

De obrero a comerciante: transformaciones barriales en la Ciudad de México*

MARIO CAMARENA**
MARÍA ANA PORTAL***

Abstract

FROM WORKER TO TRADESMAN. NEIGHBORHOOD TRANSFORMATIONS IN MEXICO CITY. *This work explores, based on ethnographic and historical material, the transformations occurred in a working class neighborhood called La Fama (within the delegación Tlalpan, south of Mexico City) taking into account two fundamental aspects: the closing of the textile factory: La Fama Montañesa as well as the increasing urbanization. This work analyzes, in particular, the ways in which the inhabitants structure their surviving strategies by becoming immersed in commercial activities and the implications in regards to the construction of their identity referents.*

Key words: *neighborhood trade, local identity, urban transformations, local public places*

Resumen

Este trabajo explora, con base en material etnográfico e histórico, las transformaciones sufridas en el barrio obrero de La Fama (en la delegación Tlalpan, al sur de la Ciudad de México), a partir de dos aspectos: el cierre de la fábrica de hilados y tejidos La Fama Montañesa y la creciente urbanización. En particular se analizarán las formas en las que los habitantes del barrio estructuran sus estrategias de sobrevivencia al ser ahora el comercio su actividad central y las implicaciones que esto tiene en la construcción de referentes identitarios.

Palabras clave: *comercio barrial, identidad local, transformaciones urbanas, espacios públicos locales*

Introducción

Cuando se habla de los procesos de *terciarización* que sufre la economía de las ciudades no alcanzamos a ver el efecto que tienen en los espacios urbanos locales, en las redes sociales que en ellos se construyen y en la vida cotidiana de los sujetos que allí habitan.

En este trabajo examinamos algunas repercusiones que ha tenido para el barrio obrero de La Fama, al sur de la Ciudad de México, el cierre de la fábrica de hilados y tejidos La Fama Montañesa –la cual durante casi 150 años constituyó el centro de su vida laboral, social y política– y el establecimiento del comercio en diversas escalas y niveles de formalización. Observaremos las transformaciones barriales teniendo como eje los cambios en las formas de comercio que en él se practican.

* Artículo recibido el 03/05/06 y aceptado el 14/11/06. Este trabajo forma parte del proyecto “Plazas públicas y plazas comerciales en la Zona Metropolitana de la Ciudad de México y Puebla: espacio público, identidades urbanas y construcción de ciudadanía”, financiado por el Conacyt, clave 44994.

** Dirección de Estudios Históricos del Instituto Nacional de Antropología e Historia, Allende núm. 172, Tlalpan, 14000 México, D.F. mariocamarenaa@yahoo.com.mx

*** Profesora investigadora del Departamento de Antropología de la UAM-I, Av. San Rafael Atlixco núm. 186, col. Vicentina, 09340 México, D.F. port@xanum.uam.mx

Nos interesa analizar los modos en que los habitantes del barrio estructuran sus estrategias cotidianas de vida al tener ahora como su principal actividad el comercio, así como el papel que esto juega en la construcción de referentes identitarios.

Partimos de la idea de que la identidad es un proceso histórico de construcción de identificaciones socialmente significativas. En el caso del barrio de La Fama, éstas se estructuraron en torno al *ser obrero textil* y a la fábrica que le dio su nombre, generando estructuras temporal/espacial y sociales específicas. El barrio no era sólo parte de la fábrica, era producto de ella, de tal suerte que todos los espacios –privados y públicos– estaban determinados por la empresa y el sindicato.¹

En ese sentido, podemos hablar de un *orden urbano* históricamente engendrado por un mundo laboral que fue al principio agrícola y se constituyó poco a poco como obrero. Por tanto, consideraremos el concepto *orden urbano* desde la perspectiva de Angela Giglia y Emilio Duhau, quienes lo definen como:

el conjunto de normas y reglas tanto formales (pertenecientes a alguna jerarquía del orden jurídico) como convencionales a las que recurren los habitantes de la ciudad explícita o tácitamente en el desarrollo de las prácticas relacionadas con los usos y formas de apropiación de los espacios y bienes públicos o de uso colectivo que, más allá de la vivienda, son los elementos constitutivos de la ciudad (Duhau y Giglia, 2004: 258).

Entonces, el orden urbano implica diferentes modos de producción, organización y apropiación del espacio urbano, y origina distintas maneras de construir lo público y lo privado. Giglia y Duhau señalan que:

Las modalidades de organización espacial de la ciudad resultantes de diferentes modelos urbanísticos constituyen desde nuestro punto de vista un elemento condicionante del modo en que las prácticas sociales que se relacionan con el uso de los espacios y los artefactos urbanos cristalizan en un cierto *orden urbano* (Duhau y Giglia, 2004: 262).

Desde nuestro punto de vista, este orden no es estático, se construye y reconstruye, adecuándose a las condiciones económicas, culturales y sociales de cada grupo. Pero el nuevo orden urbano siempre se instaura retomando el orden previo, quedando así un complejo tejido de significados entre el pasado y el presente.

Para el caso estudiado, el espacio barrial adquirió un orden propio marcado por su vínculo histórico con



La Plazuela en los años cincuenta

la fábrica y los modelos específicos de urbanización en su momento. Así, por ejemplo, la lógica fabril determinó como centro del barrio la explanada conocida como La Plazuela, que era el espacio de acceso a la fábrica. En este aspecto, la fábrica no sólo era un eje simbólico sino un centro físico barrial. En ella se encontraban la Escuela Primaria Rey Cuauhtémoc, la casa-tienda o tienda de raya, los portales y el local sindical. Hasta hoy confluyen en ella las cuatro calles principales del trazo barrial.

El derecho a la vivienda también se articuló primero a ser obrero y, con el tiempo, a ser obrero sindicalizado.

