conceden significados a la interacción que las personas desarrollan de manera más o menos habitual en el centro comercial. A continuación se presentan los hallazgos elaborados a partir de la observación realizada de manera no participante en el centro comercial.

### *De afuera hacia adentro*

El centro comercial Plaza Universidad se levanta en medio del bullicio automovilístico de las avenidas Universidad, Parroquia, México-Coyoacán y Eje 8 Popocatépetl. En los paradores de transporte público bandadas de jóvenes, familias, parejas, ancianos y uno que otro solitario arriban al lugar por cada uno de sus accesos. Varios de ellos descienden, ataviados como en día de fiesta, de microbuses, taxis o trolebuses, caminan desde la estación del metro Zapata y, los menos, ingresan al estacionamiento a bordo de automóviles cuyos modelos hace mucho tiempo fueron nuevos.

Hace 29 años que Plaza Universidad fue abierta al público y su fisonomía la delata. Desde afuera, esta plaza no se alza ante los transeúntes con la misma monumentalidad y opulencia mostrada por centros comerciales inaugurados en épocas recientes. Cuenta con un solo nivel, sus paredes no son muy elevadas; por el contrario, son amarillentas y lisas como si reservaran la totalidad del espectáculo hacia su interior. Modestos arreglos luminosos que simulan estrellas o nochebuenas adornan en Navidad su cara más visible. El resto del panorama exterior son corredores grises, bancos fríos, locales de maquinitas con entrada independiente o pórticos de las tiendas más grandes utilizados para vender productos.

Las “tribus urbanas” parecen desdeñar los espacios al aire libre, abandonan incluso la explanada que se ubica en una de las entradas a la plaza, y optan por las entrañas cálidas, festivas y sumamente concurridas del centro comercial. Afuera el paisaje resulta inhóspi-

to, violento tal vez, adentro aguarda un territorio anónimo por conquistar.

### *Ejes viales al interior de Plaza*

Se observan hasta tres ejes de circulación trazados por los consumidores de Plaza Universidad. Ellos y ellas van construyendo de manera colectiva e individual los senderos por donde circulan. Es posible que las parejas sigan las rutas oficiales o edifiquen caminos alternativos en busca de intimidad. Si bien todos los caminos conducen al comedero, los distintos consumidores de Plaza constantemente están marcando nuevas travesías y recorridos que pueden combinar, recrear o discrepar con las rutas a continuación anotadas.

La primera ruta se construye desde la salida de Sanborns hacia el espacio de comida rápida o comedero, atravesando por donde están ubicados los automóviles en exhibición de Autofin México y Lob, local comercial que muestra ropa juvenil y moderna, hasta la entrada del cine Multimax El Dorado 70 Plus. Al lado izquierdo de Sanborns se encuentran las escaleras eléctricas que conducen a una de las entradas del estacionamiento. El lugar cercano a las escaleras es muy poco utilizado por los transeúntes, por momentos da la sensación de que esas gradas no llevan a ningún sitio. En este mismo punto se ubica Slim Center, que ofrece diagnósticos gratuitos para quienes buscan perder algunos kilos de más.

La segunda ruta aparece trazada desde Avenida Universidad entrando por Banamex hacia Plaza. Se circula observando aparadores de pequeños comercios (Tesoro Oriental, Veerkhamp, Cristal Joyas, Guvier –diamantes 3037–, Arte y material –papelería–, Mix up), al final de los mismos se encuentra una de las tiendas de departamentos más visitadas: Sears. Esta ruta conduce a una explanada, de regular tamaño, rodeada por zapaterías como La Idea Verde, Dorothy Gaynor, Michel Domit, La Milagresa. En dicha explanada a veces se instala, los fines de semana, un pequeño stand de la emisora Digital 99, que cuenta con chicas y chicos jóvenes de apariencia “fresa”, vestidos con entallados pantalones de licra o

elastano negro y blusas blancas ajustadas que dejan ver el ombligo y sus aeróbicos cuerpos, organizan juegos y diversiones a cambio de premios para los visitantes como una forma de promover publicidad para la emisora. Hacen cuentos que podríamos llamar “interactivos” donde los diferentes miembros del público participan como diversos personajes: reinas, reyes, príncipes encantados son representados. El lado izquierdo de esta especie de rotonda nos conduce al comedero. Al lado derecho se encuentran cinco salas de proyección en Multicinemas Organización Ramírez, donde ofrecen películas como “Hormiguitas”, “Ojos de Serpiente”, “Vampiros”.

La tercera ruta que lleva naturalmente a Plaza se recorre desde la calle Parroquia. Este camino atraviesa Casa Martí a la derecha y Hotdisc a la izquierda; de ahí se pasa sin mayores preámbulos al comedero. Caminando hacia la avenida Cuauhtémoc se puede arribar a restaurantes como El Portón, Vip’s, San Remo o también entrar al local de rebajas de Suburbia o llegar directamente a dicha tienda de departamentos.

### *La atmósfera*

De día, el centro comercial resulta luminoso. De noche, la luz natural desaparece para ceder la encomienda a escasas lámparas de luz de neón blanca. Los colores amarillo, morado y rojo que iluminan tanto las paredes del centro como la mayor parte del mobiliario no alcanzan a darle vida a tal espacio. Pese a ello, las personas que permanecen ahí, absortos en su ritual, no se percatan del cambio de luz y prosiguen sus actividades.

La decoración nos recuerda que estamos en época navideña. Un árbol de Navidad de unos cinco metros de altura marca con exactitud el centro “simbólico” de Plaza que, a partir de ese sitio, se extiende en varias direcciones merced de sus corredores amplios. Piñatas color plata penden desde los techos y versos de las “posadas” se leen en los muros interiores. “Echen confites y canelones pa’ los muchachos que son muy tragones”, reza una frase en el área de comida rápida.

Unas cuantas jardineras, casi invisibles entre el caudaloso torrente de personas que transitan por ahí, marcan con dificultad los límites del área de comida rápida. El murmullo de los paseantes repercute en las paredes y su extraña acústica parece multiplicar la de por sí generosa voz de la muchedumbre. Un horizonte de pequeñas mesas acomodadas en la espaciosa estancia destinada al *fast food* parecen invitar a la conversación a los numerosos comensales.

La música ambiental es intermitente y, cuando hay, se distingue con dificultad. Debido a su bajo volumen resulta casi imperceptible: ya se escuchan las cuerdas de un violín, ya se escucha alguna balada, ya música moderna. Prevalece la música que mana de los stands colmando con danzones o boleros algún pasillo, los timbres y chirridos de las máquinas hacedoras de galletas y pasteles, los aullidos de las chavitas al ver pasar a algún galán o los lloriqueos de los niños que jalen de los vestidos a sus madres.

Aromas de café, sudor y comida se mezclan en la zona de comida rápida (en especial el típico olor a papas a la francesa, pizzas y hamburguesas). De repente, una alarma colocada en un vértice cualquiera estalla. Su estruendosa sirena se ha activado por error coartando el embeleso de los paseantes. Ellos aceleran el paso y huyen despavoridos con las manos sobre sus orejas. Luego de unos instantes, alguien desactiva la alarma y el efecto narcótico retorna.

Se nota cierto cuidado en la limpieza de Plaza, constantemente aparecen empleados con carritos del aseo que recogen y barren los pasadizos del centro. Por el contrario, la zona de comida rápida está descuidada, son las mismas personas quienes recogen los desperdicios de anteriores comensales cuando se sientan a saborear algún platillo.

### *Mirar a los que nos miran*

Los jóvenes –colectivo que parece preocuparse de manera notable por su “presentación/atuendo”– circulan de arriba a abajo explorando cada uno de los rincones del centro haciendo funcionar

su atuendo a manera de “pedrada”; se trata de atraer, a toda costa, la atención de los que son igual a ellos.

Chavas con sudaderas amarradas a la cintura, jeans de campana, donas en las muñecas y bolsitas de canguro en la espalda; muchachos con los cabellos teñidos de amarillo casi blanco, pantalones holgados sostenidos levemente por las caderas, anteojos con vidrios color violeta y las manos colgando de los bolsillos del pantalón; colectivo de jóvenes con cachuchas, zapatos de plataforma casi lunar, pants y andar idénticos junto a un amigo ataviado, extrañamente, con saco y pantalón de vestir; una pareja de chavitos tomados de la mano, ella con tatuaje en el tobillo y escapulario en el pecho, él con melena hasta los hombros y mocasines calzando los pies.

En suma, mezclas e hibridaciones difíciles de clasificar. En este mismo espacio deambulan sin mayor preámbulo punks, rockeros, pachucos, nacos, skatos, formales y alguno que otro fresa extraviado.

Por el contrario, los adultos masculino y femenino –salvo en el caso de las parejas– no muestran tanto interés por su aspecto exterior. Los padres y madres que acuden al centro en compañía de sus hijos o los burócratas y ejecutivos de base de empresas aledañas (oficinistas, médicos) visten ropa casual, nada ostentosa, austera, cómoda, deportiva o de trabajo. Muchos lucen atuendos que muestran algunos meses de uso.

Algunos de los ancianos que acuden al centro comercial lo hacen engalanados como para “paseo dominguero”: elegantes, bien peinados y planchados; las damas maquilladas, los caballeros de chaleco y zapato boleado. Además, hay uno que otro mendigo que recorre con disimulo el centro comercial para rescatar restos de comida o vender dulces.

### *Indicios de consumo material*

Casi nadie lleva bolsas plásticas, señal infalible de alguna compra. Quienes las cargan lo hacen orgullosos, como si se tratase de un tesoro. Dada la oferta del centro comercial, la ropa, el calzado, los jeans y los discos compactos son los productos que circulan predominantemente.

Algunos caminantes se pasean sin pena ni gloria con libros bajo el brazo titulados *Infinitud humana*, *El consentido de Dios*, *Gimnasia cerebral* y *Nunca más*. Pocos los leen. Algunos más recorren el centro con una revista de publicidad, la misma, obsequiada en un stand unos metros atrás. Otros pasean con bolsas de tiendas ajenas al centro comercial, algunas rotas y viejas (Comercial Mexicana, Zara), que bien podrían evidenciar otras rutas de los consumidores, simple azar o la puesta en escena de quien no sólo desea participar del consumo simbólico sino también del material.

### *Relación dependientes-consumidores*

A diferencia de otros centros comerciales, aquí sí hay descuentos, ofertas y promociones, aun en tiendas de prestigio (Domit). Liquidaciones y facilidades de crédito se anuncian por doquier (Suburbia). La relación de los dependientes con los posibles consumidores es cordial, de igual a igual, no sólo por la horizontalidad del trato sino porque son personas que bien podrían intercambiar su papel.

Una damisela entra a un tienda de ropa para jóvenes (Benetton). Se prueba un sombrero y pregunta su precio. Cuesta 155 pesos. “Está bonito y no está tan caro, luego regreso por él”, dice ella. La vendedora, de atuendo similar, le susurra al oído: “Llévatelo de una vez, no he vendido nada hoy”. “Es que ahorita no traigo dinero, mañana vengo por él”, la compradora responde. “Mañana no estoy yo”, insiste la vendedora. “Bueno, el domingo”, responde la compradora. “El domingo tampoco”, dice la vendedora. “Bueno, al rato regreso”, la compradora se aleja un tanto sorprendida.

Otra actitud que prevalece entre dependientes y consumidores es la ignorancia de los primeros frente a los segundos. Es probable que, a sabiendas del ritual de sólo “vitriñar” ejercido de manera constante por los consumidores, no es hasta que éstos requieren de alguna información cuando los vendedores acuden en su auxilio.

Quienes en ocasiones practican un disimulado acoso a los compradores sospechosos, según su criterio, son los guardias de seguridad vestidos de civil que permanecen dentro de las tiendas.

### *Seguridad privada*

Respecto de los agentes de seguridad privados que se apostan en distintos vértices del centro comercial, parece que en lo cotidiano sus acciones se concretan a: a) prohibir el uso de cámaras fotográficas dentro de Plaza —escena recurrente junto al árbol de Navidad en donde algunas familias o parejas tratan de conservar un recuerdo de la visita—, y b) pedir que se retiren a los niños que se encuentran jugando en los alrededores de la escalera eléctrica que conduce al estacionamiento o a los adultos que, a falta de lugares disponibles, se sientan a descansar en esa zona estorbando el acceso. También espantan a las parejas apostadas en los barandales de la entrada al centro comercial boicoteando sus rituales amorosos de cada fin de semana.

### *“Vitriñar” no cuesta nada*

¿Qué quieres *ver* corazón, zapatos?, pregunta una señora a su pequeño vástago. “No, quiero ir a los juegos”, responde el niño. Al parecer, las vitrinas más apeladas son aquellas que, según la edad, ofrecen al transeúnte un espectáculo gratuito para admirar: desde la precisión del dibujo que traza la aguja de una máquina de coser sobre la visera de una gorra, los destellos de los anillos de diamantes de alguna joyería, las miniaturas de imitación en una tienda que se presenta como oriental, hasta la estética unisex que descubre a las víctimas de los estilistas en pleno trance.



En Plaza prevalecen las vitrinas translúcidas, aquellas que a un mismo tiempo ofertan los productos y descubren el interior de las tiendas. Como ya se dijo, a diferencia de lo que ocurre en otros centros comerciales o en algunas tiendas de departamentos, en la mayoría de los locales de este centro pueden observarse los productos acompañados de su respectiva etiqueta marcando el precio (salvo excepciones como Domit o Julio).

También es notable la diferencia que existe en la presentación de los aparadores de las tiendas departamentales que pertenecen a alguna cadena y la aparente "adecuación" que se realiza en este centro comercial. Pese a que pertenecen a la misma cadena, el estilo de decoración varía. En Sears, por ejemplo, se emplean materiales modestos además de colocarse objetos apiñados en el suelo, rasgos que prevalecen en aparadores ubicados en colonias populares; en Sanborns se venden perfumes y las portadas de los discos de música comercial (Límite, DiBlassio, Platón o Ellas bailan solas) con sencillos adornos en papel de china; en la mayoría de las zapaterías abunda la vegetación plástica. Algunos aparadores, los menos, cambian de piel de un día a otro (Benetton, Shasa).

Frente a los aparadores los diálogos entre los consumidores aluden a las cualidades o defectos de los productos, siempre en relación con las preferencias de quien habla. "Mira que baratito", "no es como tú lo querías", "en la otra tienda está mejor, pero aquí es más barato", "está bonito", "ésa es la marca que te gusta" o "está de moda", son frases muy frecuentes.

#### AL INTERIOR DE PLAZA: PRÁCTICAS DE APROPIACIÓN E INTERACCIÓN

TANTO JÓVENES como ancianos se apropian del territorio del centro comercial a través de prácticas diversas. Aun al interior del centro se advierte la demarcación de un espacio "propio", sea por parte de las tiendas, de los restaurantes o de las personas. Ante la imposibilidad de un consumo material debido a la escasez de recursos económicos, la imaginación se convierte en una salida válida para el despliegue del consumo simbólico.

Al parecer, las relaciones que se dan entre quienes asisten a Plaza Universidad (hay algunos personajes que se ven a diario, por ejemplo, madres e hijos o algunos pordioseros) son constantes siempre y cuando exista una “saludable” distancia. En principio, el contacto es sólo visual siempre y cuando el tránsito o la movilidad estén de por medio; es decir, pasar de lado y mirarse. Pero, si el encuentro es cara a cara, las miradas se vuelven esquivas, oblicuas, sesgadas y, si son recurrentes, pueden ser asumidas como agresión. En este sentido, la distancia física entre los paseantes también es evidencia del abismo social y simbólico que existe entre ellos.

A continuación se presentan algunas escenas que nos aportan elementos para la reflexión respecto de las coincidencias y diferencias en la apropiación simbólica del centro comercial, sea en el caso de niños, jóvenes, adultos o ancianos, pertenecientes a distintos segmentos poblacionales.

### *La tribu urbana*

Toda la tarde y parte de la noche familias enteras, parejas o grupos de adolescentes la pasan en el centro comercial. Aunque no lo parezca, múltiples actividades se “ofrecen” o ellos mismos se “inventan” a cambio de placer, simple entretenimiento o diversión. Como se mencionó, cada segmento de la población parece inclinarse hacia el ejercicio de prácticas específicas según la edad –no se percibieron diferencias fundamentales en cuanto a género o “clase social” pues la mayoría son de clase media–, sin embargo, hay algunos “estares” y “haceres” en los que la tribu que asiste a Plaza Universidad coincide.

No es aventurado inferir el propósito de la visita al centro comercial por la velocidad a la que transitan los transeúntes. Mientras que algunos deambulan a paso lento, sin dirección fija, durante horas por todos los posibles recovecos del centro comercial, otros, generalmente solos, arriban de prisa al centro, se aproximan en línea recta hasta el local de su interés y, con la misma prisa, se retiran; los unos de paseo, los otros de compras.

Quienes van de paseo discuten, dada la decoración navideña, sobre el significado de las piñatas y los siete pecados capitales, se pesan en las básculas que se encuentran en los pasillos o al interior de algunas tiendas (Sanborns), disfrutan de un helado en familia –placer oral al que pocos se resisten–, juegan contemplando su reflejo en el techo, algunos consuman el día de campo (llevar y comer su “itacate” en familia en el espacio reservado al *fast food*), leen revistas en Sanborns y, si hay suerte, entran al cine, comen una hamburguesa o asisten a la estética.

Los puntos de encuentro de los asistentes al interior de Plaza son el comedero, las estéticas, el local de helados Nutrisa, Mix up, y para aquellos que desean satisfacer las ganas de adquirir algún producto, son generalmente las tiendas departamentales Suburbia y Sears las más socorridas.

Hace dos años que abrió la estética Imagen. Aparentemente es exitosa porque según comentan los clientes, los estilistas son buenos y además ofrece precios accesibles (60 pesos el corte de cabello para dama, 45 para caballero y la manicure 50 pesos). Es un local muy concurrido y hasta hay gente que llega desde Satélite, dice una de las estilistas.

Algunas de las señoras con hijas jóvenes van como a “dar la vuelta”, compran un helado, devoran palomitas de maíz y, como paseando, con zapatos muy cómodos –tipo chanclas–, dan y dan la vuelta en un constante ir y venir.

Se observan parejas de jóvenes que alargando el contenido de los vasos de jugo de naranja Jusy pasan la tarde en el comedero; no es tan barato adquirirlos el vaso más chico vale 10 pesos y el grande 14.

Llega una pareja joven a la estética Imagen, menores de 40 años, ella es atendida primero mientras el esposo se queda con el niño esperando en la banca que hay frente a la estética. Después entra él. Cuando la estilista empieza a hacer su trabajo, él con un gesto, desde el interior del local, trata de encontrar la mirada de su esposa para saber hasta dónde debe recortarse el cabello.

La chava mira con ojos sorprendidos y por el alto precio, le dice al galán: “cobran 45 pesos por el corte de pelo, mejor lo dejamos para otro día”.

Al caer la noche, un cúmulo de personas se agolpan frente a otro televisor colocado a la mitad de un pasillo. Las aventuras del famoso Bart Simpson han comenzado. Sin resquemor, niños, jóvenes y adultos coinciden ante la pantalla. El episodio de la serie transcurre como de costumbre. Durante la publicidad intercambian palabras escuetas con familiares o amigos, y miradas amables con los desconocidos. Todos ríen juntos a carcajadas. Así, concluye la media hora de la caricatura “Los Simpson”. Diversión y compañía gratis. Como por arte de magia, el grupo se disuelve en todas direcciones al escuchar la rúbrica melódica que anuncia el final del capítulo de hoy. En un santiamén, los vínculos efímeros desaparecen.

### *La chaviza*

Los jóvenes recorren el centro comercial en grupos, la mayoría ostentando un cigarro entre los labios. Visitan las tiendas de discos para escuchar sin ningún costo los éxitos más recientes, se sumergen en los locales de “maquinitas” que, dependiendo de la destreza del jugador, conceden horas de diversión por sólo dos pesos la ficha. Los minutos al interior de estos “centros de diversión” reconocidos como exclusivos de los jóvenes, transcurren aderezados con las estridencias musicales heavymetaleras de las rocolas que se alojan en su interior y que, por igual, cuentan con los hitazos de Maná, Shakira o Fey, hasta Lenny Kravitz, Gun´s and Roses y Metallica. También suelen estacionarse por momentos frente a algún monitor de televisión.

En uno de los corredores de Plaza, un monitor de televisión parte del *stand* de una empresa de cable (Sky) muestra sin cesar su programación. Algunos jóvenes se detienen frente a él a la caza de impresiones fugaces, pero intensas. Videos de grupos

de moda (The Corrs), imágenes de damiselas con aires de sílfide, vestidos oscuros, piel translúcia y cavidades oculares delineadas en negro, desfilan en la pantalla. Ellos escuchan pacientemente las melodías y, en ocasiones, intercambian guiños cómplices.

En su itinerario no falta la lectura de la suerte a través de las líneas de la mano escaneadas por una computadora, tampoco los juegos fortuitos al teléfono (acordar citas, provocar la risa de los demás, burlarse de los adultos), los gritos a la mitad de Plaza y la consecuente incomodidad por parte de los adultos, el “flirteo” con otros grupos de jóvenes o la escala en el cine. También es posible encontrar algunos que se reúnen en el centro para hacer trabajos escolares.

Una pareja de chavitos entrelaza de una extraña manera las piernas aprovechando que las sillas de las mesas del comedero están fijamente ubicadas una frente a la otra. Ella no para de besarlo y abrazarlo, dulcemente apoya su cabeza en el hombro de su pareja.

### *¡Qué bonita familia!*

Las apropiaciones de los espacios del centro comercial por las familias son múltiples, desde mirar al Santa Clos que ríe en un aparador, saborear un helado juntos, acompañar a los hijos a los juegos, ver el *show* de algún payaso, discutir frente a los aparadores, celebrar el cumpleaños de algún amigo (Helen's), etcétera. Sin embargo, la escasez de recursos económicos parece ser una mediación importante que determina el itinerario.

Una familia compuesta por una madre y sus dos hijos se detienen frente a uno de los establecimientos más concurridos de comida rápida (La Campana, con su especialidad “Pa’quete llenos”). Los hijos, hambrientos, reclaman con mesura a la madre la toma de una decisión, hacen sutiles sugerencias:

“La torta de jamón se ve buena”... “los baguettes de allá a lado son de quince centímetros...”. Mientras, la madre hace operaciones aritméticas en su calculadora al tiempo que se mesa los cabellos. Suma el costo de tres lonches y tres refrescos. Los hijos miran por encima de su hombro y aguardan expectantes el gran total. El resultado son 54 pesos. La madre llena sus pulmones de aire en señal de alivio. “¿Mamá, alcanza para un helado?”, pregunta la hija. “Espérate, déjame ir a ver”, responde la madre un tanto molesta y emprende la marcha, en compañía de su calculadora, dirigiéndose a la tienda de helados. Los hijos, de nuevo, esperan. La madre regresa y les da la respuesta: “Sí”. Con rostros alegres, la familia devora sus respectivos alimentos sentados en el comedero, chupándose los dedos y celebrando en voz alta su sublime sabor.

Si no se puede comprar, al menos se vale imaginar. Mientras un padre de familia espera sentado en una de las jardineras principales de Plaza, dos de sus hijos “vitrinean”:

El padre aguarda sentado. El hijo mayor, casi un adolescente, y el hermano menor emprenden viajes rápidos a distintos aparadores del centro comercial para después regresar al punto de partida, siempre seguro. El padre espera. Los hijos regresan una y otra vez. En uno de los retornos, el hijo mayor exclama exaltado: “Ya fuimos a *ver* las camisas jefe, están chidísimas, además, la que me gustó ¡es de dos vistas!, ¡es como comprar dos playeras!”. El padre escucha en silencio el relato de su hijo. Sólo especulaciones, sólo imaginar. “¿Qué quieres hacer ahora jefe, vamos a ver el Chevrolet que está allá?, ¡está bien chido!”, dice el hijo sin perder el entusiasmo. “Vamos al cine”, el padre responde con voz cansada.

Los adultos parecen asistir con algún afán de diversión y entretenimiento al centro comercial. Las parejas se instalan muy a gusto en los rincones más “apartados” de Plaza, algunos hombres acechan

a las tías que acompañan a sus sobrinos engalanadas con vestidos de pronunciados escotes, otros se reúnen en el bar de Sanborns y, los menos, permanecen solos.

Un viernes al atardecer, un señor como de cuarenta años con apariencia de oficinista (luce un traje gris *look* Suburbia), está sentado en una de las mesas de la zona de comida rápida frente a una botella de agua embotellada Santa María. Sólo observa y cada cierto tiempo bebe de la botella. Así pasa la tarde. Después de transcurridas casi tres horas bebe el último sorbo de agua y con sumo cuidado tapa la botella ya vacía, la deposita en el basurero, se levanta y se va.

Otra de las maneras en las que las personas se apropian del centro comercial es celebrando estruendosas fiestas infantiles dentro de algún restaurante, en especial Helen's. Aunque dicho establecimiento integra Plaza, sus fronteras de cristal marcan con claridad los límites de aquel territorio.

A unos pasos del Eje 8 Popocatépetl, del incesante tránsito de automóviles, de la entrada y salida de camiones que depositan su carga en las bodegas del centro comercial y del *smog*, una multitud de niños y adultos festejan el cumpleaños de uno de ellos. Algunos niños comen pastel, ensalada y gelatina sentados en mesas largas. Otros saltan, se enredan y resbalan entre los aros, redes y resbaladillas de unos juegos infantiles ubicados dentro de los muros del restaurante. "Ven a celebrar tu cumpleaños, escoje (*sic*) el paquete que más te guste y Helen's te organiza tu fiesta", se lee en una manta colocada en las paredes exteriores del establecimiento. "Quiero ir a los juegos", exclama un niño que, de puntillas, se da cuenta de la diversión que impera tras los cristales que lo separan del interior del restaurante. "No, éstos son juegos para los que están allá adentro", aclara el padre.

Algunas parejas de ancianos parecen acudir al centro comercial sólo de paseo (cine, *fast food* ) o para cubrir alguna necesidad concreta como las compras o la visita a la estética. También se advierten abuelos y abuelas que se unen a la aventura de la familia nuclear por Plaza, o bien, colectivos de ancianos que entran juntos a ver una película.

Una familia integrada por el padre, la madre, dos jóvenes y una niña pequeña además de la abuela, deambulan por el comedero. Dada la cantidad de miembros de esta familia, les resulta difícil encontrar un lugar vacío en donde puedan sentarse juntos. Por fin lo encuentran. “Quieren un café”, pregunta la madre. Los adultos y jóvenes responden afirmativamente. La abuela está en silencio. Apenas recupera el aire luego del prolongado recorrido por los pasillos del centro comercial. “Andale, mamá, tómate un cafecito, fúmate tu cigarrito, con calma”. La abuela asiente con un ligero movimiento de cabeza. Entonces, la madre va a comprar los cafés mientras los demás esperan. Luego de unos instantes, regresa con los vasos en las manos. “¿Está riquísimo el café, verdad?”, exclama la madre en voz alta. Todos asienten con rostros felices. La abuela enmudece. “¿Verdad que está riquísimo el café, mamá?”, inquiera la madre. De nuevo, la abuela asiente con un ligero movimiento de cabeza. Un grupo de ancianos, tres mujeres y un hombre, hacen fila afuera del cine para comprar sus entradas. Una de las ancianas ha tomado la palabra y comparte con sus camaradas algunos de sus recuerdos de su padre muerto. “No, mi papá no era cariñoso, era muy amable mi papá, muy amable, era una dama mi papá, me acariciaba, me besaba...” Sus amigos la escuchan con atención.



## OTRAS INTERACCIONES DENTRO DE PLAZA: ¿DISCREPANCIAS?

### *Entrar o no entrar, ése es el dilema*

En la observación, un elemento que parece reiterarse es la dificultad que representa para algunos consumidores, en un primer momento, el ingreso a las tiendas. Sabiéndose imposibilitados para concretar un consumo material mediante la compra de algún producto, trátase de ropa, calzado o artículos deportivos, estos paseantes se debaten entre entrar o no a un establecimiento. Quizás, movimiento pendular entre resignarse a mirar los escaparates desde afuera, o bien, en acceder a un territorio distinto en el que el tacto y la cercanía con los objetos de deseo se hacen posibles, pero también la inevitable interacción con los vendedores.

Una madre con bolsa del mandado en mano y mandil a la cintura dialoga con su rollizo vástago en el pasillo exterior a una tienda de deportes (Martí): “Vamos a entrar!”, grita él entusiasmado. “¿A qué?”, responde ella con desgano. “¡A ver!”, aclara el muchacho con los ojos bien abiertos.

En otro recoveco, frente al escaparate luminoso de una tienda de ropa para dama (Julio) en donde se exhiben elegantes trajes de noche, blusas asedadas o suéteres de canutillo, una pareja forcejea ante la mirada atónita de espectadores que permanecen sentados afuera de la tienda. Él jala de la blusa a su pareja obligándola a entrar. Ella se rehusa arrastrándose con todas sus fuerzas en sentido contrario. Aunque ha leído el cartel que avisa la condonación del cobro de intereses a quienes paguen con una tarjeta de crédito (Banamex), ella prefiere no entrar. Luego de unos minutos, él por fin la “convence”. Recorren juntos la tienda para salir casi de inmediato.

Sentadas en una banca a unos metros de distancia del umbral de una tienda de ropa para jóvenes (Lob), una madre y su hija adolescente se entretienen escudriñando a través de los cristales los recorridos de las escasas, pero afortunadas compradoras –mu-

chachas entre los 25 y 30 años con poder adquisitivo o empleo, o adolescentes acompañadas de sus madres— que se pasean entre los percheros y las vestimentas de colores brillantes. “¡Mira!, la muchacha se compró el traje”, exclama la madre entre suspiros. Luego de unos instantes, la compradora sale de la tienda, muy erguida, con su trofeo del brazo. Ambas la siguen con la mirada, la recorren de pies a cabeza y acechan la bolsa plástica intentando descubrir su contenido.

Al parecer, el ingreso a determinados locales comerciales también está mediado por la pertenencia de la persona a cierto grupo de edad. Aunque no existen pautas oficiales que delimiten lugares privados para jóvenes o adultos, los propios consumidores optan por no acceder a algunos establecimientos.

Una familia se encuentra comiendo sus alimentos a las puertas de unas “maquinitas” ubicadas al lado de McDonalds. Mientras que los padres consumen sus hamburguesas, los hijos se adentran a los juegos. “¿Papá, quieres jugar?”, pregunta uno de los menores. “No, ese lugar es para niños —dice el padre—, además, ya les compramos una «cajita feliz» a ti y a tu hermano. Ya no alcanza para más.” Los hermanos entran al centro de diversiones. “Cuánto te quieres gastar”, pregunta el mayor. “Pues todo”, responde el menor. Adentro, algunos letreros colgados de las paredes recuerdan: “Este juego es para menores de ocho años, evite llamarle la atención”, “Diviértete sanamente, di no a las drogas” o “Ninguna persona menor de doce años será permitido que entre a este centro de diversión en horas de clase”.

### *Pugna por el “espacio propio”*

Son la mayoría quienes asisten al centro comercial acompañados de familiares, pareja o amigos. Por tanto, miradas recelosas se pueden percibir ante la presencia de los solitarios. Sabemos que una práctica recurrente para cualquier segmento consiste en sentarse a comer

y conversar en la estancia de *fast food*. Debido a la numerosa concurrencia que acude al centro para tomar sus alimentos –principalmente los fines de semana al mediodía–, muchas veces se percibe cierta pugna por el espacio y su privatización.

Como ya se anticipó, puede surgir alguna incomodidad entre los departientes si se ven obligados a compartir su territorio con desconocidos. La inevitable proximidad con los “otros” se resuelve, en la mayoría de los casos, buscando y cambiándose a un lugar vacío, o bien, dando la espalda.

En una jardinera circular situada en la estancia de comida rápida sólo quedan dos lugares vacíos. Resignados, una pareja de amigos se aproximan a paso lento. “Me voy a sentar aquí”, dice uno de ellos en voz alta, como para que lo escuchen. Unos cuantos centímetros los separan de una madre que da biberón a su hijo, los lloriqueos del bebé, las quejas del padre y la carriola. Ellos toman asiento y revisan el menú en una marquesina. De reojo, se miran cómplices. El caballero, que se encuentra codo a codo con la madre, resuelve el complicado asunto girando con discreción sobre su asiento hasta darles la espalda. Entonces, su propio cuerpo se transforma en muralla que, al parecer, delimita el territorio frente al extraño y, por fin, permite el encuentro y la charla con el amigo.

#### CONSTANTES Y SIGNIFICADOS DEL “ESTAR” EN EL CENTRO COMERCIAL

##### *Frecuentación*

De acuerdo con nuestra pesquisa a nivel cuantitativo,<sup>9</sup> poco más de la mitad de los entrevistados asisten frecuentemente a Plaza Universidad (53 por ciento), es decir, al menos una vez por semana entre semana o en fin de semana, y también sobresale el porcentaje de los que concurren cada quince días (24 por ciento). Tanto los hombres

<sup>9</sup>Como ya se mencionó, en total se aplicaron 101 cuestionarios, 52 hombres y 49 mujeres.

como las mujeres visitan el centro comercial con la misma persistencia.

La mayoría de los ciudadanos que “toman” los pasillos de Plaza, suelen hacerlo de dos a cuatro horas al día (71 por ciento), este periodo de permanencia más frecuente parece determinar los alcances de la interacción en el centro comercial; quizás, dicha interacción tiende a imprimir algunas “marcas” a este territorio.

Contrario a lo esperado, tanto hombres como mujeres coinciden en el lapso de permanencia al interior de Plaza. Si bien conjeturamos que este espacio urbano sería apropiado en mayor medida por las mujeres, las cifras revelan un comportamiento similar en ambos sexos.

Más de la mitad de los entrevistados que visitan este centro comercial confesaron hacerlo de manera cotidiana desde hace 10 a 25 años (54 por ciento), seguidos de cerca por aquellos que lo frecuentan desde hace uno a nueve años (43 por ciento). Quienes asisten al centro comercial desde hace menos de un año representan la menor parte de los entrevistados (3 por ciento).

En consecuencia, sobresale que un porcentaje importante de los visitantes a Plaza poseen una historia construida día con día, a través de los años, dentro de las fronteras de este espacio urbano. Su persistente asistencia a este centro comercial, sean hombres o mujeres, jóvenes o adultos, parece transformarlo de lugar anónimo a territorio conquistado, apropiado, íntimo.

### *Rutas y traslados: casa, trabajo y diversión*

Los asistentes a Plaza radican, principalmente, en las delegaciones Benito Juárez (26 por ciento), Iztapalapa (20 por ciento), Álvaro Obregón (13 por ciento) e Iztacalco (10 por ciento). La mayoría respondió que “desde siempre” habían vivido en esa zona (75 por ciento).

No ha habido gran movilidad por parte de los asistentes a Plaza, ya que aquellos que cambiaron de domicilio lo hicieron dentro de los límites de la delegación Benito Juárez; es decir, un tercio de la

muestra vivió en la misma delegación donde se ubica el centro comercial. Tampoco se encontraron migraciones sobresalientes desde la provincia del país, la mayor parte de los entrevistados nació en el Distrito Federal (69 por ciento).

A diferencia de lo observado, poco más de la mitad de los asistentes a Plaza dijeron arribar al centro comercial en automóvil propio (52 por ciento); la otra mitad confesó llegar en colectivo (21 por ciento), metro (12 por ciento) o a pie (12 por ciento).

Desde las delegaciones Iztapalapa, Álvaro Obregón, Iztacalco, Coyoacán o Cuauhtémoc, existen varias líneas de transporte público, en especial “el metro”, que permiten a los asistentes a Plaza trasladarse con facilidad. Por ejemplo, la línea A, la ocho, la tres, la siete, la uno, la nueve o la dos. Todas ellas coinciden en el eje que marca la línea tres que va de Universidad a Indios Verdes, y como destino final, después de algunos trasbordos, llegan a la estación Zapata.

Aunque para trabajar y estudiar los asistentes a Plaza acostumbran desplazarse a otras delegaciones, cuando se trata de diversión tienden a permanecer en su territorio de origen.

En síntesis, casi un tercio de los asistentes a Plaza radica en la misma delegación en donde se ubica el centro comercial, es decir, se desplazan dentro de la Benito Juárez. Sin embargo, también viajan desde el sureste de la ciudad (Iztapalapa), del suroeste (Álvaro Obregón), del este (Iztacalco), del sur (Coyoacán) y del centro (Cuauhtémoc).

Aunque la vecindad geográfica parece ser un elemento importante que suscita la asistencia al centro comercial –no así respecto de los lugares de estudio y trabajo–, resulta extraño el caso de Iztapalapa e Iztacalco, delegaciones no tan próximas. Quizás, los entrevistados no encuentran ofertas de esparcimiento en aquellos lares, o bien, el desplazamiento que conlleva asistir a Plaza se convierte en una aventura hacia las afueras de su propia “colina”, cruzar la ciudad se vuelve parte del divertimento.

Plaza Universidad cuenta con casi tres décadas de historia, los vecinos de este centro comercial parecen haber crecido junto con

él. Pese a que sólo la tercera parte de los entrevistados habita en la Benito Juárez, el resto muestra igualmente una relación afectiva con Plaza dada su trayectoria como el primer centro comercial inaugurado en el Distrito Federal. Su identidad como defensores y como “consumidores” está, de alguna manera, vinculada con su asistencia cotidiana, permanente, persistente al centro comercial.

Otros lugares públicos frecuentados por los asistentes a Plaza son, curiosamente, centros comerciales (17 por ciento); además de salas de cine (16 por ciento), restaurantes (9 por ciento), Coyoacán (8 por ciento) o el centro de la ciudad (7 por ciento), entre otros.

Cabe resaltar que no se reportó una asistencia importante a espacios urbanos de consumo de “alta cultura”, por ejemplo, museos (5 por ciento), conciertos (2 por ciento), librerías (2 por ciento) o teatros (1 por ciento). No se registraron diferencias relevantes en el comportamiento masculino y femenino en este sentido.

#### *Otros centros comerciales: exploraciones, desplazamientos y más rutas al interior de la ciudad*

Las otras estaciones de la travesía por la ciudad de quienes asisten a Plaza Universidad y acostumbran visitar otros centros comerciales son: Plaza Coyoacán (22 por ciento), Galerías Insurgentes (16 por ciento) y Perisur (10 por ciento).

Esta tendencia se reitera en hombres y mujeres. Sin embargo, Plaza Loreto y Plaza Satélite (4 por ciento cada uno) aparecen en tercero y cuarto lugar según la preferencia masculina, mientras que las mujeres dijeron no asistir a otro centro comercial o, en todo caso, visitar Perisur. Tal vez, para el segmento masculino resulta importante mencionar Loreto y Satélite como forma de “presentación” ante los demás.

Si bien ésta es la ruta que recorren la mayor parte de los entrevistados, la información destaca que los jóvenes menores de 21 años mencionan en primer lugar a Galerías Coapa –tal vez por su “tianguis”, más accesible en lo económico–, que implica una aventura hacia territorios más lejanos.

Un porcentaje mínimo de la muestra incluyó a Pabellón Polanco como parte de su ruta (3 por ciento), mientras que ninguno de los entrevistados recordó a Centro Santa Fe. Este comportamiento indica una cierta "autoexclusión", no sólo debido a la distancia geográfica sino como una posible respuesta a las marcas que imponen, de manera aparentemente sutil, los distintos segmentos sociales. Aunque los asistentes a Plaza saben de la existencia de Loreto y Santa Fe, rechazan la aventura cotidiana que los obligaría a traspasar las fronteras simbólicas de esos centros.

