



Alteridades

ISSN: 0188-7017

ISSN: 2448-850X

UAM, Unidad Iztapalapa, División de Ciencias Sociales y Humanidades

Hernández Hernández, Alberto

Tepito, capitalismo a la brava. La tenue frontera entre la legalidad y la ilegalidad*

Alteridades, vol. 28, núm. 55, 2018, Enero-Junio, pp. 99-111

UAM, Unidad Iztapalapa, División de Ciencias Sociales y Humanidades

DOI: 10.24275/uam/izt/dcsh/alteridades/2018v28n55/Hernandez

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=74759716009>

- Cómo citar el artículo
- Número completo
- Más información del artículo
- Página de la revista en redalyc.org

UAM
redalyc.org

Sistema de Información Científica Redalyc

Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe, España y Portugal

Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto

Tepito, capitalismo a la brava

La tenue frontera entre la legalidad y la ilegalidad*

ALBERTO HERNÁNDEZ HERNÁNDEZ**

Abstract

TEPITO, CAPITALISM THE TOUGH WAY. THE THIN LINE BETWEEN LEGALITY AND ILLEGALITY. *One of the biggest and most popular markets in Latin America is located in the district of Tepito, in Mexico City. There, the boundary between what is legal and what is illegal is diluted amid social and commercial dynamics related to the “globalization from the bottom-up”. From a socio-anthropological point of view, newspaper sources, observation and interviews, this paper explains how contraband, Korean and Chinese immigrants, and piracy networks in Tepito constitute a thin line between legality and illegality; linking its processes to what is (il)legal, such as the social and economic practices which operate from an ambivalent dimension in daily life.*

Key words: commerce, shadow economy, (il)legal, globalization from the bottom-up

Resumen

En el barrio de Tepito de la Ciudad de México funciona uno de los mercados populares más grandes de América Latina. Ahí la frontera entre lo legal e ilegal se desdibuja por sus dinámicas sociales y comerciales relacionadas con la “globalización desde abajo”. Desde una mirada socioantropológica, revisión hemerográfica, observación participante y entrevistas, se expone cómo el contrabando, la llegada de coreanos y chinos, y las redes de piratería en Tepito, muestran la tenue barrera entre legalidad e ilegalidad, vinculando sus procesos a lo (i)lícito como aquellas prácticas sociales y económicas que operan desde una dimensión ambivalente en la cotidianidad.

Palabras clave: comercio, informalidad, (i)lícito, globalización desde abajo

El estudio de la globalización: temas, conceptos y discusiones

La globalización genera fenómenos económicos y culturales a escala mundial. El estudio de sus efectos establece diferencias entre la globalización como fenómeno económico y tecnológico, e internacionalización o mundialización para aludir a las transformaciones culturales a causa de sus procesos (Haesbaert y Limonad, 2007: 41). Esta distinción se ha complejizado puesto que la globalización origina procesos de inclusión y exclusión de los sujetos en su vida cotidiana (Haesbaert y Limonad, 2007: 41). Aunque el término era desconocido cuando

* Artículo recibido el 26/05/17 y aceptado el 25/09/17. Este trabajo se sustenta en un análisis de observación participante de larga duración. Primero como oriundo y residente durante dos décadas, y después, al visitar familiares y realizar compras. Durante los últimos 15 años he visitado trimestralmente el barrio, siendo testigo de sus transformaciones y su vida comercial. El propósito de este artículo es indagar las dinámicas sociales y comerciales de Tepito en su mercado. Particularmente importantes han sido los testimonios de pobladores, vendedores, líderes de comerciantes y actores clave en el barrio. Un especial reconocimiento a Jhonnatan Curiel, asistente de investigación, por su apoyo en la conformación de este artículo.

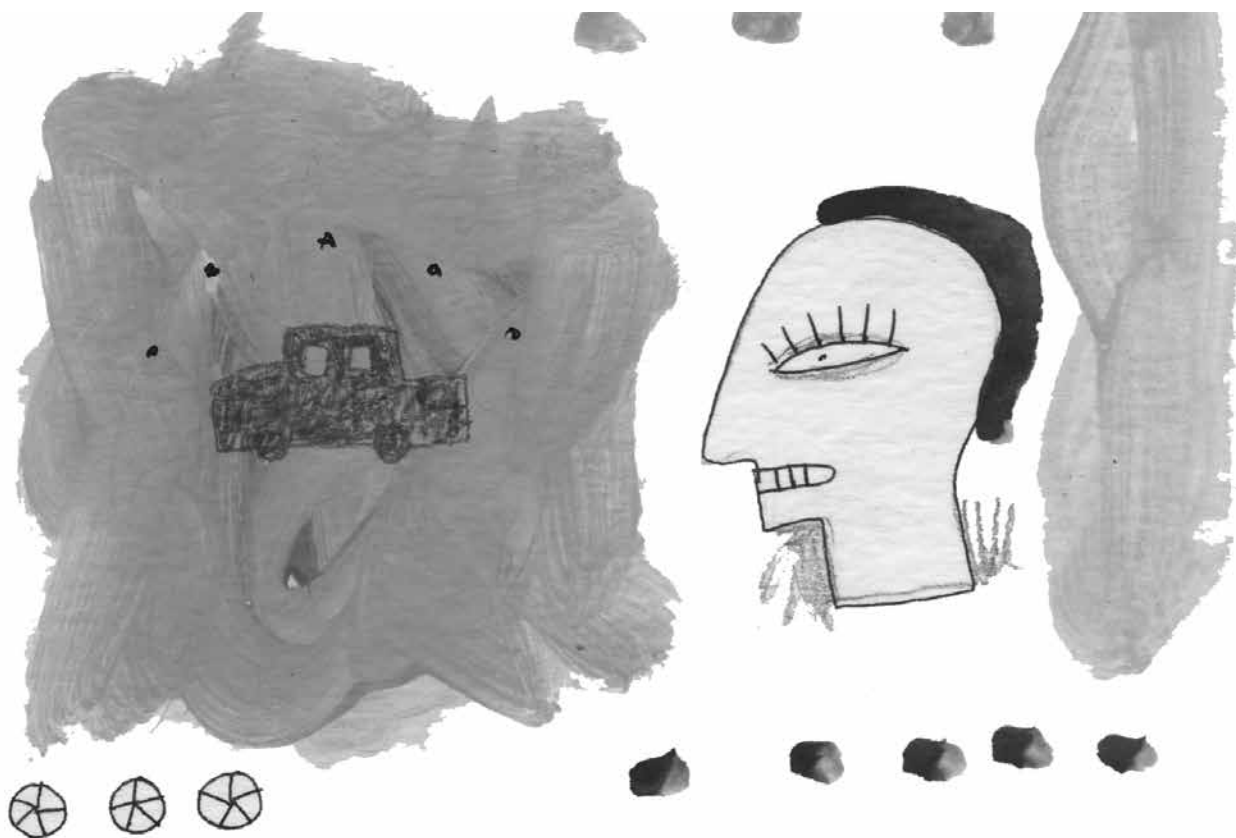
** El Colegio de la Frontera Norte. Carretera escénica Tijuana-Ensenada, km 18.5, San Antonio del Mar, 22560, Tijuana, Baja California. ORCID: <http://orcid.org/0000-0001-7176-0902>

Anthony Giddens lo mencionó en *The Consequences of Modernity* (1988), hoy es un tema omnipresente (Giddens, 2001). Hasta ahora, los autores que analizan la globalización se han concentrado en sus orígenes, características y efectos para las personas (Albagli, 1999), las redes mundiales de flujos y equipamientos especializados para el transporte (Caravaca, González y Silva, 2005) y los agentes en la comercialización transnacional de mercancías que introducen nuevos procesos económicos (Vicente Pereira y Peduti Kahil, 2006; Muller, 2005). A medida que se ha profundizado el conocimiento de la globalización, se ha desplazado el interés al “flujo de personas, informaciones, pequeños capitales y mercancías legales, semilegales o ilegales que recorren miles de kilómetros para llegar a los consumidores de todo el mundo” (Alba y Braig, 2012). En el mismo sentido, el presente estudio indaga cómo, en el caso de Tepito y su mercado, la mercancía de contrabando, el arribo de coreanos y chinos y las redes de piratería constituyeron procesos que han transformado al barrio, aproximándolos al concepto de lo (*ilícito*) de Abraham y Van Schendel como aquellas “actividades legalmente rechazadas pero valoradas y protegidas socialmente” (2005: 22).