Hasta fines de la década de los treinta, los patronos permitían que los trabajadores construyeran sus viviendas en los terrenos pertenecientes a la fábrica denominados Chilapa, Caramagüey, Sanquimilgues, Tlatoxca, Pelactla, Rivero, Zacapa y Zacalito. Esto se hacía con el fin de que los trabajadores se arraigaran al lugar para proveer de mano de obra a la fábrica (Camarena y Rosas, 2005: 24).

Su reparto adquirió un papel cardinal en la década de los cuarenta, cuando tras un complejo conflicto entre empresa, sindicato y trabajadores,² se conjuró una huelga de tres años, y como pago se otorgaron ocho predios que fueron repartidos por el sindicato entre sus miembros.

¹ En este caso pertenecían a la sección “7 de enero” de la Confederación Regional Obrera Mexicana (CROM).

² Al respecto véase Camarena y Rosas (2005), donde se explica con detalle este proceso.

Dado que casi todo el entorno de la fábrica era propiedad de la empresa,³ se generó una característica sui géneris en la estructura espacial: la distinción entre lo público y lo privado era una frontera sumamente tenue. En ese marco, las viviendas no tenían bardas y el espacio público –las veredas y calles empedradas– se mezclaba con los espacios familiares. La delimitación no era fundamental ya que todos se conocían y las condiciones de la vivienda –espacios pequeños, poca ventilación, hacinamiento– orillaban a los habitantes a estar en la calle para platicar, descansar, entretenerse, chismear, etcétera.

Un ejemplo de esta escasa separación entre lo público y lo privado lo muestra el hecho de que los servicios básicos, como las tomas de agua y los lugares para defecar, se encontraban afuera de las casas; y aunque existían dos baños públicos en el sitio conocido como el Barrio Chino:⁴

la mayoría de las personas acudían a realizar sus necesidades biológicas en el Tranquero, un lugar con hierba, rodeado de pedregal donde corría el agua de Fuentes Brotantes (Camarena y Rosas, 2005: 78).

Hasta entrada la década de los cuarenta, era común encontrar en los patios y terrenos aledaños a las casas corrales para la crianza de animales, y buena parte de las familias eran dueñas o tenían acceso a tierras agrícolas, con lo cual complementaban su salario.

Esta vida semirural –a diferencia de lo que sucedía en los espacios rurales de los pueblos agrícolas aledaños– era marcada y moldeada por los ritmos cotidianos de los cuatro turnos y el silbato que los anunciaba, los días de descanso, las huelgas y los despidos. El orden urbano fabril se construyó entonces tejido a una lógica campesina, dándole una caracterización propia a través del ordenamiento del tiempo y del espacio.

El acceso al trabajo era determinado por las relaciones de parentesco, pues para ingresar a la fábrica se tenía que contar con el respaldo y las enseñanzas de algún pariente o conocido que laborara en ella.

Aun el íntimo mundo de las creencias estaba regulado por la empresa, por lo cual, hasta la década de los sesenta, la iglesia barrial se encontraba en el interior del recinto fabril, y el sindicato y los dueños financiaban la fiesta patronal.

Pero ¿qué sucede cuando hay un quiebre en dicho proceso y se rompe el eje de las identificaciones? ¿Qué le ocurre a la estructura social? ¿Se reconstituyen las identificaciones y las identidades? ¿De qué manera se logra esto?

El cierre de la fábrica, en 1998, representa esta primera ruptura en las identificaciones sociales del barrio. Toda la identidad barrial anclada *al ser obrero* perdió su referente fundamental, y los obreros tuvieron que buscar empleo en otros lugares.

El papel de control y liderazgo hegemónico ejercido por los patrones y el sindicato se desvanecieron, dejando un importante vacío en las formas de organización local y en la estructura social. Llama la atención cómo las antiguas estructuras colectivas y corporativas comienzan a desdibujarse y dan lugar a una gradual individuación.

Pero no todas las transformaciones sufridas en la vida barrial pueden explicarse por el cierre de la fábrica. Hay otro elemento básico sin el cual no podríamos entender los cambios y conflictos actuales: el acelerado proceso de urbanización de la zona en las últimas tres décadas. Así, para comprender la dinámica actual del barrio es necesario ubicarlo dentro de un contexto más amplio, pues aunque aparentemente estuvo “contenido en sí mismo” por largo tiempo, enmarcado en el estrecho espacio de una fábrica, la Ciudad de México crecía a su alrededor a un ritmo vertiginoso, integrando esas periferias a una nueva dinámica social.

En efecto, lo que ahora se conoce como la delegación Tlalpan, al sur de la Ciudad de México, fue un enclave industrial del siglo XIX, que se incorporó formalmente a la ciudad en 1928 –cuando pasa de municipio a delegación política– pero inició su urbanización hasta la década de los cuarenta del siglo XX, dentro de los marcos políticos del momento.

Diane E. Davis considera que, en los cuarenta, a diferencia de Cárdenas,

Ávila Camacho, se ocupó directamente del desarrollo industrial acompañado por la industrialización y de propiciar las necesarias alianzas entre el capital y el trabajo para

³ La fábrica se asentaba en lo que era un antiguo molino de la hacienda San Isidro el Arenal, a la que se sumaba el rancho del Tochiutli, y todo era propiedad de la empresa. Dentro del rancho se encontraban las 129 hectáreas de las Fuentes Brotantes, que serían expropiadas en 1936 y declaradas parque nacional.

⁴ El Barrio Chino era una suerte de barrio bravo dentro de La Fama, y se le llamaba así porque en él habitaban los más pobres y vivían en condiciones extremadamente precarias.

sostener esta estrategia. La reforma agraria y el apoyo a las cooperativas agrícolas fueron sustituidos por una preocupación por el desarrollo urbano e industrial casi a cualquier costo (Davis, 1999: 155).