Al respecto, más de la mitad de los entrevistados dijeron "conocer" el centro comercial Santa Fe, así como Plaza Loreto. Los entrevistados opinan que ambos centros comerciales se distinguen por:

- Espacio físico: "bonito", "moderno", "lujoso", "grande", "estacionamiento", "seguridad" (34 por ciento).
- Precios: "precios altos", "calidad" (20 por ciento).
- Gente: "de clase", "gente elitista", "gente de otro ambiente", "mujeres bellas", "gente más sofisticada" (18 por ciento).
- Lejanía geográfica: "distancia", "está lejos" (11 por ciento).

Así, la distancia geográfica no constituye el único elemento que determina la asistencia al centro comercial. Aunque Loreto y Santa Fe aparecen como lugares familiares en el imaginario de los entrevistados, no se reportan como espacios que integren cotidianamente su ruta a través de la ciudad. Por su parte, cabe resaltar que algunas frases parecen evocar exclusiones, límites y diferencias frente a otros grupos sociales.

En general, las características físicas del espacio, las personas, los precios elevados y la proximidad geográfica son los aspectos que distinguen a Loreto y Santa Fe. Pese a que la muestra masculina y femenina insisten en cada una de las anteriores menciones, la opinión de los hombres está determinada por la gente, mientras que para las mujeres las características físicas del espacio.

Cabría preguntarse si dichas opiniones, alejadas del consumo material pero vinculadas con la socialidad, confirman nuestro

supuesto respecto de las prácticas simbólicas de apropiación dentro de Plaza; en suma, ¿por qué los asistentes al centro comercial habrían de preocuparse por los precios si no acuden a ese lugar con la intención de realizar alguna compra?

*Consumo: de los billetes al “vitrineo”*

Los motivos principales por los que los entrevistados asisten a Plaza Universidad son:

- Prácticas tradicionales: “por las cafeterías” o “para comer” (29 por ciento), para comprar (19 por ciento) o “para ir al cine” (13 por ciento).
- Socialidad: para “vitrinear” o “ver tiendas” (21 por ciento), “para conocer chavos, amigos”, “para encontrarse o convivir” (11 por ciento); además de “para entretenerse” o “por las maquinitas”.

Al parecer, las prácticas tradicionales de consumo material como la compra de alimentos, de productos o la asistencia al cine, superan en conjunto a aquellas prácticas simbólicas de apropiación del espacio; pero, existen claros matices.

Casi la totalidad de los entrevistados manifestaron comprar algo siempre que acudían a Plaza (80 por ciento). La ropa (46 por ciento) y la comida (31 por ciento) son los artículos que más consumen. También señalaron los discos (7 por ciento), los zapatos (5 por ciento) y otros productos tales como chucherías, juguetes, lentes, libros, *souvenirs*, perfumes o lociones.<sup>10</sup>

Si bien la mayoría de los entrevistados asegura adquirir algún producto –ropa– cuando visita el centro comercial, se destaca que la mayor parte de ellos lo hacen en tiendas departamentales como

<sup>10</sup>Resulta interesante que dos entrevistados mencionaron las tiendas Liverpool y Zara, que no existen en la oferta comercial de Plaza Universidad.



Sears (20 por ciento) o Suburbia (14 por ciento), las cuales promocionan de manera insistente la opción de compra a crédito.

Que los asistentes a Plaza se valgan de la opción de crédito de las tiendas departamentales para adquirir su vestuario, y que los establecimientos de comida sean mencionados de manera recurrente, son dos características que permiten matizar el consumo material por parte de los entrevistados.<sup>11</sup>

En cuanto a los motivos que refirieron para comprar algún producto, las afirmaciones que se vinculan con el consumo material tales como el precio, la calidad o la necesidad, aventajan ligeramente a respuestas como el gusto o la moda, que aluden más a un consumo simbólico.

Deportes Martí (21 por ciento) y Sears (17 por ciento) son los aparadores que más llamaron la atención a los visitantes a Plaza. Aunque tanto la preferencia masculina como la femenina se inclina hacia las dos primeras menciones, a los hombres les llamó más la atención el aparador de Martí, mientras que la vitrina de Sears fue la que cautivó en mayor medida la atención de las mujeres.<sup>12</sup>

Pese a que existe dispersión entre las menciones de los asistentes a Plaza respecto de sus hábitos de compra en establecimientos específicos, se percibe cierta distancia entre, por un lado, las tiendas en donde compran y, por otro, los aparadores que les gusta contemplar.

Por ejemplo, Martí es la primera opción del aparador que les llamó más la atención, sin embargo, éste ni siquiera aparece entre los establecimientos en donde ellos suelen hacer sus compras. Este comportamiento muestra una práctica específica de "vitrineo".

Al parecer, el espacio de Plaza es apropiado no sólo a partir de formas tradicionales de consumo como ir al cine, de compras o

<sup>11</sup> Cabe recordar que el levantamiento de la información se realizó a finales del mes de noviembre, es decir, cuando los trabajadores reciben sus salarios, además de que se trataba de fechas prenavideñas.

<sup>12</sup> Durante los días en que se realizó la observación, el aparador central de Sears albergaba un muñeco eléctrico vestido de Santa Clos, el cual saludaba a los niños repetitivamente por medio de una grabación sonora. En tanto, en la entrada principal de Deportes Martí una modelo, ataviada con un *top* y unos breves *shorts* de liera, probaba una escaladora a la vista de todos.

a comer; por el contrario, la libre circulación de las personas dentro de las fronteras afectivas del centro comercial, el “estar” es ejercido de manera persistente y diversa.

En este sentido, la asistencia a Plaza no implica el ingreso a una sala cinematográfica. Sólo un tercio de los entrevistados acostumbra ir al cine cuando visita este centro comercial (34 por ciento). De las dos salas con las que cuenta, la preferida es Multicinemmas Organización Ramírez (64 por ciento) ya que un porcentaje menor asiste al Multimax Dorado 70 Plus (7 por ciento) y el resto se refiere a ambos.

Cabe acotar que ninguno de los otros centros comerciales frecuentados por los asistentes a Plaza —es decir, Plaza Coyoacán, Galerías Insurgentes y Perisur— cuenta con salas de cine. En consecuencia, la asistencia al centro comercial no parece estar determinada por la oferta cinematográfica.

### *Socialidad: formas lúdicas del “estar”*

La persistente asistencia a Plaza es una práctica que se realiza fundamentalmente en compañía de la familia (52 por ciento), sobre todo en el caso de los adultos mayores de 31 años, quizás “cabezas de familia”. Para los jóvenes mayores de 21 años los amigos (9 por ciento) y la pareja (7 por ciento) son la compañía idónea para “pasar el tiempo” en el centro comercial (15 por ciento). Los amigos son los compañeros más frecuentes de los menores de 21 (6 por ciento). Este último dato reitera los hallazgos de anteriores prospecciones donde se encontró que la compañía familiar es la menos requerida por los jóvenes (Urteaga y Cornejo, 1996).

Se constata que la visita al centro comercial ocurre preferentemente en compañía de los “otros”, sea la familia, los amigos o la pareja. Sin embargo, también se observa que otra manera de apropiarse de este espacio es en solitario. Aunque en casi todos los segmentos de edad existen personas que acuden solos a Plaza, se destaca que los menores de 21 años son quienes menos acostumbran esta práctica (1 por ciento).

Para quienes asisten solos al centro comercial son más trascendentes los aspectos de socialidad que los de consumo material: “para echar relajo”, “para pasear”, “a ver tiendas”.

Observamos que la adquisición de bienes materiales representa un porcentaje mínimo de respuestas (10 por ciento), el resto se refiere al compartir un “tercer objeto”, el cual puede ser una película, un helado o el “vitrianeo”, mediación que suscita la interacción familiar.

Cuando se va en pareja casi no se realizan compras (2 por ciento), tampoco se asiste al cine (3 por ciento), ni a comer (2 por ciento). Los entrevistados prefieren esta compañía ya que “van a divertirse”, “a pasear”, “a convivir”, “a ver tiendas”, “estar con gente”, “estar con la pareja”, o a “ver muchachas” (9 por ciento).

Sabemos que tanto la dimensión material como la simbólica coinciden en cualquier “objeto” de consumo, sin embargo, cuando se interroga a los entrevistados respecto de su finalidad al visitar Plaza, el consumo material prevalece de manera clara frente al simbólico; pero, cuando se les inquiere respecto del participar de dicha experiencia con su familia, pareja o amigos, la respuesta es a la inversa. Para quienes van solos de manera persistente al centro comercial, la socialidad y lo simbólico prevalecen.

### *Sentirse acompañado en el centro comercial*

Casi la mitad de los entrevistados se sienten acompañados por la gente desconocida que asiste al centro comercial, son los jóvenes de 21 a 30 años quienes dijeron no sentirse cerca de estas personas (20 por ciento). La anterior afirmación se relaciona con la prácticas de apropiación que estos jóvenes realizan junto a sus “pares” –pareja o amigos–; por ello, la gente que los rodea –adultos– les resulta indiferente.

Las mujeres se sienten más acompañadas en el centro comercial (28 por ciento) que los hombres (21 por ciento). Tal vez, las fronteras de este espacio, las cuales podrían implicar cierta seguridad para

los paseantes, son valoradas en mayor medida por la población femenina.

En general, aquellos que respondieron sentirse acompañados al interior de Plaza aluden a la gente (69 por ciento). Pese a que desconocen al resto de los consumidores, los perciben como “cercaños”, “iguales” o “del mismo nivel”. Por otra parte, mencionan de manera precisa el aspecto de la seguridad (11 por ciento).

Los hombres que se sienten acompañados en el centro comercial indicaron “que hay mucha gente” y “se convive con la gente” (50 por ciento). Las mujeres, además de reiterar lo anterior (48 por ciento), hablan de la “amabilidad” (15 por ciento) y la “seguridad” (15 por ciento). Es probable que estos datos nos estén mostrando cómo para la mujer resulta más sencillo apropiarse de un lugar anónimo en el cual, de una u otra manera, se sienten protegidas y seguras.

### *Seguridad: las murallas afectivas del centro comercial*

Un mínimo porcentaje de los entrevistados manifestó sentirse inseguro dentro del centro comercial (2 por ciento). Cabe resaltar que el total de los entrevistados que expresaron inseguridad al interior de Plaza son mujeres. La mayor parte de los hombres respondió sentirse muy seguro en este espacio (81 por ciento).

Para todos los entrevistados —excepto para los ancianos—, la alternativa del estacionamiento les provee de confianza. Para los hombres el aspecto de la seguridad radica tanto en no haber visto ni oído de algún incidente violento (26 por ciento) como contar con vigilancia profesional (29 por ciento); en cambio, para las mujeres la vigilancia no proporciona tanta seguridad (11 por ciento), más bien aquello que las hace sentir tranquilas es que no se han reportado acontecimientos desagradables (48 por ciento).

Las razones por las cuales los entrevistados se sienten más o menos seguros son la “inseguridad en la ciudad” (32 por ciento), así como la “desconfianza en la gente” (21 por ciento), “ha oído o visto algún incidente desagradable” (18 por ciento), además de que

“cualquiera puede entrar al centro comercial” (18 por ciento). A quienes más preocupa la inseguridad en la ciudad es a las mujeres, ya que casi la tercera parte de ellas atribuyó a este factor su falta de seguridad total dentro del centro.

*Diferencias: identificación, distinción  
y límites al interior del centro comercial*

Sólo dos casos, un hombre y una mujer menores de 30 años, dijeron sentirse a disgusto en el centro comercial porque “hay mucha gente”, “es horrible” y “hay gente de todo” (2 por ciento); por el contrario, la mayoría comentó sentirse muy a gusto (70 por ciento).

Las razones por las que disfrutan “estar” en el centro comercial se refieren a:

- Características físicas: “bonito”, “cómodo”, “tranquilo” (22 por ciento).
- Socialidad: “ofrece muchas opciones”, “viene con sus amigos”, “hay mucho movimiento”, “por el ambiente”, “porque se distrae”, “salir de la rutina” (60 por ciento).
- Consumo mercantil: “de compras” (3 por ciento).

Como se advierte, un mínimo porcentaje de la muestra asoció sentirse “a gusto” en el centro comercial con la compra de algún producto. Hombres y mujeres coincidieron en las anteriores afirmaciones.

Los hombres y mujeres valoran en mayor medida que la gente que los rodea sea de características similares a las propias: “es gente igual que yo”, “se puede convivir”, “tienen los mismos gustos” (55 por ciento), mientras que las personas sean indiferentes se menciona en segundo término (23 por ciento).

Más de la mitad de los entrevistados dijeron recibir buen trato de los dependientes de los establecimientos o un trato normal. Ninguno se sintió agredido o desatendido por parte de los vendedores; por el contrario, aseguraron que “son atentos, amables”, “les

gusta vender” o “no acosan”. Además, los hombres destacan que el buen trato “es su trabajo u obligación”.

Asimismo, casi la mitad de los entrevistados respondió que ningún establecimiento presenta fronteras que limiten su acceso (43 por ciento). El local mencionado con más frecuencia fue el de las “maquinitas”, pues algunos adultos mayores de 30 años (9 por ciento) indicaron que nunca ingresarían a él. Otras tiendas fueron Slim Center, Helen’s, joyería Gruvier, Interlingua, Bandolino, Hot disc, peluquería infantil o salas de cine.

Las razones que argumentaron para no entrar a dichos locales fueron: “no consumir el tipo de producto o diversión que ofrecen” o “todas las tiendas siempre ofrecen algo que ver”.

Aunque resulta imposible generalizar, algunos de estos establecimientos muestran claras marcas de distinción que, de manera sutil, alzan una frontera frente a los asistentes a Plaza; a saber, marcas de edad, estigmas en torno al aspecto físico o barreras de centros de enseñanza.

### ¿CONJETURAS FINALES?

CONJETURAMOS, en consecuencia con nuestras anteriores afirmaciones, que frente a Plaza Universidad las personas/consumidores elaboran “sentimientos de afiliación o pertenencia” a partir de los significados conferidos por ellos mismos al asistir a este centro comercial.

De acuerdo con Valera y Pol (1996) los “objetos”<sup>13</sup> –espacios, lugares, relaciones– que construyen nuestro mundo son considerados como tales cuando el ser humano es capaz de dotarlos de un significado, y este significado es un producto socialmente elaborado a través de la interacción simbólica.

Así, reconocerse como parte de determinado entorno urbano, apropiarse simbólicamente de una parcela de la ciudad –en este caso

<sup>13</sup>Entendidos a la manera del interaccionismo simbólico, es decir, la realidad se crea día con día a medida que actuamos dentro y hacia el mundo, las personas definen los objetos físicos y sociales con los que tienen relación de acuerdo con la utilidad para ellas.

Plaza—, constituye una forma metafórica de desplegar emocional y significativamente clave de pertenencia urbana y ciudadina en donde lo “público” y lo “privado” se mixturán.

Los asistentes al centro comercial fijan hacia afuera bordes o fronteras dentro de los cuales se delimita el territorio “apropiado” frente a los “extranjeros” y, hacia adentro, ejecutan sutiles pero evidentes formas de exclusión como una manera de marcar su pertenencia.

En Plaza, mientras los paseantes circulan por rutas y senderos imaginarios elaborados por ellos mismos, reconocen al otro o se identifican de alguna manera frente al otro, para establecer simbólicamente puntos de contacto pero también de diferenciación y discrepancia.

Estos mecanismos llamados cognitivos, son básicos para la definición de la identidad social de los individuos. Asimismo, el entorno físico donde los sujetos se ubican constituye también un marco de referencia relevante para la determinación de dicha identidad social (Valera y Pol, 1996).

De acuerdo con nuestras pesquisas, se constata que en Plaza concurren las dos dimensiones del consumo: la mercantil y la simbólica. Sin embargo, observamos que la mayoría de las personas trascienden el aspecto mercantil del centro comercial a través de prácticas culturales como el “vitrineo”, la apropiación del territorio y los vínculos emocionales temporales o espontáneos (socialidad), por medio de los cuales construyen microcolectividades.

En dichas microcolectividades no se perciben grandes diferencias con respecto a los grupos sociales participantes en Plaza (sectores medios). Quienes no asisten de manera frecuente y asidua se constituyen como los “extraños” de este lugar comercial.

Los visitantes coinciden en algunas de sus prácticas de apropiación, sin embargo, se perfilan discrepancias respecto de los territorios a los que acceden. Aunque no existen reglas institucionalizadas que prohíban el ingreso de algún sector a ciertas tiendas, los mismos consumidores parecen “autoexcluirse” aludiendo a marcas de edad conferidas a locales específicos (maquinitas, juegos infan-

tiles), a estigmas en torno al aspecto físico (Slim Center), o al reconocimiento de fronteras pertenecientes a establecimientos con proyectos distintos al de la compra o el esparcimiento (Interlingua).

La persistente asistencia de hombres o mujeres, jóvenes o adultos, parecen transformar el centro comercial de lugar anónimo a territorio conquistado, apropiado, íntimo. El sentirse “acompañados” por los “otros” percibidos como cercanos por sus “características similares a las propias”, la sensación de seguridad y protección que provee posibilita afirmar cómo las personas que concurren a Plaza se han apropiado de este “lugar” como un espacio de comunicación y pertenencia que les permite reconocerse como parte de un entorno social y cultural.

El centro comercial podría ser una de las vitrinas más apeladas para vivir e imaginar el espacio urbano. Quienes de manera persistente acuden a Plaza Universidad construyen la ciudad, día con día, mediante sus encuentros, itinerarios, miradas, travesías, roces, disputas o exclusiones. “Estar” en el centro comercial es una manera de “hacer” ciudad.

## BIBLIOGRAFÍA

- CAPRON, Guénola (1997), “Urbanidad y modernización del comercio: Un análisis a partir del caso de los shopping centers en Buenos Aires”, *VI Encuentro de Geógrafos de América Latina: Territorio en Redefinición. Lugar y Mundo en América Latina*, Instituto de Geografía, Facultad de Filosofía y Letras, Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires.
- (1998), “Commerce et Espace Public a Buenos Aires”, en *Villes et Territoires*, Toulouse Press Universitaires de Mirail.
- CORNEJO, Inés (2000), “Los centros comerciales como territorios juveniles urbanos”, en *La juventud en la ciudad de México. Políticas, programas, retos y perspectivas*, Gobierno del Distrito Federal, Secretaría de Desarrollo Social, Dirección de Programas para la juventud, México, D.F.
- GARCIA CANCLINI, Néstor (coord.) (1993), *El consumo cultural en México*, CNCA, México.



- (1995), *Consumidores y ciudadanos. Conflictos multiculturales de globalización*, Grijalbo, México.
- (1996), "Público y privado. La ciudad desdibujada", *Alteridades*, núm. 11, UAM-Iztapalapa, México.
- MAFFESOLI, Michel (1998), *El tiempo de las tribus*, Icaria, Barcelona.
- MARTIN BARBERO, Jesús (s/f), "La ciudad virtual. Transformaciones de la sensibilidad y nuevos escenarios de la comunicación", s.p.i.
- MEDINA CANO, Federico (1997), "El Centro Comercial: Una burbuja de cristal", *Diálogos de la Comunicación*, Lima.
- MOLINA ROSALES, Dolores Ofelia (1997), "Marcas del consumo en la ciudad de México. Puesta en escena del consumo comercial en el Distrito Federal", tesis de maestría en Antropología Social, ENAH, México.
- MONNET, Jérôme (1996), "Espacio público, comercio y urbanidad en Francia, México y Estados Unidos", *Alteridades*, UAM-Iztapalapa, núm. 11, México.
- RAMIREZ KURI, Patricia (1995), "Entorno, consumo y representaciones urbanas en la Ciudad de México", *Ciudades*, núm. 27, Red Nacional de Investigación Urbana, México.
- URTEAGA, Maritza e Inés Cornejo (1996), "La privatización afectiva de los espacios comerciales por los y las jóvenes", *Ciudades*, núm. 27, UAM-Iztapalapa, pp. 24-27.

*El juego de billar: algunos rituales  
en la interacción lúdica*

DENTRO del mosaico de posibilidades que la ciudad de México ofrece para el aprovechamiento de los momentos de ocio y recreación de las personas, podemos distinguir múltiples diferenciaciones que particularizan cada lugar con respecto a los otros. Por ejemplo el día y la noche como una división temporal,<sup>1</sup> el nivel socioeconómico al que están dirigidos e incluso el despliegue publicitario mostrado, etcétera. Con todo y esto los procesos de elección se desenvuelven simultáneamente, atravesando los deseos y las propias pasiones de las personas y de los grupos a los cuales se pertenece. Están latentes de manera consciente e inconsciente; la elección, de muchas formas, está determinándose gracias a la inscripción de la persona en su contexto.<sup>2</sup>

Recreamos y recurrimos cotidianamente a nuestros mapas mentales, que nos acercan virtualmente a los espacios a partir del olor, el color y la experiencia que nos trajo el estar ahí. Elegimos el día o la noche a través de una negociación entre nuestros acompañantes, como por ejemplo la familia de clase media con hijos pequeños, que posiblemente decidirán interactuar bajo la luz del día, en un estadio de futbol, en algún parque, centro comercial o dentro de alguna hamburguesería tipo McDonalds o Burguer King, en donde por el precio de una hamburguesa los niños tienen acceso a los juegos del local y todos juntos ejecutan un desplazamiento de entrada y salida

<sup>1</sup> Véase Armando Silva, 1992, p. 122.

<sup>2</sup> Hablamos de contexto y no de socialidad como hace Maffesoli, en virtud de que él omite la influencia de la dimensión política en la construcción de la persona.

de estatus, así como de universos simbólicos, etcétera. Un grupo de adolescentes pasarán la tarde en el cine, afuera de un centro comercial, o posiblemente alrededor de la fuente de los coyotes en el centro de Coyoacán, etcétera, sin poder tomar la noche por asalto dentro de algún bar o disco gracias a su minoría de edad. Las alternativas son muchas a pesar de las propias implicaciones que los delimitan: desde el nivel económico pasando por la edad hasta la cuestión genérica. En este caso, la ciudad de México despliega principalmente zonas intermitentes, en donde se concentran estas formas de recreación sobre todo para el sexo masculino, aunque cabe mencionar que ésta es una reglamentación que no está escrita pero sí implícita. Por ejemplo, las cantinas abren sus puertas desde las 11:00 de la mañana y cierran entre las 2:00 y las 6:00 de la mañana siguiente; a pesar de que muchos de estos salones son mixtos, también existen los exclusivos para hombres; otra propuesta que de alguna forma se rige bajo los mismos procedimientos es el salón de billar, que regularmente abre entre las 9:00 y las 11:00 de la mañana y cierra entre las 11:00 y 12:00 de la noche.

En el presente estudio nos centraremos específicamente en los salones de billar<sup>3</sup> por que creemos que son espacios multirreferenciales en el sentido que son urbanos, lúdicos y genéricos. Que de alguna manera estas categorías atraviesan el comportamiento, la puesta en práctica de ciertos rituales, la interacción de las personas y los universos simbólicos característicos de una clase social.

En este sentido nos interesa considerar específicamente las interacciones y los rituales que se llevan a cabo a partir del juego y dentro de un espacio delimitado físicamente para jugar. El orden de la interacción y la práctica de rituales, se ven determinados, hasta

<sup>3</sup>Billar: "Juego de destreza que se ejecuta impulsando con tacos bolas de marfil en una mesa rectangular forrada de paño, rodeada de barandas elásticas y con troneras o sin ellas. La mesa de billar debe ser rectangular y el tablero perfectamente plano y horizontal, para lo cual se nivela al colocar la mesa. Ésta se halla rodeada por rebordes (bandas) de unos cinco centímetros de altura, de caucho o resortes metálicos, recubiertos por el mismo paño verde que cubre el tablero y bien tirante. Hay dos clases de mesas: las pequeñas, sin troneras (francesas o de carambolas), y las grandes, con seis troneras, cuatro en los ángulos y una en la mitad de cada banda larga..." *Diccionario enciclopédico*, 1975.

cierto punto, por las reglas del juego mismo. Ocurre una especie de tensión entre estos elementos que posibilita la contraposición del uno sobre el otro pero que al mismo tiempo nos permite entender al juego primeramente como: “un elemento lúdico de la cultura como fenómeno histórico” (Huizinga, 1984: 62), además de ser una ocasión social.<sup>4</sup> El transgredir ciertas reglas dentro del espacio lúdico tiene como consecuencia la sanción establecida dentro de la reglamentación de ese juego mientras que el transgredir dichas reglas fuera del espacio lúdico trae consigo distintas sanciones que no están reglamentadas por el juego sino por el orden de la interacción dependiendo de la situación específica.

Cabe mencionar que el juego de billar se caracteriza principalmente por su alta reglamentación, que le ha permitido construir simultáneamente universos estigmáticos diferenciados en las diversas culturas que lo practican. Así pues, para el caso específico de este trabajo, podemos distinguir, hasta el momento, dos tipos de reglas características del juego del billar: aquellas que denominaremos de ejecución, por un lado, y aquellas que llamaremos de actuación, por el otro; para ilustrar el primer caso tomemos los siguientes ejemplos: un tiro no es válido si el jugador no toca el suelo con alguno de los pies al momento de ejecutarlo –por recargar todo su cuerpo sobre la mesa– o, en ciertos casos, una carambola de tres bandas no vale si antes de que la bola del jugador toque la tercera bola hay un choque, etcétera. Estas normas sólo tienen validez dentro de la ocasión y para ella. Sin éstas el juego no sería en sí mismo lo que es. Tenemos, entre otros ejemplos, que el aplaudir ruidosamente con las palmas de la mano trae consecuencias distintas dentro y fuera del salón de billar. Hay otras maneras, otros rituales dentro del billar que permiten asegurar de antemano las implicaciones que atraviesan los comportamientos de las personas. Los rituales en todos los casos permiten reafirmar nuestra actuación. Los fines de semana en el Círculo 33,<sup>5</sup> por ejemplo, se caracteri-

<sup>4</sup>Que significa: “un acontecimiento que se contempla antes y después como una unidad, un evento que sucede en un tiempo y un lugar específicos y que dicta el tono para aquello que sucede en su interior y durante su desarrollo” (Wolf, 1987: 30).

<sup>5</sup>Salón de billar ubicado en la colonia Doctores de la ciudad de México.

zan por el exceso de ruido, las personas hablan más alto, incluso gritan de vez en cuando. Esto ocurre en la mayoría de los salones mixtos, que son por lo regular los que atraen a jugadores espontáneos, a familias enteras hasta con niños. Jugar un domingo por la tarde en un salón como estos implica chocar de vez en cuando con el jugador de a lado que desconoce la norma de que si el vecino va a tirar al mismo tiempo y por el mismo pasillo, uno de los dos espera a que el otro tire.

En la primera visita realizada por una acompañante y yo (dos mujeres) a la Academia de Billar Gabriel Fernández en la colonia Narvarte, acordamos, segundos antes de cruzar la entrada, observar el local de la manera más abarcativa posible, esto con el objetivo de tener una primera impresión panorámica. El intento fue fallido en ese sentido: el contraste de luz nos impidió distinguir la parte del fondo del inmueble, no obstante lo cual pudimos observar claramente a los jugadores que se encontraban en las primeras mesas. Ellos percibieron nuestra llegada y no apartaron su mirada de nosotras hasta después de unos cuantos segundos. Una cierta tensión se manifestó de inmediato, la perturbación era evidente. Para ellos resultaba perturbadora nuestra presencia y para nosotras resultaba perturbador ser la confluencia de docenas de miradas masculinas, resultaba perturbadora su perturbación, aquella que nuestra propia presencia había provocado.

Nuestra siguiente reacción, automática, fue buscar si había alguna otra mujer jugando dentro del lugar. Queríamos asegurarnos de que no rompimos ninguna regla inconscientemente. Posteriormente esta experiencia, que cabe mencionar fue repetida por otras mujeres informantes, me permitió reflexionar acerca de las situaciones en que se cuestiona el buen funcionamiento de las reglas. Es decir: "la importancia de las reglas aparece de modo más evidente cuando éstas son violadas y las interacciones se ven, en consecuencia, amenazadas, que cuando son observadas y la adhesión a ellas hace marchar todo normalmente" (Wolf, 1987: 25). Entramos al espacio físico del juego de billar, pero el marco social en el que se desarrolla este juego ha ido modificando y estableciendo sus propias reglas.

Es decir, por muchos años en nuestra sociedad los salones de billar no permitían la entrada a la mujer; actualmente esta condición se ha ido transformando poco a poco, permitiéndole la entrada a este tipo de espacio público. En entrevista, uno de los jugadores frecuentes mencionó: “hay cosas que la sociedad las ha hecho para que sean de puros hombres...” y, aunque legalmente no exista ningún impedimento para el acceso femenino a los salones de billar, algunos de ellos siguen condicionando su entrada a estos espacios.

...siempre se les hace muy interesante a todas las mujeres el billar, no es un juego de mujeres pero se les hace interesante venir y agarrar el taco...e incluso ellas a veces también le tienen miedo a entrar a un billar, hay que convencerlas y ya, asunto arreglado.

En otro salón, el Círculo 33, se puede observar un mayor número de mujeres en comparación con otros billares. Sin embargo, es raro verlas jugando y, más raro aún, verlas jugando sin participación de algún hombre. Ahí se alcanzaron a observar tres tipos de interacción ritualizados entre géneros, mediados por la práctica del juego, a cada uno de los cuales corresponde un distinto grado de participación femenina respecto al juego:

1. El hombre lleva a la mujer al salón y mientras él juega con otro u otros hombres –o inclusive solo, es decir practicando tiros– ella se limita a permanecer sentada en una de las mesas de descanso-consumo que rodean a las mesas de juego. En este primer caso, que sorprendentemente se repite una y otra vez con diferentes actores, él adopta una actitud de circunspección que, luego de unos cuantos minutos de atención por parte de ella, choca con los notorios y crecientes desplantes de impaciencia que su acompañante ya no se preocupa por disimular: comienza por voltear de un lado a otro, sigue por fijar su mirada en lo que ocurre en otras mesas, o atisba la enorme pantalla televisiva que se ubica en la parte del salón donde se encuentran las mesas de dominó. El choque entre solemnidad masculina y distracción de su acompañante rompe bruscamen-

te con la mística de perfecta sintonía que se observa en un partido entre jugadores involucrados. En ocasiones, dos o más hombres llevan a sus respectivas parejas y mientras ellos juegan, ellas beben café y conversan sin prestar mucho interés a lo que ocurre sobre el paño. Sin embargo, los clientes asiduos a ese salón no suelen llevar a sus parejas, y curiosamente -inexplicablemente- da la impresión de que esas parejas no forman matrimonios, sino que son novios o, forzando un poco la sugerencia, que el hombre se halla en el proceso de conquista, y el hecho de llevar a la mujer a ese sitio tiene como propósito presumir ante ella sus habilidades, lo cual por lo demás parece no ocurrir frecuentemente –aunque eso no quiera decir que no se verifique ningún tipo de impacto en ellas, sólo que, de darse, éste no parece tener mucho que ver con las habilidades de juego del conquistador. Las primeras interrogantes que surgen son ¿por qué los hombres las llevan al salón sin mostrar la más mínima intención de invitarlas a incorporarse al juego?; ¿por qué ellas tampoco parecen muy interesadas en incorporarse activamente al juego?; ¿en qué estriba ese desinterés mutuo?; ¿por qué se descarta tan naturalmente –desde ambas partes– la posible capacidad femenina de juego?; ¿a qué van entonces ellas al salón?

Pero hay una parte de esta faceta del fenómeno que puede contradecir una explicación meramente narcisística del mismo, que muestra la inconsistencia de una interpretación de esa índole. En entrevista con un informante comentó al respecto: “...yo creo que cuando se viene con una mujer al billar, muchos hombres, pero no todos, tienen la idea de impresionar a la chava... es como si el hombre dijera algo así como: te mostraré cómo se juega esto. Lo haré con gran destreza. Pero para que tú logres valorar en toda su riqueza mi nivel de juego, debes tener cuando menos ciertos conocimientos básicos de la altísima complejidad que puede implicar cada uno de los tiros que se hacen. Pero no te invito a involucrarte, con lo cual pierdo la oportunidad de que atestigües placenteramente lo que hago en la mesa de juego”. Es evidente que si ellos se preocuparan por iniciar a ellas en el juego, el testimonio que ellas podrían dar cuenta de la calidad de juego de ellos sería mucho más valioso –consi-

derando que a mayor información previa el juicio emitido resulta más válido por la posibilidad de fundamentación que se puede esgrimir— pero al parecer hay otros intereses más poderosos que el de formar testigos de calidad, otros motivos —que convendría rastrear— para no iniciar a la compañera en esa práctica. Es posible que este cálculo maquiavélico que en teoría se presenta, en la realidad involucre distintos niveles de la persona, como por ejemplo: el placer de estar ahí, de estar junto a la pareja, etcétera. “A mí me gusta estar aquí, porque así conozco a sus amigos y sé con quién anda y cómo se porta con ellos.”

2. Hombres y mujeres jugando juntos. Ya sea en pareja o en un grupo de varias parejas; en ocasiones ellos y ellas van juntos al salón. Por lo regular estos juegos mixtos son de pool y no de carambola. Lo más frecuente es que sean adolescentes con atuendo estudiantil (mochilas, largas reglas, e incluso uniformes escolares) aunque también hay otros con apariencia de trabajadores o de desempleados. En un ambiente casi solemne, donde se festeja la victoria y se sufre la derrota con mucha discreción y comedimiento, la presencia adolescente no puede pasar inadvertida —de hecho los adolescentes hacen todo lo posible por prevenir semejante desastre—: sus pláticas, su manera de fumar, sus gestos y comentarios son sumamente ruidosos, y no es raro oír que los jugadores de casa los conminen a callarse chistando enérgicamente. En este tipo de interacción, los hombres suelen enseñar a jugar a las mujeres: les muestran cómo tomar el taco, cómo encontrar el apoyo necesario para efectuar un tiro, les señalan dónde deben pegar a la bola, con cuál efecto, con qué fuerza, etcétera. En los casos en que juega más de una pareja en la misma mesa, es normal observar a los hombres intercambiando entre sí comentarios acerca de cada tiro a realizar —factibilidad, grado de dificultad, opciones alternas, etcétera— o bien de cada tiro ya efectuado —apreciaciones estéticas, explicación de fallas y aciertos, reconocimiento o desconocimiento de la pericia ajena, intervención del factor suerte, festejos, etcétera. Cabe señalar que en estos casos por lo regular se juega de manera intercalada: un hombre y una mujer contra un hombre y una mujer, muy



probablemente para equilibrar el nivel de juego por pareja dado que ellos suelen jugar mejor que ellas, o también se intercambian las parejas para estrechar relaciones. El interés por involucrar en la dinámica del juego a las acompañantes es notorio, y una de las más socorridas estrategias para reforzar su participación activa es elogiar desproporcionadamente el más mínimo acierto en su desempeño como jugadoras, explicándoles lo difícil que es llegar a hacer deliberadamente eso que ellas acaban de hacer sin percatarse. He aquí uno de los más complejos aspectos del juego, su parte iniciática —que por supuesto no se da únicamente entre hombres y mujeres—, el compartir generosamente la mirada interpretativa que transforma el simple golpe de un bastón de madera contra una esfera y la subsecuente proyección de ese cuerpo hasta golpear los cantos internos de un cuadrángulo para terminar en una colisión entre esferas, en una carambola de fantasía. Un hecho aparentemente irrelevante, se ve súbitamente dotado de una opacidad propia que le caracteriza cierta marca estigmática, y le confiere un prestigio novedoso y sumamente atrayente. La opacidad puede ser despejada, el movimiento aparentemente caótico de esos cuerpos sobre esa superficie puede ser anticipado y controlado con mucha precisión. “Si le pegas a esta bola, de este lado, a esta altura, con esta fuerza, y la diriges hacia ese punto exacto... ocurrirá con toda seguridad lo siguiente...” En cuanto el profano se sorprenda por la aproximación del pronóstico ajeno, la iniciación ha dado comienzo. El paso siguiente es maravillarse al corroborar la aproximación de una anticipación propia. Todo juego requiere contraparte, y en este juego se inicia cuidadosamente al profano con el propósito de que se convierta lo antes posible en adversario real que posibilite alcanzar el estatuto de juego real.

3. Las mujeres juegan solas aunque hayan llegado acompañadas por hombres. Es posible observar que un grupo mixto juega en distintas mesas, dividido por géneros: mujeres contra mujeres y hombres contra hombres. La tutela masculina comienza a perder vigor aunque no deja de manifestarse: alguno de los hombres va a la mesa femenina y hace comentarios sobre el juego, o aconseja

sobre algún tiro, etcétera. En este caso los hombres ya no parecen decidir llevar a la mujer al salón, tampoco es un acompañamiento del tipo del caso anterior, sino que más bien ellas parecen utilizar la presencia de ellos para entrar y permanecer en el salón sin mayores problemas por su calidad de intrusas en un medio tradicionalmente masculino. La perturbación provocada por la presencia femenina en el salón, en este caso es mucho mayor que en los dos anteriores, sin embargo la presencia de la tutela, de esos acompañantes masculinos, aunque sea a distancia, vincula a la mujer con el acompañante, la protege (con toda la carga de valores encontrados –por ejemplo la compleja y engañosa relación entre dependencia, vigilancia y control– que el término protección suele conllevar).

4. Las mujeres llegan solas al salón y juegan solas. Este es el caso extremo, muy poco visto y quizá el más perturbador –para los jugadores frecuentes– de todos los enunciados. Dos o más mujeres llegan sin compañía masculina. Mientras juegan, una especie de barrera las envuelve, parecen no mirar a su alrededor a pesar de ser el centro magnético evidente de la atención de todos los demás jugadores. Ellas prestan mucho cuidado a sus actitudes, movimientos, gestos, etcétera, y muchos jugadores desde otras mesas observan atentamente su desempeño. Independientemente de su nivel de juego, y de la presión adicional que significa sentirse observado o *reviewuado*, se percibe en ellas cierta confianza, cierta seguridad que permite pensar que si bien ese sitio –el salón– no es propiamente femenino, por lo menos ya no es un espacio exclusivamente masculino.

Las posibilidades de relación intergenérica arriba señaladas son producto de las condiciones sociales impuestas por el marco urbano, es decir, conforman y modifican sus sentidos, tienen sentido en este contexto, incluyendo las diferenciaciones que caracterizan a los distintos sectores socioeconómicos. La mujer sigue perturbando el ambiente, su presencia hace que el lugar se vea bonito, según mencionaron en entrevista algunos jugadores. En el Círculo 33 el ambiente es, desde su punto de vista, más ligero, es decir, los hombres están muy conscientes de la presencia de mujeres y se compor-

tan en consecuencia. Actúan también para un público femenino que los perturba con la mirada, aunque el juego permite en muchos casos el acercamiento de los cuerpos entre ambos géneros. "...es más interesante enseñar, ándale eso es muy padre, es muy interesante enseñar a jugar una mujer, como hay que estar muy pegados y es muy romántico, sí en serio, esa es una de las cosas, yo aquí al billar para traer una mujer tiene que ser para enseñarle no para que me vea, pa' que quiero que me vea."