La “globalización desde abajo” (Lins Ribeiro, 2006; Mathews, Lins Ribeiro y Alba Vega, 2012), “globalización no hegemónica” (Lins Ribeiro, 2009), “economía

informal internacionalizada” (Alba y Braig, 2012) o “neoliberalismo desde abajo” (Gago, 2014) se concentra en lugares donde el comercio y las actividades económicas adjetivadas como ilegales tienen mayor presencia, por ejemplo mercados populares, ferias de ropa usada, calles y medios de transporte. A pesar de la lejanía geográfica que los separa, estos puntos están inmersos en dinámicas de comercio afines, ofertando artículos o productos similares, además de participar en los mismos circuitos de transporte internacional (Mörtenböck y Mooshammer, 2015).

Uno de los estudios más representativos en esta línea es el de Tarrús (2007), quien recupera las experiencias migratorias de comerciantes del norte africano que circulan en ciudades de España y Francia a través del comercio informal y la venta ambulante, conectando la región magrebí del Mediterráneo con las redes mundiales de la llamada “economía sumergida”. En Latinoamérica, Pinheiro-Machado (2008) describe el comercio informal, la piratería y las redes sociales en una ruta transnacional que conecta a China, Paraguay y Brasil, mostrando la red de productos, sistemas de transportes y actores en estos procesos. El trabajo de Hernández Hernández y Loureiro Ferreira (2017) sobre las “ropas americanas” da cuenta de toneladas de ropa usada que llega a la frontera de Bolivia y Brasil, y cómo esta cadena de transporte vincula a Canadá y



Estados Unidos con los puertos chilenos, peruanos y puntos fronterizos de Bolivia.

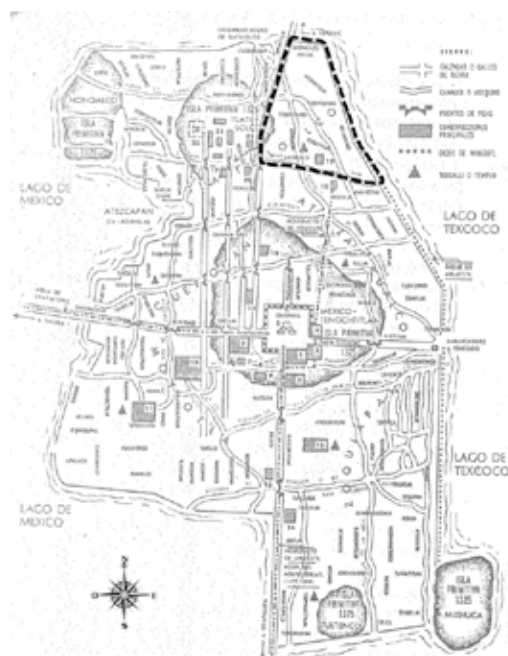
La difusa frontera entre lo legal e ilegal es el sello de la globalización desde abajo. Pero esta ambigüedad no agota su explicación. Como señalan Mathews, Lins Ribeiro y Alba Vega (2012), la globalización desde abajo complementa la dinámica de la integración económica mundial, ofreciendo esquemas comerciales que vuelven accesibles productos, estilos de vida y empleos a millones. Para estos autores la relación entre la globalización desde abajo y la globalización desde arriba es complementaria, e insistir en la oposición formal-informal oscurece sus correspondencias, ya que se inserta en una o en otra dimensión según el tiempo, el lugar y los actores involucrados.¹ Desde América Latina, Gago (2014) propone indagar la razón neoliberal o el neoliberalismo desde abajo² en relación con las economías barrocas y la pragmática popular en el mercado de La Salada en Argentina, donde formalidad e informalidad se superponen.³ Tensionar la distinción entre legalidad/ilegalidad ayuda a reconocer los alcances y limitaciones de conceptos en procesos y redes donde los binomios legal/ilegal o formal/informal se confunden.

La ausencia de cifras que ayuden a dimensionar el impacto concreto para las economías globales desde la economía popular justifica la apuesta por un enfoque casuístico e invita a pasar del dato estadístico a una rigurosa labor etnográfica (Mathews, Lins Ribeiro y Alba Vega, 2012: 5-7). Además de una comprensión más detallada de sus repercusiones, una aproximación etnográfica resulta indispensable para entender los hilos que atan a la globalización desde abajo con la globalización desde arriba (Lins Ribeiro, 2012: 222). De ahí la importancia de la etnografía respecto a los efectos de la globalización en contextos como el mexicano y, en particular, en el caso de Tepito como un dinámico laboratorio en el estudio de la globalización desde abajo.

Tepito: los orígenes del Barrio Bravo

No hay letrero que anuncie “Bienvenido a Tepito”, el barrio que ha vivido más de cinco siglos la historia de la Ciudad de México.⁴ Se sitúa a un kilómetro del centro de los poderes político y religioso del país, y es considerado como “el mercado informal más grande de América Latina” por Alfonso Hernández, el cronista del barrio, y por integrantes de la Cámara de Comercio de la Ciudad de México.⁵ Tepito ha experimentado una dinámica comercial donde legalidad e ilegalidad son puntos difusos. Desde sus inicios como asentamiento urbano, este espacio figuró como un barrio marginal de Tlatelolco, ciudad gemela de la gran Tenochtitlan (véase mapa 1). Ambas localidades, con una población

Mapa 1
México-Tenochtitlan
Reconstrucción esquemática, 1325-1519



Fuente: Enríquez Fuentes (2010).

¹ Uno de los trabajos periodísticos que muestran lo ambivalente de la globalización es *Gomorra* (2006), de Roberto Saviano, que documenta las redes empresariales y de contrabando ligadas a la actividad criminal de la Camorra italiana, y donde no es posible situar lo legal y lo ilegal desde las masivas transacciones financieras que ocurren día con día.

² En palabras de Gago (2014: 12): “Por neoliberalismo desde abajo me refiero entonces a un conjunto de condiciones que se concretan más allá de la voluntad de un gobierno [...] en las que opera una red de prácticas y saberes que asume el cálculo como matriz subjetiva primordial y que funciona como motor de una poderosa economía popular que mixtura saberes comunitarios autogestivos e intimidad con el saber-hacer en la crisis como tecnología de una autoempresarialidad de masas”.

³ Otro estudio que indaga en los cambios, negociaciones y adaptaciones entre los actores de mercados populares y sus repercusiones en la vida cotidiana es el de Edensor y Kothari (2006) respecto a los efectos impredecibles y volátiles de la economía global que generan escenarios de negociación improvisados en el nivel local, donde la legalidad e ilegalidad intercambian su posición.

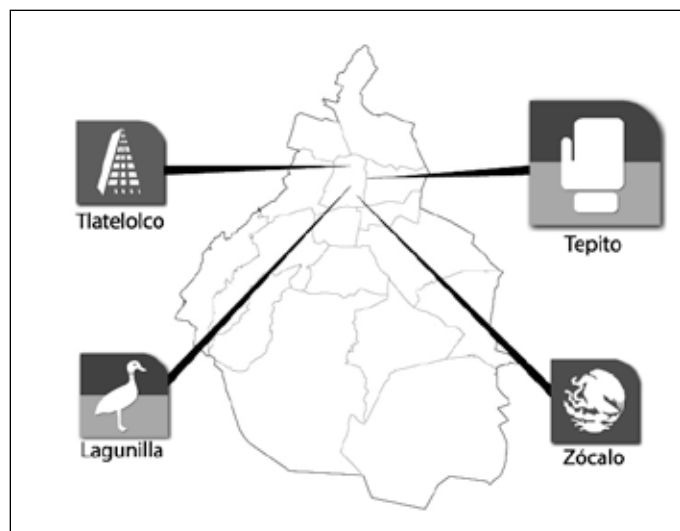
⁴ Tepito ha sido reconocido como “barrio originario” de la capital mexicana, distinción publicada en el *Diario Oficial de la Federación* el 17 de abril de 2017.