Este respaldo a la industrialización como política de Estado trajo consigo el desarrollo de infraestructura básica, la creación de nuevas colonias y asentamientos y la ampliación de calles y líneas de transporte urbano que a través de sus ramales articulaba el centro con las periferias.

En este contexto, el barrio vio aparecer la avenida de los Insurgentes, la pavimentación de sus calles empedradas, la aparición de banquetas que separaban y ordenaban las formas de transitar, y la instalación de electricidad, alumbrado público y drenaje. Los accesos originales sufrieron nuevos trazos y fueron renombrados, y poco a poco fueron levantadas las bardas que separaban el espacio de la vivienda del de la calle, estableciéndose, quizá por primera vez, una frontera física entre lo público y lo privado, dado que lo que antes era un patrimonio de la empresa usufructuado por los obreros, ahora era un espacio para el tránsito de cualquier persona en donde el Estado se asume como garante.

Entre 1949 y 1952 se construyó Ciudad Universitaria, por lo que se expropió parte de lo que fueron los ejidos de Tlalpan. Este hecho fue significativo no sólo porque se rompía finalmente el vínculo original obrero/campesino con la pérdida de una gran cantidad de tierras, entre las que se encontraban algunas en propiedad de familias de obreros de La Fama, sino por la importancia de tener cerca a la universidad más grande de América Latina. Así, mientras que a principios del siglo xx ser obrero representaba, para los habitantes de La Fama, un ascenso social fundamental, a partir de los años sesenta la educación constituyó el símbolo del progreso, por lo que se buscaba que los hijos ya no entraran a la fábrica y mejor ingresaran a la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM), con lo cual comenzó a modificarse el perfil educativo y socioeconómico del lugar.

Los conflictos laborales y la movilidad en el trabajo atrajeron a obreros de diferentes puntos de la ciudad, y algunos habitantes –sobre todo después de la huelga de 1941– salieron a buscar empleo en otras fábricas y en otros giros laborales: como choferes del transporte urbano, trabajadores de limpieza, empleados públicos y privados y, desde luego, comerciantes.

Las obras construidas para las olimpiadas de 1968 abrieron el desarrollo hacia el sur de la ciudad, en donde aún se encontraban zonas de pastizales, terrenos pedregosos y sólidos, lotes baldíos y áreas no habitadas.

Entre 1968 y 1970 se instaló en el barrio el agua entubada, con lo que se dejaron atrás los tiempos de las tomas de agua pública y el acarreo hacia las viviendas, haciendo posible la instalación de los baños en el interior de las viviendas.⁵

Asimismo, el valor de los terrenos se elevó de manera significativa, pues el área adquirió un dinamismo nunca antes visto: aumentó la oferta educativa –paralelamente a la UNAM surgieron varias universidades privadas–, se ampliaron los accesos con obras como el periférico y más tarde el metro, se construyó una zona de hospitales de especialidades y proliferaron las unidades habitacionales, los condominios y los centros comerciales.

Lo anterior incidió de manera importante en el crecimiento demográfico de la zona. Así, mientras que para 1950 Tlalpan tenía 32 767 habitantes, para el 2000 ya contaba con 580 776. Es decir, creció 18 veces en 50 años. Además, la oferta de vías de comunicación y servicios favoreció el crecimiento por migración, de tal suerte que si en la década de los cincuenta el crecimiento natural de la población fue de 3.1% y el saldo migratorio o crecimiento social de 3.3%, en los setenta la diferencia entre ambos fue muy marcada, siendo de 4.8% el primero y de 6.68% el segundo (Ibarra, 2000).

Este proceso decae en la década de los ochenta, pero retoma su fuerza después del terremoto de 1985, cuando los residentes de los sitios más afectados de la ciudad buscaron terrenos sólidos donde los sismos no se sintieran ni afectaran igual que en las zonas centrales.

El barrio se integró a este desarrollo paulatinamente, aunque con el cierre de la fábrica el proceso se agudizó ya que sus habitantes tuvieron que buscar empleo en otras áreas de la ciudad, modificar su perfil laboral y tejer nuevas estrategias de sobrevivencia. La movilidad de la población se hizo muy evidente por el crecimiento en la intensidad del tránsito y el mayor uso del transporte público.

A la par de una creciente urbanización, al cerrar la fábrica se indemnizó a los obreros, quienes buscaron reestructurar sus vidas básicamente por dos vías: compraron taxis y *peseros* y se convirtieron en choferes, o invirtieron sus ahorros en algún tipo de comercio.

⁵ Es interesante observar cómo estas transformaciones aparentemente menores tienen una enorme influencia en la forma de vida y en las concepciones sobre lo público y lo privado. De este modo, lo que en un momento correspondía al ámbito de lo público se vuelve con el tiempo un aspecto del interés privado.

Con esto, los tiempos y espacios barriales se modificaron de una manera radical, pues una intensa actividad comercial sustituyó a la fabril, con significativas repercusiones en la construcción identitaria local.

¿Qué características tiene esta nueva oferta comercial dentro del barrio? ¿De qué modo se transformó el orden urbano preexistente? ¿Cómo está incidiendo en la construcción de nuevos referentes identitarios?