Una pregunta obligada es: ¿qué determina que este espacio específico sea un lugar menos excluyente que, por ejemplo, la Academia de Billar Gabriel Fernández? Según estos mismos informantes, el comportamiento físico y verbal entre los jugadores hace que el ambiente se tense o aligere según sea el caso, permitiendo a la mujer desenvolverse dentro del salón e interactuar de una determinada forma. Por ejemplo: se podría decir que la manera en que se cruzan las apuestas dentro de los salones atraviesa el tipo de comportamiento y de interacción entre los sujetos. Es decir, en un salón de billar exclusivo para hombres, el cruce de apuestas marca un nivel de tensión de mayor intensidad y mucho más evidente que en los salones mixtos. Es decir, en gran medida los jugadores se desenvuelven en función de esa apuesta y adoptan con naturalidad el hecho de que ahí se cruzan apuestas —a pesar de que eso está prohibido. Se puede decir que es un saber compartido, la inversión de capitales incorporados se puede medir a partir del manejo escénico que el jugador haga de esta evidencia. Hay una intencionalidad por lo temerario que a la vez aumenta y hace peligrosa la interacción ya que amenaza de alguna manera, según Goffman (1989: 81), el sutil soporte de la realidad. En un partido con estas características, cualquier intento de engaño por parte de alguno de los jugadores trae consigo consecuencias riesgosas que rompen con mayor violencia las negociaciones pactadas previamente al juego, al grado de desencadenar riñas constantes dentro de estos salones. Los jugadores están ahí a sabiendas de que en cualquier momento puede ocurrir un enfrentamiento a golpes. A pesar de que en los salones mixtos también hay cruce de apuestas, éstas son realizadas de tal forma

que son poco visibles a los no asiduos del salón, independientemente del monto de la apuesta. Los jugadores que apuestan frecuentemente no les interesa que los demás se enteren, el rechazo del grupo es una cuestión que atemoriza a muchos de ellos, podría resultar vergonzoso el señalar públicamente lo que se está haciendo. Una regla que además podría traer sanciones legales tanto para ellos como para el establecimiento. El juego se corrompe en el momento que entra la apuesta según R. Callois, el billar es un juego entre caballeros como muchos suelen llamarle, y ser un corrupto no es ser un caballero. Los jugadores saben de la prohibición y temen ser descubiertos, las apuestas se hacen entre amigos o gracias a un intermediario conocido que al mismo tiempo funge como mediador en caso de que surja cualquier desacuerdo o alteración de una regla, la cual es muy importante respetar, el transgredir trae como consecuencia el rechazo del grupo, es decir, es vergonzoso. Al parecer aquí, al igual que un golpe, es doloroso y sumamente riesgoso. Por ejemplo: Un jugador *alambrea* cuando conscientemente se apunta carambolas a su favor, mientras sea entre cuates el tramposo puede justificarlo como una broma, pero cuando la apuesta atraviesa el juego, el mismo acto es señalado drásticamente. Se para el juego automáticamente, el tramposo pierde la apuesta y además es rechazado por el grupo de amigos, que seguramente se negarán a volver a jugar con él.

La cuestión de las apuestas es una condición que no podemos dejar de lado y que atraviesa eso que llamamos ambiente. Es decir, a pesar de que en la mayoría de los salones se juegan apuestas, la tensión humana invertida varía con respecto a cada salón, no está determinada únicamente por la cantidad de dinero que se juegue en cada uno de estos salones, sino además se deposita en ellas saberes, capitales y estatus de diferente forma en cada uno de los sujetos dentro de los salones. Como ya mencionó Geertz, lo que hace en Bali un juego profundo es, no el dinero en sí mismo, sino lo que (cuanto más dinero entra en juego tanto más intensamente es así) el dinero hace que ocurra desplazamiento de estatus en la jerarquía balinesa... (Geertz, 1987: 358). En el caso del juego de billar también

ocurre un desplazamiento hacia diversos niveles. Por ejemplo en el Círculo 33 los jugadores frecuentes de carambola no juegan apuestas con cualquiera y menos con los que vienen a coyotear, que además son fácilmente identificados por este grupo, según mencionaron. Los coyotes son personas que vienen principalmente de otros billares del centro de la ciudad para apostar con individuos de menor nivel y experiencia. Los invitan a jugar dejándose ganar uno o dos partidos para duplicar la apuesta y después sacan a relucir su verdadero nivel de juego para retirarse con las ganancias y trasladarse hacia otro salón de billar. Es posible detectar a un coyote por este grupo de jugadores frecuentes que dice reaccionar agresivamente ante la presencia de éstos. Aquí se apuesta entre ellos, entre amigos ya sea el tiempo, la comida o alguna cantidad poco significativa.

A pesar de que el término coyotear es una forma despectiva de nombrar a cierto jugador que recurre a una estrategia de este tipo en algún momento del juego, incluso entre amigos, el coyote es un profesional del juego que asume el fraude como una forma de vida. Es un personaje que al igual que el pícaro del barrio pone en juego ciertas estrategias psicológicas, corporales y verbales para entrapar a su presa. Generalmente los coyotes son lo opuesto a los jugadores frecuentes; son personas ajenas al lugar (como el pícaro que ejerce fuera de su barrio), recorren distintos salones para engañar aficionados con menor experiencia. En un momento de la película *El audaz*, Paul Newman, que interpreta el papel protagónico, es un experimentado jugador de billar que asiste a un salón desconocido para cruzar apuestas, haciéndose pasar por inexperto. Los jugadores frecuentes descubren que es un coyote -en la traducción se le llama tiburoncito- y le fracturan los dedos de la mano como castigo del engaño.

En la Academia de Billar Gabriel Fernández las mesas de carambola son ocupadas regularmente por gente con mayor experiencia en, y gusto por, el billar. En estas mesas también se puede observar que aunque sólo dos están jugando, tienen un grupo de personas (hombres por lo general) alrededor de ellas que además de ver el

juego pueden estar esperando a que alguno pierda. Al parecer pertenecen al mismo grupo de amigos y organizan retadoras o "retas" (el que pierde cede su lugar a otro jugador y se inicia un nuevo partido). Gabriel Fernández nos dijo que esto es una característica típica del juego, a la cual se suma la costumbre de que el perdedor pague tiempo y consumo. Al aprendiz entusiasta le costará alrededor de 50 pesos diarios el placer de aprender.

Mientras algunos juegan, otros se desplazan con toda naturalidad de mesa en mesa, saludando por su nombre a quienes juegan principalmente en las de carambola. Se les ve platicando un momento con jugadores y observadores, e incluso hay algunos que entran al área de cajas a platicar con el encargado(a) en turno y llegan hasta la cocina que está detrás de dicha área. Estos son los jugadores o cadenas de jugadores que monopolizan mesas de carambola haciendo más tardado el tiempo de espera para jugar.

No es aventurado decir que muchos de estos grupos se hayan formado dentro del billar y que, al mismo tiempo, fuera de este espacio no se establezca ningún otro tipo de relación. Esto a diferencia del Círculo 33, en donde los jugadores frecuentes comúnmente establecen redes o lazos que se extienden hasta la familia o el trabajo, por ejemplo: algunos de nuestros informantes coincidieron en ir al Círculo 33 para recurrir al abogado, al médico o al amigo confidente según sea el caso, con mayor seguridad y confianza que si se buscara en otros lugares. La calidad en el equipo es notoriamente inferior incluso en la zona en donde se concentran los jugadores frecuentes de carambola. Ellos aseguran que si quisieran subir su nivel de juego emigrarían a otros salones de billar en donde existe un mayor equipamiento tanto material como del nivel de jugadores. Es decir, mencionaron como un ejemplo que: si alguno no tiene trabajo es posible que entre juego y juego, otro jugador e incluso el mismo contrincante le ofrezca un empleo o si está enfermo le extienda una receta médica, etcétera.

Dentro de la mayoría de los salones de billar se puede percibir aparentemente las divisiones entre los grupos en primer lugar a partir del tipo de juego que han elegido; en segundo lugar por sus

habilidades competitivas y en tercer lugar, por el lugar físico que ocupan dentro del billar que está dado por la calidad de las mesas de esas zonas o por el lugar que concentra a los jugadores de mayor nivel de juego. Cabe mencionar que en la mayoría de los salones de billar de la ciudad es común encontrar mesas disponibles para jugar dominó y en algunos casos ajedrez. En el Círculo 33 por ejemplo, la sección que se encuentra ubicada en un segundo nivel abarca el área de cocina, las mesas de dominó, ajedrez, así como dos mesas más, para jugar pool. Las mesas de dominó frecuentemente están ocupadas por señores vestidos formalmente, que asisten a jugar dentro de su hora para comer o después de ir al trabajo. Una mesa, en la que generalmente juegan cuatro personas puede ser rodeada por más, dependiendo del grado de tensión del juego. Las exclamaciones de victoria o pérdida son de una elocuencia mayor en comparación con las que se realizan durante un juego de billar; el golpeteo de las fichas sobre la mesa están acompañados por lo regular de movimientos bruscos con los brazos que denotan de una manera evidente las diferencias entre los juegos. A partir de las observaciones realizadas, se puede decir que muchos de estos individuos asisten únicamente para jugar dominó, sin tomar en cuenta lo que ocurre en las mesas vecinas de billar. Su desplazamiento por el salón está determinado entre el baño y las mesas de dominó.

En la Academia de Billar Gabriel Fernández, a diferencia de las mesas de pool, la interacción entre los jugadores de carambola se da en casi todas las mesas, cotidianamente. La mayoría de éstos parecen ser conocidos entre sí, intercambian discursos y equipo (guantes y tacos). Los jugadores se distinguen unos de otros estableciendo una serie de jerarquías que se representan al momento de jugar, es decir, no todos pueden jugar con todos. Curiosamente, los mejores jugadores pasan largas horas sentados o platicando con otras personas; esto es porque están esperando a que alguien quiera jugar con ellos ya sea para apostar o muchas veces los invitan sólo para aprender.

Gabriel Fernández fue campeón mundial en carambola de tres bandas por muchos años. Actualmente, además de fabricar

mesas y tacos de billar, es propietario del salón que, junto al título de "academia", lleva su nombre. Probablemente lo anterior pueda explicar que el número de mesas para jugar pool sea muy inferior al de aquellas para jugar carambola, así como que la calidad y el mantenimiento del equipo existente en ella sea muy bueno, hecho que atrae a jugadores de mayor nivel técnico.

Platicando con un joven jugador, nos comentó que su asistencia al salón está motivada por ese placer de pasar un rato con los amigos, pero no deja de admitir que desde sus primeras visitas, cuando asistía con sus compañeros de escuela, lo impulsaba una constante idea de llegar a ser el mejor de ese sitio. El quería jugar con los de arriba, porque las mesas eran más bonitas y todos se conocen. El asistir frecuentemente al salón de billar permite por un lado que las personas interactúen por el placer de relacionarse pero, al mismo tiempo, esa intención del novato se inscribe y construye otras formas de relación social. Se siente atraído por la parafernalia que rodea al billar, por aprender sus rituales (que además regulan la interacción), por practicarlos, por iniciarse a través de ellos para así desplazarse confiadamente dentro del lugar, además de identificarse con los demás.

Por ejemplo, haciendo referencia al grupo de personas que con frecuencia monopolizan la mesa del rincón en la Academia de Billar de Gabriel Fernández (que presumiblemente es la mejor mesa, ya sea por sus condiciones materiales o tal vez por su ubicación dentro del establecimiento), dan la apariencia de ser los jugadores de mayor nivel técnico, y ello no tanto por lo que demuestran en su juego, sino por el comportamiento que rodea a éste, incluso hacen ostensible cierta cercanía con el dueño del salón que, cabe reiterar, es un jugador de prestigio mundialmente reconocido. Esto los dota aparentemente de cierto reconocimiento, por lo menos para los que somos nuevos en el lugar. Es como si nos hablaran de su nivel de pertenencia al sitio y a sus códigos. Me parece que habría que considerar al mismo tiempo el tipo de relación que en el fondo se está dando. Por lo que se puede observar en este primer acercamiento, la distribución de las mesas dentro del espacio físico, la



disposición espacial posibilita distintas colocaciones e interacciones entre los jugadores y sus grupos. Es decir, la aparente división entre jugadores de carambola y jugadores de pool, en los primeros, como ya lo hemos mencionado, son en su mayoría jugadores frecuentes, en los segundos los jugadores se podrían llamar jugadores esporádicos, aunque uno que otro se inicia diariamente dentro del deporte. Es común que los más jóvenes y las mujeres se sientan atraídos, en un principio, por el juego de pool, porque según algunos jugadores expertos mexicanos: “a los jóvenes les gusta más los juegos de muchas bolitas y las buchacas, porque no tienen mucha habilidad, van empezando, entonces para el aficionado sea mayor o sea menor, le gusta más el juego del pool porque hay mucho de azar, dan un golpe fuerte y si no pega una bola en una buchaca cae en otra y se divierten”. Poco a poco los jugadores que sienten atracción por el espacio del billar y pretenden incorporarlo en sus aficiones van acercando su mirada hacia la carambola, hasta que deciden cambiar de juego, que implica al mismo tiempo un cambio de posición en la jerarquía del billar. Este reconocimiento se da en un principio dentro de su grupo de amigos con los que solía jugar pool y posteriormente al hacer uso constante del lugar y del tipo de juego, por los jugadores frecuentes de carambola. El prestigio se duplica al momento de incorporarse al grupo de esos jugadores frecuentes y también, al tener acceso a una zona determinada dentro del establecimiento.

Por ejemplo en el Círculo 33 la zona que se encuentra en un segundo piso a un lado de la puerta de entrada es la que goza del mejor equipo y mantenimiento. Las mesas de madera fina están talladas y barnizadas cuidadosamente. Estas mesas son grandes y por lo regular se práctica la carambola de tres bandas sobre ellas. En esta zona es donde se concentran los jugadores frecuentes. La mayoría de ellos son hombres que rebasan los 30 años y tienden a jugar aproximadamente de dos a cinco horas. Cabe mencionar que en comparación con la Academia de Billar Gabriel Fernández, la calidad del equipo es notoriamente inferior, incluso en esta sección. Esto a pesar de ser para los jugadores frecuentes motivo de lamenta-

ción no significa una razón central para no reunirse cotidianamente en este sitio. Incluso, en el Círculo 33, los jugadores frecuentes muchas veces llegan acompañados por mujeres o amigos. El jugar en este lugar aparentemente sirve de pretexto, como ya mencionamos, para convivir entre amigos pero la misma convivencia implica por un lado mantener un cierto nivel de juego, que trae como consecuencia el grado de apuesta; por otro, un comportamiento determinado que es producto de esa misma relación.

Estos comportamientos construyen poco a poco rituales, que están invariablemente permeados por el juego de billar, porque es su espacio y la condición para que estos sucedan ahí diferenciados y propios. El ritual congrega o reintegra, suscitando una suerte de unidad, pues ha disuelto en algunos casos, imbricado en otros, otras series de dicotomías: el pensamiento y la acción, el decir y el hacer. Los rituales han sido concebidos como acciones pensadas y pensamientos actuados. Hablamos del ritual como estructurante de las relaciones sociales, es decir, como actos que dan unidad a los grupos y generan mecanismos o signos de interrelación con otros grupos pero al mismo tiempo se integran a un sistema más grande como sería la cultura. Cuando un jugador frecuente es considerado el mejor del salón es conveniente que espere hasta que otro lo rete o lo invite; si éste reta a algún jugador (conocido o desconocido) puede considerarse hasta cierto punto un coyote. Es posible que durante una tarde no juegue y simplemente fije su vista en una mesa específica, aparentando incluso, gran interés. Es común que estos jugadores emigren hacia otros salones con mayor nivel competitivo.

Para E. Goffman la persona se presenta con su cuerpo y per-trechos e interactúa bajo ciertas condiciones tanto de territorio como de la situación misma. "Son situaciones sociales las que aportan el escenario natural en el que se encarna y se da lectura a todas las manifestaciones corporales (Goffman, 1991: 178). Evidentemente los billares no escapan a esto; la expresión corporal tiende con toda claridad hacia un cierto patrón de elegancia. Se puede hablar de una especie de entrenamiento o disciplina que educa al cuerpo del

jugador, que moldea las opciones permitidas de manifestación corporal hasta conseguir insertarse satisfactoriamente en las condiciones impuestas por la situación social del escenario natural salón: la elegancia de juego guarda correspondencia directa con una compleja combinación de movimientos suaves y efectividad, de tersura y firmeza; es muy encomiable, en otro ejemplo, imprimir a cada tiro sólo la fuerza absolutamente necesaria, sin despliegues de potencia o de largo alcance, resultando de lo anterior que los tiros cortos pueden ser más difíciles que aquellos que recorren un gran tramo de la mesa, o que la técnica de juego elegante no sólo busca acumular puntos, ganar, sino además hacerlo de manera estética. De igual forma puede hablarse del efecto visual que provoca en el espectador la ambientación de algún partido de alto rango: *smokings* negros y zapatos de charol haciendo combinación con el paño verde y la caoba lustrosa de las mesas. Esta atmósfera pretende ser recreada en muchos billares en la ciudad, sustituyendo en muchos casos la caoba por el metal pintado de café, el tapiz rojo por la pintura de aceite, la alfombra por el cemento y el smoking por algún saco que, aunque dificulte los movimientos, dota de prestancia al jugador y al juego.

Dos jugadores frecuentes de carambola del Círculo 33 discuten tranquilamente sobre los últimos detalles para iniciar una partida entre ellos, aparentemente la apuesta no ha sido acordada tácitamente porque –según ellos– por costumbre juegan de a refresco y tiempo. Uno de los dos jugadores, entre broma y broma, menciona que como su nivel de juego es mayor al de su contrincante habría que darle un colchón de diez puntos para que así el juego inicie con cierta igualdad de condiciones; el jugador contrario acepta un poco avergonzado. Sin embargo, este último comienza con el pie derecho, como él dice, doblando rápidamente los puntos de ventaja sobre su contrario. El jugador con mayor experiencia trata de ocultar su enojo, pero no por eso ha dejado de ser evidente. Su bromas han disminuido y su expresión ya dejó a un lado la sonrisa astuta que lo caracterizaba en un principio. Mientras espera su turno, da vueltas alrededor de la mesa volteando de vez en cuando al fondo del salón.

Cuando el mesero se acerca, el jugador que hasta el momento toma ventaja se apresura a pedir una cerveza de barril, evitando hasta cierto punto la risa y la alegría que siente al ver a su compañero aturdido y molesto. El ritmo de juego se ha apresurado gracias a que las bromas e incluso la plática entre ellos se han dejado a un lado. Pareciera que el juego les exige mucho más concentración. Hasta el momento han mostrado un nivel medio alto con relación al promedio de los demás jugadores de esta zona, normalmente ocupada por jugadores frecuentes de carambola de tres bandas. Poco a poco el juego se ha ido emparejando y conforme se acrecienta la tensión los jugadores van adoptando un comportamiento más rígido y ritualizado. Es decir, aplauden utilizando el taco y la mesa; casi no se sientan; se mantienen a dos pasos atrás de la mesa en silencio y con la mirada abismada. Se podría decir que estamos presenciando un torneo de campeonato y no un juego espontáneo, acordado entre amigos, etcétera. Mientras tanto, las bolas sobre el paño no dejan de trazar figuras triangulares agudizando aún más la tensión como intencionalmente solían presentar sus imágenes los expresionistas del cine alemán. Había una presencia constante de los ángulos que pretendían representar sentimientos generalmente de angustia y desesperación. El juego sigue y el ritmo ha bajado a consecuencia de las pocas carambolas realizadas. Esto permite que los jugadores tomen sus cervezas e intercambien comentarios a cerca de lo apretado del juego: te digo que mi *spring* es de campeonato, comenta uno de ellos, provocando la risa del otro.

Estas formas de comportarnos en los acontecimientos están regidas tanto por la experiencia como por las pautas de actuación del otro frente a nosotros. Podemos hacer uso de cierto humor, ciertos códigos en el habla como los de acentuación, entonación, subrayamientos, etcétera, que el otro reconoce e inscribe en el territorio específico de la situación, tomando en cuenta muchas veces las consecuencias que puede acarrear su forma de actuación en dicha situación. Al mismo tiempo que las situaciones se construyen, abren un espacio futuro que posibilita la participación del intercambio, la posibilidad del contacto e incluso la capacidad de transgredir la

rígida reglamentación que, como ya mencionamos, caracteriza al juego de billar. El individuo puede moverse, mezclarse y al mismo tiempo dirigir el rumbo de, por ejemplo, las conversaciones.

Bajo la lógica del orden de la interacción y de las reglas del juego, se nos presentan en un principio dos preguntas inquietantes alusivas al ejercicio no reglamentado de la existencia de la libertad humana, que además contravienen esas mismas lógicas: ¿No habría la posibilidad de que en todas las civilizaciones exista un campo de experiencia desligado de toda función o de toda finalidad en el sistema social de que se trate? ¿Un campo en que la gratuidad, el azar y el juego no se confundan con las reglas que definen una cultura establecida y reproducida regularmente? (Duvignaud, 1983: 25). Esta pregunta puede ser irresuelta desde una visión antropológica porque de alguna manera toca categorías centrales y constitutivas de la disciplina. Sin embargo, los posibles resultados obtenidos a partir de esa experiencia en libertad, sin duda son más diversos de lo que se cree. Hay un juego en las formas de juego y al mismo tiempo hay un juego con el cuerpo inaprehensible. La experiencia ganada colectiva e individual permite abrir nuevamente las tensiones del juego mismo y del acto inserto en tiempos y espacios distintos.

Lo que sin duda se impone es medir la importancia de esos flujos que atraviesan en determinada época la experiencia colectiva e individual; comprender la visión del hombre que implican esas formas o esos comportamientos y reconstituir los ademanes o las creencias, las prácticas o las actitudes que caracterizan la “intencionalidad cero” que sugieren unos y otros (Duvignaud, 1983: 25).

Este autor propone pensar que más allá de las reglas del juego, están los actos inútiles, en el caso que nos ocupa pueden señalarse por ejemplo: el pequeño sobresalto luego de ejecutar un buen tiro, el vértigo instantáneo ante un acierto o ante el triunfo, etcétera, ese trabajo que se efectúa y pertenece a lo humano y que está simultáneamente dentro y fuera del orden de la interacción. Es el mismo

lugar que ocupa, dentro de la tensión, la ritualización, pero que sobresale en los momentos en que los rituales no tienen nada que decir. Por ejemplo, durante la realización de un juego de billar de carambola de tres bandas, los jugadores con cierta experiencia celebran –ritualizan– la realización de un buen tiro del adversario golpeando la parte superior del taco con la tiza o cosmético. Este tipo de ritual de celebración no contempla que el jugador que celebra el buen tiro de su adversario atraviese por un instante de vértigo al contemplar la posibilidad de ser derrotado. En este ejemplo, el vértigo, por un lado, sobreviene de las formas de comportamiento fisiológicas de los sentidos pero por otro lado, paradójicamente acentúa al ritual dándole fuerza y presencia como una representación característica de percibir la cultura.

Los distintos desplazamientos de los individuos dentro de los salones de billar conforman modos diversos de percibir el mismo espacio. La construcción simbólica de estos espacios, se conforma tanto por construcciones colectivas como por subjetividades distintas. Los individuos tienen historias, producen y traducen historias durante los desplazamientos. Así, los salones de billar construyen formas de vida identificatorias, es decir, hay una apropiación de los objetos que al mismo tiempo reflejan su posición tanto histórica, espacial como relacional. Un jugador puede esperar pacientemente por más de una hora a que se desocupe una mesa particular, habiendo otras cinco mesas desocupadas enfrente de él. Es su mesa, forma parte de sus pertrechos, evidentemente él no sería el mismo si jugara en otra mesa, el espacio mismo se lo reconoce, le devuelve su historia, sus amigos, sus rivales, su condición de jugador.

El salón de billar se convierte en un espacio existencial donde las conductas y situaciones están siendo guiadas a partir de las interacciones, como ya hemos dicho, pero también donde esas primeras están implicadas por la relación sujeto-objeto. La estrategia pedagógica o las posibles formas de aprehender el contexto que nos brindan estos espacios se representa en los discursos predominantes acerca del lugar, como estigmas, como rituales.

Así pues, podemos concluir diciendo que en los salones de billar la condición del juego atraviesa las relaciones sociales, y construye universos de significación dentro del espacio físico y simbólico, a través de ciertas lógicas factuales en los acontecimientos o situaciones, como las prácticas ritualizadas que devuelven al individuo su capacidad de creación.

## BIBLIOGRAFÍA

- AUGE, Marc (1993), *Los no lugares*, Gedisa, Barcelona.
- CALLOIS, Roger (1983), *Los juegos y los hombres*, Fondo de Cultura Económica, México.
- DURAND, Gilbert (1982), *Estructuras antropológicas de lo imaginario*, Taurus, Madrid.
- DUVIGNAUD, Jean (1983), *El juego del juego*, Fondo de Cultura Económica, México.
- (1997), *El sacrificio inútil*, Fondo de Cultura Económica, México.
- GEERTZ, Clifford (1987), *La interpretación de las culturas*, Gedisa, México.
- GOFFMAN, Erving (1989), *La presentación de la persona en la vida cotidiana*, Amorrortu, Buenos Aires.
- (1991), *Los momentos y sus hombres*, Paidós, España.
- HUIZINGA, Johan (1984), *Homo ludens*, Alianza, Madrid.
- MAFFESOLI, Michel (1990), *El tiempo de la tribu*, Icaria, España.
- HALL, Edward T. (1994), *La dimensión oculta*, Siglo XXI, México.
- SILVA, Armando (1992), *Imaginario urbanos*, Tercer Mundo, Bogotá.
- TURNER, Victor (1980), *La selva de los símbolos*, Siglo XXI, Madrid.
- WOLF, Mauro (1988), *Sociología de la vida cotidiana*, Cátedra, Madrid.

MIGUEL ÁNGEL AGUILAR D.\*

*Vivienda multifamiliar, ciudad  
y vida cotidiana. Una exploración  
sobre hábitat y fronteras\*\**

INTRODUCCIÓN

¿DÓNDE comienza la ciudad? ¿Qué es una ciudad cuando se está en ella y no se la mira? ¿Dónde comienza el afuera o el adentro? La experiencia cotidiana del espacio urbano está marcada por la existencia de límites, de fronteras, que señalan el paso de un lugar a otro, de una atmósfera a la siguiente. Bien sabemos que las fronteras cotidianas poseen múltiples registros; pueden ser de naturaleza tangible –una avenida, un muro– o bien de orden simbólico, donde a partir de un rasgo percibido en el uso de un lugar, supongamos oscuridad-claridad o amplitud/estrechez, se labran un conjunto de atributos sobre este espacio y sus ocupantes con un carácter de diferenciación.

En este trabajo se quiere explorar el tema de los límites o fronteras, en la experiencia de la ciudad a partir del análisis de la vivienda multifamiliar. En particular se examinarán un conjunto habitacional de grandes dimensiones ubicado en la delegación Iztacalco, dos vecindades y un conjunto habitacional en el Centro Histórico de la Ciudad de México. La forma en que se estructura la vida cotidiana a partir de residir en una vivienda multifamiliar, las diferentes maneras de marcar y usar espacios, la inclusión de la vivienda en un sistema espacial de mayor alcance, y las imágenes de propios y extraños que emergen en las interacciones diarias, serán la materia para este análisis.

\*Universidad Autónoma Metropolitana-Iztapalapa, licenciatura en psicología social.

\*\*En la realización del trabajo de campo participó Eugenia Cervantes Ortega.



Interesa sostener que los flujos y fronteras entre vivienda, entorno y ciudad son construidos socialmente a partir de sistemas categoriales que tienen como punto de partida, de manera relevante, las dimensiones propio-extraño y afuera-adentro. Estas dimensiones atañen tanto a la práctica del espacio cotidiano como a las percepciones e imágenes que sobre ellas generan sus habitantes. Igualmente se quiere hacer un ejercicio de exploración de los planteamientos de Georg Simmel, donde la materialidad del espacio pertenece al orden de lo espiritual (este último término se podría traducir como "simbólico" en términos contemporáneos). Afirmar Simmel (1986: 676):

Lo que tiene importancia social no es el espacio, sino el eslabonamiento y conexión de las partes del espacio producido por factores espirituales... No son las formas de la proximidad o distancia espaciales las que producen los fenómenos de la vecindad o extranjería por evidente que esto parezca... la cercanía es producida por factores espirituales....<sup>1</sup>

Frente a la ciudad sociocomunicacional (García Canclini, 1995; Piccini, 1996) generada en el contacto con los medios de comunicación, lugares y opiniones comunes, el territorio ejercido y conocido diariamente es el punto de partida para generar nociones de cercanía-lejanía, interior-exterior. En este sentido la ciudad comienza en alguna parte, y para sus habitantes ese punto de partida suele ser la vivienda como origen de desplazamientos y valoraciones sobre los lugares transitados.

También es relevante considerar que son múltiples los elementos en la cultura urbana contemporánea que remiten cada vez con más intensidad al establecimiento de límites en el uso del espacio, trátase de obsesiones de seguridad o individualistas, o bien de la sospecha como forma de relación con extraños. Entender la exis-

<sup>1</sup>Estas ideas tuvieron gran fuerza en el desarrollo de la llamada Escuela de Chicago, en los años veinte y treinta del siglo XX. El concepto de "distancia social" acuñado por R.E. Park, y retomado posteriormente por la psicología social (Guttman) hace referencia a estas ideas propuestas originalmente por G. Simmel.

tencia y forma de elaboración de fronteras en la ciudad permite entender la manera en que sus habitantes la conocen e imaginan.

Cabe apuntar que la estructura del trabajo busca reproducir la mirada del extraño, sea investigador o lector, sobre el lugar; ya que propone un recorrido del exterior (entorno) al interior (vivienda). Esta lógica expositiva al seguir un orden espacial instaura una jerarquización que no necesariamente se corresponde con el material recabado en campo; se hará énfasis en el desarrollo del texto de estas tensiones.

#### LOS LUGARES: EL MAPA

PARA CONOCER la forma en que la vivienda y su entorno se relacionan entre sí se pensó en una estrategia comparativa en donde el tipo de vivienda multifamiliar, el tamaño del conjunto y su inclusión urbana fueran diferentes. Se reflexionó que mientras mayor fuera el contraste más claramente se podría percibir lo compartido y lo distintivo al trabajar con polos extremos de un mismo continuo (vivienda y entorno urbano). Fue así que se eligió el Conjunto Habitacional Infonavit Iztacalco, y dos vecindades y un conjunto habitacional ubicados en el Centro Histórico de la ciudad y cercanos entre sí. Anteriormente se había realizado un estudio en Iztacalco así que ahora se tendría la oportunidad de profundizar en algunos temas y constatar transformaciones si las hubiese (M.A. Aguilar, C. Cisneros y M. Urteaga, 1997).

En todos los casos se realizaron entrevistas individuales y grupales acompañadas por fotografías, generadas por el investigador, de la misma vivienda. El uso de las fotografías fue importante en la medida en que permitió conocer qué elementos de la vivienda y su entorno convocaban el interés de las personas e igualmente, al producir un efecto de cercanía y alejamiento (la foto no es el lugar, sólo lo representa) se obtuvo información sobre preferencias, nomenclaturas y valoraciones estéticas de los lugares.

En este apartado se expondrán algunos rasgos básicos de las zonas estudiadas; en las siguientes secciones se irán dibujando con mayor precisión los lugares.

Infonavit Iztacalco es una unidad habitacional que cuenta con 5,000 viviendas, ubicada en la delegación del mismo nombre. Fue construida de 1973 a 1977 y ocupa un área de 74.7 hectáreas. De acuerdo con los censos de 1990, en las seis Áreas Geoestadísticas Básicas (AGEB) que ocupa, residían en la unidad 24,895 personas. En el Censo de Población de 1995 se registraron 22,275 personas, lo cual señala una pérdida de población del 9 por ciento. El 67 por ciento de los habitantes tiene más de 18 años.

En el centro histórico de la ciudad se realizó la recolección de información en dos vecindades ubicadas en la calle de República de Colombia y en una Unidad Habitacional en la calle de Rodríguez Puebla, ubicada a dos calles de las vecindades. Esta área se caracteriza por el comercio ambulante que hay en sus principales calles, República de Argentina, Venezuela, Lecumberri, consistente principalmente en manufacturas de importación (juguetes y bisutería). El comercio establecido se especializa en el giro de ropa y equipo de

costura y confección (para mayor características de la zona véase Monnet, 1995). Hay un mercado, el Abelardo Rodríguez; a su costado se encuentra el Centro Cultural del Mercado, sobre la calle de Venezuela. Esta área corresponde a un perfil de comercio popular al colindar con el área de Tepito al norte y distinguirse, por el tipo de comercios y usuarios, del área "moderna" del centro, ubicada al poniente.

Las estadísticas por AGEB muestran que de 1990 a 1995 la zona de estudio ha perdido al 11 por ciento de su población, y en la misma proporción se han perdido viviendas habita-



Ventanas abiertas, miradas cercadas.

das (según la observación realizada estas viviendas se han reconvertido en bodegas para el comercio ambulante). Un 63 por ciento de la población es mayor de 18 años.

Presentaremos ambos casos de manera paralela, ordenada por temáticas semejantes con la intención de crear un contrapunto entre ellos. No se busca realizar una comparación exhaustiva entre ambos ámbitos, en muchos aspectos no hay manera de realizar un contraste preciso, sino de explorar las diferentes dimensiones del espacio habitado urbano.

#### LÍMITES EXTERIORES. DEL ENTORNO URBANO A LA VIVIENDA (Y VICEVERSA)

UN PUNTO de partida en esta sección: el espacio habitado no se corresponde con los límites de la vivienda o del conjunto habitacional, el entorno le da un sentido de continuidad o ruptura. Un lugar puede ser acogedor si el entorno es experimentado como extraño, o bien si la unidad arquitectónica existente es reemplazada por otro paisaje, ya que de ello emerge la sensación de lugar propio, protector. Conocer a qué se opone la vivienda o de qué manera se complementa con su afuera (o jerarquía de "afueras") permite entender diferentes escalas del lugar.

##### *Infonavit Iztacalco I*

Al oriente está la avenida Churubusco, al poniente sobre Francisco del Paso y Troncoso corre el metro, al sur está la avenida Apatlaco, y al norte Tezontle. Los límites más fuertes están en el oriente y poniente. Atravesar la avenida Churubusco implica caminar los diez carriles para autos, cinco en cada sentido. Esta avenida es un extremo relevante ya que ahí se ubica una gran tienda de autoservicio, un restaurante y cafetería perteneciente a una cadena, y un pequeño centro comercial de 20 locales. Sobre la misma avenida y un poco más al norte, sin colindar directamente con el conjunto habitacional, se localiza una sucursal de una cadena de cafeterías habilitadas como tiendas departamentales.

Las vías del metro al poniente representan otro límite significativo ya que sólo es posible atravesar la avenida, desde la unidad habitacional, por dos puentes. Así, el recorrido es usualmente a lo largo de la avenida hasta llegar a una de las dos estaciones cercanas (Iztacalco y Apatlaco). Esto pone de manifiesto una pequeña saturación de la nomenclatura: delegación Iztacalco, conjunto habitacional Iztacalco, metro Iztacalco, como si hubiera una apuesta a la identidad del lugar a través de la repetición. Los otros extremos tienen mucha mayor facilidad de contacto con las colonias vecinas, calles de dos o tres carriles con un flujo de vehículos relativamente escaso.

El acceso al interior del conjunto habitacional es sencillo. Se puede llegar por metro, pesero o autobús, y luego caminar por los múltiples accesos: vialidades interiores, cuidadas por puertas de metal en mal estado y siempre abiertas, que desembocan a estacionamientos o bien en andadores. Para los autos el esquema es muy semejante, hay tres vialidades que recorren el conjunto de un extremo a otro.

La sensación de llegar a casa comienza, para los habitantes de la unidad, al estar en el metro Iztacalco. La estación es ya un punto de referencia que permite establecer cercanías y distancias. Al mismo tiempo se señala que el metro puso una separación con los habitantes del Campamento 2 de Octubre, que se encuentra frente al conjunto. Esta afirmación realizada por un grupo de jóvenes refiere a los problemas que existieron hace ya más de 10 años con las bandas de ese lugar. En los últimos años los encuentros violentos habían disminuido, así que el metro sólo reforzó ya un aislamiento previamente existente. "De por sí había ya cierta separación", afirman ellos.

Para aquellos que cruzan la avenida utilizando los puentes, la situación no deja de ser paradójica. La avenida cerrada al cruce ha hecho que no existan ya atropellados, sin embargo utilizar el puente ha significado exponerse a otro tipo de atropello, el de los asaltos y los robos. "El metro no deja que te pases por ahí, tienes que irte al puente a que te taloneen."

Las referencias al exterior del conjunto en relación con las rutinas diarias de entrar y salir convocan el tema de la inseguridad de manera recurrente. No sólo en el puente, también en las estaciones del metro. Se menciona la consabida ambigüedad en la ciudad: ¿a quién temerle más a la policía o a los asaltantes?

A mi esposo lo asaltaron hace dos años, le sacaron su ojo, lo perdió. Salió de su trabajo a las seis de la mañana, era velador, y llegó aquí a Apatlaco como a las seis y media y lo agarraron en el puente. Perdió su trabajo. Unos dicen que son de aquí, otros que son de allá (mujer de 45 años).

Con todo, la distinción entre el “aquí” o el “allá” parece no resultar relevante, ya que con la súbita aparición de la violencia se ha extraviado el orden (espacial, cognitivo) al que refieren estas nociones. En este recuento emergen algunas dimensiones de interés. En primera instancia resalta la elaboración de las dimensiones de cercanía y lejanía en relación con el acceso al transporte y en muchos casos éste marca un extremo del espacio transitado peatonalmente, el más allá de la estación de metro es recorrido ya como pasajero, no como transeúnte. Es también paradójico el efecto del metro en cuanto a que permite la accesibilidad a aquello que está geográficamente lejano, pero al mismo tiempo dificulta el acceso a lo próximo: acerca lo lejano y aleja lo cercano.<sup>2</sup>

*Centro: República de Colombia  
y Rodríguez Puebla I*

Si en el caso anterior los límites de la unidad habitacional multifamiliar eran visibles y reconocidos, homogeneidad arquitectónica,

<sup>2</sup>Los límites del conjunto habitacional para aquellos que poseen auto son presumiblemente diferentes. No se realizaron entrevistas con personas que tuvieran automóvil, sin embargo se podría hipotetizar que los límites son tanto las vialidades principales que se recorren como el auto en sí mismo.

vialidades y transporte urbano, en esta zona del centro los límites del espacio alrededor de la vivienda son de otra naturaleza, ponen en juego distintos mecanismos de reconocimiento. Se trata aquí de reconocer el vínculo entre vivienda multifamiliar y el barrio o colonia, en que se encuentra inserta. Los referentes, por tanto, están en el tejido urbano en el cual se ubica la vivienda (ver la discusión sobre la historia y significación de los barrios en Lee y Valdez, 1994, y Rosales, 1996).

Una de las formas más usuales de llegar a la zona es por la calle de República de Argentina ya que es el camino más cercano desde el metro Zócalo (una vez más la estación del metro define accesos y trayectos). En esta ruta ocurre un proceso de autoselección de los transeúntes. En el Zócalo los turistas y paseantes rondan por la plaza, los cuerpos se ven pequeños por la escala del lugar; la Catedral, el Templo Mayor y las maquetas llaman la atención, lo mismo los puestos que sobre el piso expenden múltiples mercancías, con un predominio de artesanías. Al caminar frente a las ruinas del Templo Mayor el espacio de circulación se ve reducido dramáticamente por otra oleada de vendedores, seguir de frente es desembocar en una calle relativamente estrecha en donde no hay prácticamente espacio entre los cuerpos. Se ha cumplido un efecto de embudo y son muy pocos los turistas que avanzan más allá de este punto. El ambulante y la densidad humana anuncian que se está entrando a una zona que seguramente no está en las guías turísticas.



Vecindad rehabilitada. Plantas como forma de fijar otra atmósfera, afuera, la calle.

Ya en la calle de Argentina los ambulantes no ocupan la banqueta, están sobre la misma calle, disputando el lugar a los automóviles. Calles que se convierten en peatonales, Venezuela, Lecumberri, el Car-

men. Ambulantes por doquier. Maniqués en Venezuela exhiben ropa de mujer. Vestidos, faldas, mezclillas. Caminar en línea recta no es posible, siempre hay gente alrededor, zigzaguear se establece como forma de moverse. Autos, peseros, diableros compiten con el peatón por el espacio disponible. Ocurren pequeños empujones y golpes, los rostros pasan. Mientras que en la zona poniente del centro histórico (del Zócalo hacia avenida Juárez) los comercios establecidos exhiben mercancías a través de aparadores y hay una clara distinción entre el afuera y el adentro, el comercio ambulante está todo afuera, no media separación entre el transeúnte, objetos y vendedor. La misma acumulación de vendedores y objetos marca un límite difícil de precisar, que en todo caso sería una súbita consciencia del propio cuerpo frente a un inmenso exterior.