⁵ Entrevista a Alfonso Hernández, cronista del barrio, 2016.

entre 150 mil y 200 mil habitantes, ya entonces eran catalogadas como unas de las ciudades más grandes del mundo durante este periodo (Hardoy, 1994: 12; Wildner, 2005: 43). A través de calzadas flotantes en la zona lacustre, múltiples mercancías llegaban a Tlatelolco, aunque varias de ellas se vendían a menor precio en Tepito. Se dice que, debido a la falta de controles, otra razón de los costos accesibles se derivaba de ofrecer cosas robadas (Enríquez Fuentes, 2010: 131).

Después de la llegada de los españoles, Tepito sobrevivió como un barrio indígena excluido de la traza urbana novohispana, y al que criollos y españoles no visitaban. Sus intrincadas calles y callejones lo harían un sitio impenetrable. Mientras el centro histórico de la capital se llenaba de comercios, grandes iglesias, conventos, edificios y casonas, en Tepito existían amplios predios con mesones, establos, viviendas pequeñas y corrales. Debido a su localización estratégica, este lugar se convirtió en un punto nodal de conexión por varios siglos de la llamada República de Indios (véase mapa 2).

Mapa 2
La Ciudad de México y el barrio de Tepito



Fuente: Elaborado por Martín Lizárraga con apoyo del portal web del Instituto Nacional de Estadística y Geografía.

Al inicio del siglo XIX, en las primeras décadas de la vida independiente de México, Tepito ya aparece en las crónicas y leyendas de la ciudad, donde se menciona que “se le consideraba un barrio de arrabal con autonomía y reglas propias” (Enríquez Fuentes, 2010: 147). Esa historia negra pervivió por varias décadas. Se le catalogó como un lugar peligroso e ingobernable, y de ahí se originó la idea de poblarlo con gente de otras zonas y desintegrar la unidad de sus habitantes (Aréchiga Córdoba, 2003).

La llegada de nuevos pobladores y la construcción de lo tepiteño en el siglo XX

Para Alfonso Hernández, este espacio se ha caracterizado por mitos, leyendas y prejuicios (Martínez Rentería, 2012; Ruiz Gutiérrez, 2012). Tal y como lo ha recuperado Mendoza Vargas (2016) en su estudio sobre las guías urbanas de la capital mexicana y su papel en la construcción de imaginarios, desde comienzos del siglo XX entre los llamados barrios bajos figuraba Tepito, donde, según estas guías, estaba la “hez de la sociedad”.⁶ A lo largo del tiempo, se han construido nuevas representaciones sobre Tepito;⁷ por lo que no obstante hablar de una identidad tepiteña resulta problemático, ya que su representación se ha construido de manera endógena y exógena, para Alfonso Hernández sí es posible hablar de “lo tepiteño” como una forma de ser que los distingue de los demás pobladores de la ciudad. Ser de Tepito ha marcado una barrera con barrios vecinos como la Guerrero, Lagunilla, Peralvillo o La Merced, al punto de infundir respeto e incluso miedo. Pero también ser de Tepito alude a tener habilidades para el baile, el albur, o virtudes para hacer negocios. “Lo tepiteño” no constituye una cuestión clausurada sino que permanece en disputa y es resignificado a partir de las experiencias de sus habitantes y de quienes mantienen relaciones con este espacio. Por ello, aunque puede decirse que existe un sentido compartido en cuanto al orgullo de ser tepiteño, esta condición no

⁶ Mendoza Vargas (2016: 101) destaca la caracterización que realizaron Adolfo Prantl y José L. Groso en 1901 acerca de los barrios bajos y cómo estos se distinguían por la “suciedad, la populosa, sus casuchas pobres y feas, sus calles tortuosas, las tabernas de pulquerías y figones que abundan, los puestos de barbacoa y enchiladas, las riñas entre los léperos, que suceden a cada momento, las turbas de pilluelos que andrajosos y desarraigados tienen sus juegos especiales en la vía pública [los del burro, las canicas, la rayuela, etcétera], las mujeres de vida alegre con su rebozo terciado, sus enaguas almidonadas, sus botines de alto y ruidoso tacón, el caracol blanco y el peinado de patillas, guaridas de rateros y asesinos célebres, en una palabra: la rumba”.

⁷ Si bien Tepito ha sido tema de tesis de maestría y doctorado para nacionales y extranjeros, algunas en las que se realizan caracterizaciones del barrio, su mercado y sus habitantes son Chapela Anaya (2012) y Sánchez (2006).

es homogénea ni para todas las personas del barrio. Estos imaginarios de tensión entre lo que es y no es Tepito conforman un debate que ha estado presente en su desarrollo histórico.

La Revolución mexicana (1910-1921) y el conflicto religioso conocido como la Guerra Cristera (1926-1929) originaron un flujo de personas de la región del Bajío hacia Tepito. Ahí llegaron pobladores de Jalisco y Guanajuato, una gran cantidad de oficio zapatero, lo que contribuyó a convertir el barrio en uno de los grandes centros productores de zapatos del país. Tepito daría albergue a estas familias que se establecieron en extensos predios divididos en pequeñas viviendas con techos altos y un gran patio central, las cuales serían adaptadas como talleres artesanales. El comercio florecería en un mercado semiabierto con venta de mercancías de todo tipo, ya conocido desde principios del siglo xx (Aréchiga Córdoba, 2003; Mendoza Vargas, 2016: 101). Para las personas de bajos recursos, sólo en el barrio se podían adquirir productos y artículos de primera necesidad, por lo que se le llamó “el ropero de los pobres”.

Para el cronista de Tepito, la leyenda de Barrio Bravo le viene desde su origen y también por ser considerado un sitio famoso debido a actividades clandestinas.⁸ En cuanto a prácticas culturales, desde décadas atrás, en Tepito se hizo visible al buen bailarín, jugador, boxeador o peleador callejero, destacando también su solidaridad, religiosidad popular y códigos propios, uno de ellos el albur, expresión popular que hace uso de un lenguaje en doble sentido y que un gran número de tepiteños utiliza, al punto de impartir un diplomado y crear un campeonato que premia a la mejor o al mejor alburero del barrio (Ruiz y Hernández, 2012).

Tanto en la capital como fuera, Tepito es un lugar conocido. Miles se han beneficiado de sus artículos electrodomésticos, ropa, zapatos, discos compactos o películas, entre otros productos sólo ahí localizables. Por ello, aunque Tepito cuenta con un territorio específico en el mapa urbano de la capital, su grado de influencia se extiende a colonias y avenidas circundantes como regulador de precios. En el mismo sentido, Lins Ribeiro (2012: 224), al referirse a la globalización no hegemónica, habla de recuperar el concepto de *mundo* de Wallerstein (1974) para explicar cómo los lugares articulados al fenómeno de la globalización desde abajo constituyen mundos propios con redes, códigos, leyes y apropiaciones territoriales, como sucede con Tepito.

De artículos usados, fayuqueros y contrabandistas: la consolidación del mercado informal en Tepito

La globalización y los procesos que desencadena arriban a puntos específicos que permiten su desarrollo (Haesbaert y Limonad, 2007), posicionándose en espacios donde hay construcción de redes y actores que aseguran flujos económicos e intercambio de mercancías. En el caso de Tepito, desde la segunda mitad del siglo xx el barrio fue transformado a raíz de las políticas administrativas de la ciudad, pero también a causa de fenómenos globales como el tráfico de mercancías desde la frontera norte de México, el aumento del comercio ambulante y la venta de productos de contrabando.