Tomaremos como base de nuestro análisis el cierre de la fábrica La Fama Montañesa, y estudiaremos el proceso de comercialización y sus peculiaridades antes del cierre (de 1950 a 1980) y después de él (de 1990 a 2006), lapsos en los cuales se pasó de una estructura de parentesco como eje de los procesos laborales y comerciales a otro mixto, en donde poco a poco se impone una lógica empresarial. Es decir, mientras que antes se era obrero –al principio vinculado al mundo agrícola con una lógica de sobrevivencia entretejida con la tierra y su producción–, se pasó primero a ser un obrero articulado al ámbito comercial y de prestación de servicios (por lo general como una actividad marginal o de apoyo al salario), para luego, con el cierre de la fábrica, gestarse una estrategia fundada casi exclusivamente en el comercio, ampliándose el tipo de actividades que una familia lleva a cabo para sostenerse, por lo cual es común tener más de una actividad laboral: vendedor, mesero, chofer, cuida coches, etcétera.

En la actualidad coexisten en el barrio tiendas de autoservicio –como la Comercial Mexicana–, pequeños establecimientos instituidos formalmente, tiendas caseras y múltiples formas de ambulante en un complejo entramado de estrategias de sobrevivencia familiar en donde la diversificación de las actividades garantiza el sustento.



La Plazuela hoy

El paisaje urbano barrial y la oferta comercial antes del cierre de la fábrica

La oferta comercial que existía antes del cierre de La Fama Montañesa se caracterizaba por ser escasa, estar articulada a las relaciones de parentesco barrial y responder a las necesidades laborales y de vida mínimas de los obreros.

Esta oferta comercial se mantuvo más o menos estable y, según las entrevistas realizadas a algunos habitantes del barrio, hasta los años setenta había siete pequeñas tiendas donde se encontraba mercancía básica. Esto se complementaba con vendedores ambulantes que ofrecían diversos productos y servicios:

como el afilador de cuchillos, tijeras, machetes, etcétera, y su característico silbato; el soldador con su banco, su soplete y su cartón de “espérame tantito” y su grito de “¡...ollas, cubetas, tinas que soldaar!” En los 60 empieza el plástico, no sé si afortunada o desafortunadamente, es pura basura.

El petatero con sus “¡petates!”, una especie de alfombra persa pero a la mexicana. El tulero con sus “¡sillas que arreglar!” El peluquero ambulante que no sabía más que su casquete corto o del uno; ya había peluquerías pero eran para la gente mayor y después aparecen las estéticas, pero eran de catego y se sabían más cortes. La gente que vendía pájaros, los traían en jaulas, ¡tan bonito que era verlos libres!, en las Fuentes y en el barrio había de todos colores y tamaños, así como las mariposas.

El lechero, creo que desde siempre había varios establos a la redonda, pero los fueron cerrando poco a poco, traían su medida de a litro, un traste de aluminio todo sumido. Los aboneros de todo, ropa, línea blanca, aparatos eléctricos, etcétera, eran españoles. El zapatero a domicilio que arreglaba tapas y tacones principalmente (Francisco Guerrero Rojas, cit. en Camarena y Rosas, 2005: 75).

Un espacio de comercio y socialización nodal lo representaba la esquina del Callejón del Perro y la Calle del Trabajo –a una cuadra de La Plazuela–, donde, en los años cincuenta, se asentaba la pulquería “Me siento Firpo”, atendida por el señor Prisciliano, don Peche. Afuera de la pulquería, la abuelita de Alejandra Rosas vendía elotes; doña Cholita preparaba, en su anafre caliente, tripas, caldito de pollo, salsas, frijoles, etcétera. Este espacio de socialización no era sólo para los hombres del barrio ya que contaba con un apartado para las mujeres, donde se reunían doña Chucha, Cholita, Rosa y Martha, entre otras. Llama la atención que en esos años la fábrica contara con aproximadamente 50% de mujeres obreras, quienes quizá hacían uso de los espacios “públicos” de manera similar a los hombres.



Comercios en la avenida Ayuntamiento

A los anteriores se sumaban otros espacios comerciales como la tortillería, un local donde hacían herraduras para caballos y una carbonería; además, en la calle de Ayuntamiento se ubicaba la petrolería de los Perea y, al inicio de la calle, casi con Insurgentes, el matrimonio de don Inocencio y doña María tenía vacas.

Resulta particularmente interesante la manera en que los propios habitantes describen esos espacios barriales. En un escrito fechado en 1974, el señor Rosas, en ese entonces obrero de la fábrica, describe a su barrio en los siguientes términos:

Junto a la cancha de basquet hay un puesto que era de la señora María –madre de Malena, Mario, Yolanda, Margarita y Saúl– y para abajo esta la tienda de Don. Manuel Castilla. Enseguida esta la tienda de Doña Julia madre de Alicia, Rosaura, Emma y Dulce. Enseguida se encuentra la tienda de doña Fidelia la cual tenía una Rockcola en donde se escuchaban las canciones de moda. Una cancha mas abajo se encuentra la tienda de Ángel Luna [...] En la calle de Trabajo se encontraba la tienda de Elvira y junto a doña Elvira está Doña Feliz por donde pasaban los más ricos del rumbo; y no se diga en el campo de Vivanco en donde “El Zapato y el Memín” no se daban abasto en despachar los refrescos, eran hijos de Doña Feliz.

Esta descripción nos permite apreciar la importante vinculación que existía entre territorio, espacio comercial y parentesco.

Además de la pulquería, las tiendas eran de los lugares más concurridos del barrio, pues constituían ámbitos de socialización y de información. Esto es, los espacios comerciales no se usaban sólo para consu-

mir ni ofertar productos: se tejían relaciones sociales y afectivas, eran un nodo de información y chismes, lugar de reunión y de encuentros, de vigilancia sobre el comportamiento de los habitantes. Por ejemplo, desde las tiendas se veía pasar a los niños que se iban *de pinta* de la escuela –y muchas veces el tendero lo reportaba a sus padres o los regañaba directamente–, se vigilaban los noviazgos, se cuidaba a los borrachos, se escuchaba música. En muchos sentidos representaban una suerte de “termómetros sociales”.