La doble aglomeración, humana y de objetos, construye un paisaje urbano particular para el no iniciado en trama urbana de la zona. Los transeúntes en movimiento continuo ocupan el espacio visible inmediato, esta multitud compacta forma un arquitectura corporal donde es fácil extraviarse ya que a pesar de seguir caminando queda la sensación de estar en el mismo lugar. Se avanza pero la multitud humana permanece. Los objetos que se expenden en la vía pública son permanente fachada de las edificaciones, la arquitectura usualmente comienza en el segundo piso cuando la mirada se levanta sobre el nivel horizontal, convirtiéndolo en un lugar de difícil legibilidad. Al preguntar sobre la fachada de la vivienda ésta usualmente era caracterizada como *normal*, sin ningún rasgo particular, probablemente invisible para sus propios moradores.

Las vecindades en la calle de Colombia tienen las puertas abiertas todo el día. La primera impresión es que están vacías, sin embargo, al poco tiempo de entrar aparecen habitantes preguntando por lo que se hace ahí ante la sospecha que se pueda ser policía o ladrón. El extraño es usualmente ambiguo. Una vigilancia informal bastante eficiente distingue rápidamente al extraño, más aún si lleva una cámara. El comercio es en estas vecindades una actividad importante, se entra y sale continuamente con cajas. Hay accesorias que dan a la calle y están conectadas con el interior del patio.



Para los habitantes de las vecindades (término que sin embargo no es aceptado por todos, algunos prefieren el nombre de “Conjuntos”, ya que son propietarios de su vivienda, o el término de “vecindario”) el barrio no posee límites claramente definidos.<sup>3</sup> Más bien éstos se generan por diferenciación; no es Tepito, tampoco La Lagunilla, lugares percibidos como diferentes y que son recorridos en función de actividades diarias.

Ecuador es una calle de problemas, o sea que realmente a mí me sigue gustando por recorrer para acá, para el Zócalo. Cuando tengo aquí a mis nietos los llevo al Templo Mayor, vamos a la Alameda. Totalmente mis recorridos para allá. Hay ocasiones que voy a la San Pablo, paso a ese jardín (mujer de 55 años).

Para aquellos que han vivido desde siempre en el barrio los contornos se desdibujan, los límites están cercanos y lejanos. Las personas que tienen relativamente poco tiempo de vivir en la vecindad (7 o 10 años) circunscriben el barrio a algunas calles cercanas (Nicaragua, El Carmen, Argentina) y manifiestan igualmente su preferencia por el Zócalo.

Una primera impresión es que un barrio que no se ve, no acaba de integrarse totalmente. Pareciera que la dificultad para leer el espacio cuando se transita por él se expresa también en las repuestas de los entrevistados. La zona aparece sólo en la nomenclatura de sus calles y los traslados realizados, no ha surgido una descripción con un sentido afectivo, con énfasis en los detalles y en la experiencia. Esta ausencia de integración es paradójica en el caso de esta zona cuya historia corre paralela con la de la ciudad. El mayor grado de nitidez en las descripciones está en relación con el ambulante: es molesto, casi inevitable, sucio, fuente de inseguridad. El uso del espacio local aparece como claramente instrumental: comercio, mercado, servicios, desplazamientos.

<sup>3</sup> Surge aquí también un problema con la manera de designar el espacio. Oficialmente se está en la colonia “centro”. Sin embargo la referencia es en muchos casos la de barrio.

## TRANSICIÓN (NI EN LA CASA, NI EN LA CIUDAD)

¿CÓMO LLAMAR a aquello que no es ciudad y que tampoco es casa, pero la rodea y la da un sentido particular al hecho de residir ahí? Usualmente esto es el barrio o la colonia. Emplear el término de barrio es ya ubicarse frente al espacio inmediato ya que posee un sentido afectivo, denota una pertenencia asumida como rasgo, a diferencia del término colonia, que tiene más bien una connotación de orden político administrativo y remite a un espacio de mayores dimensiones. Para elegir la denominación entra también en juego la manera de practicar el lugar:

Para quien lo habita, el barrio se define subjetivamente por el conjunto de itinerarios que se recorren a partir de la propia casa. Itinerarios recorridos a pie, se entiende, pues el espacio del barrio es el área por la que caminan los viandantes mientras que el espacio de la aglomeración corresponde a los medios de transporte. El espacio concreto del barrio, o del pueblo, es una superficie abierta a todos, regido por reglas colectivas, pero que tiene como "hogar" en el sentido óptico, un lugar cerrado, una casa propia. Es un *afuera* definido a partir de un *adentro*, un público cuyo centro es privado (Prost, 1991: 116).

En el caso del centro de la ciudad podemos hipotetizar un desdibujamiento de los límites precisos entre barrio y ciudad (o no barrio). Plausiblemente el ambulante ha expropiado usos del espacio y contactos interpersonales que hacen crecer y mantenerse a las redes de apoyo y socialidades de lo tácito (Rosas, 1995). Nada desdeñable es también el hecho de que el área de estudio al estar enclavada en una zona comercial de grandes dimensiones y persistencia histórica es un lugar para otros, comerciantes y compradores, de ahí las dificultades de los residentes de esta área para habitar más allá de la vivienda.

Por el contrario en Infonavit Iztacalco, la estructura del conjunto habitacional demarca con claridad la pertenencia a un espacio que es diferente al entorno. Todas las viviendas se han construido en

el mismo periodo, hay una intención de unidad y organización arquitectónica de las vialidades, áreas verdes, zonas de comercios y servicios. Sin embargo, como veremos más adelante, las dimensiones del conjunto habitacional han propiciado una fragmentación de las adscripciones (ser del conjunto o de una zona de él) y de su uso.

### *Iztacalco II*

Las secciones del conjunto habitacional, más que una delimitación de carácter "oficial" son el producto de la diferenciación generada por los tipos de vivienda (unifamiliar, duplex y multifamiliar de 8 departamentos por edificio) y por las vialidades que dividen estas áreas entre sí. Resulta interesante apuntar que los lugares de pertenencia y referencia colectivos están contruidos a partir de estas secciones más que del conjunto habitacional en su totalidad. Esta fragmentación en la nomenclatura (se es de *Barro Negro* o de *Chinampas*) tiene correspondencia con los lugares recorridos y las redes sociales que se tejen en ellos. Existe, previsiblemente, un proceso de caracterización de los "otros" en términos negativos: sucios, peleoneros, agresivos. Esto con mayor intensidad entre los jóvenes hombres para quienes el uso del espacio consume la mayor parte de su tiempo, sea para juegos o simplemente para "rolarla".

Los lugares que aparecen como relevantes, independientemente de su ubicación, se encuentran en el extremo "moderno" del conjunto como es la gran tienda de autoservicio y la zona comercial. Su carácter de lugares "fronterizos" hace que no pertenezcan a ninguna sección particular y de ahí la unanimidad para reconocerlos como significativos (se preguntó qué lugar del conjunto se fotografiaría y estos resultaron ser, junto con los jardines, prácticamente los únicos mencionados). Otro lugar emblemático es un lago, o más bien su ausencia, convertido ahora en superficie abierta y empleada para juegos. En el diseño original del conjunto existía un embarcadero, lanchas y un lago artificial que tuvo agua durante un tiempo impreciso, más tarde se secó por un temblor, al abrirse el lecho de concreto. El lago, además de ser una exuberancia en el di-

seño del conjunto habitacional pretendía ser un recuerdo del pasado lacustre de Iztacalco, intención a la que también se suma el nombre otorgado a avenidas y edificios: Girasol, Corteza, Tepetate, Redes, Tule, Lirios, etcétera.

De manera general la vida en el conjunto es evaluada como tranquila y sin mayores sobresaltos. El acceso a los comercios es valorado positivamente lo mismo que los servicios existentes. Es un lugar autosuficiente, afirma una persona de la tercera edad.

### Vecinos y amigos

La fragmentación de la experiencia del espacio del conjunto habitacional es también la fragmentación de las redes y relaciones sociales. El contacto interpersonal con los vecinos es por lo general apreciado en nombre de la amabilidad, sin embargo hay una toma de distancia frente a la posibilidad de contactos más cercanos.

Una clave para entender la formación de relaciones de contacto o de amistad lo es sin duda la pertenencia a un grupo sociodemográfico. Cada uno de estos grupos (mujeres jóvenes, hombres jóvenes, amas de casa, jefes de familia) posee patrones peculiares de agregación.

En estos grupos un caso extremo en cuanto a la falta de contacto sea el de los hombres jefes de familia. Afirma una persona de 77 años, que lleva 25 de ellos viviendo en el conjunto: "Sí, he visto a los señores que juegan dominó en las jardineras, pero son muy mal hablados, se la pasan maldiciendo y yo, como le dije, soy muy católico desde joven, no me gusta andar maldiciendo, y como dicen: mejor solo que mal acompañado."

No nos buscamos, sólo nos saludamos, cada quien su vida, son las formas usuales de expresar la distancia frente a los vecinos, no hay amistad posible sólo el reconocimiento de convivir.

En las redes de contacto tejidas desde el género femenino por lo general el tenor es otro, de calidez y placer en el encuentro:

Todas son mis comadres en mi edificio. Hasta eso no hay mucho problema, el problema es cuando no bajamos todos a las juntas. Yo hago la posada cada año, pero eso ya es con todos los de

alrededor. Y ahorita porque me vio sin gente, pero todos los días tengo aquí como diez personas, todas aquí tejiendo; todas mis vecinas aquí convivimos mucho. Aquí siempre estoy, aquí vienen" (mujer de 45 años que vive en el conjunto y tiene un puesto de quesadillas que atiende con sus hijos).

Si bien este caso se puede pensar como extremo ya que se convoca al mismo tiempo la amistad, la participación para asuntos comunes y el uso de lugares públicos con un sentido de comunidad, es revelador de un arraigo con el conjunto habitacional.

Las mujeres jóvenes, sin embargo, experimentan el lugar de otra forma:

Amigas aquí no. Salgo pero con mis amigas de la escuela, por aquí casi no, no me gusta salir por aquí. Si salgo me voy lejos, no me quedo aquí; no me siento a gusto, no por el ambiente de la unidad, sino por el ambiente de los muchachos. Es distinto yo no encajo ahí. Sí hay muchachas pero su forma de ser no encaja con la mía. No sé igual y yo soy la que no es muy sociable (mujer de 19 años).<sup>4</sup>

El caso de los hombres jóvenes es diferente en la medida en que sus redes de socialidad están estrechamente vinculadas con el uso del espacio en la unidad. Por lo general es el área o sección de residencia lo que demarca el territorio ejercido como propio, ahí donde es posible jugar basketbol, echar cascaritas, o simplemente cotorrear con los amigos. Incluso colocar un tablero de basketbol en una área de estacionamientos es ya una marca en el territorio, y no cualquiera puede jugar ahí (parte de la "ley del barrio" según se nos dijo). Cada grupo de jóvenes reconoce el territorio de los otros y las relaciones de amistad se construyen desde la aceptación de lo ajeno. Los intercambios se dan a partir de la puesta en práctica

<sup>4</sup>En el caso de mujeres la reclusión doméstica y el escaso contacto con el entorno inmediato a la vivienda parece ser una pauta extendida a nivel de sectores populares (Salazar, 1997 y Piccini, 1996). Es necesario profundizar y matizar esto de acuerdo a grupos de edades.

de formas de interacción propias de las culturas juveniles, en particular de la “reta” como forma de convivencia deportiva, que permite ir más tarde a la sección de los otros. También ocurre la experiencia del grupo nómada de jóvenes.

Hay canchas en Aguamiel, es una zona muy conflictiva o de gente muy “unida” en cuanto a bandas, muy unida. Si llegas tú y no te conocen ni nada, pues como que te ven, ¿qué onda?, ¿no?, ¿qué haces aquí?... Jugamos ahora sí que donde está libre, obviamente sin buscarse broncas ni nada. Donde se pueda jugar, no hay una que digas ésta es nuestra zona, luego jugamos aquí (en referencia al lugar donde se hace la entrevista), si llega la gente de aquí ¡ah, pues órale! para evitar problemas hacemos una reta.

Se interrogó a las mujeres jóvenes sobre esta “ley de barrio” y sobre su uso del espacio del conjunto, ya que no se observaron muchos grupos de chicas platicando o jugando. Su punto de vista reveló tanto la exclusión como la búsqueda de otros espacios de socialidad fuera del conjunto:

Los hombres son, perdón por la palabra, medio gandallas con las canchas. Llega una mujer y le dicen, tú no juegas por que eres mujer. O le dan pelotazos hasta que se va. Son un poco, cómo se podrá decir, represivos. Nunca habrá una reta de mujeres contra hombres. Eso jamás. Las chicas no se van a poner a jugar basketbol, prefieren irse a Plaza Universidad a dar la vuelta.

Los andadores peatonales son, en cambio, espacio de los niños y sus juegos, sin importar el género. La diferenciación es producto de la adolescencia y su lugar de expresión son las canchas. Al ser el conjunto habitacional lugar de los aprendizajes cercanos, lo es también del vínculo entre género y territorio, de lo apropiable y sus

límites. En este sentido resulta interesante resaltar las estrategias de conformación de identidades por género. Tal parece que en los jóvenes hombres resulta importante el espacio habitado y su uso para el establecimiento de un nosotros (los de tal o cual sector, sea Aguamiel, Raíz del Agua, Barro Negro), en su transitar se establecen diferencias con otros grupos y dan a conocer su lugar de pertenencia. Las mujeres jóvenes, por otra parte, generan sus redes de amistades en la escuela y hacen de la ciudad materia de exploración, o bien persisten en el espacio de la vivienda como fuente de actividades y descanso.

#### Fachadas, organización y miradas

La apariencia de los edificios (fachadas, mantenimiento) es juzgada en primera instancia como semejante en toda la unidad. No hay una apreciación consistente de diferencias. Cuando las hay es para afirmar la falta de organización de los vecinos que redundará en la mala apariencia de los edificios. “Los edificios son todos iguales. En mi casa pues solamente pintamos, por dentro, y ya” (hombre de 77 años). “¿Lo que más me gusta? Nada. Hay algunos edificios que están pintaditos y otros que ya parecen cárceles, no están organizadas las personas (mujer de 45 años).

La organización es una fachada, tal parecería ser la conclusión del énfasis puesto en la apariencia de los edificios y la participación entre los vecinos para su mantenimiento. El tema de la organización vecinal revela, a su vez, una de las tensiones presentes en el conjunto habitacional que es la de los alcances de lo público y lo privado. En efecto, cada uno es dueño de su departamento y eso es un asunto privado, ponerse de acuerdo con los vecinos para el pago del gas es un tema común, más aún, la decisión de pintar la fachada o lograr acuerdos sobre el mantenimiento requiere de contactos y confianza entre vecinos que es difícil lograr sea por que son muchos, por que hay gente que nunca coopera, o bien porque quien organiza busca un beneficio económico. Pareciera que haber logrado hacerse de un bien privado (el departamento) anula el

interés sobre lo público. En los entrevistados existe, incluso, una añoranza de la organización ajena:

Pues mira, acá, si te sigues sobre el Lago llegando a Chinampas, cerraron (el acceso al conjunto de viviendas), le pusieron escaleras, puertas. Y ellos como que se privatizaron, he visto que hacen sus fiestas. Pero yo siento que son en conjunto, entre vecinos, ya que luego ellos mismo sacan sus mesas, sus sillas, ponen globos, siento que así no hay ningún problema. Luego hay cada vecino que dices órale, por qué te pones en ese plan. Pero aquí privatizaron muy bonito por que les quedó el cuadro muy cerradito (mujer de 17 años).

La organización es, también, una fiesta

Las fachadas de los edificios además de ser indicadores del grado de organización de los habitantes son una suerte de interfase entre el afuera y el adentro de la vivienda. Son las ventanas que permiten el flujo visual entre ambas dimensiones. En el primer nivel prácticamente todas cuentan con rejas de protección elaboradas según una estética personal. Las cortinas suelen estar corridas de manera que se impide la visibilidad al interior por parte de los transeúntes. *Estamos tan juntos que el edificio de enfrente es un espejo*, se dice para dar cuenta de la incomodidad personal que causa tanta cercanía con los vecinos del edificio de enfrente. La privacidad, capacidad de decidir cuándo y con quién se entabla contacto, es un bienpreciado y escaso de acuerdo con los entrevistados. Se argumenta que en muchas secciones la disposición de los edificios da la impresión de estar en un lugar cerrado y de ahí lo inevitable de encontrarse con miradas o voces de los otros.

El sentido de la mirada al interior del conjunto es entonces relevante. Las ventanas se han constituido en un inesperado punto de observación desde el cual se realizan diagnósticos compartidos o personales sobre los vecinos o sobre lo que acontece en el área inmediata a la vivienda. De esta forma el espacio abierto comienza desde el punto de observación. Señala también una ambigüedad



relevante: hay poca interacción cotidiana entre vecinos, dicen apenas hablarse entre sí, sin embargo conocen sus horarios, rutinas y trayectos de tanto verse entre ellos. Hay un mutuo conocimiento no intrusivo disfrazado de respeto o indiferencia. Esto da origen a un pequeño arte cotidiano: la amabilidad distraída consistente en tener una atención con los otros al no prestarles atención.



Abrir la ventana y encontrar un espejo.

Al interior del edificio son otros los sentidos que se ponen en juego: “Entras a un edificio. Vas subiendo las escaleras y dices «arroz», subes otro piso y dices «mole de olla», en el siguiente piso no hueles nada –no comieron– y en el departamento de hasta arriba huele a todo.”

Una forma más de conocimiento de los otros viene dado por el sonido, pasos por las escaleras, en el piso de arriba, voces que se filtran por los muros o ventanas, el volumen del radio o del estéreo, luces prendidas en la noche. Para caracterizar la vida social al interior de los edificios se propone una imagen contundente: *los edificios son vecindades paradas*, la intensidad de la vida social y del mutuo conocimiento, al ser vistos como indeseables, se convierten en rasgos negativos y lo largo del patio de la vecindad se convierte en altura recorrida por las escaleras.

Al hablar de los vecinos y lo que de ellos se sabe hay una conciencia imprecisa de que también los entrevistados son vecinos de otras personas. Más allá de mirarse en el espejo que se mencionaba más arriba, existe una suerte de pacto tácito de que si uno tolera a los vecinos ellos harán lo mismo con uno: tolerancia por omisión, no por acuerdo explícito. Como bien señala Giglia (1996: 82), en su estudio sobre la gestión en dos unidades habitacionales, la flexibilidad en la vida condominal se traduce en la ausencia de derechos y obligaciones universales, que desemboca en la ausencia de responsabilidad en lo que hacen los otros y también uno mismo.

*República de Colombia y Rodríguez Puebla II*

Tradicionalmente el término vecindad remite al mismo tiempo a un tipo de edificación y a una forma de vida. La vecindad "clásica" debe contar con un patio central y uno o dos niveles de construcción, su vida social se caracterizaría por la solidaridad vecinal y el uso intenso del patio como lugar de encuentros, juegos y fiestas. Sin embargo, las vecindades en que se realizó el trabajo de campo no responden a este perfil, al menos en cuanto a la vida social. Ambas vecindades fueron objeto de una rehabilitación a partir de los sismos de 1985 por parte de Renovación Habitacional Popular del D.F. (sobre el proceso de reconstrucción y la evaluación de las viviendas entregadas se puede consultar el texto de Connolly, 1992). Originalmente las vecindades tendrían, una 20 viviendas, y la otra 26. Actualmente muchas de las viviendas son ocupadas para uso comercial y bodegas, lo cual ha dejado en promedio 14 viviendas habitadas. Dado el escaso número de viviendas ocupadas en las vecindades se decidió igualmente hacer entrevistas y observación en una unidad habitacional de 36 viviendas ocupadas por personas damnificadas en los sismos del 85. Así, se tendría la posibilidad de contar con más información sobre la zona y evaluar la satisfacción frente a diferentes tipos de construcción.

*El paisaje inmediato, ambulante*

El comercio en espacios abiertos ha representado en la zona la expropiación de la imagen urbana. Monumentos históricos, edificios nuevos o comercios, se pierden en un paisaje visual siempre en movimiento.<sup>5</sup> Los puntos de referencia cotidianos se desvanecen tanto para el transeúnte como en el discurso de los entrevistados. Hay una constante tensión entre las ventajas de vivir en el centro (equipamientos, servicios, localización) y su invisibilidad. Es como si los

<sup>5</sup>La densidad histórica y monumental del área es de hacer notar. Sobre la calle de Venezuela se ubica el Centro Cultural del Mercado en lo que fuera el ex colegio de San Gregorio. A poca distancia se encuentra una edificación que originalmente fue la Iglesia de San Pedro y San Pablo, posteriormente Hemeroteca Nacional y recientemente alberga al Museo de la Luz.

objetos en venta y el flujo humano siempre reclamaran la atención y no hubiera tiempo ni un lugar para cultivar un punto de vista sobre el entorno. Se señala con intensidad “casi no salgo”, “sólo voy al mercado”, los paseos si son más lejos, mejor.

De manera recurrente se hace mención al tema del ambulante y la inseguridad, permeando prácticamente todos los temas abordados. Sólo para aquellos que se dedican al comercio en la vía pública, de hecho frente a la vecindad, este merece una valoración positiva. “Es bueno, es divertido, es sano. Nos permite involucrarnos en conocer a la gente... De todo lo que pueda hablar del comercio el 90 por ciento es positivo, constructivo, bonito...” O bien hay una conciencia de la mala imagen social que hay de ellos “... lo hacemos por necesidad...” Otros residentes opinan: “Es espantoso, no hay espacio para caminar.” Los robos y la violencia, cuando se señalan desde las vecindades, están en las calles cercanas, lo mismo que los “muchachos que le entran al chemo o al activo”.<sup>6</sup>

En aquellos que se dedican al comercio fuera de sus casas hay una sensación de continuidad entre la vivienda y el exterior inmediato: se trabaja afuera, se guarda mercancía adentro. El patio es como una calle interior que se recorre consistentemente. Su estar en el exterior es también un mecanismo de control muy eficiente de quién entra o sale y de mantener contacto con los vecinos. Sin embargo, los vecinos que no son vendedores se sienten doblemente invadidos, por un lado hay un trajinar constante en el patio y, por el otro, sienten que el afuera de la vivienda, que también es parte de ésta, se les ha quitado.

Es mucha molestia. No puede uno ni caminar. Yo les he dicho que no estorben porque les digo: ¡oye, estás invadiendo mi banqueta! Porque nosotros somos dueños de ella, nosotros pa-

<sup>6</sup>En una investigación sobre patrimonio histórico en el centro de la ciudad coordinada por Ana Rosas M. (1998) se entrevistó a 238 residentes de vecindades declaradas monumento histórico por el INAH. Al describir la zona el 47 por ciento de las personas la calificó como buena y muy buena, argumentando la localización como factor principal. Las personas con un punto de vista crítico señalaron la aglomeración, tráfico, inseguridad y alcoholismo como los principales problemas.

gamos la banqueta, hasta en las escrituras dice que nosotros somos los dueños. No me acuerdo en qué parte pero así dice. (hombre de 42 años).

Lo ajeno comienza apenas abriendo la puerta de casa

Dado el intenso flujo entre el interior y el exterior la puerta de la vecindad permanece abierta durante el día, en la noche se cierra y los habitantes tienen todas las llaves para entrar. La figura del portero que abría a deshoras y pedía una pequeña propina ha desaparecido, queda así mayor libertad de acceso. En el conjunto habitacional una fuente recurrente de preocupación son las personas que saltan los enrejados desde el predio contiguo, presumiblemente para huir de la policía y salir por la puerta principal, también saltándola. Las puertas no garantizan el aislamiento y el espacio privado es amenazado constantemente.

Patios, organización, presencias

Si hay algún sitio en las vecindades que la cultura popular haya recreado, en películas (Pedro Infante de por medio), canciones y hasta telenovelas, es indudablemente el patio. Convertido en lugar de encuentros, chismes (aunque estos son más bien de lavadero), fiestas y juegos en el imaginario urbano. Sin embargo, lo que se nos dijo y lo que se pudo observar no avalan estas imágenes estereotipadas, ya que más bien éste es empleado como un espacio de tránsito interior sin una valoración afectiva particularmente fuerte. Casi se podría parafrasear a Borges y decir que la vecindad es algo que ocurre en el pasado.

El patio es motivo de participación y deslindes por lo que hace a su limpieza. Hay intentos de cooperación entre vecinos para lavarlo y barrerlo con cierta regularidad, aunque esto ocasiona también quejas por la no participación de otros. Los vecinos del segundo piso son ajenos a la preocupación y sólo limpian su parte en el corredor superior. Incluso los de la planta baja sólo se ocupan de la parte que está frente a ellos, en un acto de cuidado por lo que es colectivo pero asumido fragmentariamente como propio. En el

conjunto habitacional, donde hay más viviendas, el patio está descuidado y la basura acumulada. Este paisaje se contrasta con el que tenía el conjunto cuando se entregó hace ocho años. Se extrañan las jardineras y el pasto, para algunos el sentimiento al entrar al patio es de tristeza “luchamos mucho para verlo como está ahora” o de flojera, “con ganas de decir, por qué si yo limpio la basura los otros no lo hacen”.

La ropa colgada configura el paisaje interior de las vecindades. En la rehabilitación de las vecindades se dotó a cada vivienda con un área de servicio para lavar, con lo cual ya no hay más lavaderos y tenderos colectivos. El espacio en la casa es reducido (un promedio de 50 m<sup>2</sup>) con lo cual hay que ocupar áreas exteriores para secar la ropa. Esto no ocasiona problema, hay una delimitación muy clara de la pertenencia del área o lazo. “Cada quien tiene su lazo de tendero. Pero a veces no falta que alguien entre y se pierde la camiseta, la chamara buena. Pero tendemos en la parte de atrás para que no rompa la visión del vecindario”, o bien en los balcones y ventanas del conjunto habitacional.

Son pocas las fiestas o reuniones colectivas en el patio, sea por cambios en la composición sociodemográfica de los habitantes, gente mayor y familias pequeñas, o ya que ser dueños de la vivienda ha generado un uso individualizado del lugar. En el conjunto habitacional se habló de una prohibición para que los niños no jugaran en el patio, dado que deterioraban las jardineras y rompían los vidrios, pero la medida causó más problemas que los que buscaba solucionar y al poco tiempo se dejó de pensar en ello.

La organización se reduce al mínimo y es producto de la buena voluntad o de la urgencia de resolver situaciones que tienen que ver con los servicios, como el pago del agua. Es significativa la evocación de la vida en la vivienda provisional como un periodo de cierto orden y en donde existían reglas claras que había que cumplir por igual. “Ahora como todos se sienten dueños es un relajó.” Esto señalado con más intensidad en el caso del conjunto habitacional, que por su tamaño requiere de mayor nivel de participación y acuerdos comunes.

## PARA CONCLUIR

A DIFERENCIA del caso anterior (Iztacalco) donde las dimensiones del conjunto podrían permitir cierto grado de anonimato fuera del edificio que se habitara, aquí en las viviendas del centro, esto es imposible. La referencia a los vecinos es personalizada, como el contacto que se tiene con ellos. Esto viene a colación ya que los problemas en la vecindad, “los frijolitos negros”, son causados por los vecinos del 5, o del 9. Las discusiones y los pasos se oyen aunque no se quiera, lo cual provoca en muchos casos más distancias que cercanía expresados en críticas hacia las malas costumbres de estos vecinos. Es tal el conocimiento mutuo que ante la fotografía del tendedero en la vecindad un entrevistado identificó de quiénes eran las prendas colgadas. La imposibilidad del anonimato es también la afirmación de la autonomía personal : cada quien su vida.

En este recorrido por conjuntos habitacionales y barrios se ha intentado reconocer algunas de las dimensiones que pensamos más relevantes para la configuración de formas de habitar la vivienda multifamiliar y su vínculo con el entorno circundante. Algunos temas que pueden pensarse como importantes y dignos de profundización son los siguientes:

- El papel de la corporalidad en el establecimiento de límites. La conciencia de sí mismo en el espacio ajeno tiene que ver no sólo con las impresiones que se generan en los otros, a la manera de E. Goffmann, también habría que considerar la construcción cultural de una sensibilidad corporal de la tolerancia y la inclusión. Más aún, también es posible preguntarse por cuáles pueden ser las implicaciones de equiparar vivienda y cuerpo como espacio personal o última frontera, donde la exposición y la visibilidad resultan en una fragilidad indeseable.
- La inseguridad urbana genera y ahonda diferencias, éstas se objetivan en comportamientos, ritos y modificaciones del entorno construido (rejas, protecciones), queda preguntarse qué modalidad de espacio urbano está en trance de gestarse.

Del mismo modo, es relevante señalar que el lenguaje con el que se narra la violencia urbana está conformado mayoritariamente por los medios de comunicación: su expresión, tematización, y nomenclatura proviene de ellos. Esto actualiza la discusión sobre el vínculo entre medios de comunicación y vida urbana.

- Los límites de la vivienda, sea como conjunto o vecindad, se establecen mayoritariamente en términos de la accesibilidad a medios de transporte. Habría que profundizar qué ciudad construyen estos usos instrumentales de las referencias espaciales.

- El tema de género y ciclo de vida, merece mayor atención en relación con el espacio cotidiano. En particular, indagar sobre las estrategias de sociabilidad puestas en recorridos y lugares significativos. Esto puede ser importante para entender la dinámica entre espacio local y metropolitano.

- La temporalidad social de los lugares es relevante en análisis comparativo. En el centro de la ciudad la aparente inmovilidad del pasado, desde una óptica monumental, está ligada con la refuncionalización y ocupación de espacios de vivienda y comercio. Dentro de la lentitud de lo central existe una rapidez de transformación que no existe en otros espacios con menor densidad histórica (Infonavit Iztacalco), ya que su inclusión reciente en la trama urbana les da una fijeza interior experimentada como inmovilidad y normalidad.

## BIBLIOGRAFÍA

- AGUILAR, M.A., C. Cisneros y M. Urteaga (1998), "Espacio, socialidad y vida cotidiana en los conjuntos habitacionales", en M. Scheingart, y B. Graizboard (coords.), *Vivienda y vida urbana en la ciudad de México. La acción del Infonavit*, El Colegio de México, México.
- CONNOLLY, P. (1992), "Implicaciones sociales del programa Renovación Habitacional Popular", en P. Connolly, E. Duhau y R. Coulomb, *Cambiar de casa, pero no de barrio*, CENVI-UAM/A, México.

- GARCÍA CANCLINI, N. (1995), *Consumidores y ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización*, Grijalbo, México.
- GIGLIA, A. (1996), "La democracia en la vida cotidiana. Dos casos de gestión de condominios en la ciudad de México", *Alteridades*, núm. 11, UAM-I.
- Instituto Nacional de Geografía y Estadística, *Conteo de población I*, 1995.
- LEE, J. L., y C. Valdez (coords.) (1994), *La ciudad y sus barrios*, UAM-X, México.
- MONNET, J. (1995), *Usos e imágenes del centro histórico de la ciudad de México*, D.D.F.-CEMCA, México.
- PICCINI, M. (1996), "Redes urbanas y culturas audiovisuales en la ciudad de México", *Relaciones*, núm. 24, Universidad Autónoma Metropolitana-Xochimilco, México.
- PROST, A. (1994), "Fronteras y espacios de lo privado", en A. Prost, y G. Vincent, *La vida privada en el siglo XX*, Taurus, Madrid.
- ROSAS, A. (1995), "Barrio tomado: la invasión de Tepito por el comercio ambulante", *Ciudades*, núm. 27, RNIU, México.
- ROSAS, A. (1998), "La monumentalización del patrimonio: políticas de conservación y representaciones del espacio en el Centro Histórico", en N. García Canclini (coord.), *Cultura y comunicación en la ciudad de México*, UAM-I/Grijalbo, México.
- ROSALES, H. (1996), "Los barrios", en A. Sevilla y M.A. Aguilar, *Estudios Recientes sobre cultura urbana en México*, Plaza y Valdés, México.
- SALAZAR, Clara (1997), "El uso del tiempo libre y las relaciones asimétricas de género entre generaciones", *Sociológica*, 33, UAM-A, México.
- SIMMEL, G. (1986), *Sociología. vol. 2. Ensayos sobre las formas de socialización*, Alianza Universidad, Madrid.





*Chapultepec: paseos y recreación,  
entre la historia y el mito*

DESDE EL desarrollo de las culturas prehispánicas el Bosque de Chapultepec ha sido un lugar de descanso y esparcimiento. Hacia 1428 Nezahualcóyotl<sup>1</sup> construyó, al pie del cerro de Chapultepec, un palacio, lo cercó y reforestó con la plantación de ahuehuetes e introdujo una variedad de especies animales. Asimismo, Moctezuma Xocoyotzin<sup>2</sup> construyó estanques para la cría de peces y ranas, sembró plantas y árboles traídos de los pueblos tributarios circunvecinos. Además, se inició la construcción del Acueducto de la Tlaxpana en 1465 que llevaba agua hasta la entrada de Tenochtitlan; de él se conservan vestigios frente a Molino del Rey.<sup>3</sup> A partir de entonces el bosque ha sufrido una serie de transformaciones para conformarlo como un espacio de diversión y de acopio y estudio de flora y fauna.

El Bosque de Chapultepec en la época virreinal, por una Real Cédula del 25 de junio de 1530, Felipe II mandó que de las posesiones que Carlos V concediera a Hernán Cortés, el área de Chapultepec se entregara a perpetuidad a la ciudad de México. De esta

\*Escuela Nacional de Conservación, Restauración y Museografía "Manuel del Castillo Negrete", Instituto Nacional de Antropología e Historia.

<sup>1</sup>"Coyote de ayuno" fue hijo de Ixtlilxóchitl I. Nació en 1402 y murió en 1472. Gobernó Texcoco.

<sup>2</sup>"El más joven", gobernó Tenochtitlan de 1502 hasta su muerte en 1520.

<sup>3</sup>Como estrategia de guerra durante la conquista, los españoles decidieron cortar el suministro: "les quebramos los caños por donde iba el agua a su ciudad, y desde entonces nunca fue a México entretanto que duró la guerra". Bernal Díaz del Castillo *Historia de la conquista de la Nueva España*, Porrúa, México, 1970, p. 333. Colección Sepan Cuantos, núm. 5.

manera, se convirtió en un lugar de esparcimiento de sus habitantes. El agua de los manantiales fue enviada a través del Acueducto de Belén hasta el Salto del Agua, hoy Avenida Chapultepec; empezó a construirse en 1771 y se concluyó en 1779. Por su parte, el virrey Matías de Gálvez emprendió las tareas de edificación del castillo en la cúspide del cerro, y fue su hijo don Bernardo de Gálvez quien lo terminó en 1786, con obras de jardinería a su alrededor.

Posteriormente, en 1842 el inmueble sirvió como sede del Colegio Militar, y en 1864 Maximiliano I<sup>o</sup> lo suprimió y emprendió trabajos de adaptación para la vivienda imperial; se construyeron terrazas y calzadas de acceso por el bosque, como el Paseo del Emperador, hoy Paseo de la Reforma. El presidente de la República, Sebastián Lerdo de Tejada<sup>5</sup> completó esta labor al agregarle banquetas, bancas, prados y sembradíos de árboles a las orillas. El presidente Porfirio Díaz<sup>6</sup> fue quien más modificaciones llevó a cabo por ser el que más tiempo lo habitó. De los sucesivos presidentes, el general Lázaro Cárdenas<sup>7</sup> en 1939 trasladó la casa presidencial a Los Pinos y por decreto cedió el Castillo de Chapultepec para albergar al Museo Nacional de Historia; su inauguración fue el 27 de septiembre de 1944. Años después se construyó en un área cercada al castillo, la Galería de Historia "La lucha del pueblo mexicano por su libertad".

A la par de esta diversidad de modificaciones del cerro de Chapultepec se efectuaron obras en su entorno, es decir, en el Bosque de Chapultepec. Como se mencionó, en la época prehispánica se introdujeron plantas, árboles y animales que enriquecieron la vida natural en esta área de esparcimiento. Durante la colonia, se talaron árboles y secó el lago por los malos olores que producía, según los conquistadores. En el imperio de Maximiliano se realizaron impor-

<sup>4</sup>Fernando Maximiliano de Habsburgo (1832-1867). Inició su imperio en México el 10 de abril de 1864, fecha en la que aceptó la corona, y concluyó el 15 de mayo de 1867.

<sup>5</sup>Presidente de la República Mexicana del 19 de julio de 1872 al 20 de noviembre de 1876.

<sup>6</sup>El periodo de gobierno del presidente Díaz duró del 10. de diciembre de 1884 al 25 de mayo de 1911, etapa de la historia mexicana conocida como el Porfiriato.

<sup>7</sup>Presidente de México del 10. de diciembre de 1934 al 10. de diciembre de 1940.

tantes obras: se abrieron calzadas, se ubicaron fuentes y esculturas, así como una nueva introducción de especies de plantas y árboles traídos de Europa; también se inició la idea del zoológico como un medio para conservar animales exclusivamente mexicanos. Por estas épocas los periódicos ya hablaban de problemas y modificaciones al bosque: la extracción de heno de los ahuehuetes, sustitución de árboles nativos por cedros y pinos, conflictos por la enorme cantidad de visitantes y la implantación de un sistema para dosificar la visita a través de una papeleta para el acceso, talas y quema de árboles para hacer carbón, entre otros muchos problemas.

En el Porfiriato algunas obras terminaron por modificar al bosque, y un motivo importante para ello fue la celebración del Primer Centenario de la Independencia. Don José Ives Limantour fue oficial mayor de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público y responsable de la comisión de embellecimiento y cuidado del bosque de Chapultepec, bajo su administración se restauró mediante una serie de trabajos como la construcción del lago, calzadas y la Casa del Lago,<sup>8</sup> la que funcionó como espacio de alojamiento para los visitantes oficiales, y actualmente como una dependencia de difusión cultural de la Universidad Nacional Autónoma de México.

Durante el mismo Porfiriato se creó el parque zoológico como espacio de diversiones, cuya colección de animales se ha ido enriqueciendo con especies nativas e inclusive de otras partes del mundo, como los ejemplares de pandas legados por el gobierno chino al mexicano. Su importante y exitosa labor reproductiva de especies en proceso de extinción es conocida a nivel internacional. Recientemente la superficie de 174,583 metros cuadrados del parque zoológico Alfonso Herrera se reestructuró a cargo del arquitecto, Ricardo Legorreta.

Como se aprecia, durante su devenir, el Bosque de Chapultepec ha sido objeto de proyectos que han perseguido su embellecimiento, y por ello la inclusión en sus áreas boscosas de fuentes y esculturas de arquitectos y artistas. Algunas han servido hasta la actualidad como escenarios de múltiples ceremonias cívicas y políticas.

<sup>8</sup>Fue construida en 1906 bajo la idea de imitar la Casa del Bosque de Bolonia, en París.

El material recabado es producto del trabajo de campo en la primera sección del Bosque de Chapultepec durante el primer semestre del año de 1997. La serie de recorridos por esta sección se llevó a cabo en diferentes días de la semana y horarios por la diversidad de usuarios y turistas que la visitan. Entre semana aproximadamente de 6:00 a 8:00 horas abundan los deportistas y los trabajadores de los museos y zoológico que inician sus labores; en las horas sucesivas llegan tanto los alumnos de primaria y secundaria como turistas a visitar los espacios culturales y las ofertas de diversión. En los fines de semana acuden los habitantes adultos con sus hijos a divertirse o en grupos de amigos a pasear o a "ligar".<sup>9</sup> Por la tarde los usuarios se retiran al cerrar las rejas del bosque, y otros individuos arriban por la noche a disfrutar de los espectáculos en el Auditorio.