Durante los cincuenta y sesenta la zona en la que se ubicaba este barrio todavía tenía un aspecto rural, con calles de terracería y establos. A partir de 1960, Tepito adquiere visibilidad cuando el conocido Regente de Hierro de la Ciudad de México, Ernesto P. Uruchurtu, impuso una serie de medidas para embellecer la capital y atacar al comercio ambulante y callejero. Esa etapa produjo una dinámica importante para Tepito al entrar en función cinco mercados públicos especializados en venta de bolsos, zapatos, alimentos, ropa usada, herramientas, artículos recolectados por carretoneros y cambiadores, así como reparación y venta de equipos electrónicos y domésticos.

El mercado de artículos usados era una muestra de cómo hacer de la basura y el desperdicio un producto reconstruido. Fierro viejo, botellas, muebles desechados, entre otros productos de deshecho, adquirirían nuevas formas y usos con el “toque tepiteño”, entendido éste como un sentido de creatividad e ingenio para reciclar y transformar cosas usadas que parecieran nuevas. En las vecindades se producían bolsos y zapatos que eran vendidos en el mercado público y en cadenas comerciales. En un mercado interno amparado por políticas de protección comercial como las que mantuvo México hasta finales de 1980, era difícil y costoso conseguir productos importados. La protección a la producción nacional haría que la lista de artículos prohibidos o con altos impuestos hiciera imposible comprarlos en establecimientos formales. Los llamados productos suntuarios incluían una larga lista: vinos, licores, quesos, embutidos, perfumes, joyería, cosméticos y otros productos y mercancías con restricciones. A finales de los sesenta

⁸ Entrevista a Alfonso Hernández, cronista del barrio, 2016.

e inicios de los setenta, la temprana incursión de las llamadas “fayuqueras” –mujeres comerciantes que viajaban a Estados Unidos para surtirse de artículos de este tipo– arrojó un exitoso contrabando hormiga hacia Tepito, teniendo como línea directa la frontera más corta a Estados Unidos, en Laredo, Texas.⁹

En ese periodo, más de 30 autobuses de pasajeros y un tren completo partían todos los días de la Ciudad de México con destino a Nuevo Laredo. Después se atravesaba el puente internacional que cruzaba el Río Bravo para ingresar a Estados Unidos. Por las tardes, el regreso de compradores con maletas o grandes bolsas marcaba la entrada de mercancía estadounidense.¹⁰ El reto era llegar con el mayor número de productos de contrabando a la capital sin que fueran decomisados por agentes aduanales. Desde entonces, Tepito adquirió notoriedad por estas mujeres comerciantes y la fayuca que beneficiaba a miles de personas.

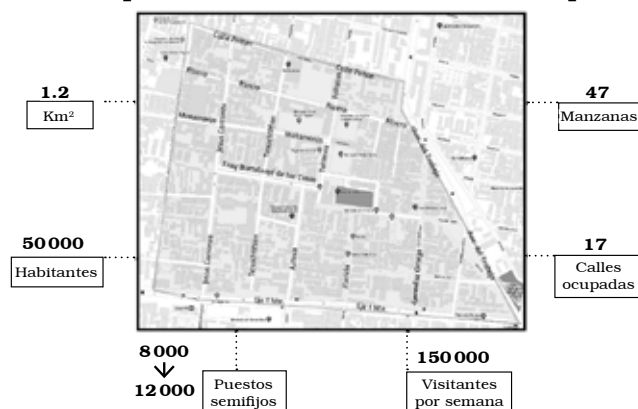
Más tarde emergió la figura del “fayuquero”, quien utilizaba camionetas de transporte de tres toneladas para trasladar mercancías dentro y fuera de la capital. El auge de televisores, videos y equipos de sonido puso en boga este tipo de comercio. Los productos ya no llegaban en maletas sino en contenedores que descargaban mercancías en forma directa. Este tránsito contaba con el respaldo no oficial de policías y agentes aduanales. Para algunos comerciantes, la figura del fayuquero se convirtió en un modelo de ascenso social y económico favorecido por la corrupción.

El terremoto de 1985 que afectó la capital transformó los vínculos en Tepito y lanzó a la calle a cientos de personas y familias al comercio y la ilegalidad. A partir de entonces, el tejido social del barrio cambió. Las calles fueron cerradas al tráfico de vehículos y durante el día avenidas y banquetas se habilitaron como puntos de venta (véase mapa 3). La mayoría de los vendedores eran de la tercera edad, jubilados y viudas. Ese momento fue crucial para la expansión

del comercio callejero. Primero fueron las calles de Florida, Aztecas y Eje 1 Norte, posteriormente no hubo calle o callejón sin puestos. Pocos años después esas personas encontraron un ingreso seguro a través de la renta de sus puntos de venta.¹¹

Tepito fue un lugar innovador en el comercio informal al desarrollar una gran capacidad para hacer copias de productos a bajo precio como discos compactos, reetiquetar artículos colocándoles marcas conocidas o famosas, y adquirir mercancía china sin pagar impuestos y con bajos costos de operación. Su accesibilidad y bajos precios hicieron que compradores directos y revendedores consideraran a ciertos comerciantes del barrio como grandes proveedores. Aunque las ganancias no eran altas, la ventaja se situaba en la venta en volumen, por lo que muchas vecindades se convirtieron en talleres y bodegas. Algunas de ellas, como la de Tenochtitlán 40, se transformaron en una especie de búnker donde ninguna persona ajena podía entrar, contando con sofisticados sistemas de vigilancia y acceso.¹²

Mapa 3
Descripción territorial del barrio de Tepito



Fuente: Elaboración propia con base en información cartográfica, censal y personal, 2014.

⁹ Respecto a la movilidad de las economías populares, Haesbaert (2013) propone el concepto de multiterritorialidad para referir cómo hay actores que aprovechan y se benefician de los espacios globales y constituyen redes que articulan flujos de personas y mercancías por los territorios, provocando transformaciones en los escenarios locales al volver accesibles productos que comúnmente están dirigidos a los sectores de mayores recursos: “La multiterritorialidad es la posibilidad de tener la experiencia simultánea y/o sucesiva de diferentes territorios, reconstruyendo constantemente el propio” (Haesbaert, 2013: 34-35).

¹⁰ Este proceso lo conocí de manera directa a la edad de 13 años cuando acompañaba a una mujer comerciante que trasladaba mercancías desde Laredo, Texas, con destino a Tepito.

¹¹ En 1986 se publicó el artículo “Misterioso Tepito”, de Philippe Localmette, seudónimo del politólogo francés Georges Couffignal, quien a partir de su experiencia escribe: “Tepito vive ante todo del comercio [...] Doce mil tenderetes se reparten cotidianamente 53 mil metros cuadrados de vía pública. Y venden sin factura, sin IVA, a precios que desafían toda competencia” (Couffignal, 2016).

¹² En 2006 visité ese lugar en trabajo de campo. La entrada fue acordada de manera verbal y estuve custodiado por jóvenes encargados de la seguridad. Algunas viviendas eran compartidas por familias de más de cinco personas y otros espacios fueron habilitados como bodegas. En febrero de 2007, el jefe de Gobierno de la Ciudad de México, Marcelo Ebrard, declaró la destrucción y expropiación del vecindario para convertirlo en un centro recreativo y educativo para jóvenes y niños. Fue necesaria la intervención de más de 500 policías (Medellín y Martínez, 2007).