Hasta antes del cierre de la fábrica, este tipo de comercios, a pesar de ser formales, no eran especializados, pues vendían desde azúcar, granos y detergentes hasta hilos, medias, pasadores para el cabello y lápices (claro, en pocas cantidades). Desde luego, este comercio básico se complementaba, por un lado, con los vendedores ambulantes que ofrecían por las calles leche fresca y quesos de los establos cercanos, panes caseros, tamales y frutas, enseres para el hogar, ropa, etcétera; y, por otro lado, con las ocasionales visitas que las familias hacían a los grandes mercados del centro de la ciudad, como La Merced, el Mercado de Sonora o el de San Juan, lo cual se convertía en una especie de paseo familiar que se realizaba en días de asueto.

En el barrio, que estaba vinculado a la dinámica fabril y al parentesco, existía un sistema de “crédito” (o lo que se conoce como *fiado*), que se basaba en la confianza hacia los habitantes y en el conocimiento de los procesos administrativos de la fábrica. Los tenderos sabían que cuando sus deudores recibían su salario les pagarían aunque fuera una parte de lo adeudado.

En muchos sentidos la vida fabril se reflejaba en la estructura comercial, al tiempo que le imprimía una fisonomía propia y una dinámica social particular.

Este proceso se mantuvo relativamente estable hasta los años setenta cuando se hizo muy evidente que el barrio se transformaba y que el entorno urbano –con su lógica espacial y social– lo incorporaba de forma gradual, hasta que, en los noventa, el cierre de la fábrica desborda y acelera lo vivido hasta entonces.

La transformación del paisaje urbano y la complejización de los procesos comerciales después del cierre de la fábrica

En la década de los noventa el crecimiento del barrio es asombroso: las casas se amplían, se construyen nuevos edificios que rompen con el paisaje del viejo barrio, la cañada del Parque Nacional Fuentes Brotantes –lindero natural del barrio– es invadida y poco a poco urbanizada, y se edifican viviendas en los pequeños lotes disponibles.

En términos de lo que la delegación Tlalpan denomina un frenteo, realizado del 5 al 9 de septiembre de 2005 en el polígono de lo que antes constituía la fábrica de hilados y tejidos La Fama Montañesa, y cuyo objetivo fue detectar las variaciones más significativas en los usos del suelo y las diversas transformaciones en el barrio, se plantea que:

Se localizaron 6 unidades, entre éstas departamentos y condominios no correspondientes a las Unidades Habitacionales de Fovisste. La primera ubicada en la cerrada Ponciano Aguilar casi esquina con la Ave. Fuentes y cuenta con 81 departamentos. La segunda se ubica en la calle de Ayuntamiento entre la calle Unión y privada sin nombre y cuenta con 80 departamentos en nueve edificios. La tercera se ubica en la calle Once Mártires casi esquina con Insurgentes Sur y cuenta con 80 departamentos. La cuarta se ubica en la calle Once Mártires casi esquina con la calle del Trabajo y cuenta con 21 viviendas. La quinta se ubica en la calle del Trabajo casi esquina con Insurgentes Sur y cuenta con cinco viviendas y la sexta se ubica en la calle del Trabajo y cuenta con 20 departamentos.⁶

La oferta de servicios se consolidó y se hizo más compleja, pues debían cubrirse las necesidades de la población que llegaba y de los jóvenes del mismo barrio integrados plenamente a la urbe.

El equipamiento comercial del barrio comenzó a tener cambios importantes. En 1990 se autorizó la instalación de la tienda de autoservicio Comercial Mexicana en lo que eran las huertas de la fábrica y que hoy tiene como frente la calle de Ayuntamiento. Años antes ya operaba una Bodega Aurrerá en otra antigua fábrica colindante al barrio, y en el barrio de Peña Pobre, a escasas cuadras de La Fama, se inauguró el Centro Comercial Cuicuilco (ahora llamado Plaza Inbursa) en lo que fuera la fábrica de papel Peña Pobre.

Las grandes tiendas de autoservicio, con los modernos métodos de conservación de alimentos, bastante limpieza y orden, amplios estacionamientos, música ambiental para hacer más agradable la estancia, locutores emitiendo mensajes publicitarios, pequeños carros para transportar con mayor comodidad las mercancías y miles de productos clasificados, se volvieron los espacios comerciales cotidianos de los residentes del barrio.

Sin embargo, la presencia de estas tiendas y formas de consumo no desalentaron la aparición de comercios de mucho menor escala en la zona. Por el contrario, una gran cantidad de ex trabajadores de la fábrica invirtieron sus indemnizaciones en pequeños negocios.

A las siete tiendas misceláneas existentes hasta la década de los setenta se unen papelerías, estéticas y tortillerías, cuya oferta, aunque también restringida, comienza a especializarse. Y aun cuando los comerciantes se quejaban de que las ventas bajaron en el momento en que se instaló el supermercado, aparecen nuevos negocios: desde vendedores ambulantes y establecimientos “domésticos” en las casas habitacionales, hasta pequeños centros comerciales de tres o cuatro locales con una oferta diferente: renta de videos, comida corrida, tintorerías, estéticas, lavanderías automáticas y, a últimas fechas, un spinning, un café Internet y un bar.

Al hacer un recorrido por la calle Privada de Ayuntamiento (que sólo consta de una cuadra), pudimos contar más de diez lugares de venta y oferta de algún producto o servicio: un lavado de autos, un restaurante casero, una casa en donde se ofrece la elaboración y venta de videos, una estética, una papelería, un estancillo para comprar refrescos, un dentista, una casa donde se cose ropa, otra donde se venden paletas, un anciano que vende dulces en la puerta de su casa, otra en donde se venden elotes y esquites, una herrería, una frutería y, por las noches, venta de pozole.