Es entonces en esta primera sección donde se concentra la mayor cantidad de propuestas culturales y abundancia de vegetación. Por ello, del área total del bosque es de las preferidas "me parece que es la parte más bonita de las tres secciones, no entran carros, es muy tranquilo y hay relativamente poca gente. Vengo todos los días a correr, y en fin de semana venimos al lago o al zoológico".<sup>10</sup> El espacio está delimitado hacia el sur de la ciudad por la Avenida de los Constituyentes y al norte por Paseo de la Reforma con un anexo que incluye a los museos Nacional de Antropología y Tamayo hasta la avenida Campos Elíseos en Polanco. Hacia el poniente limita con el Boulevard Adolfo López Mateos (Periférico) y al oriente con el Circuito Interior donde está instalada la estación del metro Chapultepec.

En el desarrollo del trabajo se busca encontrar el sentido que este lugar tiene para sus usuarios. En esta delimitación territorial se advierte que hay un conjunto de posibilidades, de prescripciones y de prohibiciones cuyo contenido es a la vez espacial y social. En él coexisten elementos distintos y singulares dentro de los cuales pueden pensarse las relaciones y la identidad compartida en el

<sup>9</sup>A buscar pareja.

<sup>10</sup>Visitante de Cuajimalpa.

uso común de este lugar. A su vez, el Bosque de Chapultepec ha sido construido por los antepasados, por ello el visitante en sus recorridos va a vivir la historia contenida en este lugar de esparcimiento (Augé, 1993). En la primera sección, por la complejidad y saturación del lugar, solamente se estudiarán algunos de los espacios más concurridos, las calles por las que los visitantes caminan para dirigirse a las diferentes propuestas culturales, así como las encrucijadas y lugares en los que encuentran los monumentos y otros donde definen territorialidades y fronteras en las cuales se ubican espacial y socialmente unos frente a otros (1993: 62).

La interacción que se observa en esta delimitación espacial es la que llevan a cabo los ciudadanos cuando emplean su tiempo libre, es decir, el ocio moderno definido por tres características: el tiempo disponible y continuo para practicar las actividades recreativas, la generalización de las diversiones entre la población y la responsabilidad de la colectividad en éstas (Sue, 1995: 25).

#### CAMINO AL BOSQUE

EN DIRECCIÓN al Bosque de Chapultepec en la línea 1 del metro Pantitlán-Observatorio, rumbo a esta terminal, por la mañanas los usuarios son separados por sexos, los últimos dos vagones están destinados a las mujeres; sin embargo, algunas viajan sentadas en los de los hombres dedicadas a su arreglo personal: se pintan la cara, otras las uñas, algunas se quitan los "tubos" de la cabeza y terminan de acomodarse el cabello.

Desde el transbordo en la estación Balderas una gran cantidad de personas bajan, y casi en la misma proporción, otras vuelven a subir. Conforme el tren avanza los usuarios van descendiendo, particularmente en las estaciones de Insurgentes, Sevilla y Chapultepec, de esta última en adelante quedan lugares vacíos. Un elevado porcentaje va a sus destinos laborales, ya que muchos empleos se encuentran sobre la avenida Paseo de la Reforma, y esta línea del metro se trazó muy cercana a éstos.

Dentro de este conjunto de viajeros subterráneos, unos visten ropa deportiva, y descienden en la estación Chapultepec. Entre los pasillos se encaminan guiados por la señalización "Castillo de Chapultepec". Afuera, cerca del Monumento a los Niños Héroes, grupos de deportistas se ejercitan e individuos solos realizan algunas rutinas. Pareciera que los uniforman, la mayoría lleva *pants* con su sudadera y cachucha de moda, otros pantalón corto o *likra* y camiseta, "vengo a hacer mis ejercicios en la mañana únicamente, me queda muy cerca, corro, doy una vuelta y luego hago lagartijas, abdominales, sentadillas".<sup>11</sup> Otros prefieren aislarse con su *walkman* que transportan en su cangurera amarrada a la cintura. En la combinación de elementos de la indumentaria hay un esfuerzo por demostrar que se pertenece a determinada clase social, o como un signo de afirmación personal ante los demás. En algunos casos, lo que se busca en las actividades de ocio es el reconocimiento social más bien que el placer (1995: 91). Por otro lado, los hombres corredores en su gran mayoría van solos, en contraste con las mujeres, es rara la que anda sola, quizá se debe a la inseguridad en la que los capitalinos viven, por ello salen en grupos o en pareja. Las mañanas de verano son consideradas como ideales para recorrer La Milla<sup>12</sup> "porque ahorita está despejado, está fresco-sito, está rico".<sup>13</sup>

Los visitantes madrugadores provocan la expectación de los habitantes de esta zona: numerosas ardillas se acercan para recibir comida, con una confianza que no se lograría percibir en las silvestres. Están acostumbradas a que los deportistas les ofrezcan comida y se las den en la mano, abundan por todos lados, generalmente a horas tempranas. Algunas de ellas comen los desechos de alimentos que dejan los visitantes, esforzándose por subirlos a sus árboles. Se anexan a comer algunas palomas, hurracas y gorriones. Este aparente estado natural de la zona es un atractivo importante para los "chi-

<sup>11</sup> Visitante de la Zona Rosa.

<sup>12</sup> Los usuarios conocen por este nombre a la avenida Heroico Colegio Militar. Tiene forma de óvalo y es el corazón de la Primera Sección del Bosque; a través de ella se tiene acceso a todas las opciones de diversión y cultura.

<sup>13</sup> Usuario del bosque que se transporta desde Naucalpan.

langos” “vengo a divertirme, a pasar un rato entre los árboles, entre el bosque. Me subo a las lanchas y al Castillo de Chapultepec. Me pongo a correr un rato aquí, a ver las ardillas, los pájaros”.<sup>14</sup>

Otra forma de arribo a la primera sección del bosque es mediante automóvil, camión o pesero<sup>15</sup> sobre la avenida Paseo de la Reforma. A través de esta vía se accede a los principales museos, auditorio y zoológico. Sobre ella existen los actuales parabuses hechos de metal con un diseño muy contemporáneo. En estos hay anuncios de películas filmadas fuera de México como la de Harrison Ford y Brad Pitt “Enemigo íntimo”. Asimismo, se exponen productos de empresas transnacionales, como Loreal, “Loreal de París, ojos más bellos en sólo seis días”, “Revitalic Plenitud, retarda los efectos del envejecimiento”. El banco Santander también está presente: “afore Santander México, tranquilidad que da experiencia”.<sup>16</sup> Las calles de la ciudad de México son reflejo de la lucha actual de los bancos por captar las Afores<sup>17</sup> de los trabajadores, tanto en los anuncios de las parabús como en los camiones. Las nuevas rutas de autobuses concesionados anuncian una diversidad de productos como el periódico *El Heraldo*, “para agente con convicciones”, productos de transnacionales de diferentes actividades productivas como Levis, cuyo color de fondo semeja la mezclilla o camiones forrados con imágenes de comida, como las de Cheez Wiz de sus envases y galletas con el producto.

Desde el Auditorio hasta el Circuito Interior es notoria la circulación de camiones foráneos, de turismo y escolares que transitan

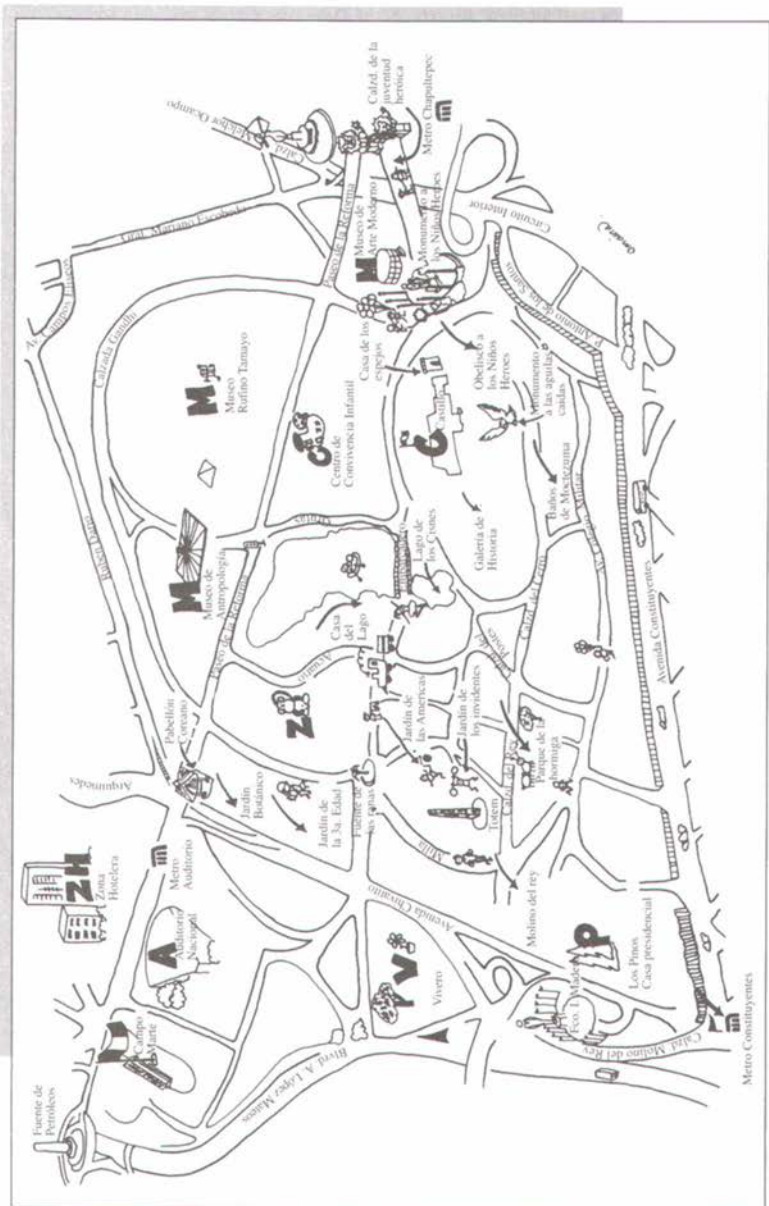
<sup>14</sup>Usuario del bosque de la colonia Juárez.

<sup>15</sup>Las rutas son las siguientes: metro La Villa, metro Hidalgo, Reforma, metro Garibaldi, La Villa, metro Indios Verdes. En sentido opuesto, hacia el norte, Defensa, metro Toreo y Satélite.

<sup>16</sup>“Una Afore es como tu cuenta de ahorros, donde se deposita tu dinero del SAR, más aportaciones de ley, más los rendimientos que irás ganando. Y todo es para ti, para que lo disfrutes cuando te retires.” Folleto promocional.

<sup>17</sup>“Las Administradoras de Fondos para el Retiro son entidades financieras constituidas como Sociedades Anónimas de Capital Variable, autorizadas y supervisadas por la Consar. Estarán dedicadas a administrar profesionalmente las cuentas individuales y a canalizar los recursos de las subcuentas que las integran (según las leyes de Seguridad Social) así como a administrar Sociedades de Inversión Especializadas de Fondos para el Retiro Siefores”. Folleto promocional Banamex.





Metro Constituyentes

hacia las diferentes propuestas culturales y de diversión del bosque. Es común ver en los foráneos que transportan estudiantes del interior de la República, asomarse por las ventanillas que muestran el México moderno que para muchas de sus comunidades es desconocido. Sobre las banquetas caminan tanto grupos escolares guiados por sus profesores(as) como turistas o parejas; la gente que atraviesa la avenida es una mezcla de habitantes de la ciudad de México y de turismo nacional y extranjero. (En el plano se presentan los límites y las diferentes áreas del bosque).

Sobre la moderna avenida están instaladas casetas telefónicas con el sistema Lada Plus, con el cual se pueden realizar llamadas locales y de larga distancia nacional e internacional. Es así como problemas comunes: la contaminación y el tránsito, las interacciones con el mercado nacional e internacional, obligan a trascender lo local si queremos entender lo que ocurre en una megalópolis. La ciudad globalizada, que se conecta con las redes mundiales de la economía, las finanzas y las comunicaciones (García Canclini, 1994: 26).

## EL LUGAR INFANTIL

UN IMPORTANTE y numeroso público visitante son los niños, para quienes existe un espacio especial. Para acceder al Centro de Convivencia Infantil<sup>18</sup> hay dos opciones: una por Paseo de la Reforma y otra posterior a ésta, sobre La Milla. En ambas entradas hay letreros que señalan su horario: miércoles a viernes de 10:00 a 16:15, sábados y domingos de 10:00 a 16:45. Hay indicaciones sobre la forma de uso y prohibiciones: “la entrada es con niños” y “favor de no entrar con bicicletas, triciclos, patinetas y pelotas”. Entre la diversidad de opciones de entretenimientos están los juegos viales,<sup>19</sup> el aviario,<sup>20</sup>

<sup>18</sup>El centro fue inaugurado el 11 de febrero de 1972.

<sup>19</sup>La cantidad de niños registrados durante 1996 fue de 117,500. Informe de actividades de enero de 1997 del licenciado Israel Ramírez, jefe de la Unidad de Instalaciones Recreativas del Bosque de Chapultepec.

<sup>20</sup>El ingreso de visitantes en 1996 fue de 62,200 personas y en enero de 1997 de 3,500, *idem*.

los juegos rústicos,<sup>21</sup> teatro, fuente de sodas y los juegos tubulares.<sup>22</sup>

Entre semana abundan los visitantes infantiles en grupos escolares a cargo de sus profesores. Las actividades que se organizan en el centro sirven para emplear el tiempo libre en los fines de semana y, los esfuerzos que se destinan en los programas escolares, persiguen formar parte del desarrollo intelectual, artístico y físico de los niños. Entre ellas están los juegos viales:

se les da una clase de cinco minutos platicada, en donde con los señalamientos de tránsito les indicamos qué se debe hacer y qué no, participa directamente el niño. Después de esta plática aborda su carrito o triciclo de plástico y recorre un circuito de 1,200 metros, es un circuito a escala, precisamente para niños de preescolar, ahí vamos a encontrar líneas de tránsito, semáforos, puentes peatonales y de automóviles y el instructor les va explicando qué es lo que se debe hacer y qué no.<sup>23</sup>

En cuanto a los juegos rústicos “tienen gente que atiende. Está compuesta por un deslizador, puente colgante, actualmente se prolongó en 60 metros, un barco todo de madera; se organizan juegos muy sencillos, dependiendo del personal que tenemos”.<sup>24</sup> En las áreas de juegos se conjuntan las personas que coordinan a los grupos infantiles y se distinguen por su uniforme, los profesores y los grupos de niños, por ello, el ambiente es de gran actividad; los niños juegan y gritan, los adultos por su parte los vigilan y con sus voces emiten una serie de indicaciones: “fíjate al subir, ten cuidado, no corras, no empujes...” El sonido ambiental es una mezcla de la naturaleza con cantos de aves y del ruido de los árboles movidos por el aire, con los emitidos por los autos y camiones que circu-

<sup>21</sup> La suma de niños que jugaron en ellos en 1996 fue de 360,000, *idem*.

<sup>22</sup> “Hay un área de juegos tubulares, le llamamos «Pequelandia», con columpios, resbaldillas para pequeños de edad preescolar, y un área de cuatro juegos mecánicos”, licenciado Israel Ramírez, jefe de la Unidad de Instalaciones Recreativas, entrevista hecha el 14 de marzo de 1997.

<sup>23</sup> *Idem*.

<sup>24</sup> *Idem*.

lan sobre Paseo de la Reforma, una de las avenidas más transitadas de la ciudad.

Entre otras instalaciones cuenta con un minizoológico dentro del cual se organiza una serie de actividades, como visitas guiadas, "les explicamos cómo viven los animales, dónde viven, de dónde vienen y el cuidado y conservación de éstos, que es muy importante".<sup>25</sup> En esta zona del parque los olores a estiércol son evidentes, mezclados con los gases que emiten los vehículos.

Para la gama de servicios con los que cuenta el centro, el apoyo de otras instituciones es fundamental

la alimentación que no viene dentro de un presupuesto o por partida de lo que es el gasto para el Bosque de Chapultepec viene directamente del fideicomiso; está controlada por medio de veterinarios de la UNAM. No tenemos doctores especializados en materia, pero sí nos ayudan con servicio social y algún otro veterinario que nos manda la delegación.<sup>26</sup>

Instituciones de educación superior colaboran con la coordinación del bosque mediante trabajo social o en prácticas de campo

con frecuencia vienen de la Universidad o del Politécnico a hacer estudios, lo único que les pedimos es una copia de ese estudio, que nosotros no podríamos pagar y que nos sirve de pauta para ir ubicando muchas cosas. Estamos también en pláticas para coordinar un programa con la Normal de Especialización, porque es un niño que casi no se le toma en cuenta, tan problema es el de retraso mental como es el niño superdotado con una capacidad de aprendizaje que rebasa al normal.<sup>27</sup>

Entre otras actividades que se planean en las 33 hectáreas que abarca el centro está el teatro al aire libre con funciones lúdicas y

<sup>25</sup> *Idem.*

<sup>26</sup> *Idem.*

<sup>27</sup> Licenciada Norma Yolanda Contla, asesora de la Coordinación General del Bosque de Chapultepec. Entrevista hecha el 20 de febrero de 1997.

ecológicas, exposiciones de acuerdo con la temporada del año, como la del Día de Muertos, algunas que montan con ayuda de otras instituciones, como *¿Te imaginas cómo eran los dinosaurios?* con la colaboración del Museo de Historia Natural.<sup>28</sup>

La celebración del Día del Niño es muy importante, por ejemplo, el año de 1996 “recibimos 18,590 visitantes, organizamos juegos y actividades, donde nos reunimos con instituciones públicas y particulares; el objetivo de esto fue integrar a la familia. Nos damos cuenta que muchos de los que vivimos en esta ciudad salimos a trabajar durante toda la semana, todo el día y no tenemos tiempo para convivir con nuestros hijos. Ese día fue para nosotros un día muy especial, logramos esa integración. ¿Cómo?, con juegos organizados, apoyados por el Instituto de Estudios para la Administración del Tiempo Libre. Aquí en el centro había muchas actividades y varios foros que se implementaron y el niño y el papá andaban concursando o jugando en un *rally* y eso ayudó a que estuvieran más en contacto. Los padres convivían y jugaban con sus hijos y pasaron un día muy pero muy feliz”.<sup>29</sup> La canalización del ocio hacia el juego tiene otras funciones sociales muy importantes entre la población infantil y juvenil, aprender el respeto y la sujeción a una meta común, la necesidad de aceptar reglas colectivas, el sabor del esfuerzo compartido” (Sue, 1995: 83).

Por otro lado, en la sociedad contemporánea la familia es la que cumple la función de las relaciones sociales del individuo en sus ratos de ocio. El estilo urbano-industrial la ha reducido a su dimensión nuclear, donde sólo conviven dos generaciones: los padres y los hijos. Sin embargo, ya no cumple las funciones que anteriormente cumplía, y los grupos de amigos representan a menudo una gran familia preferida a la familia original (1995: 87, 89).

<sup>28</sup>Por todo el abanico de propuestas, el centro resulta muy atractivo, por ello las autoridades y profesores de las escuelas llevan en grupos a sus alumnos: “Se nos habló de este centro, de que había mucha recreación para los niños, fue como le planteamos a la directora. Traemos cuatro grupos de 20 niños cada uno.” Profesora del jardín de niños Canadá, delegación Iztapalapa. Entrevista realizada en marzo de 1997.

<sup>29</sup>Entrevista al licenciado Israel Ramírez, ya citada.

## EL LUGAR DE LA TERCERA EDAD

SOBRE LA avenida Chivatito, casi esquina con Paseo de la Reforma, hay un acceso restringido al Jardín de la Tercera Edad, Euquerio Guerrero. En su interior abundan los árboles acompañados de una riqueza vegetal. Entre la arboleda destaca el Jardín de las Esculturas destinado a exhibir 31 obras contemporáneas de destacados artistas de diversas corrientes; además, una pagoda obsequio del pueblo coreano al mexicano, es una réplica del Jardín Central de Seúl del siglo VIII.<sup>30</sup>

Por el acceso de Chivatito, por las mañanas personas ancianas arriban vestidas con su ropa deportiva, particularmente las de los lunes y miércoles cuando reciben sus clases de gimnasia. Como ejemplo de estas actividades está la programación de eventos que se llevaron a cabo en el festival del Bosque de Chapultepec de 1997. Los asistentes al parque participaron en la carrera de relevos "La estafeta en el tiempo" que organizaron en las instalaciones del mismo bosque. La convocatoria invitaba a "participar en la caminata de 2,000 metros, inscripciones en la oficina del Jardín". De igual manera, organizaron sus exhibiciones de taichi y cachiball, sin olvidar la carrera de la senectud y el baile de clausura amenizado por dos orquestas. Como un cuidado a estas personas, durante las prácticas "nos checan la presión antes y después del ejercicio, muy importante, a veces está uno bajo y empieza el ejercicio y se normaliza, y así...".<sup>31</sup>

En el parque de la tercera edad las personas conviven en amistad y en plena actividad.<sup>32</sup> Las opciones para emplear su tiempo libre son múltiples: gimnasia, corte y confección, juguetería y tarjetería española, cocina vegetariana, pintura al óleo, accesorios para el hogar, alfabetización, historia de México, dibujo a lápiz, relaciones humanas, tallado en madera, defensa personal, baile de salón,

<sup>30</sup>Fue inaugurada el 8 de mayo de 1968.

<sup>31</sup>Eugenio Soto Robledo, 71 años, jefe de ventas de Motores Diesel Lister, jubilado desde 1987.

<sup>32</sup>La cantidad de personas registradas durante 1996 fue de 78,600, y en enero de 1997 la cifra fue de 5,090. Informe de actividades de enero de 1997, *op. cit.*

entre otras. “Yo desde 1985 he estudiado corte de ropa, bisutería, gimnasia, taichi, espada. Hay personas muy agradables, aunque a veces hay puntitos, pero pues los sobrelleva uno. Yo me dedicaba al hogar y desde que quedé viuda vengo aquí, cuando quiero vengo diario”.<sup>33</sup>

Entre los asistentes se aprecian manifestaciones de amistad en los grupos que se forman para hacer ejercicio o en humor a través de las bromas que entre ellos se hacen. También se juntan para tocar guitarra y cantar, en las bancas del jardín, las canciones de sus épocas llenas de recuerdos: de qué manera te olvido... También es común ver parejas sentadas en las bancas, unas ya consolidadas con el tiempo, otras integradas en el propio parque, por mujeres y hombres que han quedado viudos o cuyos hijos salieron de sus casas para hacer sus vidas. En estos espacios se han conocido y comparten los últimos años de sus vidas, en contraste con otros “que salen de trabajar y piensan que se van a aburrir, las esposas en sus casas «vete a dar la vuelta porque aquí estorbas» y no los quieren ahí. Otros porque se sienten mal, nunca han sido sociables, nunca han abierto la boca para decir «tú eres fulano de tal y yo soy mengano», no, se encierran y ahí se quedan y se van más pronto”.<sup>34</sup>

Para unos el parque

nos da mucha vida, el ejercicio nos da vida y salud; para nosotros el ejercicio es lo máximo, es lo que nos da vida y nos mueve. Uno como persona mayor sin ejercicio se nos va atrofiando toda la musculatura; esto es parte de nuestra vida. Tenemos una maestra de antropología, salimos cada 15 días a recorrer museos, pinturas e iglesias.<sup>35</sup>

<sup>33</sup>Guadalupe Orozco Barajas, ama de casa, viuda.

<sup>34</sup>Eugenio Soto Robledo, ya citado.

<sup>35</sup>Evelia Huerta Hernández, 64 años, maestra de biología jubilada del Instituto Politécnico Nacional y del Instituto Mexicano del Seguro Social.

### Para otros

es una convivencia total entre hombres y mujeres que venimos a dejar, posiblemente, nuestros últimos años, pero acercándonos a nuestra gente. El ejercicio es una actividad que necesitamos urgentemente porque nuestros huesos se van encogiendo, se van reduciendo nuestros músculos, y si no los ponemos activos quiere decir que podemos caer en cualquier momento... Yo vengo desde el 89, dos años después de salirme de trabajar.<sup>36</sup>

La apropiación del espacio por estos individuos de la tercera edad es manifiesta, cualquier persona joven que ingresa es observada e inclusive cuestionada sobre la autorización para hacer uso de las instalaciones. Cuando se reestructuró el zoológico “nos quitaron un pedazo de nuestro parque”.

Por todos estos argumentos se hace evidente la colocación del siguiente pensamiento de Cicerón a la entrada del parque:

Nadie envejece por vivir un número de años. La gente envejece únicamente al abandonar sus ideales. Los años arrugan el rostro, pero perder el entusiasmo arruga el alma. La preocupación, la duda, el egoísmo, el miedo, la desesperación, éstos son largos, largos años que inclinan la cabeza y llevan el espíritu nuevamente al polvo.

### EL LUGAR DE TODOS

ES INTERESANTE reflexionar acerca de las estrategias que cada individuo o grupo de los 80 millones de visitantes anuales diseña para transitar por el bosque, sobre cuáles son los escenarios, sus intereses y la forma en la que usan los espacios. La experiencia de las autoridades responsables del mantenimiento del bosque es que la gente viene a relajarse de la tensión, desde el chiquito que se “va de pinta”, que quiere desafanarse de la clase de ese día, hasta los padres

<sup>36</sup>Eugenio Soto Robledo, ya citado.



de familia que vienen con lo estrictamente indispensable para llegar y regresar, viene con su bolsa de comestibles y de golosinas, y el extranjero que ese más que nada acude a los museos.<sup>37</sup>

La determinación del recorrido hacia el lago sobre el circuito La Milla es la alternativa que la mayoría de los visitantes escoge para iniciar su paseo, porque a través de ella se puede acceder a un gran porcentaje de las diversiones y recintos culturales. Prácticamente inicia desde el Monumento a los Niños Héroe<sup>38</sup> donde confluyen además los visitantes que arriban por Paseo de la Reforma para ingresar por la calzada de la Juventud Heroica, la cual desemboca también en el monumento. La entrada a la calzada está enmarcada con dos esculturas majestuosas de dos leones.<sup>39</sup>

De los rituales que se organizan en este espacio patriótico sobresale la colocación de ofrendas florales al pie del monumento. Entre los presidentes que visitaron a México durante el primer semestre de 1997 están el presidente Caldera de Venezuela.<sup>40</sup> El mandatario estadounidense en su visita a México también colocó una ofrenda; en respuesta a la pregunta sobre si su ofrenda funcionaría como una señal de disculpa por la invasión de 1847, éste respondió:

voy como gesto de respeto, no solamente por las vidas de ellos, sino también por respeto al patriotismo y la integridad de las personas que sirven en este país. Estamos tratando de cerrar las heridas de la guerra con aquellas naciones con quienes hemos librado guerras, incluso en épocas recientes... (Zamarripa, 1997: 8A).

Los domingos al optar por la salida del metro hacia el bosque, después de subir las escaleras comienza el paseo. La gente circula

<sup>37</sup>Entrevista con la maestra Yolanda Contla, ya citada.

<sup>38</sup>Está dedicado a los cadetes adolescentes del Heroico Colegio Militar que defendieron al Castillo de Chapultepec –sede entonces del colegio– de la invasión estadounidense el 13 de septiembre de 1847.

<sup>39</sup>Son obras del escultor francés Gardet, y fueron colocadas en el Bosque de Chapultepec el 15 de junio de 1921. Para abundar consultar: Héctor Romero, *Chapultepec de la A a la Z*, México, Lago de Chapultepec, Restaurante.

<sup>40</sup>Arribó a México el 6 de enero.

entre un andador reducido, a ambos lados están colocados puestos de comida y de infinidad de productos que los ambulantes comercian: cachuchas para el sol, refrescos y botellas con agua, mangos y frutas con limón, sal y chile, entre otras muchas opciones que se encuentran en todo el recorrido, algunas de las cuales harán más agradable y placentero el paseo. Aproximadamente al mediodía ya está totalmente invadido por vendedores y visitantes, por lo que circular por él es como andar en un mercado. El espacio verde de árboles y pasto, delimitado por una pequeña reja de metal es ocupado por amigos(as) o familiares que se sientan o acuestan sobre el césped, como una manifestación de recuerdo y de volver a sentir la tierra por aquellos que, no hace mucho, llegaron de comunidades rurales a esta ciudad.

Grupos de amigas y amigos circulan por la calzada de la Juventud heroica como en sus comunidades. Las mujeres de estatura pequeña, piel morena, cabello largo, negro y muy lacio –algunas hasta la cintura– lo peinan con el pelo de enfrente hacia atrás y sujeto con broches, ligas con bolitas de plástico o “donas” de tela, también lo llevan suelto con diadema en la cabeza. La mayoría viste una blusa blanca con falda negra o azul marino debajo de la rodilla, con medias de nailon y zapato de tacón bajo con suéter en el brazo. Personal de servicio de las áreas vecinas, como Las Lomas y Polanco descansan el domingo y se reúnen con familiares y amistades de sus comunidades de origen o con aquellas que han hecho en esta ciudad. Su indumentaria, para muchas su uniforme de trabajo, contrasta con los colores fuertes, materiales sintéticos y calcetas –con su propio código para la combinación– con el de otras mujeres recién llegadas de sus comunidades rurales. Otras con más tiempo de estancia visten con falda corta, medias, zapatos y camiseta con imagen estampada en plástico, como las *Levis*, con imágenes de parejas en escenas de romances. En general todas usan aretes llamativos elaborados con metal dorado.

Los grupos de hombres vestidos con camisa, pantalones, cinturón y botas vaqueras –algunos con tenis– y pelo corto recorren el lugar para “ligarse” a alguna mujer. Otros con más tiempo de estan-

cia en la ciudad traen el pelo largo y visten *pants* con chamarra, camisetas y botas o tenis, intercambian miradas con mujeres solas o en grupo. Entre ellos, llegan a identificarse y comunicarse a través de alguna lengua indígena; de esta manera los recién llegados a la ciudad buscan aquellas áreas habitadas por emigrantes de su misma región, y así se forma un mosaico de territorialidades reubicadas (Rowe y Schelling, 1993: 134).

A unos pasos de iniciar los visitantes su caminata sobre La Milla, principia la rampa de acceso al Castillo de Chapultepec,<sup>41</sup> la primera atracción de los visitantes es la Casa de los Espejos.<sup>42</sup> Como parte de la señalización del bosque hay un tablero ubicando en su espacio la diversidad de museos, y junto a él uno de los viejos ahuehuetes cuya edad es patente, la polilla consume su tronco, dañado además por los visitantes quienes le han tatuado sus nombres y el de los novios(as) enmarcados en corazones. En esta zona está instalado el servicio de trenes *Round trip to the Castle* señala un letrero, cuyo *tour bus* sube y baja a los pasajeros por un precio de tres pesos.

El otro acceso al Castillo de Chapultepec es por las Escaleras de Carlota, construidas como parte de la remodelación de que fue objeto durante la época que habitaron en él, el emperador Maximiliano de Habsburgo y su esposa Carlota, en la década de los sesenta del siglo XIX. Actualmente para los deportistas que acuden cotidianamente al bosque, esta parte es usada para crear buena condición física en sus organismos

es muy saludable, nos gusta subir al castillo, correrlo. Vengo diario a hacer ejercicio con maestras que hay, varias personas se juntan aquí y da uno su cooperación para hacer los aerobics, después ya se va uno a descansar. Ya viniendo aquí soy feliz.<sup>43</sup>

<sup>41</sup>Su costo es de 14 pesos, en una ciudad donde el salario mínimo diario es de 23 pesos.

<sup>42</sup>En 1996 la suma total de visitantes ascendió a 73,800. Informe de actividades de enero de 1997, *op. cit.*

<sup>43</sup>Visitante deportista de la colonia San Miguel Chapultepec, vecina del bosque.

Esta parte es usada frecuentemente para acceder a tres dependencias del Instituto Nacional de Antropología e Historia: El Museo Nacional de Historia, la Dirección de Estudios Históricos y la Galería de Historia.

A unos metros del inicio de la escalinata se encuentra el Obelisco a los Niños Héroes y al Honor Militar;<sup>44</sup> representa a los personajes: teniente Juan de la Barrera y a los alumnos Agustín Melgar, Francisco Márquez, Vicente Suárez, Fernando Montes de Oca y a Juan Escutia.

Entre los trabajadores del Museo Nacional de Historia-Castillo de Chapultepec, ya se trate de vigilantes, veladores, policías, marinos o soldados que lo custodian, se transmiten una serie de experiencias con seres relacionados con el lugar y que les aparecen. Un trabajador comentaba una experiencia, cuando años atrás fue velador del museo, al hacer sus rondines por el área del Alcázar veía pasar todas las noches un bulto; en una de esas ocasiones decidió enfrentarlo para ver de quién se trataba, se paró frente a él para preguntarle: “¿Y tú quién eres y qué quieres?” “Soy Juan Escutia<sup>45</sup> y ando buscando al cabrón que me aventó”. Otros en una actitud seria, comentan que después de concluir con sus horarios, al bajar por un costado del cerro, por las escaleras, se les ha llegado a aparecer la emperatriz Carlota vestida de blanco y subiendo hacia el castillo; al mismo personaje lo han visto salir del salón de Carruajes y camina para ascender por la escalera de los Leones.

Entre los vehículos que circulan por las mañanas están los marcados con datos de la delegación Miguel Hidalgo, a la que pertenece el bosque; además un “trenecito” con vagones abiertos que trasladan al personal, lo recoge a la salida del metro y va recorriendo todas las instalaciones hacia los diferentes destinos laborales. Sobre La Milla cotidianamente los trabajadores<sup>46</sup> se abocan a regar

<sup>44</sup>El proyecto se efectuó de 1880 a 1881.

<sup>45</sup>Fue el cadete adolescente del Colegio Militar que se envolvió en la bandera y se lanzó al vacío.

<sup>46</sup>“Son entre 735 y 740 trabajadores para 750 hectáreas en las tres secciones. El 40 por ciento de estos trabajadores fluctúa su edad entre los 45 y 60 años de edad, muchos de ellos con 40 años de servicio, que están a punto de jubilarse”. Entrevista a la licenciada Norma Yolanda Contla, ya citada.

árboles y jardines con camiones que especifican que transportan “agua para riego”, también usan aspersores automáticos. A medio día la labor de los de limpia del bosque es patente, su aspecto es totalmente opuesto al de las primeras horas de visita, cuando es notoria la cantidad de basura que deja el paseante después de un fin de semana o de un día de asueto como el 5 de febrero. Marcas de la modernidad pueden verse por todas partes: botes de aluminio desechables de las transnacionales refresqueras, vasos de unisel, envases de cartón de las limonadas, bolsas de plástico y una variedad de comida orgánica. Sin embargo, es indudable la importancia que para la coordinación del bosque tiene la limpieza, los trabajadores barren las calles con su escoba de vara y su carro de basura a un lado, para transportarla circulan camiones que van recogiendo cada uno de los botes.

De igual manera, transportes del Instituto Nacional de Antropología e Historia sube a su personal a los centros de trabajo. Algunos camiones refresqueros surten de mercancía a los vendedores ambulantes. Para la mayoría de los trabajadores es imposible disfrutar del bosque, por ejemplo, los vendedores en su mayoría sólo lo utilizan como una forma para ganarse su sustento, “aquí trabajo en un puesto de tortas, tacos, quesadillas y todo eso; entro a las 10 y salimos a las seis de la tarde; empiezan a sacar a la gente a las cinco y media. Trabajo de martes a domingo y como venimos a trabajar no tenemos tiempo de recorrerlo”.<sup>47</sup>

Camino al lago, a un costado del Castillo de Chapultepec, hay un viejo y enorme ahuahuate derrumbado; en su tronco, como en la gran mayoría de las bardas de la ciudad, los adolescentes se han aplicado en “decorarlo” con grafiti. Otro uso que le dan estos grupos es el de “protección” ante la mirada de las personas, que con ella los censura porque a su corta edad fuman, algunos de ellos ya expertos, y otros en el proceso de aprendizaje, cubriendo de este modo un requisito más: para ser hombre adulto, ya se debe ser fumador. Al avanzar sobre La Milla se encuentran plantas de plátano que

<sup>47</sup>Trabajadora que llega al bosque desde San Miguel Teotongo.

contrastan con el resto de la vegetación, su desubicación es patente en sus hojas quemadas por el frío de la época invernal.

Toda la semana por las mañanas en la zona del lago la cantidad de paseantes es notoria; entre semana la mayoría son estudiantes que portan su uniforme escolar y cargan a su espalda la mochila. Desde el puente que lo cruza la vista del lago es agradable, a un costado la Casa del Lago, en el centro la isla y al fondo el conjunto de edificios de arquitectura contemporánea construidos en la zona de Polanco, uno de ellos con el logotipo de la refresquera transnacional Coca Cola.

Conforme avanza el día el uso del lago provoca manifestaciones de esta época –envases desechables de una diversidad de productos– flotan en el agua conviviendo con los patos y cisnes que lo habitan; esto se hace normalmente a pesar de la advertencia de sancionar con 30 días de salario mínimo a quien sea sorprendido. En el mismo desarrollo del tiempo, el aumento de lanchas en el lago es evidente, grupos de estudiantes “de pinta” esperan en la cola para subirse a alguna, atentos a los avisos de no subirse más de cinco personas en una lancha y de no mojarse. Sin embargo, es frecuente ver “guerritas” entre lanchas arrojándose agua de una hacia la otra, y escuchar gritos y risas de los jóvenes que le dan más vida al lago.

En el otro extremo de La Milla está la isleta en la que año con año, antes de la temporada de lluvias, se adapta para representar el ballet del Lago de los Cisnes. Se monta la plataforma y sobre de ella la escenografía. Desde 1977 el montaje ha estado a cargo de la Compañía Nacional de Danza.<sup>48</sup> Desde que inicia el éxito del espectáculo es patente, los boletos se agotan, compañías particulares y empresas bancarias contratan con anticipación las funciones para sus clientes y empleados.

<sup>48</sup>La idea original es de “Salvador Vázquez Araujo... el montaje de Jorge Cano, Felipe Segura, José Solé, Antonio López Mancera y Fernando Lozano, quienes basados en el arreglo coreográfico de Alicia Alonso sobre el original de Petipa e Ivanov, trabajaron en el complicado proyecto”. Eugenia Pérez Olmos, “Dos décadas de danza en Chapultepec. Ballet en el lago, tradición y comercio”, *El Nacional*, martes 25 de febrero de 1997, año LXVIII, t. IX, núm. 24449, p. 41.

Unos metros adelante sobre La Milla, un arco de metal con letras doradas dice: "Casa del Lago" con el logotipo de la Universidad Nacional Autónoma de México. Cuenta con una diversidad de instalaciones: Cine Lumière, Galería del Bosque, Galería de Fotografía, talleres, teatro Rosario Castellanos, Salón de las Candiles, galería del Lago y cafetería. Las actividades culturales y de esparcimiento son esenciales para comprender el medio que nos rodea, y también para lograr una buena interacción social y para desarrollar un sentido artístico que permita la realización personal (Sue, 1995: 117). En este sentido, la universidad ofrece toda una gama de propuestas culturales, como los cursos y talleres de fotografía, análisis cinematográfico, arte colonial mexicano, pintura, creación literaria, redacción, crítica literaria, lengua náhuatl, guitarra clásica y latinoamericana, danza contemporánea, ballet clásico y de salón, teatro participativo, ajedrez y construcción de máscara, entre otras.