El prolífico mercado de la piratería y la industria musical tepiteña

Para Alfonso Hernández, la piratería es “hija bastarda de la globalización y que políticamente es un amortiguador social de las clases populares”.¹³ Debido a este papel articulador en la economía popular, de acuerdo con Lins Ribeiro (2012), es insuficiente el uso de los términos “pirata” o “piratería” para referirse a las dinámicas, productos y artículos ofrecidos dentro de sus circuitos. Al ser ambigua la connotación de lo pirata, describe peyorativamente las redes y personas inmersas en este comercio anclado a los mundos laborales no hegemónicos, pero cuyos actores expanden los límites entre lo legal y lo ilegal (Lins Ribeiro, 2012: 221). La cuestión de la legalidad e ilegalidad en Tepito no puede considerarse como un binomio fijo, ya que para comerciantes y habitantes esta división se borra en su vida cotidiana.¹⁴

La transformación del acetato al disco compacto fue un fenómeno que revolucionó la difusión de la música y otros materiales audiovisuales en el mundo. En Tepito pronto se vio en ese cambio una oportunidad de negocio. A partir de 1990, reproducir discos compactos se convertiría en una acción rápida y económica. Pequeñas viviendas devinieron talleres manufactureros en los que familias completas trabajaban en la reproducción de discos con ofertas musicales, videos, películas, documentales, series y pornografía.

El mercado de la copia o reproducción de discos compactos echó mano de computadoras, torres quemadoras e impresiones digitales a gran escala. Empresas internacionales como Sony y Columbia resentirían esta desequilibrada competencia. Para muchos comerciantes tepiteños este nuevo mercado implicó un proceso de organización que llevó a distintos locales a especializarse por ritmos, temas y géneros. A ello se agregaría una red de intermediarios poniendo a la venta discos compactos y DVD no sólo en el barrio sino en diversos puntos de la ciudad. La llamada industria de la copia encontró en Tepito un rápido modelo de expansión.¹⁵

En los años noventa y décadas subsecuentes, la lucha contra la piratería se convertiría en una acción continua del gobierno federal, además de constituir mecanismos para la protección de grandes empresas

y el comercio establecido. De acuerdo con Alba y Braig (2012), estas medidas de persecución adquirirían una dimensión de *performance*, donde el gobierno emprendía operativos contra la piratería por la presión de grandes empresas y marcas mundiales, aunque sin lograr el impacto esperado. En la defensa de los derechos de autor y la legalidad, el gobierno encontró mecanismos poco consistentes para tratar la situación, por un lado mostrando tolerancia frente a este tipo de mercado, y por otro, beneficiándose económica y políticamente, ya que las dinámicas clandestinas del mercado informal facilitaban la extorsión y la represión de comerciantes ambulantes.¹⁶ Pero en Tepito se encontraría la forma de darle vuelta al asunto. Un ejemplo ocurrió a mediados de los noventa, cuando la Secretaría de Hacienda y Crédito Público envió al barrio a los integrantes del Resguardo Aduanal Mexicano, policías fiscales y combatidores del contrabando que arribaron desde ciudades fronterizas del norte mexicano. Después de varias semanas de permanecer en el barrio, y luego de que instalaran un cerco en el mercado con personal armado para evitar el contrabando, los agentes tuvieron que retirarse tras sufrir varias bajas fatales. El cerco tampoco logró contener el contrabando de mercancías, ya que tanto comerciantes como pobladores hallaron formas de trasladar la mercancía a través de un efectivo trabajo hormiga en carritos para bebé, bultos disfrazados, carritos de la basura o en horarios en que no podían ser detectados.

Respecto a la industria musical tepiteña, si antes el desafío era trasladar desde otros países, en especial desde China, discos en blanco para asegurar su pronta reproducción y venta, esto fue superado en años recientes al constatarse que no hacía falta importarlos, ya que eran producidos en territorio nacional y otros eran traídos desde China. Como documentó Aguiar (2012), la industria de la quema de discos en blanco en el país adquirió una dimensión masiva durante la primera década del nuevo milenio con la presencia de cientos de millones de ellos, contrario a la limitada producción autorizada por la Asociación Mexicana de Productores de Fonogramas y Videogramas (Amprofon), según la cual, en México, dos de cada tres discos compactos provienen de la piratería, y tan sólo en 2006 se tenían registrados 110 millones de discos vendidos de manera ilegal (Aguiar, 2012: 41). En 2014, Alfredo

¹³ Entrevista a Alfonso Hernández, cronista del barrio, 2016.

¹⁴ Un ejemplo lo comparte Malena, una joven de 25 años y de oficio comerciante: “tengo pena y orgullo de ser tepiteña, pena porque me dicen ‘consígueme droga, armas, cosas robadas’, pero al final orgullo porque consigo lo que me piden. Al final te mueves en el peligro y la acción, a veces ganas y en otras te toca perder” (entrevista a Malena, 2017).

¹⁵ Para conocer mejor la prolífica industria de los discos compactos en blanco en el mercado de Tepito, véase Aguiar (2012).

¹⁶ Entrevista a Miguel Galán, líder de comerciantes, 2017.

Tourné, director general de la Asociación Protectora de Cine y Música (APCM), declaró que anualmente en el mercado de Tepito se producían más de 900 millones de unidades de discos compactos y DVD. Sin embargo, a pesar de los operativos por parte de la policía, agentes aduanales y la Procuraduría General de la República, la organización al interior de este tipo de comercio no hacía posible su desaparición (Mosso, 2014).

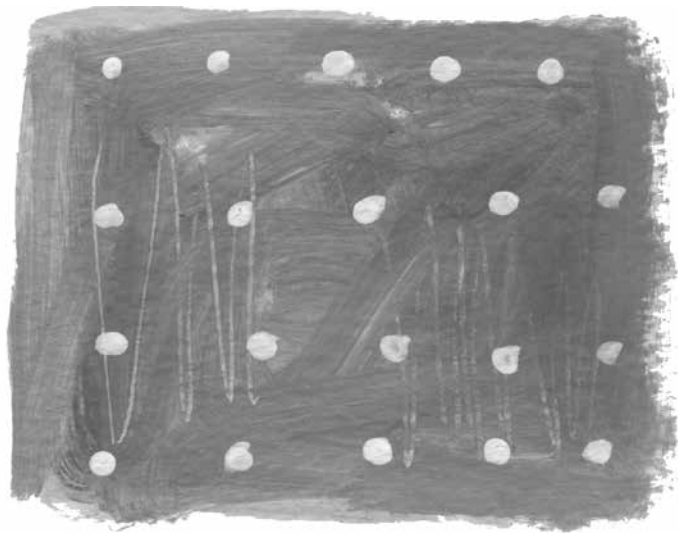
Asia en Tepito: la llegada de chinos y coreanos al Barrio Bravo

Mathews, Lins Ribeiro y Alba Vega (2012) señalan que muchos estudios sobre la globalización desde abajo destacan la presencia de China en la mayoría de circuitos y redes del comercio informal, como el de Pinheiro-Machado (2008) en torno a la red de comercio entre China, Paraguay y Brasil, o el de Aguiar (2012) sobre la relación con la industria de los discos compactos en México. En el caso de Tepito, la presencia asiática también se manifestó con el arribo de comerciantes coreanos y chinos, quienes gestaron nuevas dinámicas económicas en el barrio.

Si la primera ola de comercio informal en Tepito estuvo asociada con el transporte y venta de fayuca, la segunda ola se produjo con la llegada de familias y comerciantes coreanos en un primer momento, y después, de inmigrantes chinos. En la calle de Aztecas, junto a Tacos Ramiro, se asentó el primer establecimiento comercial manejado por un chino. Un viejo

local de reparación de bicicletas fue transformado para vender productos de contrabando.¹⁷ Más adelante, se expandió por todo el barrio ese tipo de negocios. Aunque a veces no se les distinguía ni se identificaban sus idiomas, con el tiempo, chinos y coreanos adquirieron mayor visibilidad. Ropa de mala calidad pero barata tuvo un gran crecimiento en el mercado. También, el zapato de origen chino que entraba de contrabando arrasó con la producción nacional. Después vino la producción y comercialización a gran escala de artículos a bajo costo como ropa, lentes, juguetes, perfumes, novedades y productos de moda o de temporada provenientes de Asia.