La delegación reporta, tan sólo en el polígono de la fábrica, 28 lotes de uso mixto –es decir, habitacional y de comercio–, 20 comercios y 29 vendedores ambulantes censados, en una población barrial de aproximadamente tres mil habitantes. A ello hay que sumar los comercios de barrios y colonias aledañas y, desde luego, los del corredor comercial de la avenida Insurgentes.

La imagen que queda después de recorrer el barrio es que todos venden algo y todos compran algo. En este contexto, se pasa de una lógica de consumo limitada y una organización comercial articulada a la fábrica y a la forma de vida barrial, a otra vinculada con el desarrollo urbano del momento, en donde se entrelazan estrategias comerciales empresariales con aquellas de tipo doméstico, generándose una suerte de comercio *híbrido*, en el cual los negocios familiares retoman elementos empresariales y, en otra escala, las grandes cadenas comerciales adoptan algunas formas de lo barrial. Ejemplo de ello es la miscelánea “El Fortín” (ubicada sobre la calle de Ayuntamiento, esquina con Privada de Ayuntamiento, a dos cuadras de La Plazuela), la cual ha sufrido profundos cambios en los últimos 15 años.

La miscelánea se inauguró hace 35 años cuando don Fermín y su esposa Angelita iniciaban su vida familiar. El negocio, que ocupaba el frente de su vivienda,

⁶ Nota informativa de la Dirección General de Regularización Territorial y Tenencia de la Tierra, 19 de septiembre de 2005.

complementaba el salario del señor y era atendido por su esposa e hijos. En “El Fortín” los vecinos encontraban desde arroz, maíz, azúcar y frijol –que se vendían a granel– hasta lápices, medias, jabones o escobas. Los días de asueto del esposo se iba a surtir la mercancía en La Merced. Los productos se amontonaban en cajones y una tabla larga y gruesa fungía como mostrador. El lugar era pequeño, con poca ventilación y el dinero de la venta se guardaba en una cajita.

Cuando se inauguró la Comercial Mexicana, durante los dos primeros meses las ventas de “El Fortín” disminuyeron de manera alarmante, y don Fermín y Angelita se dieron cuenta de que si no cambiaban su estrategia comercial podrían sucumbir, pues en diversos productos el supermercado tenía precios con los cuales era imposible competir. Esto obligó a que la miscelánea cambiara el tipo de productos que ofertaba y se transformara en una tienda más atractiva. Entonces los dueños compraron estantes para acomodar la mercancía y una caja registradora; abrieron una gran ventana; adquirieron un refrigerador para carnes frías y quesos y otros dos para refrescos y cervezas; colocaron un toldo y un letrero con el nombre del negocio pintado de colores más claros y llamativos. Asimismo, los estantes se dispusieron a un lado del nuevo mostrador de tal suerte que el cliente no tenía que solicitar el producto sino que podía tomarlo él mismo –al igual que en el supermercado.

Con el paso de los años, los hijos, todos profesionistas, se turnaban para atender el negocio, pero luego comenzaron a formar sus propias familias y se fueron a vivir a otros lugares, razón por la que ahora se contrata personal: un muchacho para cargar las cajas, un niño que ayude a empacar en bolsas la mercancía vendida, una muchacha que atienda la vitrina de las carnes frías, etcétera; sin embargo, todo está siempre bajo la supervisión de un miembro de la familia, generalmente encargado de la caja registradora. No obstante, es curioso que, a pesar de esta transición, la tienda siga vendiendo algunos productos caseros: sándwiches o tortas recién hechos, pastelitos o papas fritas en bolsas sin marca, café orgánico, dulces y remedios caseros, entre otros.

En 2005 se acondicionó en la parte superior del negocio un pequeño restaurante llamado “El abuelo”, que ofrece desayunos y comidas de estilo casero, ampliando con ello la oferta de servicios.

A pesar de esta modernización se mantiene una relación personal con los clientes y se conservan ciertas formas de interacción de antaño: platicar con ellos, los encuentros entre vecinos, el hecho de que la persona que atiende sabe los nombres de los clientes y sus historias, que ocasionalmente se fie o se “perdone” la moneda faltante y, sobre todo, que la tienda permanezca

como un significativo punto de referencia del barrio, ya que en sus paredes siempre se colocan avisos e información útil para los lugareños.

Pese a ello, la evolución de “El Fortín” no ha ocurrido en casi ningún otro negocio del barrio. Hay otras dos tendencias comerciales: por un lado, las nuevas tiendas son por lo general especializadas: la papelería, la tienda de regalos, la heladería, la dulcería, la que vende productos de belleza, etcétera, lo cual es totalmente opuesto a lo que sucede con los supermercados, que generan una oferta de productos muy amplia (parecida a la de las antiguas tiendas barriales pero, desde luego, a gran escala). Por otro lado, están las viejas tiendas del barrio, aquellas que eran hegemónicas hasta los setenta y que, curiosamente, mantuvieron su estructura física y ordenamiento espacial más o menos estable: oscuras, con poca ventilación, techos altos, una entrada estrecha, pocos productos en los estantes y un mostrador de madera que obliga al cliente a solicitar al vendedor lo que desea. Estas *tienditas* cubren necesidades inmediatas: el niño que sale de la escuela y se le antoja un dulce o unas papitas, o el ama de casa a quien le urge jabón o mayonesa. No obstante, algunas veces se incluyen otros elementos de manera forzada, como una fotocopidora, un fax o Internet. También encontramos que las rocolas y los tocadiscos que había en las tiendas han desaparecido, y sólo en algunos negocios ameniza el ambiente una vieja televisión por la que se transmite alguna telenovela o el fútbol.