En todo el paseo por La Milla el visitante que recorre el bosque solo o en grupo, circula entre una diversidad de puestos ambulantes de comida y escucha la música de radios o grabadoras, así como las voces de algunos vendedores que anuncian sus mercancías: "tenemos tortas de jamón, chorizo, huevo, pierna, salchicha, quesillo, jamón, huevo, queso amarillo..." a precios que van desde cuatro hasta 15 pesos. De igual manera ofrecen diferentes opciones para beber como las marcas de refrescos de las grandes transnacionales Coca Cola y Pepsi, los productos de la mexicana Pascual, naranjadas Lala y las tradicionales aguas frescas hechas con fruta, a un costo de 1.50 a tres pesos. Un dato interesante es que el primer vendedor autorizado para trabajar dentro del Bosque de Chapultepec fue Juan Díaz del Real, quien recibió licencia del cabildo en 1528 "para que pueda vender en dicho bosque pan, vino y otros mantenimientos para los que ahí fueran a holgar" (Vázquez Mellado, 1995: 78).

Los puestos de comida tradicional venden, entremezclados en esta amplia variedad de productos, huaraches, tacos y tlayudas con su salsa. Hay otros con estructuras improvisadas, con elementos tradicionales como tacos sudados, cuyos vendedores colocan una

canasta sobre una caja de madera vacía que sirvió para transportar jitomates; otros también en pequeñas canastas o sobre un pedazo de madera exhiben y venden pepitas de calabaza tostadas, habas con sal, dulces de tamarindo, huecitos de capulín tostados con sal, cacahuates salados con y sin chile y “chito”.<sup>49</sup> Algunos de los ambulantes ofrecen chicharrones y papas fritas, a los que les agregan al momento de servir jugo de limón, sal y salsa picante envasada. Conviven también puestos de *fast food* “mexicanizados”, es decir, de *hot dogs* y hamburguesas. Las acompañan con sus aderezos tradicionales, como la mayonesa, mostaza y castsup, se les puede agregar salsa mexicana hecha en el lugar con jitomate, cebolla, cilantro y chile. El recorrido es una experiencia para el olfato, se perciben olores desde el pan que está calentándose para las tortas hasta el aceite que fríe las tortillas o carnes.

Algunos vendedores usan sistemas más prácticos para instalarse, una sombrilla promocional amplia, por ejemplo de la Coca Cola, que se abre para protegerse del sol y lluvia. En ella se venden productos tradicionales como las tlayudas oaxaqueñas, tortillas de maíz martajado servidas con una capa de frijoles encima y una ensalada, elaborada ahí mismo, de nopales hervidos, cebolla y cilantro picado, acompañadas de salsa de jitomate con chile y refresco enlatado de la trasnacional que se anuncia. Los ejemplos ilustran como las rápidas y múltiples transiciones y yuxtaposiciones culturales ocasionadas por el proceso de urbanización producen una mezcla única, o mejor dicho, una simultaneidad de formas (Rowe y Schelling, 1993: 132).

Los carritos de helados –contados en comparación con el resto de la oferta– anuncian productos de vainilla y chocolate elaborados con elementos industrializados. Venden las paletas, pepitos, bolis y congeladas que anuncian con las campanitas. El vendedor puede ser cualquier hombre del campo mexicano, calzado con botas y sombrero para protegerse de los rayos del sol, como lo haría en su jornada de trabajo agrícola. Lo acompañan imágenes religiosas en el depósito de conos y vasos que usa para servir el producto como:

<sup>49</sup>Trocitos de carne seca cubiertos con chile.



la Virgen de Guadalupe, un Cristo y un Sagrado corazón. La mezcla de elementos culturales modernos con tradicionales en los espacios urbanos es característica de esta época, los símbolos y objetos asociados con la tradición rural, portadores de la tradición, se reubican en nuevos contextos, al mismo tiempo que símbolos y materiales modernos son objeto de redefinición semántica” (1993: 133).

Uno de los atractivos para los niños de menor edad que visitan el bosque los fines de semana, acompañados por sus padres, es el puesto de maquillaje, que los atrae a través de los personajes de moda de la televisión y revistas juveniles como *Eres*, *Tv* y *Novelas* y *Somos*. Fotografías de Luis Miguel, Fey, Alejandra Guzmán, Ricky Martin, entre otros, exponen sus caras pintadas con una variedad de motivos como de conejo, ratón o abeja, cuyo objetivo es mostrar al visitante infantil las opciones de decoraciones que por unos cuantos pesos se pueden realizar. Por ello, algunos niños pasean de la mano de sus padres con sus rostros maquillados, imitando una infinidad de animalitos imaginándose que llevan además en su rostro el de su artista preferido.

Para los visitantes adolescentes son llamativos los puestos que se dedican a pintarles a los paseantes el cabello de colores azul, rosa o verde como el equipo de jugadores de fútbol Neza. Es evidente en estos ejemplos cómo la televisión además de construir realidades, construye toda una gama de distintas versiones de nuestros sueños y temores, de nuestros amores y recuerdos, de nuestras fantasías y frustraciones, en fin de nuestros juegos y afanes (González, 1994: 273).

Otros personajes que el paseante puede encontrar en su recorrido por La Milla son los dibujantes de caricaturas que se descubren fácilmente por la gente que los rodea; los fotógrafos como parte de los paseos mexicanos, el visitante puede fotografiarse montado a caballo (de utilería), con sombrero y de fondo un telón con el clásico paisaje de La Villa o un fondo “natural” con la isla principal del lago con una perspectiva de la modernidad: las grandes torres de la arquitectura contemporánea, como testimonio del México moderno conviviendo con el tradicional. Los cómicos callejeros son

parte de éstos, rodeados de una multitud que está en permanente carcajada, escuchando diálogos improvisados, generalmente de doble sentido. El algodonerero es imprescindible en los paseos populares, su bicicleta con el quemador de azúcar y sus productos rosados y azules son otro atractivo del paseo.

Sobre La Milla y la Calle Acuario están instalados los trenecitos para realizar un recorrido por todo el circuito, son modelos italianos que recuerdan a los antiguos ferrocarriles construidos a finales del siglo pasado. En la misma esquina es la entrada al zoológico, enmarcada con la misma variedad de puestos de comida; en su acceso principal, entre los visitantes abundan los grupos escolares de niños muy pequeños, todos ellos coordinados por sus profesoras, en ellos es evidente su emoción por entrar, situación que cambia los fines de semana que se ve a una variedad de niños acompañados por sus padres. En el mismo cruce de calles se anuncia el alquiler de caballos, que para llegar a ellos hay que caminar una pequeña calle rodeada de árboles, de sonidos de pájaros y aroma a estiércol.

Para los visitantes que gustan de un paseo más de contacto con la naturaleza y fuera de la saturación de objetos y personas que encuentra sobre esta parte de La Milla, encontrar una calle que conduzca al interior del bosque es lo ideal. Generalmente son hombres solos o en pareja que caminan por veredas donde se escucha el canto de algunas aves y se ven a ardillas. Por ello, entre los árboles las parejas se sientan bajo la sombra de alguno para disfrutar del ambiente. Por otro lado, para aprovechar los recursos, de los vetustos árboles tirados y acabados por el paso de cientos de años, los trabajadores del bosque los han partido y formado con ellos mesas con los árboles de mayor diámetro, y con los de menos las sillas que los circundan, para que familias o grupos de visitantes puedan convivir.

La vida en las ciudades como la de México impone a sus habitantes a presiones ante la serie de saltos y secuestros, fatigas físicas y nerviosas, responsabilidades y a las rutinas de vida y trabajo que someten a una monotonía y tedio. Por ello, las oportunidades para divertirse en este contexto son vitales, y hay que hacer algo para obtener diversión; encontrar la manera de olvidar por un momento el tedio, emprendiendo una actividad lúdica (Sue, 1995: 81).

Algunos hombres solos de los sectores populares, sentados bajo de alguna sombra de algún árbol, leen los cómics o novelas reconstruyendo en sus mentes una serie de aventuras y situaciones amorosas que los propios títulos provocan: *Ángeles y Demonios*, "Mi hombre tiene SIDA", *Una Historia una vida*, "Sin razón para vivir", *El Libro Siniestro*, "La novia muerta", *Oeste*, "Volvió para morir", *Vaqueros*, "El secuestro", *Revista Semanal de Mujeres en Éxtasis*, "¡Le lleva 20 años!", *Amores y Amantes*, "Intimidad desgarrada", *Temas Prohibidos de las Pasiones Humanas*, "¿Qué tan depravada puede ser una mujer?", entre una infinidad de lecturas. En esta diversidad de manifestaciones de la cultura popular, es decir, del conjunto de prácticas que se llevan a cabo dentro de un determinado sistema social (Rowe y Schelling, 1993: 134), los medios de comunicación han desempeñado un papel de vital importancia en la consolidación de una identidad nacional única que es necesaria para la formación de la nación-Estado capitalista, sobre todo en lo que se refiere a la construcción de una identidad de clase trabajadora (1993: 125).

Para los visitantes que gustan de las manifestaciones artísticas, entre estas veredas pueden encontrar una variedad de esculturas, monumentos y fuentes. La persona interesada solamente tiene que salirse de La Milla e internarse por las veredas hacia la parte posterior de Molino del Rey y Los Pinos.<sup>50</sup> Entre los monumentos sobresale el propio inmueble de Molino que fue otro bastión, además del Castillo de Chapultepec, frente a la invasión norteamericana, donde se libró una batalla el 8 de septiembre de 1847. Existe uno dedicado a José Guadalupe Posada, una Plaza del Quijote con una escultura y una fuente, cuyos azulejos fueron traídos de Triana, Sevilla colocada por sugerencia de Diego Rivera. El lugar es preferido por personas que desean aislarse del ruido y la gente, "me gustan las áreas verdes y la cabaña del Quijote, me parece bonito, voy a platicar con algún amigo o a meditar de algunas cosas".<sup>51</sup>

<sup>50</sup> Actual residencia presidencial.

<sup>51</sup> Visitante de la delegación Álvaro Obregón.

Entre otras fuentes que el visitante encuentra en su recorrido está la Fuente de las Ranas, también sevillana; otra fuente majestuosa es la dedicada a Nezahualcōyotl, como un homenaje al rey poeta, en la que resaltan relieves que hacen referencia a diferentes periodos relacionados con la vida del rey. Es un espacio tranquilo, rodeado de árboles donde se escucha el caer del agua. Alrededor de ella la gente gusta de acostarse en el pasto y los niños de mojarse con su agua.

De regreso hacia el metro Chapultepec por el lado de La Milla, paralelo a la avenida Constituyentes, el ambiente natural es más boscoso y menos visitado, sin ambulantes y más silencioso. De este otro lado, hay otra diversidad de espacios a disfrutar para otro tipo de público con características especiales como el Jardín de los Invidentes creado en 1985, que se caracteriza por la selección de flores y la clasificación de sus aromas. Aquí mismo está el Jardín de las Américas, cuyos árboles fueron plantados por los embajadores de las naciones americanas, “como un testimonio de solidaridad con las generaciones futuras”, según su mensaje conmemorativo.

La vegetación en momentos logra que el visitante se sienta dentro de un bosque exuberante, y en otros momentos los árboles escasean porque de aquellos estoicos ahuehuetes sólo quedan los troncos cortados. En ciertas áreas el visitante se remonta a otras latitudes enmarcadas con especies que no corresponden a las de la ciudad como: palmas, magueyes y palmeras de otras partes del país o platanares de zonas tropicales. El aspecto “natural” y boscoso de aquí atrae a los visitantes “nos queda más cerca y es el pulmón de la ciudad, venimos cuando tenemos tiempo; ahora que descansé traigo a mi niña, venimos a practicar la bicicleta y el ejercicio, a mantenernos dizque en forma”.<sup>52</sup>

Las condiciones de vida a la que están sujetos los capitalinos conlleva a la ubicación de áreas verdes para aislarse de la multitud y el ruido. La búsqueda de espacio, de tranquilidad, de aire puro y de descanso físico va ligada naturalmente al paseo como actividad de esparcimiento físico (Sue, 1995: 109). Por ello, al andar por esta

<sup>52</sup>Visitante de la colonia Cuahitémoc.

zona se localizan a parejas de novios jóvenes, a grupos de adolescentes platicando bajo algún árbol, otros amigos con hamacas colgadas de árbol a árbol, familias de sectores populares de día de campo, que destacan por su número de miembros y por la cantidad de cosas que transportan. Algunas razones para venir al bosque se relacionan con el bolsillo familiar “es más económico para venir, no gastamos tanto”;<sup>53</sup> para otros “no gastamos mucho en pasajes”.<sup>54</sup>

En contraste con familias de sectores medios con uno o dos hijos que juegan pelota o con diferentes juguetes, con pocos objetos, “me gusta mucho hacer ejercicio; venimos mucho tanto mis hijas, mi esposa y yo. Es muy boscoso, hay mucha zona verde para respirar. Sin lugar a dudas no faltamos los domingos, normalmente venimos a hacer deporte y después nos vamos a desayunar, a veces desayunamos aquí, nos traemos nuestro desayuno”.<sup>55</sup>

Es entonces evidente que el empleo del ocio al aire libre trae consigo funciones terapéuticas que contribuyen a mantener un buen estado de salud; permite recuperarse de la fatiga física, y la diversión libera de las tensiones nerviosas y establece el equilibrio psicológico. (1995: 94). Por ello, algunas personas acuden al bosque con frecuencia “andamos corriendo porque aquí hay bastante oxigenación y nos sentimos mejor. Venimos diario, aquí hay más árboles, más vegetación y nos sentimos mejor. Saliendo de aquí nos vamos a trabajar”.<sup>56</sup> Otros ciudadanos habitantes de zonas industriales prefieren el Bosque de Chapultepec “para respirar un poco «chido» acá, por lo aburrido de allá, de todo eso”.<sup>57</sup>

La experiencia de la administración es que

la inmensa mayoría disfruta del bosque: camina, se tiende al sol, juego, desafortunadamente juega pelota, que está prohibido porque tenemos muchos árboles en crecimiento, pero la

<sup>53</sup> Madre de seis niñas de la colonia Janitzio.

<sup>54</sup> Visitante de la colonia Escandón.

<sup>55</sup> Visitante del centro de la ciudad.

<sup>56</sup> Visitante de Ciudad Satélite.

<sup>57</sup> Adolescente visitante de Naucalpan.

pelota es el instrumento más maravilloso de juego para el hombre. Principalmente lo camina, y tira basura, 100 toneladas a la semana, que no incluye el papeleo, el barrido, lo que se saca de los lagos, de las fuentes, que a veces es como un acto de enojo, de revancha; la gente tiene la idea de que Chapultepec tiene miles de trabajadores, y que además para eso pagan sus impuestos.<sup>58</sup>

Efectivamente, las funciones que tiene el juego como una forma de canalizar el ocio son: la evasión de un mundo de presiones donde lo más es el rendimiento y el resultado; la liberación de las tensiones en un mundo lúdico en el cual se tiene control de las reglas y se acepta libremente; el ser una forma de burlarse de la realidad, transformándola en un espectáculo en el que se mueven los hilos de la vida misma (1995: 82).

De este otro lado de La Milla el recorrido por la historia es evidente, a los costados de ella quedan como testigos, algunos de aquellos ahuehuetes viejos, elevados y fuertes que han sobrevivido a lo largo de nuestra historia, como el caso del Sargento con una vida de 700 años. También el visitante encuentra vestigios humanos, como lo que ahora se considera como los baños de Moctezuma y doña Marina, posteriormente de Maximiliano.

Para aquellos que disfrutan de la música, el bosque también les ofrece una atención especial, el Audiorama, construido en 1972, al que Salvador Novo bautizó como "In xochitl, in cuicatl" (en la flor, el canto). Es un área semicircular, rodeada de abundante vegetación, entre la cual se aprecian rocas de la estructura del cerro de Chapultepec. El ambiente es de mucho respeto, los usuarios en su mayoría son personas que vienen a disfrutar la música acompañándose de una buena lectura o a estudiar. El empleo del tiempo libre en los espacios significa a la vez un reposo y una liberación: un reposo de las tensiones y la fatiga de una jornada de trabajo; además, la liberación psicológica de los condicionamientos y las obligacio-

<sup>58</sup>Entrevista a la licenciada Norma Yolanda Contla, *op. cit.*

nes que emanan no sólo del trabajo sino de múltiples tareas que hay que realizar (1995: 76).

Muy cerca del Auditorio está ubicada la Tribuna Monumental de las Águilas Caídas, Hemiciclo a la Fuerza Aérea Mexicana, dedicada a los 31 pilotos que combatieron en la misión del Pacífico de la Segunda Guerra Mundial. También cercana es la Fuente de la Templanza, que por su hermosura, el calor acumulado en la caminata, algunos grupos de niños o adolescentes que pasean en grupo empiezan a divertirse arrojándose agua unos a otros.

Cercana también es la estación del Metro Chapultepec, que hacia las cinco de la tarde que el bosque comienza a desocuparse, los visitantes caminan hacia ella o a otros medios de transporte para dirigirse a sus destinos. Los guardias supervisan que salga hasta el último de sus usuarios para cerrar las puertas de acceso; el bosque queda vacío.

#### LOS ESCENARIOS Y LOS RITUALES CÍVICOS

EN ESTA primera sección del Bosque de Chapultepec se conservan los contenedores de aquello que es considerado como el patrimonio cultural de los mexicanos, es decir, aquellos elementos culturales que como grupo social le han servido para desarrollarse, reproducirse mediante su herencia y transmisión de una generación a otra. Cada grupo diferencia y afirma su identidad de códigos que le permitan su identificación para lograr una cohesión interna y para protegerse frente a extraños. Los significados de ese patrimonio no se inculcan a través del proceso educativo, son motivo de celebraciones, festejos, exposiciones y visitas a los lugares míticos, todo un sistema de rituales en el que se ordena, rememora y afianza periódicamente la "naturalidad" de la demarcación que fija el patrimonio originario y "legítimo" (García Canclini, 1990: 154-155). Asimismo, están ubicados museos que resguardan colecciones artísticas valiosas como el Museo de Arte Contemporáneo y el Museo Rufino Tamayo.

Entre los ejemplos sobre usos políticos que el Estado da a ciertos espacios culturales de esta sección del bosque pueden mencionarse algunos de los que se llevaron a cabo durante 1997, en los espacios culturales claves para esos rituales.

El Museo Nacional de Antropología tiene como continente arquitectónico una de las grandes obras contemporáneas,<sup>59</sup> y su contenido está exhibido mediante una museografía que ha dejado huella por sus aportes a nivel internacional. A su público se le transmite una visión tradicionalista de la cultura mexicana, ya que va dirigido a exaltar el patrimonio arcaico, supuestamente puro y autónomo, sin imponer en forma dogmática esa perspectiva. (1990: 17).

Para comprender la importancia que tiene el propio Museo dentro del campo de la cultura, el 26 de febrero el presidente de la República,<sup>60</sup> presentó el Programa del sector educativo 1997, ante los representantes federales y estatales responsables del sector cultura, de directores de escuelas y universidades públicas e institutos tecnológicos nacionales. Entre los retos planteados sobresale la superación de los resagos educativos para ser un país de justicia y de oportunidades para todos.<sup>61</sup>

Asimismo, durante la visita del mandatario estadounidense a México, en sus actividades iniciales estuvo programada la visita al Museo Nacional de Antropología. En las primeras planas de los periódicos del martes 6 de mayo de 1997, aparecieron publicadas las fotografías del presidente Clinton con su anfitrión, el presidente Zedillo, en la sala Mexica frente a la piedra del sol (Gallegos, 1997: 3).

Con motivo de la firma de un Tratado de Amistad en 1888, y del centenario de la migración japonesa a México, se recordó la llegada a Chiapas en 1897 de los primeros 35 inmigrantes, por ello,

<sup>59</sup>Obra del arquitecto Pedro Ramírez Vázquez.

<sup>60</sup>Doctor Ernesto Zedillo Ponce de León, fue Presidente de la República del 1o. de diciembre de 1994 al 1o. de diciembre de 2000.

<sup>61</sup>La suma de la inversión planeada es de 118,000 millones de pesos, con un incremento de 7.2 con relación al año anterior. Ernesto Zedillo Ponce de León, "Palabras del Presidente de la República, durante la presentación del Programa de Trabajo del Sector Educativo 1997, realizado ayer en el Museo Nacional de Antropología e Historia". *El Nacional*, miércoles 26 de febrero de 1997, año LXVIII, tomo IX, núm. 24450, p. 10.



la pareja real del Japón, los príncipes Akishino visitaron la capital entre otras ciudades mexicanas. El hecho sirvió para que los medios registraran los comentarios que sobre esto emitieron las autoridades de ambos países. El presidente de México resaltó que “los descendientes de esos ciudadanos han contribuido al desarrollo de la sociedad mexicana y hoy cumplen cabalmente el papel de puente entre México y Japón” (*Excelsior*, 1997).

Por su parte, el Castillo de Chapultepec funciona desde el 27 de septiembre de 1944 como contenedor del Museo Nacional de Historia. En él se van concentrando y centralizando las colecciones que se considera condensan los valores nacionales, mismas que son portadoras del ser mexicano (Vázquez Olvera, 1997: 192). Uno de los rituales que año con año lleva a cabo el Poder Ejecutivo es la conmemoración de la marcha de la lealtad, el respaldo que los alumnos del Colegio Militar brindó al presidente de la República, Francisco I. Madero el 9 de febrero de 1913 en su recorrido del Castillo de Chapultepec al Palacio Nacional, ante el golpe que se gestó en su contra y cuyo hecho se conoce como la Decena Trágica. Es motivo para que el ejército mexicano ratifique su lealtad irrevocable al presidente de la República.

Desde este escenario el 17 de abril de 1997 el presidente de la República participó en el acto Avances y Perspectivas del Sector Turismo (Moreno, 1997: 27). En él resaltó que el turismo “ha contribuido de manera importante a superar las difíciles circunstancias por las que atravesó la economía nacional, y ha contribuido también a avanzar en la recuperación. Estoy seguro que el turismo seguirá siendo un factor muy importante para dar solidez y permanencia al crecimiento económico que ya iniciamos”. Reforzó esta afirmación señalando que este sector fue la tercera actividad económica que atrajo divisas a México, después de las exportaciones manufactureras y petroleras.

Durante la visita del presidente de El Salvador, Armando Calderón Sol, su homólogo mexicano le ofreció una cena en el Alcázar del Castillo de Chapultepec, donde el 16 de enero de 1992 se firmaron los acuerdos de paz de ese país. El presidente Zedillo

señaló aquí que es “una enseñanza ejemplar para todos los pueblos del mundo, y afirmó que en todas partes deben superarse las confrontaciones estériles que dividen a hermanos, enlutan familias y limitan el despliegue del talento y capacidad de los hombres” (Monroy y Mendoza, 1997: 11).

Por otro lado, la conmemoración del Día de la Bandera instituido bajo el gobierno del presidente Lázaro Cárdenas el 24 de febrero de 1940, rememora el mismo día de 1821 cuando en Iguala, Guerrero, México tuvo por vez primera como país independiente su símbolo patrio. Por ello, en las instalaciones militares del Campo Marte donde se encuentra ubicada el asta monumental,<sup>62</sup> se llevó a cabo la ceremonia presidida por el presidente de la República y su gabinete.

Entre los oradores que más llamaron la atención, estuvo el niño Ricardo Javier García Espinoza, quien también dio un discurso en Monterrey, Nuevo León, su ciudad natal cuando ésta celebró sus 400 años de fundada. Entre los registros de este evento por la prensa destacaron los registros del discurso:

la bandera significa, entre otras cosas, el gran esfuerzo de nuestros antepasados por construir un país unido y fuerte... representa la tierra donde nacimos, vivimos y crecemos... los niños hemos aprendido de nuestros padres y maestros a amar y respetar a nuestra bandera entendiendo su valor y significado... nuestra bandera puede estar segura de que cada día nos esforzamos por ser mejores y, así, hacer el México del futuro (Alcántara, 1997: 5).

De la visita que hizo el presidente de los Estados Unidos de Norteamérica, William Clinton, la bienvenida que le dio el presidente mexicano, se llevó a cabo en el Campo Marte, bajo estrictas medidas de seguridad. En la ceremonia el mandatario estadounidense arribó a este espacio con su comitiva a bordo del helicóptero de la

<sup>62</sup>Ciento cincuenta metros de altura, la más grande de América Latina.

fuerza aérea de ese país y cóndores de la Secretaría de Seguridad Pública. En la ceremonia de bienvenida señaló: “nuestras historias y nuestros destinos están unidos para siempre. Estrechemos las manos a lo largo de nuestra frontera común para abrazar juntos nuestro mañana e ingresemos en el siglo XXI como estimados socios y como fieles amigos” (Pérez Miguel, 1997: 4A).

En este mismo encuentro, una de las reuniones importantes fue la del foro Presente y futuro de las relaciones México-Estados Unidos, el 7 de mayo en el Auditorio Nacional. En él se abordaron temas fundamentales para ambos países como el Tratado de Libre Comercio, sobre el cual el presidente Ernesto Zedillo expresó: “El TLC está contribuyendo a que nos conozcamos y nos comprendamos mejor; a que nos respetemos y nos escuchemos con mayor atención; a que dialoguemos y negociemos con una disposición más abierta, más constructiva y de mayor cooperación”.<sup>63</sup> Por su parte, el presidente de los Estados Unidos mencionó que en tres cortos años, y a pesar de la recesión de México, el comercio entre nuestros países ha aumentado 60 por ciento; México es nuestro tercer socio comercial, detrás de Japón, que tiene una economía 15 veces mayor que la mexicana, y nuestras exportaciones a México son 37 por ciento más altas que antes del TLCAN (Benavides y Rodríguez, 1997: 4).

A finales de junio de 1997 el presidente coreano, Kim Young Sam visitó México, y el protocolo oficial de bienvenida se efectuó también en las instalaciones militares del Campo Marte, con un desfile militar. El mandatario mexicano anunció las futuras inversiones coreanas en México por un total de 500 millones de dólares; en la visita se firmaron acuerdos comerciales entre ambos países (Ortiz, 1997: 22).

Estos son sólo algunos ejemplos de cómo los escenarios sirven a los grupos hegemónicos, a través de estos rituales constantes, para legitimar sus políticas económicas con una proyección nacional e

<sup>63</sup>Discurso del presidente Ernesto Zedillo, durante la Conferencia sobre el Presente y futuro de las relaciones México-Estados Unidos. *El Financiero*, jueves 8 de mayo de 1997, año XVI, núm. 4404, p. 10.

internacional. Además, en estas épocas de crisis económica con el consecuente desempleo y devaluación permanente de la moneda, las conmemoraciones se vuelven una práctica compensatoria, si no podemos competir con las tecnologías avanzadas, celebremos nuestras artesanías y técnicas antiguas, si los paradigmas ideológicos modernos parecen inútiles para dar cuenta del presente y no surgen nuevos, re-consagremos los dogmas religiosos o los cultos esotéricos que fundamentaron la vida antes de la modernidad (García Conclini, 1990: 156).

#### DEL METRO AUDITORIO A LAS MANIFESTACIONES ARTÍSTICAS

EL CRUCE de la avenida Chivatito hacia el Auditorio conduce a otro tipo de lugar. Las personas, puestos, mercancías, sonidos, olores, colores y sabores se terminan. Las áreas abiertas ahora están cercadas y la circulación a pie ya no es posible, únicamente en automóvil. Para acceder incluso a algunas de ellas se requiere de una indumentaria especial, en ocasiones de gala. Una parte del área está a cargo del ejército con las instalaciones del cuerpo de guardias presidenciales, un vivero y el Campo Marte; la otra, la Unidad Artística y Cultural del Bosque con sus 4.5 hectáreas donde están instaladas: la Sala Villaurrutia, Teatro del Bosque hoy Julio Castillo, Teatro Orientación el primero en la ciudad dedicado a los niños, Teatro de la Danza, Teatro el Galeón destinado al teatro experimental, y en algún tiempo el Titiriglobo estructura desmontable que se usó para teatro guiñol, todas instituciones dependientes del Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (Conaculta) y, por último, el Auditorio Nacional.<sup>64</sup>

De acuerdo con el tipo de obra teatral, evento o al artista que se presenten en el conjunto, es el tipo de gente que acude a él, desde

<sup>64</sup>Su construcción se inició en el periodo presidencial de Miguel Alemán; fue inaugurado el 16 de julio de 1955. Al año siguiente se inició la construcción de la Unidad y, en 1991 principiaron las obras de reestructuración del Auditorio para conservarlo como un gran espacio de espectáculos con sistemas modulares con capacidad para 10,000 a 15,000 espectadores y un estacionamiento para 550 automóviles.

aquellos que usan ropa juvenil en la presentación de grupos o cantantes de moda, roqueros con indumentaria estrafalaria hasta aquellos con moda conservadora en presentaciones de algún cantante maduro.

En las mañanas por esta zona de la ciudad circulan automóviles último modelo y compactos que trasladan a ejecutivos y oficinistas hacia la diversidad de edificios en la zona de Polanco. De aquí también salen personas de la estación del metro Auditorio hacia la diversidad de destinos laborales; funciona también como conexión entre el metro y las rutas de peseros instaladas aquí mismo.

El escenario cambia radicalmente aquí, la arquitectura es de vanguardia y los servicios urbanos de primera. Al Auditorio la enmarcan obras de arquitectura de las transnacionales hoteleras como Marriot o el Niko. Las zonas verdes que los contextualizan son jardines en un estado de conservación impecable. Una megapan-talla de tecnología reciente anuncia los espectáculos del momento y proyecta imágenes de las superestrellas que se han presentado en él. De ello se desprende que en la ciudad hay ciertos espacios que sólo son usados por algunos habitantes con recursos económicos, su "uso" distingue y marca límites bien precisos a las distintas clases sociales; además posibilita la construcción y operación cotidiana de categorías como lo prohibido/lo permitido, lo cómodo/lo incómodo, lo informal/lo formal, lo cotidiano/lo político. En fin, el "buen gusto" claramente separado del "mal gusto" (González, 1994: 90).

Al oscurecer la gente circula en búsqueda de transporte de regreso a sus hogares; otros llegan en sus automóviles al estacionamiento o en transporte colectivo a disfrutar de algún *show* u obra de teatro. Al avanzar la noche la gente y el tráfico disminuyen, y Paseo de la Reforma con su arbolado camellón y excelente iluminación, se queda desierta.

## BIBLIOGRAFÍA

- ALCÁNTARA E., Armando (1997), "Encabezó Zedillo el Día de la Bandera", *El Nacional*, año LXVIII, t. IX, núm. 24449, martes 25 de febrero, p. 5.

- AUGÉ, Marc (1993), *Los "no lugares". Espacios del anonimato. Una antropología de la sobremodernidad*, Gedisa Editorial, Sociología-Comunicación, España.
- BENAVIDES ORTIZ, Carlos y Leticia Rodríguez L. (1997), "La frontera, puerta para la prosperidad: México, Palomean Zedillo y Clinton el TLC", *El Financiero*, año XVI, núm. 4404, jueves 8 de mayo, p. 4.
- DÍAZ DEL CASTILLO, Bernal (1970), *Historia de la conquista de la Nueva España*, Editorial Porrúa, México, p. 4. Colección Sepan Cuantos, núm. 5.
- Discurso del Presidente Ernesto Zedillo durante la Conferencia sobre el Presente y Futuro de las Relaciones México-Estados Unidos (1997), *El Financiero*, jueves 8 de mayo, año XVI, núm. 4404, p. 10.
- GALLEGOS, Elena (1997), "México es un pueblo con historia y con destino, afirmó Bill Clinton. Recorrió con el presidente Ernesto Zedillo el Museo Nacional de Antropología", *La Jornada*, año trece, núm. 4549, martes 6 de mayo, p. 3.
- GARCÍA CANCLINI, Néstor (1990), *Culturas híbridas. Estrategias para entrar y salir de la modernidad*, Conaculta-Grijalbo, México, Colección Los Noventa, núm. 50.
- (1994) "La desintegración de la ciudad de México y el debate sobre culturas urbanas", en *De lo local a lo global. Perspectivas desde la Antropología*, Universidad Autónoma Metropolitana, México.
- GONZÁLEZ, Jorge A. (1994), *Más (+) cultura (S). Ensayos sobre realidades plurales*, Conaculta, Serie Pensar la Cultura, México.
- "México trabaja todos los días para fortalecer su estabilidad política: EZP" (1997), *Excélsior*, año LXXXO, t. III, núm. 29146, martes 13 de mayo.
- MONRROY AGUIRRE, Hilario y Guadalupe Mendoza (1997), "Convoca Zedillo a erradicar confrontaciones estériles; queremos ser socios para el desarrollo, dijo Calderón Sol", *Unomásuno*, año XX, núm. 7031, jueves 22 de mayo, p. 11.
- MORENO DOMÍNGUEZ, Manuel (1997), "Turismo, tercera fuente de divisas para el país", *El Financiero*, jueves 17 de abril, p. 27.
- ORTIZ MORENO, Humberto (1997), "Ofrecen empresarios y gobierno garantías a inversores coreanos", *La Jornada*, año trece, núm. 4602, sábado 28 de junio, p. 22.
- "Palabras del presidente de la República durante la presentación del programa de trabajo del Sector Educativo 1997, realizado ayer en el Mu-

- seo Nacional de Antropología e Historia" (1997), *El Nacional*, año LXVIII, t. IX, núm. 24450, miércoles 26 de febrero, p. 10.
- PÉREZ, Miguel (1997), "Elogia Clinton apertura política", *Reforma*, año 4, núm. 1246, miércoles 7 de mayo, p. 4A.
- PÉREZ OLMOS, Eugenia (1997), "Dos décadas de danza en Chapultepec. Ballet en el lago, tradición y comercio", *El Nacional*, año, LXVIII, t. IX, núm. 24449, martes 25 de febrero, p. 41.
- ROMERO, Héctor, *Chapultepec de la A a la Z*, Lago de Chapultepec, Restaurante, México.
- ROWE, William y Vivian Schelling (1993), *Memoria y modernidad. Cultura popular en América Latina*, Conaculta-Grijalbo, México. Colección Los Noventa, núm. 88.
- SUE, Roger (1995), *El ocio*, 1a. reimp., Fondo de Cultura Económica, Brevariarios núm. 324, México.
- VÁZQUEZ MELLADO, Alfonso (1995), *La ciudad de los palacios. Imágenes de cinco siglos*, 4a. reimp., Editorial Diana, México.
- VÁZQUEZ OLVERA, Carlos (1997), *El Museo Nacional de Historia en voz de sus directores*, Instituto Nacional de Antropología e Historia-Plaza Valdés Editores, México.
- ZAMARRIPA, Roberto (1997), "Si hubiera parque, la DEA no estaría aquí", *Reforma*, año 4, núm. 1246, miércoles 7 de mayo, p. 8.

PAZ XÓCHITL RAMÍREZ SÁNCHEZ

## *El templo de San Hipólito: el lugar de lo posible*

*Inútilmente... intentaré describirte la ciudad de Zaira de los altos bastiones.  
Podría decirte de cuántos peldaños son sus calles de escalera, de qué tipo los arcos  
de sus soportes, qué chapas de zinc cubren los techos; pero sé que sería como  
no decirte nada. No está hecha de esto la ciudad sino de relaciones entre  
las medidas de su espacio y los acontecimientos de su pasado*

ITALO CALVINO

### PRESENTACIÓN

**H**AY EN las partes más antiguas y en el Centro Histórico de la Ciudad de México diversos espacios cargados de sentido, de significados, de historias. Algunos de ellos evocan acciones, momentos de encuentro únicos e irrepetibles cuyo recuerdo no se pierde gracias a una placa que nos informa que en ese sitio, el lejano año de 1521, fue preso “Cuauhtémoc, el último de los emperadores aztecas”. En otros, además del recuerdo impreso, permanece una construcción a veces ruinoso y deshabitada y a veces convertida en casas habitaciones o en locales comerciales y será una suerte que hubiera una placa que nos recordara que esa fue la casa de “Juan Engel, uno de los primeros fundidores de la Nueva España”. Caminar por el centro hoy día es, entre muchas otras cosas, tropezar de manera constante con el pasado y con el presente, con lo que los diversos espacios significaron y significan actualmente. Es en este sentido que podemos hablar de lugares antropológicos, entendidos éstos como construcciones biográficas históricas y en cuya constitución intervienen el tiempo, los actores y sus interpretaciones, los usos y los términos con los que fueron y son nombrados (véase, *supra*, pp. 6-7).

Este ensayo se propone dar cuenta de uno de estos lugares del actual Centro Histórico de la Ciudad de México:<sup>1</sup> el templo de San

<sup>1</sup>Jerome Monnet, 1995, nos recuerda que éste es un nombre propio, el de “zona de monumentos históricos”, definida y protegida por un decreto presidencial de 1980.



Hipólito visto como un lugar que a lo largo de su historia ha sido un punto de referencia tanto de identidades colectivas como lugar de expresión de lo diferente: espacio también de encuentro con situaciones límite, un lugar que actualmente es el hogar de una comunidad imaginaria que se confirma y renueva día a día en torno a la devoción a San Judas Tadeo.

La exposición la desarrollo, en un primer momento, ofreciendo una interpretación de su significado actual; posteriormente, hago una caracterización de los diversos significados históricos que este lugar ha tenido.

#### EL TEMPLO DE SAN HIPÓLITO. ENTORNO, ACTIVIDADES Y FIELES

SE PUEDE reconocer desde el costado norponiente de la Alameda o, de frente, transitando de sur a norte sobre la calle de Balderas; se le descubre también desde el mirador de la Torre Latinoamericana porque destaca como uno de los edificios mayores de lo que es la periferia del conjunto de construcciones que forma el primer perímetro del Centro Histórico. Cuando transitamos cerca del cruce de la avenida Hidalgo con Reforma se nos presentan sus grandes y coloridas torres cubiertas de una suerte de mosaico rojo dispuestas en un ángulo de 45 grados respecto a la fachada principal. La construcción posee una disposición arquitectónica que engaña la vista del que la visita por primera vez. Viniendo de la calle, una escalinata nos hace descender inmediatamente al atrio y, otra más, a la entrada del templo; este bajar y bajar logra que cuando se levanta la vista la construcción aparente ser mucho más grande de lo que a la distancia, e incluso frente a ella, se aprecia.

Inmediatamente, al trasponer la puerta, se puede ver de frente el altar mayor: al centro, en la parte superior, una figura del Inmaculado Corazón de María y a sus costados el Sagrado Corazón de Jesús y el señor San José; abajo, San Judas Tadeo está flanqueado por San Hipólito y San Casiano. Entramos y al costado izquierdo nos topamos con un magnífico santo Cristo de la Agonía y, del lado de-

recho, con una pila en la que un aviso nos recuerda que el agua que contiene es bendita y que a cada persona le tocan sólo dos litros. Junto a todo esto, la presencia continua de gente que entra y sale, que permanece unos minutos frente al Cristo o de cara al altar mayor y se retira; personas que permanecen largo rato, grupos que llegan constantemente a llenar con agua bendita sus botellas vacías de Coca Cola o recipientes de plástico o vidrio de todos tamaños y colores y que muchas veces hacen fila para esperar su turno. Feligreses a toda hora, durante toda la semana. Los domingos, poco antes de las 11:00 horas y después del mediodía, se observa la silenciosa algarabía de corrillos de sordomudos<sup>2</sup> que conversan en las afueras de la iglesia, en el atrio y sobre las calles de Zarco e Hidalgo y que luego se alejan en grupos hacia otras actividades dominicales después de haber participado en misa y conversado con sus amigos y conocidos.