Con la inclusión de China en la Organización Mundial del Comercio en 2001, vino una gran expansión para la exportación de mercancías a bajo costo. Ese país se convirtió en una gran fábrica mundial. Esta internacionalización generó un fenómeno de simultaneidad donde los mismos productos estaban presentes en El Cairo, Estambul, Madrid, Bogotá, Santo Domingo o Ciudad de México. Comerciantes tepiteños que habían hecho negocios con la venta de televisores y artículos de contrabando tenían ya un capital para iniciar un nuevo proyecto. Algunos vieron grandes oportunidades en la actividad comercial con China, como los integrantes de la familia Castillo. En la calle de Aztecas, tuvieron un local dedicado a la venta de trajes de baño, colchones y muebles usados, el cual cambió para dedicarse a la comercialización de equipos electrónicos. El éxito fue tal que adquirieron vehículos de lujo, y su antigua vivienda fue transformada en un pequeño castillo, en honor a su apellido. Los comerciantes tepiteños que prosperaron con el amparo de la fayuca fueron unos cuantos, y la gran mayoría terminó moviendo mercancías en diablitos, instalando puestos semifijos o gritando en las calles “qué está buscando, güero o güerita, nosotros lo tenemos a buen precio”.¹⁸ A pesar de que fueron pocos los comerciantes que se beneficiaron de este periodo, destaca que fueron pioneros en establecer tratos directos, haciendo empresas de comercialización conjuntas y viajes a China para comprar al fabricante. La desaparición de las excesivas tasas de impuestos a los productos chinos fue un componente importante del cambio. El tamaño de este mercado también generó una expansión del sector informal, por lo que un mayor número de calles y banquetas del Centro Histórico de la capital fueron apropiadas por vendedores ambulantes.¹⁹ La actividad



¹⁷ Entrevista a Enriqueta, vendedora de comida, 53 años, 2017.

¹⁸ Entrevista a Lalo, vendedor ambulante, 60 años, 2017.

¹⁹ Miguel Galán, el principal líder de comerciantes, refirió cómo el mercado de Tepito compite con la importación de “china-deras” (productos y mercancías hechos en China), al punto de que a “dos calles del Centro Histórico hoy se les conoce como Corea Mayor, en lugar de Correo Mayor, y China Suárez, en lugar de Pino Suárez” (entrevista a Miguel Galán, 2016).

comercial tepiteña vino a dinamizar la economía informal de la ciudad y se extendió a otros mercados callejeros de ciudades vecinas.

La globalización desde abajo fue un proceso que en Tepito encontró gran apoyo y acogida. Sus estrategias de mercado hicieron posible un conjunto de experiencias donde mujeres como María Rosete, lideresa de los comerciantes en Tepito, y Dong An Lan, su contraparte china, emprendieron proyectos empresariales chino-mexicanos en los que se estimó que anualmente alrededor de 700 contenedores provenientes del país asiático formaban parte de estas acciones (Alba y Braig, 2012). Otro caso a destacar es el de jóvenes comerciantes tepiteños que han viajado a las zonas francas de China para hacer sus compras, como ha sucedido con la emblemática ciudad de Yi Wu, a 260 kilómetros de Shanghái, “conocida por tener el mayor mercado del mundo de artículos de pequeño consumo” (Verza, 2013), y donde comerciantes tepiteños afianzaron sus vínculos. Éstos, llamados los “Marco Polos de Tepito” (Alfonso Hernández cit. en Velasco, 2016), han desarrollado una red transpánica de comercio que incluye intermediarios en China, quienes se encargan de supervisar los pedidos y los envíos desde Shanghái hacia los puertos mexicanos de Manzanillo y Lázaro Cárdenas, hasta llegar a mercados populares como San Juan de Dios en Guadalajara o Tepito en la Ciudad de México.

En la actualidad, las viejas rutas del contrabando desde Estados Unidos no han desaparecido, incluso hay vínculos entre comerciantes tepiteños y la zona libre de Belice, pero ahora el arribo de productos importados y contrabandeados a través de transporte marítimo desde China, Corea o Taiwán, es de grandes magnitudes. Miles de contenedores de mercancías son descargados en los puertos de Manzanillo o Lázaro Cárdenas. Algunos de esos artículos terminan en cadenas de tiendas como Walmart, Solo un Precio o Soriana, y otros en manos del comercio callejero por medio de una compleja red de actores (Velasco, 2016).²⁰ Esos puertos navieros sirven para ejemplificar cómo las mercancías ingresan de modo formal pagando todos los aranceles y otras más lo hacen cubriendo cuotas o sobornos. Esta doble cualidad de las mercancías prohibidas y permitidas en cada país ha llevado a Lins Ribeiro (2012) a enfatizar que hay

algunas que ingresan de manera legal a un territorio, pero a la hora de su comercialización son ilegales. El comercio chino hacia el continente americano y otras regiones del mundo ha transformado el acceso a bienes y productos que si no fuera por los circuitos del comercio informal no se tendría acceso a ellos.²¹

“Hecho en Tepito”: el Barrio Bravo y su mercado en los últimos años

El horizonte actual muestra a un Tepito muy activo, con una población de cerca de 50 mil habitantes, entre ocho mil y 12 mil puestos comerciales semifijos, 17 calles cerradas al tráfico de vehículos y 62 organizaciones de comerciantes, sin que ninguna de ellas tenga un control completo (véase mapa 3). A pesar de las problemáticas sociales presentes en el barrio en relación con el crimen, “el tianguis de Tepito se mantiene como la principal bujía económica del barrio, frente a la economía criminal del narcomenudeo”.²²

Todos los días muy temprano, excepto los martes, empieza el trajín de los instaladores de puestos. Se trata de postes, estructuras de metal o bases de madera de 1.5 x 2.5 metros cubiertos por una lona. Después vienen los llamados “diableros”, quienes trasladan mercancías desde viviendas y bodegas cercanas. Una vez montados los puestos aparecen vendedores con todo tipo de comida, bebidas y mercancías. Al grito de “bara bara, qué anda buscando, qué se le ofrece, güerita, todo barato”,²³ el mercado se convierte en un jolgorio de anuncios, ofertas y frases. Entre música con alto volumen, sumado al bullicio del ir y venir de personas y transportes, comienzan las filas de compradores (véase figura 1).

El ambiente cotidiano en estos espacios es de amplia convivencia entre los comerciantes, quienes se identifican por lazos de familiaridad o amistad, el tipo de productos que venden o tener señalada a la competencia. Al caminar por los pasillos es frecuente escuchar los gritos de los vendedores. Llama la atención un anuncio en una cartulina fosforescente en un puesto callejero que rotula: “Productos importados directamente de Alemania”. Creativos merolicos que hablan de los beneficios y ahorros de sus productos, personas que dan ofertas únicas y especiales porque

²⁰ Entrevista a Miguel Galán, líder de comerciantes, 2016.

²¹ Para un estudio más detallado sobre la relación del comercio chino y los mercados informales, véanse Milgram (2012) y Gauthier (2012).

²² Entrevista a Alfonso Hernández, cronista del barrio, 2016.

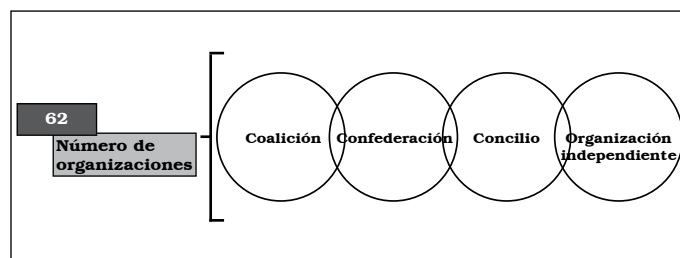
²³ Un registro de los denominados “verbos” de comerciantes tepiteños para la venta de sus productos ha sido documentado en la página web *Capitalismo amarillo: culturas de la modernidad pirateada*, en 2009 <<https://capitalismoamarillo.net/>> [3 de julio de 2014].