Por su parte, la Comercial Mexicana incorporó como empleados a residentes del barrio, y vende también algunos productos a la manera en la que lo hacían las antiguas tiendas de la zona, por lo que igualmente puede comprarse una bolsa de arroz o de azúcar que grandes canastas con productos a granel como lentejas, alverjones, nueces, pasas y frutas secas.

Entonces, se evidencia que hay una complementariedad sumamente compleja entre los diferentes tipos de tiendas y de ofertas comerciales, así como un uso diferenciado de los espacios comerciales por parte de los habitantes. Por ejemplo, un habitante del barrio compra en la tienda de don Fermín carnes frías (porque sabe que son más frescas que las de la Comercial Mexicana) y aquellos productos que requiere de inmediato (pues no hay que hacer fila para pagar); los artículos como papel de baño, latas, medias o zapatos los consigue en las tiendas de autoservicio los días de quincena, y la fruta la adquiere en la esquina de la Comercial Mexicana con un vendedor ambulante. En el caso de la ropa, cuenta por lo menos con tres modos de consumo: con doña Marcia, quien pone su carrito de 8 a 12 del día en La Plazuela y tiene un sistema de apartado y de pago a plazos; en el tianguis de los jueves; o en las tradicionales tiendas de Correo Mayor en el centro de la ciudad.

De este modo, los antiguos negocios formales tienden a reestructurar su oferta para sobrevivir ante las grandes cadenas comerciales, y combinan viejas prácticas –articuladas a la confianza y a las relaciones afectivas y de parentesco– con diversos sistemas empresariales: compras al mayoreo, cajas registradoras y nuevos productos.

Reflexiones finales

A lo largo de este trabajo hemos querido dar cuenta de algunas transformaciones ocurridas en el barrio de La Fama en los últimos 50 años, teniendo como fundamento las prácticas comerciales, y esto nos hace volver a la pregunta inicial sobre las implicaciones de estos cambios en la construcción de la identidad social.

El primer elemento que queremos resaltar es que ha habido una profunda transformación en los tiempos y en los espacios barriales y en la concepción que de ellos se tenía. Es quizá allí donde los cambios han sido mayores, sobre todo en la estructuración y delimitación entre lo público y lo privado: se pasó de un espacio público/privado, en cuanto propiedad de la fábrica La Fama Montañesa, a uno público/corporativo, cuando durante tres décadas (de 1940 a 1960 aproximadamente) el sindicalismo en México logró su máximo auge y tuvo la capacidad directiva de la clase obrera. Por último, con el declive de la fábrica y del propio sindicalismo, los habitantes del barrio tuvieron que asumir lo público desde una perspectiva distinta: como el ámbito de la ciudadanía; como el espacio de *todos*, aunque no pertenezcan al barrio.

Todo ello también incidió en los esquemas de organización: se transitó de una organización sindical fuerte, que estructuraba casi todos los aspectos de la vida cotidiana y que les brindaba una presencia nacional –ya que eran parte de un sindicato muy grande–, a formas de organización cívicas y religiosas locales, de menor envergadura y representatividad, ancladas a los modelos de representación organizados desde el Estado: comités vecinales y organizaciones ciudadanas.⁷

Según datos de la delegación Tlalpan, en 2005 la población del barrio de La Fama –incluyendo al llamado barrio Camisetas–⁸ era de 3 670 habitantes.⁹

En 2006, la delegación y habitantes del barrio llevaron a cabo una encuesta a 297 familias, cuyo resultado muestra el perfil laboral de La Fama:

Ocupación	Total	Porcentaje
Obrero	3	2.2
Empleado público	3	2.2
Empleado	11	7.8
Comerciante	41	29.0
Desempleado	12	8.5
Trabaja por su cuenta	39	27.6
Pensionado	10	7.1
Ama de casa	12	8.5
Profesionista	10	7.1
<i>Total</i>	141	100.00

Se observa que las personas dedicadas al comercio representan un porcentaje significativo, mientras que aquellos que se mantienen como obreros son un sector muy pequeño de la población. Esta modificación en el perfil ocupacional, que comenzó claramente en la década de los sesenta, se aceleró en los noventa como consecuencia del cierre de la fábrica.

Ahora bien, si consideramos que todos los procesos identitarios se estructuran en tiempos y espacios socioculturalmente determinados, podemos dimensionar esta transformación en los ritmos de la vida y en el nuevo orden espacial, y afirmar, sin temor a equivocarnos, que estamos frente a un proceso de reestructuración identitaria.

En este contexto resulta interesante que, a pesar de todos los cambios, aún se mantenga el referente de la fábrica y de ser obrero como eje de las identificaciones centrales en la definición del barrio, quizá porque sólo han pasado siete años desde el cierre y la experiencia todavía está fresca en la memoria de los habitantes.

Estas identificaciones sociales se han construido en el complejo proceso entre la memoria y el olvido. Así, se ha creado un imaginario del *ser obrero* y de *aquellos buenos tiempos cuando la fábrica funcionaba*, olvidando las precarias condiciones de vida a las que fueron sometidos, las injusticias que sufrieron y las deplorables condiciones de trabajo que prevalecieron durante más de un siglo. Y es que para que los sujetos se identifiquen con algún objeto, valor o fenómeno significativo, por lo general estos elementos deben tener un carácter *positivo*. Es común que los sujetos no nos identifiquemos con aquello que consideramos socialmente inadmisibles, de allí la necesidad del olvido. En este aspecto

⁷ Hay tres espacios organizativos en el barrio: dos comités ciudadanos y el Colectivo Cultural Fuentes Brotantes, interesado en defender los derechos barriales y generar espacios de memoria para consolidar su identidad barrial.