Imposible dejar de comparar a San Hipólito con otras iglesias del Centro que no presentan a lo largo del día este movimiento. Algo ofrece esta iglesia de torres coloridas que conduce hacia ella, día a día, numerosas visitas de los fieles que se suceden ininterrumpidamente. Así, a partir de las 07:00 horas en que abre sus puertas, los visitantes comienzan a llegar. Desde esa hora hasta las 21:00 horas el recinto permanece constantemente ocupado. Los días 28 de cada mes, cuya importancia veremos más adelante, las misas comienzan desde las 06:00 a las 13:00 horas, y de las 17:00 a las 21:00 horas. Los horarios se cumplen apretadamente dejando tiempo apenas para hacer un poco de aseo y que los encargados coman algo.

Desde muy temprano los establecimientos de venta de artículos religiosos ya están dispuestos. En ellos se puede adquirir imágenes en yeso o impresas de San Judas Tadeo, oraciones y novenarios, escapularios y veladoras de colores; de entre estas destacan el verde, rojo y blanco; las hay envasadas en vidrio o papel aluminio, con

<sup>2</sup>Todos los domingos a las 11:00 horas la misa se celebra con traducción simultánea al lenguaje de los sordomudos. Asimismo el coro para estas liturgias se compone, en parte, de silentes que interpretan los cantos con el lenguaje de las señas.

oraciones impresas para solicitar trabajo, para pedir por la solución de casos difíciles e imposibles, las hay también para los comerciantes, los estudiantes y para diversos oficios. Se venden variados modelos de imágenes de San Judas: en plástico, en cápsulas de resina, en pequeños relieves imantados con leyendas como “papá no corras tus hijos te esperan”. Poco a poco, a lo largo de la mañana, los costados de la primera escalinata se van poblando de mujeres mayores que piden caridad y que se mezclan con los vendedores de billetes de lotería y de recipientes de plástico. Abundan los puestos que expenden comida, desde los instalados de manera formal en los locales comerciales ubicados a un costado de la iglesia sobre la avenida Hidalgo, hasta los de los vendedores ambulantes; en todo caso se trata de una oferta gastronómica muy amplia y accesible a todos los bolsillos. Los domingos aumenta esta oferta, así como los vendedores ambulantes y los mendigos.

No importa la hora ni el día, las misas son muy concurridas, pero no se requiere de funciones religiosas para que el templo reciba visitas constantemente. Faltando unos minutos para las ocho de la mañana, muchos de los fieles que terminan de participar en la misa, salen para sus trabajos: mujeres y hombres con sus portafolios y carpetas o con su almuerzo bien envuelto en bolsas de plástico de supermercado, algunos con sus termos, otros con sus billetes de lotería o sus cajones de bolero. Salen apresuradamente, algunos se han ido unos minutos antes, pequeños grupos permanecen sumidos en la oración, quizá en el recuerdo, en la pena que cuentan a media voz con la vista perdida en el altar y las palmas de las manos juntas frente a su pecho, o bien, con los brazos extendidos y abiertos haciendo la señal de la cruz, otros más, con las manos juntas y su cabeza recargada en ellas. Mientras tanto, los devotos continúan llegando, algunos se dirigen directamente al Cristo de la Agonía cubierto por un gran cristal en el que pueden mirarse las marcas que dejan las manos que pretenden tocar imaginariamente la escultura, que se despiden, que le hacen un último ruego, que le suplican no se olvide de la petición, que los proteja, que los acompañe... A un lado de él las huellas de la devoción: innumerables “milagros”,

imágenes en latón de unos tres centímetros que figuran cuerpos humanos o partes de éste: piernas, brazos, corazones; fotografías y cartas, algunas de ellas dispuestas de tal modo que podemos conocer su contenido. A partir de éstas es posible reconocer, en algunos casos, las edades y preocupaciones de quien las escribió: “Hola señor, como me gustaría verte en persona y que me pudieras aconsejar, mi hermana se fue de la casa...” o, bien el cansancio de una mujer que ruega porque su marido cambie o mejor se vaya para siempre y la deje en paz; más allá, alguien ruega por el hijo preso, pide que salga pronto y mientras tanto cuide de él; otros ruegan por la paz de sus muertos y por la propia, porque les ayude a enfrentar la ausencia. Las solicitudes de curación propia o de un pariente son abundantes, las de trabajo son más... Otras historias no las podemos conocer, están escritas en hojas de papel cuidadosamente dobladas, no son públicas, pero uno puede imaginar con facilidad que ahí latan otras penas. A sus plantas, las veladoras que al principio del día empiezan a acumularse; al mediodía son más de 100. Algunos devotos buscan refugio dentro del refugio y se encaminan a una pequeña capilla interna ubicada al costado izquierdo, donde les aguarda la imagen serena del Sagrado Corazón de Jesús.

En otra parte del recinto la demanda del agua bendita es muy alta, los solicitantes transportan en todo tipo de recipientes el consuelo, la protección o la suerte que ofrece la fe en “san juditas”. Con esta agua se bendecirá a los enfermos, se rociarán los negocios o las puertas de las casas; con ella y con varias imágenes se consagrarán amuletos, se elaborarán emblemas protectores o compuestos para lograr el amor o alejar a la mala suerte. Así, cercano ya el mediodía, la pila del agua bendita se enfrentará a la demanda de más de una decena de creyentes que hacen fila esperando su turno; por la tarde, hay aún más gente y en algunos días la fila se extenderá hasta la parte externa.

Entre las 7:30 y las 13:00 horas, excepto en el tiempo de misa, cuando el recinto se colma, se mantiene un promedio de 50 a 100 personas que entran y permanecen unos momentos. Poco después de las 13:00 horas, el templo cierra sus puertas, en este momento y

nuevamente a las 21:00 horas una escena se repite: en la puerta algunos ruegan al vigilante que les permita pasar, "sólo un momento". Le explican que vienen de muy lejos, que su autobús sale en dos horas, que no pueden volver otro día, que les urge pagar una manda, pero el vigilante permanece inmovible: "luego cómo le hago para sacarlos", comenta, a modo de disculpa.

#### EL DÍA 28 DE CADA MES Y CADA 28 DE OCTUBRE

LOS DÍAS 28 de cada mes son jornadas especiales. En esta ocasión las misas comienzan desde las 06:00 horas, los fieles llegan por decenas desde la madrugada y, luego, a todo lo largo del día. Las misas se suceden cada hora. Este día los demás servicios se suspenden y el ejercicio religioso se concentra en las misas, las indulgencias y la bendición a los fieles y a sus objetos: flores, imágenes, veladoras y fotografías. San Judas Tadeo y San Simón fueron sacrificados el 28 de octubre del año 78 y la Iglesia dedicó este día a recordar su martirio.

En el templo de San Hipólito cada mes se reúnen los devotos de San Judas, muchos de los visitantes tienen años de efectuar el mismo ritual; ese día, por lo menos, se hacen presentes. Sus ocupaciones, nos comentan algunos, no les permiten venir más seguido, pero ese día no fallan. Temprano ya se puede ver en los alrededores del lugar las disposiciones para este día especial: aumenta el número de vendedores y de la gente que poco a poco colma el lugar: primero, el recinto interno, luego las escalinatas, después la calle hasta el arroyo; por esta razón, poco antes de las 10:00 horas, podemos ver a elementos de la policía del Distrito Federal tender una malla que cerca el paso de los vehículos sobre avenida Hidalgo. El encuentro alcanza su máximo esplendor el 28 de octubre, ese día es la "fiesta grande": la multitud colma el lugar y sus alrededores, se pueden ver decenas de niños vestidos a la manera de San Judas, a familias enteras que vienen de fuera con sus imágenes, sus peticiones y su infinita fe, a compartir con cientos de per-

sonas que llegan a gozar del privilegio que para ellos significa el recibir la bendición con la reliquia de este santo. Afuera, como nunca en el año, se concentran los vendedores, también aumentan los demandantes de caridad y se ve gente que se advierte muy pobre, ayudando a otros que lo son aún más. El espacio parece no alcanzar para todos, el número de personas se multiplica infinitamente y a ratos resulta imposible distinguir entre los que entran y los que salen.<sup>3</sup>

Durante las últimas horas del 27 de octubre se observa un gran movimiento, además de los devotos, comienzan a hacer acto de presencia grupos corales y estudiantinas. Más tarde comenzarán a llegar algunos artistas, algunos de ellos son inmediatamente reconocidos por su participación en algún programa de televisión: “la mala de la telenovela de Thalía”, con otros no hay pierde, Laura León o Carmen Salinas.<sup>4</sup> Cerca de la medianoche cada uno de ellos tiene que estar en su sitio: la serenata a San Judas debe abrir puntualmente el día 28 de octubre. La novena a San Judas y los rezos colectivos del rosario durante los nueve días anteriores dan el marco a la fiesta grande. Ese día, de manera especial el fervor parece estallar; este día no hay reposo, este día todos vienen con más fe que nunca. Y si los domingos y los días 28 de los otros meses el espacio parece no alcanzar, hoy cualquiera podría afirmar que es un “verdadero milagro” que quepa tanta gente.

Al santo Judas Tadeo se le atribuye la virtud de interceder en los casos urgentes, difíciles e imposibles; a él llegan los desesperados, los que lo tienen a él como el último recurso:

... los fieles devotos piden en el templo las acciones preternaturales otorgadas por Dios Nuestro Señor, por intercesión de San Judas Tadeo, quien escucha y atiende a todos los que acu-

<sup>3</sup>Un grupo de estudiantes de la licenciatura de antropología social de la ENAH describe cómo “la gente entra y sale casi con el mismo ritmo que lo hace al bajar del metro, incluso las apreturas, los empujones y los codazos son muy similares, en las caras se observa la molestia...”, Mora *et al.*

<sup>4</sup>Se dice que fue esta última una de las iniciadoras de esta visita nocturna, Deme-neghi, 1994, p. 55.

den a hacer oración, a recibir los sacramentos y sacramentales en solicitud de los favores divinos...(Demeneghi, 1994: 27)

La devoción a San Judas Tadeo ha sido promovida por la Congregación de Misioneros Hijos del Inmaculado Corazón de María, conocidos como claretianos, en recuerdo de su fundador José María Claret. Esta congregación llegó a San Hipólito en 1892; desde entonces son los responsables del templo. Su obra está ligada a la caridad y al auxilio médico,<sup>5</sup> ellos han promovido la enseñanza del Evangelio a los sordomudos y llevan adelante su tarea en la Academia Rosendo Olleta.<sup>6</sup>

#### LAS HUELLAS DE LA FE

RESULTA imposible aprender en esta breve descripción la devoción con la que los fieles llegan a esta iglesia. Apenas algunas de las huellas materiales de ésta pueden darnos una idea somera del significado de este lugar. En ambos costados del altar mayor se pueden ver dos grandes marcos de madera cubiertos con terciopelo de los cuales pende un enorme conjunto de objetos que dejan constancia del favor recibido. Aquí es posible ver mechones de pelo, ramos y coronas de novia, pulseras, fotos, cartas, escapularios, collares, en fin, una serie de objetos que confirman la laboriosa tarea de intercesión que realiza el santo Judas Tadeo. Ante el altar mayor cuatro mesas de 50 por 150 cm aproximadamente, que en la mañana aparecen vacías y ya al medio día se encuentran cubiertas de veladoras casi en su totalidad. Una situación semejante a la que encontramos frente al Cristo de la Agonía, aunque en menor medida, ocurre junto a las figuras de San Martín de Porres y el Sagrado Corazón. Las peticiones dirigidas a estas últimas imágenes nos dan un indicio de las que hacen a San Judas. Los escritos prendidos a los costa-

<sup>5</sup>Que, como veremos más adelante, tiene una antigua tradición.

<sup>6</sup>Nombrada así como homenaje a su fundador el reverendo Rosendo Olleta, quien comenzó a practicar el catecismo con los impedidos del oído a través del lenguaje de señales.

dos de las imágenes se presentan extendidos, son públicos; abundan las peticiones por la reconciliación con la pareja, con la hija o el hijo, con los hermanos; se pide para poder concebir un hijo o porque llegue la salud o la muerte, por el descanso en paz de los difuntos, por la resignación ante la pena de la partida del ser querido. Se ruega, en fin, por todo lo que en ese momento es importante para el que lo pide y para nadie más.

San Judas aparece numerosamente reproducido. Los creyentes compran sus diversas representaciones y llevan su imagen a donde quiera que van: en la bolsa por medio de las estampas enmicadas que al reverso tienen una oración, en los monederos en figuras miniatura empaquetadas en una cápsula de plástico; la llevan también en el llavero o junto al pecho por medio de un escapulario o una medalla. Los precios varían, pero un peso es suficiente para poseer una imagen, pero si se tiene el dinero se puede adquirir una representación en yeso de poco más de un metro de alto con una valor aproximado de 300 pesos.

Hoy es un domingo del año de 1997, poco antes de las 06:00 horas los creyentes han comenzado a llegar, poco después el templo abre sus puertas, ahí está como siempre *su* santo Judas Tadeo y *su* santo Cristo de la Agonía. Las veladoras comienzan a encenderse, pronto la iluminación de la iglesia se verá completada por la luz de decenas de veladoras que paulatinamente se acumulan, empiezan a llegar grandes arreglos florales que son depositados en el altar mayor. Paralelamente, la fila frente a la pila del agua bendita es cada vez más grande. Cerca de las 11:00 horas los espacios destinados a las veladoras comienzan a ser insuficientes; el frente del altar mayor comienza a no alcanzar para recibir los arreglos florales, el piso cercano pronto va a ser ocupado. La gente colma el lugar. Termina la misa de las 11:00 horas pero muy pocas personas parecen moverse, el pasillo central y ambos laterales están llenos, todas las bancas ocupadas, el sacerdote baja e inicia la bendición de los objetos que llevan los asistentes: camina desde el altar central hacia la puerta principal bendiciendo a los fieles del lado derecho, de regreso bendice a los del lado izquierdo y sale finalmente por la sa-



cristía. El movimiento es imperceptible, aún no termina de salir la gente cuando ya las bancas están nuevamente ocupadas, los pasillos llenos y la misa del mediodía ha comenzado. Desde fuera es posible observar la caprichosa disposición de la multitud: una parte reza al costado izquierdo ante el Cristo de la Agonía, otra atiende al sacerdote que dice la misa, mientras una larga fila le da la espalda esperando su turno frente a la pila del agua bendita.

Afuera, un hombre de unos cincuenta años con un gran ramo de claveles rojos obsequia con uno de ellos a los que entran o salen, más allá, cerca de la escalera una mujer joven reparte pequeños corazones rojos elaborados con papel terciopelo con una fecha escrita al reverso: "28 de octubre". Afuera, en la calle, varias personas realizan esta misma actividad: claves rojos, corazones o estampas de San Judas son repartidos abundantemente de tal manera que el visitante o el simple transeúnte puede salir de la zona con varios de estos objetos. Estos hombres y mujeres, cada uno por su lado, cumplen de esta forma con una promesa que, a su vez, otros satisfacen entrando de rodillas desde la puerta principal o desde la primera escalinata hasta llegar al altar central.

Los innumerables testimonios de los favores recibidos por los creyentes constituyen, a los ojos de todos, una constancia efectiva de la eficacia de San Judas Tadeo; todo aquel que deja en sus manos la solución de su problema tiene, además de su propia fe, la fe de otros y aquella que con el tiempo se ha ido acumulando. En este sentido la memoria individual deviene memoria colectiva. La eficacia de San Judas se renueva cada día a través de la oración, de las peticiones y de los exvotos que son la constancia de que la petición tuvo una respuesta favorable. De este modo, los creyentes van conformando una suerte de comunidad que se agrupa en torno a la figura de San Judas. Los fieles se miran juntos y comparten las oraciones y los eventos, saben también de los innumerables devotos que en otros lugares, en ese momento, realizan los mismos actos y rezan las mismas oraciones; todos ellos reconocen que comparten con muchos otros una experiencia aflictiva. En este punto juega un papel crucial la capacidad de imaginar, la cual nos posibilita para

evocar imágenes de las experiencias de otros que multiplican al infinito nuestras experiencias directas.

Además de los ritos y actividades que de manera individual realizan los creyentes y que reproducen y confirman constantemente sus creencias, entran en juego otras tareas que están en el terreno de la difusión y de las cuales se encargan los responsables del recinto pero también las asociaciones de creyentes, como es el caso de la Liga Nacional de San Judas Tadeo, desde la que se convoca a todos aquellos que han recibido algún favor o milagro para que lo registren ante ella. Al mismo tiempo que exhorta a la participación en las misas comunitarias de los días 28 de cada mes, e invita a que los creyentes se inscriban, junto con su familia, en esta asociación cuyos fines son “distinguirse en la devoción y gratitud al Apóstol martirizado, así como promover su conocimiento y veneración. También el de estrechar lazos de hermandad y devoción con los demás socios, [y] compartir las oraciones comunes” (Demeneghi, 1994: 36). Las vías para difundir la figura de San Judas se extienden más allá de todo aquello que los creyentes narran, así como de sus límites estrictamente institucionales y nos conducen a los terrenos de la “magia”, a través de los amuletos y los llamados “trabajos” para alejar a los enemigos, obtener el amor y la felicidad; ahí se combinan el poder del santo y el agua bendita con los conocimientos astrológicos y el manejo de creencias respecto a los poderes de frutos, flores y hierbas, de tiempos y espacios. Quizá pueden entrar también en esta faceta las denominadas “cadenas” que se reparten por correo o son depositadas en los buzones y puertas de las casas, o bien entregadas personalmente.<sup>7</sup>

<sup>7</sup>Por diferentes vías en un periodo de cinco días llegaron a mis manos dos sobres, el contenido de ambos era una carta con una moneda de diez centavos. En el texto se indica quién es San Judas y se solicita a quien la recibe que envíe 50 cartas semejantes a igual número de personas, que acuda a cualquier templo católico y deposite la moneda que contiene el sobre. Concluye advirtiendo que, de no hacerlo, recibirá una desagradable sorpresa por romper la cadena. De igual manera, los estudiantes de antropología antes citados, indican que les fue obsequiado un recorte de papel alabane que dice: “El próximo 28 de junio deberás hacer 28 vestiditos blancos y por muy difícil que sea tu problema te será concedido. Reza tu novena con toda fe y esperanza. 28.V.96”, Mora *et al.*, p. 5.

De este modo, por diversas vías se difunden las virtudes de San Judas Tadeo y crece, junto con la devoción, el número de personas que se identifican en torno a su figura. Símbolos, mitos y creencias procedentes de diversos campos de significado constituyen un referente para todos aquellos que establecen una relación con esta figura religiosa.

### MÁS ALLÁ DEL TEMPLO DE SAN HIPÓLITO

...la ciudad no dice su pasado, lo contiene como las líneas de una mano, escrito en los ángulos de las calles, en las rejas de las ventanas, en los pasamanos de las escaleras, en las antenas de los pararrayos, en las astas de las banderas, surcando a su vez cada segmento por raspaduras, muescas, incisiones, cañonazos (Calvino, 1991: 22)

Al entrar al templo, los devotos penetran en otro sentido del tiempo y del espacio. Afuera, la estación Hidalgo del metro y el cruce de la avenida Hidalgo con Reforma, generan un vértigo de movimiento y ruidos de automóviles, transeúntes fugaces, turistas ociosos, trabajadores apurados y consumidores de diversos bienes cuyos tiempos y preocupaciones son distintos a los que se hallan dentro de la iglesia.

Dije más arriba que el lugar está situado en la periferia del Centro Histórico, al cruce de una frontera imaginaria que marca Paseo de la Reforma. A partir de ella comienza a aparecer otra cara de la ciudad: una zona más pobre y deteriorada poblada de edificios ruinosos que un día fueron señoriales, personajes igualmente deteriorados por el consumo de alcohol y de estupefacientes, mendigos que aún muestran mucho de su origen campesino, mujeres que se guardan por el día y salen por la noche para situarse en las esquinas o que recargadas en las bardas, se entregarán a una larga jornada de trabajo no sin antes haber pronunciado una oración en la iglesia cercana. Abundan también hombres, que mirados con cuidado tienen

menos edad de la que parece y que hoy se encuentran perdidos en un mundo que sólo ellos conocen, que hablan con un interlocutor imaginario, que cantan con él o que le reprochan a gritos algo que no alcanzamos a entender: gritan y gesticulan, los transeúntes los evitan, "es un loco", explica una madre a su hijo, al mismo tiempo que le abraza y le hace a un lado. Más allá, caminando hacia el poniente, encontramos el jardín llamado de San Fernando, en la esquina que hacen las calles de Hidalgo y Guerrero, ahí es posible encontrar grupos de hombres que exhiben las huellas del mucho alcohol, la poca comida y la vida a la intemperie. Algunos de ellos traen consigo sus pertenencias: cobijas raídas, cartones, pequeños atados de periódico, muñecas viejas, trozos de plástico, botes y muchas otras cosas que para ellos resultan vitales. Suelen acomodarse en el jardín, se colocan en grupo y hablan entre sí o comparten el silencio mirando para ningún lado, a sus pies, varios perros yacen echados. De vuelta, hacia el oriente, otros tiempos y otros espacios, el museo Franz Mayer y la iglesia de la Santa Veracruz, el teatro Hidalgo, Bellas Artes, la Alameda Central; otros espacios, otros públicos, otros intereses.

#### LAS HISTORIAS QUE NARRAN LOS MUROS DE LA IGLESIA

ES NECESARIO ahora regresar al lugar que ocupa nuestra atención y mirarlo con detenimiento. Poco a poco, conforme conocemos los motivos por los que la gente acude a este sitio, nos llega la sensación de estar ante la experiencia de casos límite. San Hipólito resulta un lugar destinado a este tipo de experiencias. A una situación espacial periférica se liga otra de carácter menos material pero, igualmente situada en los límites, como la que impone la impotencia para resolver los problemas económicos o emocionales, creados por la carencia del sentido del oído y del habla. Las situaciones límite aparecen por todas partes, ésta es una idea que se fue haciendo más presente a medida que nos adentrábamos en las historias que narran los muros de la construcción. Es a través de estos relatos que este sitio se configura como un lugar antropológico, en él es posible reco-

nocer una serie de experiencias que implican puntos de referencia identitarios. De esta manera, si hoy día encontramos aquí el espacio de reunión de los devotos de San Judas Tadeo, veremos también cómo en otros tiempos éste fue el punto de referencia de otras comunidades y también el escenario de numerosos casos límite.

#### EL DÍA DE SAN HIPÓLITO

...Y viendo el gran peligro en que estábamos y el mucho daño que cada día los indios nos hacían, y temiendo que también se deshicieren aquella calzada como las otras, y deshecha era forzado morir todos... me salí lo más secreto que yo pude... E dejando aquella gente en la delantera, torné a la rezaga, donde hallé que pelaban reciamente y que era sin comparación el daño que los nuestros recibían, así los españoles como los indios tascaltecal que con nosotros estaban; así, todos los mataron, y a muchos naturales los españoles y caballos... Y recogidos los que estaban vivos, echélos por delante, y yo, con tres o cuatro de caballo y veinte peones que osaron quedar conmigo, me fui a la rezaga peleando con los indios hasta llegar a una ciudad que se dice Tacuba que está fuera de toda la calzada..." (Cortés, 1954: 117 y ss.).

El sitio en el que está situada actualmente la iglesia de San Hipólito está relacionado con dos momentos fundamentales de la historia de la ciudad de México. Se trata, por un lado de la mayor derrota sufrida por los conquistadores frente a los mexicas y, por otro, del triunfo definitivo que concluyó con la caída de la ciudad de Tenochtitlan. Un medallón situado en el ángulo externo del muro del atrio, precisamente en el cruce de las calles de Hidalgo y Zarco, nos cuenta estos momentos:

Tal fue la mortandad que este lugar hicieron los aztecas a los españoles en la noche del 1o. de julio de 1520 llamado por eso de la noche triste que después de haber entrado triunfantes a esta ciudad los conquistadores, al año siguiente resolvieron edificar

aquí una ermita que llamaron de los mártires y la dedicaron a San Hipólito por haber ocurrido la toma de la ciudad el día trece de agosto que se celebra este santo. Aquella capilla quedó a cargo del ayuntamiento de México quien acordó hacer en lugar de ella una iglesia mejor que es la que hoy existe y fue comenzada en 1559.

Es posible, a partir de otras fuentes recuperar algunos de los detalles de esta historia que *grosso modo* nos relata el medallón de referencia y que se completa, en la parte inferior, con la figura de un indio con el rostro aterrorizado y los brazos abiertos, tras de él un águila parece elevarlo por los aires; a sus costados se representan las armas de guerra de los mexica: penacho, arcos y flechas. Se trata de una escultura elaborada hacia finales del siglo XVII por el arquitecto Damián Ortiz, y que ha sido clasificada como un monumento neoclásico (D.D.F., 1985: 107).

...Y de allí vimos las tres calzadas que entran en México, que es la de Iztapalapa, que fue por la que entramos cuatro días había, y la de Tacuba que fue por la que después salimos huyendo la noche de nuestro gran desbarate... (Díaz del Castillo, 1989: 189).

Como un medio para protegerse contra los enemigos y sus posibles incursiones a la ciudad, en cada una de las calzadas que menciona el conquistador, se encontraba a cada determinada distancia una "cortadura" o foso de fortificación que defendía la calzada que comunicaba la ciudad con tierra firme. Para el caso, nos interesa la calzada de Tlacopan (véase mapa 1) en la cual existían tres cortaduras; fue en la segunda de ellas, ubicada en el sitio en donde hoy está situada la iglesia de San Hipólito donde los españoles que huían ese 30 de julio de 1520,<sup>8</sup> sufrieron una de sus mayores derrotas, misma

<sup>8</sup>Las fechas que dan algunas fuentes escritas discrepan con las que da el texto del medallón que he mencionado. En adelante citaré la fecha del 30 de junio, misma que es citada por diversos autores, entre otros Luis González Obregón y Espinosa López quienes al parecer se apoyan en el dato que ofrece Riva Palacio, t. II, s/f, p. 417.

## MAPA I



Plano atribuido a Hernán Cortés. Interpretación de Justino Fernández.

Fuente: Manuel Toussaint, Federico Gómez de Orozco y Justino Fernández, *Planos de la ciudad de México. Siglos XVI y XVII. Estudio histórico, urbanístico y bibliográfico*, Universidad Autónoma de México, México, 1938.

En el plano puede observarse la calzada de Tlacopan con el nombre actual de Tacuba.

que después ha sido conocida como “la noche triste”. Muchos españoles fueron muertos y con ellos numerosos tlaxcaltecas. Se cuenta que fue en esa ocasión cuando el soldado Juan Garrido, implorando a la virgen por salvar su vida, prometió que de lograrlo levantaría una ermita en agradecimiento. La ocasión para cumplir esta manda llegó un año después, una vez tomada la ciudad de Tenochtitlan. En esa mezcla de acciones individuales y circunstancias políticas, la ermita, que primero fue conocida como de Juan Garrido, fue posteriormente llamada “ermita de los mártires” (Orozco y Berra, 1973: 35). Una vuelta simbólica había operado casi sin conciencia: el lugar de la gran derrota pasó a ser el espacio de celebración de la victoria: la virgen invocada un 30 de junio fue desplazada para celebrar a un santo cuya fiesta se celebra el 13 de agosto; los invasores derrotados se transformaron en mártires... Un poema redactado por el escritor nacionalista del siglo XIX Juan de Dios Peza, da cuenta de este acontecimiento:

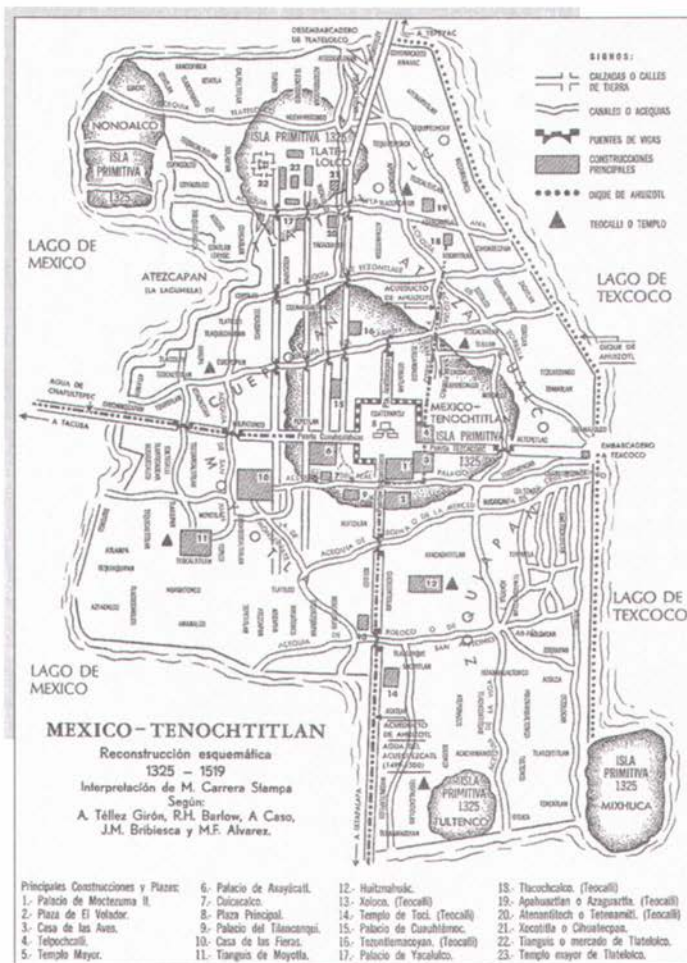
Por los indios perseguido ya sin casco ni rodela, cae de su corcel, que vuela, el soldado Juan Garrido. Sin defensa y mal herido, ve la región infinita y exclama: “¡Virgen bendita! ¡Sálvame en tan gran apuro, y en este lugar te juro que levantaré una ermita!

Y cumplió como leal, de gratitud dando ejemplo: la ermita se trocó en templo y el templo tuvo hospital. De aquel suceso fatal un doble recuerdo existe y *si ya nada reviste de su forma primitiva, es una página viva de la inmortal noche triste* (Peza, 1988: 35).

De alguna manera estamos nuevamente ante casos límite, se trata del momento que viven los personajes que aquí se encuentran involucrados, tanto de manera individual como colectiva. En el primer caso, los que narran este momento son los conquistadores que se ven asediados y que, por otra parte, son los que pueden, tiempo después, narrar el hecho desde su perspectiva. La promesa de Juan Garrido es individual, se encuentra ante un caso desesperado, nada menos que con la amenaza de perder la vida. El lugar, el



## MAPA 2



Fuente: *Imagen de la gran capital*, Enciclopedia de México, 1985.

En el plano podemos apreciar una panorámica de las principales calzadas.

momento, constituye la marca que luego de la derrota final de los aztecas será el lugar desde donde se ratifique, año con año, a través de “el paseo del pendón”, el triunfo sobre los mexicanos.

#### LA CIUDAD DE LOS PALACIOS

Llegó, por fin, el último día, el cecoatl de la veintena Tlaxochimaco del año yeicalli de los mexica, y martes trece de agosto de 1521, día de san Hipólito de los españoles.

... sucumbía un rey con su raza, con su patria y con sus dioses... Moría ya la tarde, prometiendo tormenta, y entre nubes rojas como sangre, se hundió como siempre detrás de las montañas el quinto sol de los mexica.<sup>9</sup>

El cerco definitivo de Tenochtitlan se inició el 30 de mayo de 1521 y concluyó el 13 de agosto del mismo año con la victoria de los españoles. En la tarde ocurrió la aprehensión de Cuauhtémoc, “...y así, preso este señor, luego de ese punto cesó la guerra, a la cual plugo a Dios nuestro Señor dar conclusión martes día de San Hipólito, que fueren 13 de agosto de 1521 años” (Cortés, 1954: 226). La descripción de Bernal Díaz del Castillo es mucho más elocuente, pues, además de consignar el mismo dato, ofrece un contexto que sitúa el triunfo en una dimensión suprahumana al presentar la victoria como un hecho aún más admirable:

Prendiose (a) Guatemuz y sus capitanes en 13 de agosto, ahora de vísperas, el *día de Señor San Hipólito*, año de mil quinientos veintiún años, Gracias a Dios Nuestro Señor y a Nuestra Señora la Virgen Santa María, su bendita Madre. Amén.

Llovió y relampagueó y tronó aquella tarde y hasta media noche mucho más que otras veces. Y después que se hubo preso Guatemuz quedamos tan sordos todos los soldados como si de antes estuviera un hombre encima de un campanario y tañesen muchas campanas, y en aquel instante que las tañían cesasen de

<sup>9</sup>*México a través de los siglos*, t. II, pp. 454 y ss.

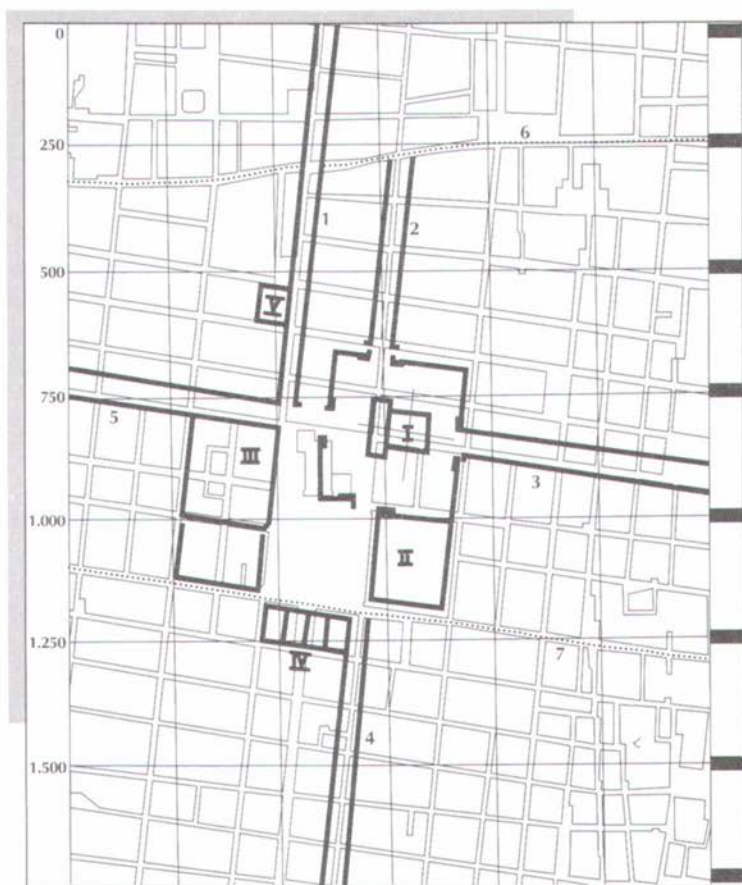
tañerlas, y esto digo al propósito porque todos los noventa y tres días que sobre esta ciudad estuvimos, de noche y de día daban tantos gritos unos capitanes mexicanos aperciendo los escuadrones y guerreros... pues desde los adoratorios y torres de ídolos los malditos tambores y cornetas y atabales dolorosos nunca paraban de sonar. Y de esta manera de noche y de día teníamos el mayor ruido, que no nos oíamos los unos a los otros, y después de preso Guatemuz cesaron las voces y todo el ruido: y por esta causa he dicho como si de antes estuviéramos en campanario (Díaz del Castillo, 1989: 81 y ss.).

Moría una ciudad y nacía otra (véase mapa 3). Los mismos lugares tendrían, a partir de entonces, nuevos significados públicos, que sin hacer desaparecer los antiguos, se irán superponiendo unos sobre otros a lo largo del tiempo pero, sobre todo, se trata también de lugares que, como el que nos ocupa, son constantemente puntos de referencia materiales y marcas tangibles de una relación conflictiva, como ocurre cuando Carlos de Sigüenza y Góngora, en una parte de su narración del motín de la ciudad de México del 8 de junio de 1692 (De Sigüenza y Góngora, 1972: 99-174), escribe que en una confesión, un hombre apodado el "ratón" le contó lo que después vio con sus ojos y tocó con sus manos: cosas supersticiosas que se sacaron de abajo del puente de Alvarado: "Halláronse muchísimos cantarillos y ollitas que olían a pulque, y mayor número de muñecas y figurillas de barro, y de españoles todas y todos atravesadas con cuchillos y lanzas que formaban del mismo barro o con señales de sangre en los cuellos como degollados."

Continúa narrando Sigüenza y Góngora que, en esa ocasión acudieron a ver aquellos objetos el señor virrey y el arzobispo quienes le preguntaron qué era aquello, a lo que Sigüenza respondió que era la prueba de cómo aborrecían los indios a los españoles y lo que deseaban contra ellos porque:

...en aquel lugar fue desbaratado el Marqués del Valle cuando... se salió de México y, según consta en sus historias, se

### MAPA 3



Localización del trazo fundamental de México-Tenochtitlan. I-Templo Mayor. II-Palacio de Moctezuma. III-Palacio de Axayácatl y casas viejas. IV-Casas de los nobles. V-Casa de Cuauhtémoc 1,2,3,4,5 calzadas, 6 y 7 acequias. Interpretación de Justino Fernández basada en el Plano del doctor I. Alcocer, 1938.

Fuente: Manuel Toussaint, Federico Gómez de Orozco y Justino Fernández, *Planos de la ciudad de México. Siglos XVI y XVII. Estudio histórico urbanístico y bibliográfico*, Universidad Autónoma de México, México, 1938.

Actualmente el centro de la ciudad de México conserva el trazo de lo que fue la Gran Tenochtitlan.

lo dedicaron a su mayor dios (que es el de las guerras) como ominoso para nosotros y para ellos feliz: no habiéndoseles olvidado aún en estos tiempos sus supersticiones antiguas arrojan ahí en su retrato a quien aborrecen, para que, como pereció en aquella acequia y en aquel tiempo tanto español, le suceda también a los que allí maldicen. Esto discurrí que significaban aquellos trastes, por lo que he leído de sus historias y por lo que ellos mismos me han dicho de ellas cuando los he agregado: añadido ahora que siendo el número de aquellas figurillas mucho y muy recientes, no fue otra cosa que arrojarlas allí que declarar, con aquel ensaye, el depravado ánimo con que se hallaban para acabar con todos (De Sigüenza y Góngora, 1972: 139-140).<sup>10</sup>

#### SAN HIPÓLITO, PATRÓN DE LA CIUDAD DE MÉXICO

A PARTIR de la traza de México-Tenochtitlan se levantó la nueva ciudad. Sobre las casas de los nobles aztecas se construyeron las de los oficiales españoles y encima de los templos mexicas, los castellanos. La construcción de la ciudad fue inmediata. No duró mucho la discusión de dónde debía edificarse: Cortés decidió que debía de ser en el mismo sitio donde estaba la que se había enseñoreado sobre las provincias cercanas, la misma en la que se había ofendido a Dios con sacrificios e idolatrías para con ello honrar su santo nombre. Los trabajos de construcción de la que sería la ciudad capital de la Nueva España comenzaron en los primeros meses de 1522,

<sup>10</sup>El autor hace referencia al Puente de Alvarado que corresponde al tercer foso o cordadura que fortificaba la calzada de Tacuba; en ese punto, efectivamente Bernal Díaz del Castillo narra el desarrollo de un terrible encuentro con los mexicas. Puente de Alvarado es actualmente la continuación de la avenida Hidalgo entre las calles de avenida de los Insurgentes y Guerrero, unas cuadradas delante de la iglesia de San Hipólito. Al mismo tiempo hace referencia a una fecha distinta, la del 10 de julio de 1520. Sin embargo, por el dato que indica de la salida de Cortés, podemos inferir que se refiere a los hechos que están relacionados con la ermita de Juan Garrido.

aprovechando la urbanización azteca.<sup>11</sup> Las tres calzadas (véase mapa 2) que viera Bernal Díaz del Castillo permanecieron como los puntos principales de entrada y salida de la ciudad cuya superficie abarcó el cuadro formado por las calles de la Santísima –tres calles atrás del actual Palacio Nacional–, San Jerónimo o San Miguel al sur, hoy San Jerónimo e Izazaga; República del Perú al norte y, al oeste la calle de Santa Isabel (Orozco y Berra, 1973: 30), que corresponde actualmente a un tramo del Eje Central.<sup>12</sup> Se trató de un asentamiento en el que, de acuerdo con un testimonio de Rodrigo de Albornoz, en 1525 había casi 150 casas de españoles (Cervantes de Salazar, 1963: 33).