“son para ti”. Entre tantas estrategias de venta incluyen la presentación de sus locales: maniqués con trajes estrafalarios y de bustos pronunciados, gorilas de peluche o robots navideños con trajes de temporada, dan la bienvenida; otros locales cuentan con sirenas y estructuras de luces con un potente equipo de sonido. El trajín de visitantes, clientes, diableros, comerciantes y el aviso de “cuidado con el golpe” al paso de los diablitos, así como la compra, comida y bebida del mercado, hacen que los visitantes cedan a sus antojos, compren y el tiempo transcurra rápido. Por la tarde se empiezan a desmontar los puestos. Vendrá el momento de hacer las cuentas.

El comercio de la piratería tiene diferentes componentes, uno de ellos se acerca a prácticas de bajo impacto, otro opera mediante un modelo que asemeja a la estructura del crimen organizado a través de una extensa red de colaboradores en distintos niveles de gobierno. Por ejemplo, los productos catalogados por los comerciantes como “rober”, diminutivo de robados, hizo que pequeños comerciantes encontraran en ellos un exitoso negocio. Durante 2010, una investigación desarrollada por el periódico *El Universal* arrojó que por tan sólo 12 mil dólares en Tepito se podía conseguir la base de datos del Instituto Federal Electoral (IFE), con información personal de toda la población mayor de 18 años en México (Mejía, 2010). También estaban disponibles el registro nacional de vehículos y la base de datos de las licencias de conducir de la Ciudad de México.

El imaginario de la ilegalidad en Tepito ha trazado un largo horizonte. Por ello no resulta extraño que la Representación Comercial de la Casa Blanca de Estados Unidos catalogue a éste y al mercado San Juan de Dios en Guadalajara como los dos sitios más emblemáticos del mundo en el comercio informal (*La Jornada*, 2014). Entretanto, cerca de 150 mil personas a la semana visitan el mercado, haciéndolo, junto con el barrio, un lugar dinámico y vital.

Figura 1
Estructura organizativa del comercio fijo y semifijo del barrio de Tepito



Fuente: Elaboración propia (2014).

A modo de conclusión

Para identificar la tenue frontera entre lo legal e ilegal en mercados populares como el de Tepito, el concepto de *(I)licit* de Abraham y Van Schendel ayuda a nombrar aquellas “actividades legalmente rechazadas pero valoradas y protegidas socialmente” (Abraham y Van Schendel, 2005: 22). Desde Sudamérica, Gago (2014) advierte en el mercado popular La Salada, en Buenos Aires, Argentina, formas de “economías barrocas” y esquemas de “empresarialidad popular” como una especie de “saber hacer frente a las crisis”, y cómo se redefinen los efectos del neoliberalismo al adecuar procesos económicos globales a sus espacios vitales, fenómeno que nombra como neoliberalismo desde abajo. Con base en esta aproximación destaca dos importantes cuestiones. La primera, que “el neoliberalismo no sólo viene ‘de arriba’ y es encarnado por grandes actores que, además, compartirían el rasgo común de ser anti-estado y pro-mercado”; y la segunda, que el neoliberalismo es tensionado por economías comerciales, afectivas y productivas, así como por formas de hacer y calcular que son utilizadas en beneficio de quienes participan en las dinámicas económicas en los mercados populares (Gago, 2014: 304).

Este carácter de lo (i)lícito en los mercados populares y sus procesos internos referidos como economías barrocas son aspectos que resaltan en distintos mercados en el mundo que funcionan desde estas condiciones. Ayudando a comprender los procesos de la globalización desde abajo y la globalización desde arriba, no es posible pensarlos por separado sino en constante interacción y tensión (Lins Ribeiro, 2012: 223). Por ello, una labor pendiente es problematizar la premisa de lo no hegemónico en las discusiones teóricas sobre los mercados populares, en tanto que resulta problemático sostener la tensión entre un sistema neoliberal que podría nombrarse como legal, y un conjunto de efectos propios del neoliberalismo, identificados como ilegales. Pensar las dinámicas comerciales de Tepito en clave de lo (i)lícito o de la empresarialidad popular ayuda a plantear cómo se torna borrosa la frontera de lo legal y lo ilegal, donde ocurren sobreposiciones y empalmes en el acontecer cotidiano.

El desarrollo histórico de Tepito ha mostrado anclajes culturales ligados al comercio, la migración y también a la ilegalidad, sea por medio del llamado comercio informal, la fayuca, la piratería u otro tipo de actividades clandestinas. La expresión coloquial “no dejarse de nada ni de nadie” toma cuerpo y forma a través de algunos de sus habitantes, quienes comparten ciertos códigos que destacan “la bravura”, pero asimismo el ingenio y habilidad para llevar a cabo

negocios de toda clase. Pertenecer o formar parte de la dinámica económica del barrio se ha convertido en un atributo para los comerciantes dentro y fuera de ese reducido espacio de 47 manzanas y 1.2 kilómetros cuadrados. Por ello la marca “Hecho en Tepito” hoy la llevan artículos y productos que ahí se fabrican y se transforman.

En la actualidad, en el país y fuera de él existen tiendas asociadas con Tepito, por ejemplo, la Plaza Tepito, en San Cristóbal de Las Casas, Chiapas, de ropa y zapatos; o las dos tiendas de Tepito Club en San Ysidro y Otay Mesa, en California, Estados Unidos, dedicadas a la venta de artículos electrónicos, ropa, muebles y productos diversos. El referente de Tepito como un lugar relacionado con el comercio formal e informal llevó a bautizar otro mercado popular en la capital mexicana con el nombre de El Nuevo Tepito, ubicado en la delegación Iztapalapa, pero que fuera desmantelado por el gobierno de la ciudad en diciembre de 2013.

En suma, si bien Tepito es un lugar reconocido en el nivel nacional e internacional por su comercio popular, sus personajes, sus historias y también sus peligros, gran parte de las anécdotas, reportajes periodísticos o información transmitida por los medios tiende a sobredimensionar visiones negativas en torno a él, sin prestar atención a las intensas dinámicas culturales y económicas que ahí suceden día con día.²⁴

En lo que se refiere a su mercado, es muy difícil encontrar un punto de comparación entre Tepito y otro sitio del país que comparta sus características. Uno de los aportes más importantes fue provocar –con la venta masiva de fayuca y productos chinos– un rompimiento de las barreras entre el consumo material y simbólico, siendo la piratería un punto clave que contribuyó a desdibujar esa distancia y cuyo impacto en el Barrio Bravo es de mucha mayor proyección, pues miles de discos compactos y DVD portan leyendas como Producciones Tepito, Tepito Music, GrabadoSP (Somos Piratas) o el nombre del local y la foto del propietario. Este mercado está siendo desplazado por versiones de discos *blue ray* que impacta a la industria musical y cinematográfica en el ámbito mundial, e inyecta dinamismo a un mercado que es el sustento de miles de familias, además de generar un capital cultural relevante para los consumidores de cine y música sin importar su clase social.

Como aquí se ha tratado de mostrar, los procesos sociales y culturales experimentados en Tepito ofrecen elementos útiles para hablar de un espacio rico en experiencias, estrategias de sobrevivencia y proyectos innovadores, algunos de ellos al margen de la legalidad. Estos hechos, que también forman parte de fenómenos globales, como el contrabando, hacen posible asociar a Tepito con ese *capitalismo a la brava* que lleva la marca tepiteña en sus dinámicas comerciales y procesos económicos enlazados con la globalización desde abajo, situando este barrio a la vanguardia de experiencias que traspasan la frontera entre la legalidad y la ilegalidad.