⁸ Los habitantes del barrio de La Fama no distinguen al barrio Camisetas, pues, históricamente, esta franja de terreno ubicada entre el muro de la fábrica y el lindero natural de la barranca de Fuentes Brotantes siempre formó parte de La Fama. Sin embargo, las autoridades delegacionales lo consideran un barrio distinto.

⁹ Datos obtenidos del Proyecto del Plan Parcial de Desarrollo del 2005 de la Delegación Tlalpan.

coincidimos con Marc Augé (1998) cuando propone comprender el olvido como parte de la memoria:

lo que olvidamos no es la cosa en sí, los acontecimientos “puros y simples” tal y como han transcurrido (la “diégesis” en el lenguaje de los semióticos), sino el recuerdo. ¿Qué significa realmente recuerdo? [...] el recuerdo es una “impresión”: la impresión que permanece en la memoria. Y la impresión se define como “...el efecto que los objetos exteriores provocan en los órganos de los sentidos.” (Augé, 1998: 22-23).

Tanto la memoria como el olvido son selectivos y se constituyen en una suerte de “materia prima” de las identificaciones sociales. Por ello es que al inicio del trabajo planteamos que las identificaciones son históricamente construidas.

En este caso, la memoria de los habitantes de La Fama guarda el orgullo obrero y olvida –aunque no sea de manera definitiva– las injustas condiciones laborales de los obreros textiles de La Fama Montañesa y de la historia de nuestro país.

Este modo de construir la identidad más anclada en el recuerdo que en las condiciones actuales de vida –dado que ya no hay fábrica, ni sindicato, ni obremos– nos inclina a pensar que este grupo social requiere esta forma específica de autodefinition porque no hay otra: el cambio a ser comerciante, la carencia de espacios colectivos y de organización tal vez los lleva a quedarse con un referente del pasado –que posiblemente se va diluyendo, sobre todo para las generaciones más jóvenes en la medida en que se va tomando distancia de él–, pues hasta hoy no se han podido generar nuevas identificaciones sociales compartidas con amplitud y que favorezcan la relativa unidad del grupo.

Las identificaciones en torno a *ser comerciante* difícilmente originan sentimientos de colectividad puesto que es una actividad fundamentalmente individual –a diferencia del trabajo fabril– y no se requieren organizaciones ni visiones del mundo compartidas. Afirmamos esto porque, en nuestra investigación, no encontramos formas específicas de organización de los comerciantes del barrio. Es decir, a diferencia de otros lugares en donde los comerciantes cuentan con organizaciones sociales y gremiales locales o nacionales, e incluso se aglutinan en torno a fiestas religiosas y cívicas, en La Fama ocurre algo distinto: por un lado, se mantienen las fiestas patronales de antaño, todavía vinculadas con la fábrica –por ejemplo la de la Virgen de la Concepción como patrona principal–; pero, por el otro, los

comerciantes no han conformado organizaciones gremiales locales ni tienen nexos con las organizaciones comerciales nacionales.¹⁰

De este modo, consideramos que el proceso de urbanización y la transformación laboral han *atomizado* al barrio y han desdibujado de muchas formas su sentido de colectividad.

Lo anterior se vive de manera conflictiva, en la tensión que produce el recuerdo enclavado en la memoria social e individual y los acelerados cambios experimentados, de tal suerte que pareciera más fácil mirarse en el pasado que asomarse al presente o plantearse un futuro.

Bibliografía

- AGUILAR, MIGUEL ÁNGEL
2001 “Apuntes sobre la vida urbana contemporánea: de las experiencias fragmentadas a las restituciones imaginadas”, en Miguel Ángel Aguilar y Mario Bassols (coords.), *La dimensión múltiple de las ciudades*, Universidad Autónoma Metropolitana, Iztapalapa (UAM-I), México, pp. 61-84.
- AUGÉ, MARC
1998 *Las formas del olvido*, Gedisa, Barcelona.
- CAMARENA, MARIO Y ALEJANDRA ROSAS (COORDS.)
2005 *Manantial de historias. El barrio de La Fama Montañesa 1939-1980*, Consejo Nacional para la Cultura y las Artes/Fondo Nacional para la Cultura y las Artes/Colectivo Cultural Fuentes Brotantes/CEAPAC, México.
- CISNEROS, ARMANDO
1993 *La ciudad que construimos*, UAM-I (colección Texto y Contexto, 13), México.
- DAVIS, DIANE E.
1999 *El leviatán urbano. La Ciudad de México en el siglo xx*, Fondo de Cultura Económica, México.
- DUHAU, EMILIO Y ANGELA GIGLIA
2004 “Conflictos por el espacio y orden urbano”, en *Estudios Demográficos y Urbanos*, vol. 19, núm. 2, mayo-agosto, pp. 257-288 [El Colegio de México, México].
- IBARRA, VALENTÍN
2000 “Delegación Tlalpan”, en Gustavo Garza (coord.), *La Ciudad de México en el fin del segundo milenio*, Gobierno del Distrito Federal/El Colegio de México, México, pp. 623-630.
- LINDÓN, ALICIA
2001 “La modernidad y la subjetividad social: una aproximación a la vida metropolitana”, en Miguel Ángel Aguilar y Mario Bassols (coords.), *La dimensión múltiple de las ciudades*, UAM-I, México, pp. 23-60.
- NIVÓN, EDUARDO
2003 “La ciudad de México en la globalización”, en Patricio Navia y Marc Zimmerman (coords.), *Las ciudades latinoamericanas en el nuevo (des)orden mundial*, Siglo XXI Editores/La Casa, México.

¹⁰ Esto puede deberse a que el proceso de transformación es más o menos reciente; sin embargo, será una tarea posterior indagar con profundidad las causas de este relativo aislamiento gremial.