Más allá, en las afueras de la ciudad, Juan Garrido cumplía la promesa que hiciera a la virgen por salvar su vida y el lugar fue entonces nombrado como “ermita de Juan Garrido” aunque al poco tiempo se le empezó a conocer como “ermita de los mártires”.<sup>13</sup> Muy pronto la pequeña capilla y San Hipólito se unirían en el mismo lugar como dos símbolos trascendentales para los conquistadores: por un lado su mayor derrota, por el otro su triunfo definitivo, el cual refrendaron año con año a través de la conmemoración del 13 de agosto mediante una suntuosa ceremonia que fue conocida como “el paseo del pendón”.

En el templo más distante, dedicado a San Hipólito, cada año, el día de su fiesta titular, se juntan todos los vecinos con gran pompa y regocijo, porque ese día fue ganada México por Cortés y sus compañeros. Con la misma pompa lleva el estandarte uno de los regidores, a caballo y armado, precedido por una multi-

<sup>11</sup> Al respecto anota O’Gorman que los trabajos de construcción de la ciudad española se iniciaron en 1522, aunque es hasta 1524 que se elabora el plano de la ciudad. De acuerdo con éste, el área española se dividió en manzanas rectangulares, pero en buena medida se acomodó a las grandes vías y acequias de la ciudad azteca. Por su lado, la población indígena se asentó sin orden urbano en torno a la traza (Cervantes de Salazar, p. 32).

<sup>12</sup> Respecto al tema de la traza de la ciudad de México durante este periodo se pueden consultar Toussaint *et al.*, 1990, y Sánchez de Carmona, 1989.

<sup>13</sup> O’Gorman, 1963, p. 23, supone que en el gasto para la construcción de la ermita participaron todos los conquistadores.

tud de vecinos, también a caballo, para que la posteridad conserve la memoria de tan insigne triunfo, y se den gracias a San Hipólito por el auxilio que prestó a los españoles en la conquista (Cervantes de Salazar, 1963: 62).

Ciertamente que, en el contexto de una cosmovisión determinada por el pensamiento religioso de los españoles del siglo XVI, el triunfo militar del 13 de agosto convenía ser explicado por la intervención divina que hizo del santo Hipólito su vehículo de expresión. Al exagerar las condiciones adversas del triunfo y al interpretar éste como el resultado de una intervención suprahumana, la presencia de los conquistadores en estas tierras adquiriría, ante su propia conciencia, un carácter legítimo. En este sentido, la idea de “dar gracias” tiene una connotación evidentemente religiosa propia de la visión del mundo del momento pero, además, sirve para expresar la reorganización de la estructura política por la sociedad novohispana. Con la entronización del santo del 13 de agosto se daba a conocer el orden jerárquico que se quería hacer valer: el conquistado deberá celebrar al conquistador. Más aún, el grupo español diseñó una estrategia identitaria consolidando un símbolo con carácter fundacional a partir del cual se marcó un origen y una historia que diluía la propia heterogeneidad a favor de un principio que les diera sentido como colectivo. La nueva identidad se iba a reforzar a partir de la celebración repetida, “para que la posteridad conserve la memoria de tan insigne triunfo”, nos dice Cervantes de Salazar.

El paseo del pendón fue, muy probablemente, una de las primeras fiestas de la ciudad de México y al tratarse de un evento colectivo que refrendaba el derecho propio a la presencia y existencia del grupo, la organización de la misma se convirtió en un asunto de Estado. De acuerdo con los comentarios de García Icazbalceta<sup>14</sup> una de las primeras referencias a esta celebración son las disposiciones para solemnizar esta fiesta que hiciera el cabildo de la ciudad de

<sup>14</sup> *Ibidem*, p. 124.

México y que constan en sus actas de fecha 31 de julio de 1528. Un año más tarde, el cabildo fijó las disposiciones que determinaron el orden que, con poca diferencia, siguió observándose en lo sucesivo y que consistía en conducir el pendón con las armas o escudo de México,<sup>15</sup> por la tarde del 12 de agosto, hasta el templo de San Hipólito. Ese día se realizaba la liturgia de vísperas y, al día siguiente, se llevaba a cabo una gran misa cantada, para posteriormente marchar de regreso hasta la sede del ayuntamiento. En otros términos, el recorrido se hacía del que fuera el templo mayor de los aztecas hasta la segunda cortadura de la calzada de Tlacopan, repitiendo la ruta por la que un año antes de su victoria los españoles habían huido hasta el sitio donde sufrieron su gran desastre.

Esta práctica está registrada como una costumbre anual en una cédula real fechada en 1530.<sup>16</sup> Se trató de una fiesta en la que tenían lugar una serie de actividades: celebración religiosa, corrida de toros, cabalgata y parada de infantes desde la casa del ayuntamiento hasta la iglesia de San Hipólito y el regreso por la calle de Tacuba. Dicha celebración fue considerada tan importante que una de las decisiones del ayuntamiento de la ciudad fue la de penar con 10 pesos en oro a todo aquel que tuviera caballo y no asistiera a la procesión, asimismo se prohibió que dicha procesión se interrumpiera en caso de lluvia.

Para 1556, la ciudad de México contaba, según testimonio de Robert Tomson (O'Gorman, 1963: 37) con 1,500 vecinos españoles y 300,000 vecinos indígenas. "Todo México es ciudad, es decir que no tiene arrabales, y toda es bella y famosa", afirmaba dos años antes Cervantes de Salazar (1963: 48). Efectivamente, la ciudad de México era la joya americana del reino de Castilla; para ese momento contaba ya con su universidad, fundada en 1553; era también el centro de una intensa vida comercial y fue el punto de partida de numerosas

<sup>15</sup>Se trata del escudo de armas de la ciudad de México, concedido por la corona española en 1523. Las figuras que lo componen son tres calzadas sobre un lago que confluyen en una torre a cuyos lados se encuentran dos leones rampantes.

<sup>16</sup>Véase León Portilla *et al.*, 1974, p. 308-309. O'Gorman, 1963, p. 124, señala que la Corona dictó varias disposiciones sobre el asunto siendo parte de las Leyes de Indias: *Recopilación de Indias*, ley 56, t. xv, lib. iii.



expediciones de conquista. Sin duda los españoles debían mucho a la milagrosa intervención de San Hipólito. Dos eran, hacia finales del siglo XVI, las fiestas más importantes de la ciudad, la del Corpus Christi y la de San Hipólito. Su organización dependía del ayuntamiento y en ello se ponía especial cuidado. Al respecto resultan interesantes una serie de disposiciones asentadas en las actas del cabildo de la ciudad en las que se anotan numerosos acuerdos sobre la organización de ambas fiestas. Por ejemplo el Bachiller Arias de Villalobos –una suerte de precursor de los promotores o empresarios de espectáculos– solicitó en 1594 que se le concediera organizar las próximas fiestas de la ciudad. En su solicitud advirtió la necesidad de que la ciudad contara con un

autor asalariado y señalado para sus fiestas, así (las) conocidas como otras que puedan ofrecerse entre año... y especialmente en la del glorioso San Hipólito, patrón suyo, a cuyas vísperas y misa al sacar el pendón fuera bien que se hiciera algún juguete, con que la memoria de los antepasados de ella se repitiera a todos (Rojas Garcidueñas, 1973: 116).

El solicitante se comprometía a tener listas las obras que habían de recitarse tres meses antes de las fiestas para que fueran revisadas por los encargados del ayuntamiento, a vestir a los personajes de todas las obras de seda de China y Castilla, así como a encargarse de los artificios y ornatos necesarios, todo ello por la cantidad de 2,000 pesos de oro común. En el mismo año, el señor Gonzalo de Riancho hizo una solicitud semejante, ofreciendo lo mismo por sólo 1,500 pesos. Naturalmente la concesión le fue otorgada a este último.

En la medida en que la sociedad de conquistadores se transformó en una sociedad criolla, algunos símbolos identitarios fueron adquiriendo un papel central y otros perdieron importancia. Es el caso de la fiesta de San Hipólito y el paseo del pendón. La celebración todavía se llevó a cabo con gran pompa en el siglo XVII. Pero en la siguiente centuria la fiesta decayó y dejó de celebrarse defini-

tivamente en 1812,<sup>17</sup> en que se limitó a una misa en la iglesia de San Hipólito y, finalmente, desapareció luego de la consumación de la Independencia.

Grandes acontecimientos quedaron unidos de esta manera. Durante mucho tiempo, el mismo que duró la Colonia, el sentido del lugar fue la relación derrota-triunfo. El santo Hipólito se encuentra hoy en la fachada principal del templo que lleva su nombre, vestido como soldado romano, recibiendo de dos ángeles una palma y una corona; otra imagen de él se halla en un vitral, así como en el altar mayor a un costado de San Judas Tadeo. De San Hipólito se dice que es el patrón de los soldados. Es posible suponer que tal calidad le fue atribuida *a posteriori* por los españoles, cuestión que finalmente encaja en una construcción que busca hacer lógica una victoria militar y relacionar a ésta con un designio divino. Como quiera que sea, éste fue durante mucho tiempo uno de los significados públicos del lugar, un lugar que en cierto sentido, por su origen, remite al desamparo de los habitantes de la ciudad: el que recuerda los hechos de 1520, pero también narra el que sufrieron los mexicanos un año más tarde. Un lugar que, desde entonces, se comienza a distinguir por una suerte de “vocación” para estos casos, un lugar que, poco a poco, acumula las marcas de esta disposición pues éste será también el espacio que guarda historias como la del hospital de San Hipólito.

#### EL HOSPITAL DE SAN HIPÓLITO

EL HOSPITAL tuvo su origen en una repentina conversión. Bernardo Álvarez llegó a América a los 20 años de edad y participó en las guerras de conquista contra los nativos del hoy estado de Zacatecas. Aficionado al vino, al juego y a las mujeres, fue detenido y apresado en Acapulco de donde huyó rumbo al Perú. En ese lugar logró amasar una considerable fortuna y tiempo después regresó a la

<sup>17</sup>Para mediados del siglo XVIII la fiesta había decaído notablemente, y aun vino a ser ridícula pues el paseo no se hacía a caballo, y el pendón iba asomado por una de las portezuelas del coche del virrey. Las Cortes de España abolieron la antigua ceremonia el 7 de enero de 1812. O’Gorman, p. 124.

Nueva España. Los ruegos de su madre le hicieron reflexionar y cambió radicalmente su modo de vida para dedicarla al cuidado de los enfermos. Fundó la Orden de los Hermanos de la Caridad que, posteriormente, se nombró de los hipólitos. Fray Bernardo creó el primer hospital para enfermos mentales en 1566, cuyo fin era remediar la situación de los viejos, los enfermos mentales y los convalecientes pobres. El hospital, por decisión del arzobispo Montúfar quedó bajo la advocación de San Hipólito.<sup>18</sup> El edificio que ocupó el hospital se encuentra ubicado en avenida Hidalgo 107, que hoy es ocupado por un restaurante, una escuela de canto, una academia de baile, además de diversos establecimientos que se ocupan de la venta de libros y alimentos. Los ecos de la presencia del hospital de San Hipólito y, de manera particular, los fines que éste perseguía, nos abren a uno de los significados que hoy día caracterizan al templo de San Hipólito en lo que toca a las situaciones límite, sobre todo si se considera que antiguamente las enfermedades mentales eran consideradas como posesión diabólica. De la misión que se impuso fray Bernardino Álvarez partió la iniciativa para la creación de otros hospitales igualmente dedicados a la atención de casos excepcionales –en el contexto de la moral de la época– como lo fueron el Hospital de Santa Cruz, en Oaxtepec, para incurables, cuya construcción se inició en 1569; Nuestra Señora de Loreto, en Veracruz, que comenzó a funcionar en 1648 y que llegó a especializarse en la atención de mujeres sifilíticas y tuberculosas; el de San Martín, en San Juan de Ulúa (1569), y el de los pobres o de la Caridad, en Veracruz. Se trató de una red de establecimientos dependientes de San Hipólito. En otro sentido, se relaciona también con la idea de los casos imposibles y desesperados y, finalmente, con la virtud de la caridad. Cuando en agosto de 1584 murió fray Bernardino Álvarez, sus colaboradores iniciaron los trabajos para la fundación de “la Orden de los Hermanos de la Caridad”. Ésta fue reconocida por el Papa Sixto V. La orden fue suprimida en 1820, pero los religiosos permanecieron al cuidado de los enfermos hasta 1843 cuan-

<sup>18</sup>Cfr. *Diccionario Porrúa de Historia, Biografía y Geografía de México*, Dermeneghi, 1994, y *Enciclopedia de México*, t. 1.

do murió el último de sus miembros. El edificio que ocupó este hospital, de adobe originalmente, fue sustituido, en 1777, por el que subsiste en situación de abandono hasta nuestros días, y en el que sin embargo aún se puede reconocer una sobria arquitectura.

Desde 1520 en que comienza la historia de este lugar han pasado ya casi 500 años. A partir de entonces muchas historias se han acumulado, algunas de ellas las narran los muros del templo y la disposición de las figuras religiosas que la llenan; otras, se reconocen a partir de los "milagros" constantemente renovados que penden a los costados de las imágenes, muchos de estos eventos son privados y su desenlace sólo lo conocen los que ahí llegan con su pena; en este sentido, las historias continuarán acumulándose.<sup>19</sup>

#### CONCLUSIÓN: CONTINGENCIA Y VOCACIÓN

AL FINAL resulta casi imposible no dejarse seducir por la idea de que existen lugares con una suerte de vocación para ciertos eventos, la que parece descollar sobre el conjunto de contingencias que significan, en el sentido fuerte del término, algo para los individuos o grupos que las viven, expresadas en imágenes que se producen en medio del recuerdo y de los actos materiales: la fiesta, la oración, la liturgia, la visita, el encuentro con los demás, con los que comparten estas imágenes que, pese al tiempo, permanecen en algún lugar de los muros, en los exvotos y en las veladoras cuya luz parece no agotarse nunca.

El objetivo de este trabajo, como indiqué al principio, fue el de dar cuenta de un lugar de la ciudad de México, no sólo de su significado actual sino de los que ha tenido a lo largo del tiempo. Es necesario reconocer, hasta aquí, que la densidad simbólica de este

<sup>19</sup> A principios del mes de junio de 1997 algunos usuarios del metro descubrieron que en una de las lozas de la estación Hidalgo se había formado la figura de la Virgen de Guadalupe. Casi de manera inmediata se hicieron largas filas para contemplarla. Luego de varios días de tener que controlar a los cientos de devotos y curiosos, las autoridades del sistema de transporte decidieron retirar la pieza de mármol y construir un nicho en las afueras de la estación, en las esquinas de Zarco y Paseo de la Reforma, al lado de la iglesia de San Hipólito.

lugar exige ir más allá de la descripción que aquí se propone e introducir a los complejos sistemas simbólicos desde los que se encuentran los diversos significados descritos. Temas como los de identidad e imaginarios sociales encuentran en este lugar un precioso material que es necesario abordar en un futuro inmediato. Pienso también, que las nociones de “público” y “privado” pueden dar cuenta de una serie de relaciones que se expresan actualmente en este lugar. Otro asunto que, sin duda, no es menor, es el que se refiere a la propia religiosidad y las formas en que se expresa y circulan en los diversos sectores sociales.

#### BIBLIOGRAFÍA

- CALVINO, Italo (1991), *Las ciudades invisibles*, Hermes, México.
- CERVANTES DE SALAZAR, Francisco [1560] (1963), *México en 1554 y título imperial*, edición, prólogo y notas de Edmundo O’Gorman, Porrúa, México.
- CORTÉS, Hernán [1522] (1954), *Cartas de relación de la conquista de Méjico*, Espasa-Calpe, Buenos Aires.
- D.D.F. (1985), *Imagen de la gran capital*, Enciclopedia de México, México.
- DE SIGÜENZA Y GÓNGORA, Carlos (1972), “Alboroto y motín de México del 8 de junio de 1692”, en *Relaciones Históricas*, Universidad Nacional Autónoma de México, México, pp. 99-174.
- DEMENECHI, Teresa (1994), *Más de cien años de San Hipólito desde 1892*, Demeneghi, México.
- DÍAZ DEL CASTILLO, Bernal [1568] (1989), *Historia verdadera de la conquista de la Nueva España*, Promexa, México.
- Enciclopedia de México* (1978), México, 12 t.
- Diccionario Porrúa de Historia, Biografía y Geografía de México* (1986), Porrúa, México.
- LEÓN PORTILLA *et al.* (1974), *Historia documental de México*, Universidad Autónoma de México, México.
- MONNET, Jerome (1995), *Usos e imágenes del Centro Histórico de la Ciudad de México*, Departamento del Distrito Federal/Centro de Estudios Mexicanos y Centroamericanos, México.

- MORA, David, Víctor Cortés e Itzam Pineda (1997), *Los veintiocho en San Hipólito*, México (inédito).
- O'GORMAN, Edumundo (1963), "Prologo, selección y notas", en Francisco Cervantes de Salazar, *México en 1554 y título imperial*, Porrúa, México.
- OROZCO Y BERRA, Manuel [1854] (1973), *Historia de la ciudad de México, desde su fundación hasta 1854*, Sepsetentas, México.
- PEZA, Juan de Dios [1897] (1988), *Leyendas históricas, tradicionales y fantásticas de la ciudad de México*, Porrúa, México.
- RIVA PALACIO, Vicente (dir.) (s/f) [1884-1889], *México a través de los siglos*, Cumbre, México, 12 t.
- ROJAS GARCIDUEÑAS (1973), *El teatro de la Nueva España en el siglo XVI*, Sepsetentas, México.
- SÁNCHEZ DE CARMONA, Manuel (1989), *Traza y plaza de la ciudad de México en el siglo XVI*, Universidad Autónoma Metropolitana-Azcapotzalco, México.
- SIGÜENZA Y GÓNGORA, Carlos (1972), "Alboroto y motín en México del 8 de junio de 1692", en *Relaciones Históricas*, UNAM, México.
- TOUSSAINT, Manuel *et al.* (1990), *Planos de la ciudad de México. Siglos XVI y XVII. Estudio Histórico, urbanístico y bibliográfico*, Instituto de Investigaciones Estéticas-Universidad Autónoma de México/Departamento del Distrito Federal, México.



## Índice

INTRODUCCIÓN. EL LUGAR ANTROPOLÓGICO . . . . .	5
<i>César Abilio Vergara Figueroa</i>	
Primera parte	
<i>Lugares del cuerpo</i>	
QUIEN NO CONOCE LOS ÁNGELES NO CONOCE MÉXICO . . . . .	37
<i>Amparo Sevilla</i>	
ADITEC: UN LUGAR PARA LOS ADICTOS AL BAILE . . . . .	65
<i>Amparo Sevilla</i>	
LOS SKÁNDALOS DE ALICIA . . . . .	97
<i>Edgar Morín M.</i>	
LA LILÍ: APROPIACIÓN DE UN ESPACIO URBANO POR INDIVIDUOS GAY . . . . .	131
<i>Mauricio List Reyes</i>	
LA PELUQUERÍA COMO LUGAR MASCULINO . . . . .	161
<i>Ernesto Licono Valencia</i>	
ENTRE MALES, CURACIONES, YERBAS Y AMULETOS. EL MERCADO DE SONORA. . . . .	201
<i>Judith Katia Perdigón Castañeda</i>	



Segunda parte

*Lugares comerciales,*

*recreativos, residenciales y religiosos*

DEL CENTRO HISTÓRICO DE TLALPAN AL CENTRO COMERCIAL CUICUILCO: LA CONSTRUCCIÓN DE LA MULTICENTRALIDAD URBANA . . . . .	239
<i>María Ana Portal Ariosa</i>	
LOS ESPACIOS COMERCIALES: ÁMBITOS PARA EL CONTACTO JUVENIL URBANO . . . . .	271
<i>Maritza Urteaga Castro-Pozo e Inés Cornejo Portugal</i>	
PLAZA UNIVERSIDAD: ¿“ESTAR” EN UN CENTRO COMERCIAL ES UNA MANERA DE “HACER” CIUDAD? . . . . .	297
<i>Inés Cornejo Portugal</i>	
EL JUEGO DE BILLAR: ALGUNOS RITUALES EN LA INTERACCIÓN LÚDICA . . . . .	337
<i>Norma Angélica Hernández Gómez</i>	
VIVIENDA MULTIFAMILIAR, CIUDAD Y VIDA COTIDIANA. UNA EXPLORACIÓN SOBRE HÁBITAT Y FRONTERAS . . . . .	359
<i>Miguel Ángel Aguilar D.</i>	
CHAPULTEPEC: PASEOS Y RECREACIÓN, ENTRE LA HISTORIA Y EL MITO . . . . .	385
<i>Carlos Vázquez Olvera</i>	
EL TEMPLO DE SAN HIPÓLITO: EL LUGAR DE LO POSIBLE . . . . .	423
<i>Paz Xóchitl Ramírez Sánchez</i>	

---

---

## Títulos de la colección

# Las ciencias sociales

*Director de la colección*

HUMBERTO MUÑOZ GARCÍA

- BERTHA LERNER  
*América Latina: los debates  
en política social, desigualdad y pobreza*
- MANUEL VILLA  
*Los años furiosos: 1994-1995.  
La reforma del Estado y el futuro de México*
- ISAAC M. KATZ  
*La apertura comercial y su impacto regional  
sobre la economía mexicana*
- ARTURO ÁNGEL LARA RIVERO  
*Aprendizaje tecnológico y mercado de trabajo  
en las maquiladoras japonesas*
- MANUEL VILLA AGUILERA  
*¿A quién le interesa la democracia en México?  
Crisis del intervencionismo estatal  
y alternativas del pacto social*
- ABELARDO VILLEGAS  
*Arar en el mar:  
la democracia en América Latina*
- ROBERTO EIBENSCHUTZ HARTMAN  
(COORDINADOR)  
*Bases para la planeación del desarrollo  
urbano en la ciudad de México.  
Tomo I: Economía y sociedad en la Metrópoli  
Tomo II: Estructura de la ciudad y su región*
- ÓSCAR F. CONTRERAS, ALEJANDRO COVARRUBIAS  
MIGUEL ÁNGEL RAMÍREZ, JOSÉ LUIS SARIEGO  
*Cananea. Tradición y modernidad  
en una mina histórica*
- ABRAHAM A. MOLES  
*Las ciencias de lo impreciso*
- LEONEL CORONA  
(COORDINADOR)  
*Cien empresas innovadoras en México*
- ALICIA ZICCARDI  
(COORDINADORA)  
*Ciudades y gobiernos locales  
en la América Latina de los noventa*
- FRANCISCO LÓPEZ CÁMARA  
*La clase media en la era del populismo*
- JUDITH HERRERA MONTELONGO  
*Colaboración y conflicto:  
el sindicato petrolero y el cardenismo*
- JUAN-MANUEL RAMÍREZ SÁIZ  
(COORDINADOR)  
*¿Cómo gobiernan Guadalajara?  
Demandas ciudadanas y respuestas  
de los ayuntamientos*
- JUDITH VILLAVICENCIO BLANCO  
(COORDINADORA)  
*Condiciones de vida  
y vivienda de interés social  
en la ciudad de México*
- JULIÁN REBÓN  
*Conflicto armado y desplazamiento  
de población. Chiapas 1994-1998*
- CÉSAR CANSINO  
*Construir la democracia.  
Límites y perspectivas  
de la transición en México*
- ANA PAULA DE TERESA  
*Crisis agrícola y economía campesina.  
El caso de los productores de henequén  
en Yucatán*
- FERNANDO CORTÉS, ÓSCAR CUÉLLAR  
(COORDINADORES)  
*Crisis y reproducción social.  
Los comerciantes del sector informal*
- 
-

- LOURDES ARIZPE  
*Cultura y desarrollo. Una etnografía de las creencias de una comunidad mexicana*
- ROBERTO BLUM VALENZUELA  
*De la política mexicana y sus medios. ¿Deterioro institucional o nuevo pacto político?*
- ENRIQUE SUÁREZ-ISIGUEZ  
*De los clásicos políticos*
- ABELARDO VILLEGAS, IGNACIO SOSA  
ANA LUISA GUERRERO, MAURICIO BEUCHOT  
JOSÉ LUIS OROZCO, ROQUE CARRIÓN WAM  
JORGE M. GARCÍA LAGUARDIA  
*Democracia y derechos humanos*
- RAÚL ÁVILA ORTIZ  
*El derecho cultural en México: una propuesta académica para el proyecto político de la modernidad*
- ANDRÉS ROEMER  
*Derecho y economía: políticas públicas del agua*
- ALBERTO DÍAZ CAYEROS  
*Desarrollo económico e inequidad regional: hacia un nuevo pacto federal en México*
- ENRIQUE CABRERO MENDOZA  
(COORDINADOR)  
*Los dilemas de la modernización municipal. Estudios sobre la gestión hacendaria en municipios urbanos de México*
- JORGE HÉCTOR CARRILLO VIVEROS  
*Dos décadas de sindicalismo en la industria maquiladora de exportación: examen en las ciudades de Tijuana, Juárez y Matamoros*
- ROGELIO HERNÁNDEZ RODRÍGUEZ  
*Empresarios, Banca y Estado. El conflicto durante el gobierno de José López Portillo, 1976-1982*
- CARLOS ARRIOLA WOO  
*Los empresarios y el Estado (1970-1982)*
- EDUARDO IBARRA COLADO, LUIS MONTAÑO HIROSE  
(COMPILADORES)  
*Ensayos críticos para el estudio de las organizaciones en México*
- IGNACIO SOSA ÁLVAREZ  
*Ensayo sobre el discurso político mexicano*
- CARLOS ARRIOLA WOO  
*Ensayos sobre el PAN*
- ALEJANDRO PORTES  
*En torno a la informalidad: Ensayos sobre teoría y medición de la economía regulada*
- LUDGER PRIES  
*Entre el corporativismo productivista y la participación de los trabajadores. Globalización y relaciones industriales en la industria automotriz mexicana*
- ÁLVARO MATUTE, EVELIA TREJO  
BRIAN CONNAUGHTON (COORDINADORES)  
*Estado, Iglesia y sociedad en México. Siglo XIX*
- ARTURO BORJA  
*El Estado y el desarrollo industrial. La política mexicana de cómputo en una perspectiva comparada*
- VÍCTOR MANUEL DURAND PONTE  
*Étnia y cultura política: los mexicanos en Estados Unidos*
- MARÍA DE LA PAZ LÓPEZ Y VANIA SALLES  
(COMPILADORAS)  
*Familia, género y pobreza*
- JENNIFER COOPER, TERESITA DE BARBIERI  
TERESA RENDÓN, ESTELA SUÁREZ  
ESPERANZA TUÑÓN (COMPILADORAS)  
*Fuerza de trabajo femenina urbana en México*  
*Volumen I: Características y tendencias*  
*Volumen II: Participación económica y política*
- ENRIQUE CABRERO MENDOZA  
GABRIELA NAVA CAMPOS  
(COORDINADORES)  
*Gerencia pública municipal. Conceptos básicos y estudios de caso*
- GUSTAVO GARZA VILLARREAL  
*La gestión municipal en el Área Metropolitana de Monterrey, 1989-1994*
- RICARDO VALERO  
(COMPILADOR)  
*Globalidad: una mirada alternativa*
- MARTHA SCHEINGART  
(COORDINADORA)  
*Transición política y democracia municipal en México y Colombia*

- 
- ALICIA ZICCARDI  
*Gobernabilidad y participación ciudadana  
en la ciudad capital*
- TONATIUH GUILLÉN LÓPEZ  
*Gobiernos municipales en México:  
entre la modernización y la tradición política*
- ORLANDINA DE OLIVEIRA  
MARIELLE PEPIN LEHALLEUR, VANIA SALLES  
(COMPILADORAS)  
*Grupos domésticos y reproducción cotidiana*
- EMILIO DUHAU  
*Hábitat popular y política urbana*
- CÉSAR GILBERT  
*El hábito de la utopía.  
Análisis del imaginario sociopolítico  
en el movimiento estudiantil de México, 1968*
- ALBERTO RÉBORA TOGNO  
*¿Hacia un nuevo paradigma de la planeación  
de los asentamientos humanos?  
Políticas e instrumentos de suelo  
para un desarrollo urbano sostenible,  
incluyente y sustentable.  
El caso de la región oriente  
en el Valle de México*
- MARÍA EUGENIA DE LA O MARTÍNEZ  
*Innovación tecnológica y clase obrera:  
estudios de caso de la industria maquiladora  
electrónica R.C.A. Ciudad Juárez, Chihuahua*
- MANUEL VILLA AGUILERA  
*La institución presidencial. El poder de las  
instituciones y los espacios de la democracia*
- RAÚL BÉJAR NAVARRO  
HÉCTOR H. HERNÁNDEZ BRINGAS  
*La investigación en ciencias sociales  
y humanidades en México*
- TERESA PACHECO MENDEZ  
*La investigación universitaria en ciencias  
sociales. Su promoción y evaluación*
- JORDY MICHELI (COORDINADOR)  
*Japan Inc. en México.  
Las empresas y modelos laborales japoneses*
- JORGE FUENTES MORUA  
*José Revueltas: una biografía intelectual*
- RAFAEL GUIDO BÉJAR, OTTO FERNÁNDEZ REYES  
MARÍA LUISA TORREGROSA (COMPILADORES)  
*El juicio al sujeto. Un análisis global  
de los movimientos sociales*
- ABELARDO VILLEGAS, JOSÉ LUIS OROZCO  
IGNACIO SOSA, ANA LUISA GUERRERO  
MAURICIO BEUCHOT  
*Laberintos del liberalismo*
- VÍCTOR ALEJANDRO PAYÁ PORRES  
*Laguna Verde: La violencia  
de la modernización.  
Actores y movimiento social*
- MARCOS TONATIUH ÁGUILA M.  
*El liberalismo mexicano y la  
sucesión presidencial de 1880: dos ensayos*
- JULIO LÓPEZ G. (COORDINADOR)  
*Macroeconomía del empleo  
y políticas de pleno empleo para México*
- JULIO LÓPEZ GALLARDO  
*La macroeconomía de México:  
el pasado reciente y el futuro posible*
- JULIANA GONZÁLEZ  
*El malestar en la moral  
Freud y la crisis de la ética*
- PATRICIA MELÉ Y MARIO BASSOLS  
(COORDINADORES)  
*Medio ambiente, ciudad y orden jurídico*
- JOSÉ AYALA ESPINO  
*Mercado, elección pública e instituciones.  
Una revisión de las teorías modernas  
del Estado*
- CRISTINA PUGA  
*México: empresarios y poder*
- MANUEL GARCÍA Y GRIEGO, MÓNICA VEREA CAMPOS  
*México y Estados Unidos frente a la  
migración de los indocumentados*
- RODOLFO O. DE LA GARZA  
JESÚS VELASCO  
(COORDINADORES)  
*México y su interacción  
con el sistema político estadounidense*
- ESPERANZA TUÑÓN PABLOS  
*Mujeres que se organizan. El Frente Único  
Pro Derechos de la Mujer (1935-1938)*
-

- RODOLFO GARCÍA DEL CASTILLO  
*Los municipios en México.  
Los retos ante el futuro*
- ENRIQUE CABRERO MENDOZA  
*La nueva gestión municipal en México.  
Análisis de experiencias innovadoras  
en gobiernos locales*
- JOSÉ LUIS MÉNDEZ (COORDINADOR)  
*Organizaciones civiles y políticas públicas  
en México y Centroamérica*
- MANUEL PERLÓ COHEN  
*El paradigma porfiriano.  
Historia del desagüe del Valle de México*
- ARTURO BORJA TAMAYO  
*Para evaluar al TLCAN*
- RAÚL BENÍTEZ ZENTENO  
*Población y política en México. Antología*
- HUMBERTO MUÑOZ GARCÍA (COMPILADOR)  
*Población y sociedad en México*
- ENRIQUE SUÁREZ-ÍÑIGUEZ (COORDINADOR)  
*El poder de los argumentos  
Coloquio internacional Karl Popper*
- MÓNICA VERA CAMPOS  
JOSÉ LUIS BARROS HORCASITAS (COORDINADORES)  
*La política exterior norteamericana hacia  
Centroamérica. Reflexiones y perspectivas*
- ENRIQUE CABRERO MENDOZA (COORDINADOR)  
*Las políticas descentralizadoras en México  
(1983-1993). Logros y desencantos*
- ROLANDO CORDERA Y ALICIA ZICCARDI  
(COORDINADORES)  
*Las políticas sociales  
de México al fin del milenio.  
Descentralización, diseño y gestión*
- CLARA JUSIDMAN  
*La política social en Estados Unidos*
- LILIANA KUSNIR  
*La política social en Europa*
- MARTHA SCHEINGART  
(COORDINADORA)  
*Políticas sociales para los pobres  
en América Latina*
- MAURICIO BEUCHOT  
*Posmodernidad, hermenéutica y analogía*
- LARISSA ADLER LOMNITZ  
*Redes sociales, cultura y poder:  
ensayos de antropología latinoamericana*
- JUAN PABLO GUERRERO AMPARÁN  
Y TONATIUH GUILLÉN LÓPEZ  
*Reflexiones en torno  
a la reforma municipal  
del artículo 115 constitucional*
- DAVID ARELLANO, ENRIQUE CABRERO  
ARTURO DEL CASTILLO  
(COORDINADORES)  
*Reformando al gobierno:  
una visión organizacional  
del cambio gubernamental*
- GRACIELA BENSUSÁN AREOUS (COORDINADORA)  
*Las relaciones laborales y el Tratado  
de Libre Comercio*
- CARLOS HERRERO BERVERA  
*Revolución, rebelión y revolución en 1810.  
Historia social y estudios de caso*
- BLANCA SOLARES  
*El síndrome Habermas*
- JOSÉ LUIS OROZCO  
*Sobre el orden liberal del mundo*
- HUMBERTO MUÑOZ GARCÍA,  
ROBERTO RODRÍGUEZ GÓMEZ  
(COORDINADORES)  
*La sociedad mexicana frente al tercer milenio  
3 tomos*
- GINA ZABLUDOVSKY  
*Sociología y política,  
el debate clásico  
y contemporáneo*
- ALICIA ZICCARDI (COORDINADORA)  
*La tarea de gobernar: gobiernos locales  
y demandas ciudadanas*
- TERESA RENDÓN Y GRACIELA BENSUSÁN  
(COORDINADORAS)  
*Trabajo y trabajadores  
en el México contemporáneo*
- JOSÉ LUIS BARROS HORCASITAS  
JAVIER HURTADO  
GERMÁN PÉREZ FERNÁNDEZ DEL CASTILLO  
(COMPILADORES)  
*Transición a la democracia  
y reforma del Estado en México*

- CAMBIO XXI, FUNDACIÓN MEXICANA  
(COORDINADORA)  
*Las transiciones a la democracia*  
CARLOS BARBA SOLANO  
JOSÉ LUIS BARROS HORCASITAS, JAVIER HURTADO  
(COMPILADORES)  
*Transiciones a la democracia en Europa  
y América Latina*  
LILIA DOMÍNGUEZ VILLALOBOS  
FLOR BROWN GROSSMAN  
*Transición hacia tecnologías flexibles  
y competitividad internacional  
en la industria mexicana*  
UGO PIPITONE  
*Tres ensayos sobre desarrollo y frustración:  
Asia oriental y América Latina*  
BLANCA SOLARES  
*Tu cabello de oro Margarete...  
Fragmentos sobre odio, resistencia  
y modernidad*
- MASSIMO L. SALVADOR, NORBERT LECHNER  
MARCELO CAVAROZZI, ALFRED PFALLER  
ROLANDO CORDERA, ANTONELLA ATTILI  
*Un estado para la democracia*  
RAÚL BENITEZ MANAUT, LUIS GONZÁLEZ SOUZA  
MARÍA TERESA GUTIÉRREZ HACES  
PAZ CONSUELO MÁRQUEZ PADILLA  
MÓNICA VEEA CAMPOS  
(COMPILADORES)  
*Viejos desafíos, nuevas perspectivas:  
México-Estados Unidos y América Latina*  
GERMÁN PÉREZ FERNÁNDEZ DEL CASTILLO  
ARTURO ALVARADO M.  
ARTURO SÁNCHEZ GUTIÉRREZ (COORDINADORES)  
*La voz de los votos: un análisis crítico  
de las elecciones de 1994*  
LUIS F. AGUILAR VILLANUEVA  
*Weber: la idea de ciencia social*  
*Volumen I: La tradición*  
*Volumen II: La innovación*

## Estudios de género

- ARACELI MINGO  
*¿Autonomía o sujeción?  
Dinámica, instituciones y formación en una  
microempresa de campesinas*  
MÁRGARA MILLAN  
*Derivas de un cine en femenino*  
JUAN GUILLERMO FIGUEROA  
*Elementos para un análisis ético  
de la reproducción*  
GLORIA CAREAGA PÉREZ  
JUAN GUILLERMO FIGUEROA PÉREA  
MARÍA CONSUELO MEJÍA (COMPILADORES)  
*Ética y salud reproductiva*  
MARTA LAMAS  
*El género: la construcción cultural  
de la diferencia sexual*
- MARGARITA BAZ  
*Metáforas del cuerpo: un estudio  
sobre la mujer y la danza*  
ESPERANZA TUÑÓN  
*Mujeres en escena: de la tramoya  
al protagonismo.  
El quehacer político  
del Movimiento Amplio de Mujeres  
en México (1982-1994)*  
GUILLERMO NUÑEZ NORIEGA  
*Sexo entre varones.  
Poder y resistencia  
en el campo sexual*  
GUILLERMO FLORIS MARGADANT  
*La sexofobia del clero*



*La ciudad desde sus lugares. Trece ventanas etnográficas para una metrópoli*, se terminó de imprimir en la ciudad de México durante el mes de noviembre del año 2001. La edición, en papel de 75 gramos, consta de 1,000 ejemplares más sobrantes para reposición y estuvo al cuidado de la oficina litotipo-gráfica de la casa editora.





ISBN 970-701-181-5  
MAP: 041365-01

El salón Los Ángeles, el mercado de Sonora, Chapultepec, el templo de San Hipólito, Plaza Universidad, son cinco lugares de las "trece ventanas etnográficas" que nos ofrece esta obra para mirar a través de ellas la ciudad de México.

Las etnografías presentadas se dividen en dos grupos: en primer lugar están los lugares en donde se exploran espacios destinados al entretenimiento, la exposición y/o preparación del cuerpo; y un segundo que explora el hogar, los espacios comerciales, los históricos-recreativos: lugares de una alta densidad simbólica y que si bien fragmentan los sentidos de la ciudad, son entrelazados por itinerarios de sus habitantes, que en estos recorridos los (re)construyen constantemente.

La identidad en la ciudad se muestra como búsqueda y construcción: en estas exploraciones se afirma en espacios situados que para muchos empiezan a convertirse, más que en puntos hacia los que se mira, en lugares desde donde se opina, experimenta y mira la ciudad. Lugares que se constituyen en espacios a los que se puede ir, explorar, encontrar(se) con los que se elige comulgar, "ser parte" o no, y otros que nos definen más definitivamente, eclasándonos con mayor rigidez. Por otro lado, otros lugares que antes situaban más decisivamente a las personas, como la casa, que permitían situar lo conocido y confiable, ahora reducen sus marcos espaciales de referencia —el hogar refugio— para constituirse en punto de partida hacia el archipiélago urbano de nuestros (des)afectos, destinos cotidianos e intermitentes que apoyan nuestros imaginarios sobre nuestra ciudad.

LA CIUDAD DESDE SUS LUGARES



Centro de  
Información y  
Documentación

Alberto Beltrán



008026