Fuentes

- ABRAHAM, ITTY Y WILLEM VAN SCHENDEL
2005 “Introduction: The Making of Illicitness”, en W. van Schendel e I. Abrahams (eds.), *Illicit Flows and Criminal Things*, Indiana University Press, Bloomington, pp. 1-37.
- AGUIAR, JOSÉ CARLOS G.
2012 “‘They Come from China’: Pirate CDs in Mexico in Transnational Perspective”, en Gordon Mathews, Gustavo Lins Ribeiro y Carlos Alba Vega (eds.), *Globalization from Below. The World’s Other Economy*, Routledge, Londres y Nueva York, pp. 36-53.
- ALBA, CARLOS Y MARIANNE BRAIG
2012 “Organización política local y entrelazamientos transregionales del comercio ambulante en la Ciudad de México”, en *Revista Iberoamericana*, vol. XII, núm. 48, pp. 129-141 <http://www.jstor.org/stable/23720453?seq=1#page_scan_tab_contents> [10 de noviembre de 2015].
- ALBAGLI, SARITA
1999 “Globalização e espacialidade: o novo papel do local”, en José Eduardo Cassiolato y Helena M. M. Lastres (comps.), *Globalização e inovação localizada: experiências de sistemas locais no Mercosul*, Instituto Brasileiro de Informação em Ciência e Tecnologia, Brasília, pp. 181-198.
- ARÉCHIGA CÓRDOBA, ERNESTO
2003 *Tepito: del antiguo barrio de indios al arrabal. 1868-1929, historia de una urbanización inacabada*, Ediciones Uníos, México.
- CARAVACA, INMACULADA,
GEMA GONZÁLEZ Y ROCÍO SILVA
2005 “Innovación, redes, recursos patrimoniales y desarrollo territorial”, en *EURE. Revista Latinoamericana de Estudios Urbano Regionales*, vol. 32, núm. 94, pp. 5-24.
- CHAPELA ANAYA, TANIA CAMILA
2012 “¿Comercio o disfrute? Espacio público, imagen urbana y ciudadanía en las calles de Tepito”,

²⁴ Fotorreportajes como *¡Tepito: Bravo el Barrio!*, de Francisco Mata (2008), han capturado a personajes y anécdotas del lugar con una sensibilidad y tacto particular. También la serie televisiva *Crónicas de Castas*, dirigida por Daniel Giménez Cacho y transmitida por Canal Once, aborda temas como la discriminación, el abandono, la violencia y el amor, tomando como referente a Tepito y sus residentes. Otra de las figuras que mantienen con vida el legado cultural de Tepito es Alfonso Hernández, “hojalatero social” y cronista del barrio, de quien recibimos importantes testimonios incluidos en este artículo.

- tesis de maestría, Facultad de Arquitectura-Universidad Nacional Autónoma de México, México.
- COUFFIGNAL, GEORGES
2016 "Misterioso Tepito", conferencia, vols. 1 y 2, Instituto Nacional de Bellas Artes-Secretaría de Cultura, México [1986].
- EDENSOR, TIM Y UMA KOTHARI
2006 "Extending Networks and Mediating Brands: Stallholder Strategies in a Mauritian Market", en *Transactions of the Institute of British Geographers*, vol. 31, núm. 3, septiembre, pp. 323-336, doi: 10.1111/j.1475-5661.2006.00216.x.
- ENRÍQUEZ FUENTES, ELENA
2010 *Imagen y espejo. Los barrios de la ciudad de México*, Praxis/Consejo Nacional para la Cultura y las Artes/Gobierno de la Ciudad de México, México.
- GAGO, VERÓNICA
2014 *La razón neoliberal: economías barrocas y pragmática popular*, Tinta Limón, Buenos Aires.
- GAUTHIER, MELISSA
2012 "Mexican Ant-traders in El Paso/Ciudad Juárez Border Region: Tensions between Globalization, Securitization and New Mobility Regimes", en Gordon Mathews, Gustavo Lins Ribeiro y Carlos Alba Vega (eds.), *Globalization from Below. The World's Other Economy*, Routledge, Londres y Nueva York, pp. 138-153.
- GIDDENS, ANTHONY
1988 *The Consequences of Modernity*, Stanford University Press, Stanford.
- GIDDENS, ANTHONY
2001 "El gran debate sobre la globalización", en *Pasajes*, núm. 7, pp. 62-73.
- HAESBAERT, ROGÉRIO
2013 "Del mito de la desterritorialización a la multi-territorialidad", en *Cultura y Representaciones Sociales*, año 8, núm. 15, septiembre, pp. 9-42 <<http://www.revistas.unam.mx/index.php/crs/article/view/41590>> [15 de mayo de 2017].
- HAESBAERT, ROGÉRIO Y ESTER LIMONAD
2007 "O território em tempos de globalização", en *Espaço, tempo e crítica. Revista Eletrônica de Ciências Sociais Aplicadas e outras coisas*, vol. 1, núm. 2, pp. 39-52.
- HARDOY, JORGE
1994 "Tenochtitlán", en *Medio Ambiente y Urbanización*, año 11, núm. 46, p. 3-13.
- HERNÁNDEZ HERNÁNDEZ, ALBERTO Y FERNANDA LOUREIRO FERREIRA
2017 "Ropas americanas: Comercio, contrabando y compradores de ropa usada en la frontera de Corumbá, Brasil, y Puerto Quijarro, Bolivia", en *Frontera Norte*, vol. 29, núm. 57, enero-junio, pp. 31-56.
- LA JORNADA
2014 "Incluye EU a mercados de Tepito y San Juan de Dios en lista negra de piratería", en *La Jornada*, 12 de febrero <<http://www.jornada.unam.mx/ultimas/2014/02/12/incluye-eu-a-mercados-de-tepito-y-san-juan-de-dios-en-lista-negra-de-pirateria-6082.html>> [9 de julio de 2014].
- LINS RIBEIRO, GUSTAVO
2006 "Economic Globalization from Below", en *Etnográfica*, vol. X, núm. 2, pp. 233-249.
- LINS RIBEIRO, GUSTAVO
2009 "Non-Hegemonic Globalizations. Alter-native Transnational Processes and Agents", en *Anthropological Theory*, vol. 9, núm. 3, pp. 1-33.
- LINS RIBEIRO, GUSTAVO
2012 "La globalización popular y el sistema mundial no hegemónico", en *Nueva Sociedad*, vol. 5, núm. 241, septiembre-octubre, pp. 36-62.
- MARTÍNEZ RENTERÍA, CARLOS
2012 "Encendido como un cerillo y alerta como un resorte. Entrevista con Alfonso Hernández, el 'Hojalatero Social'", en *Generación*, año XXIV, tercera época, núm. 91, diciembre 2012-enero 2013, pp. 27-28.
- MATA, FRANCISCO
2008 *Tepito: ¡Bravo el Barrio!*, Trilce Ediciones, México.
- MATHEWS, GORDON, GUSTAVO LINS RIBEIRO Y CARLOS ALBA VEGA (EDS.)
2012 *Globalization from Below. The World's Other Economy*, Routledge, Londres y Nueva York.
- MEDELLÍN, ALEJANDRO Y ALEJANDRA MARTÍNEZ
2007 "Expropiación del GDF 'La Fortaleza' en Tepito", en *El Universal*, 15 de febrero <<http://archivo.eluniversal.com.mx/ciudad/82498.html>>.
- MEJÍA, GERARDO
2010 "IFE denunciará por robo de padrón en Tepito", en *El Universal*, 19 de abril <<http://www.eluniversal.com.mx/notas/673911.html>> [9 de julio de 2014].
- MENDOZA VARGAS, HÉCTOR
2016 "Las guías urbanas: imagen e invención del espacio de la Ciudad de México", en *Investigaciones Geográficas, Boletín del Instituto de Geografía*, núm. 89, pp. 90-106, doi: dx.doi.org/10.14350/rig.47648.
- MILGRAM, B. LYNNE
2012 "From Second Hand Clothing to Cosmetics: How Philippine-Hong Kong Entrepreneurs Fill Gaps in Cross Border Trade", en Gordon Mathews, Gustavo Lins Ribeiro y Carlos Alba Vega (eds.), *Globalization from Below. The World's Other Economy*, Routledge, Londres y Nueva York, pp. 120-137.
- MÖRTENBÖCK, PETER Y HELGE MOOSHAMMER
2015 *Informal Market Worlds. Atlas. The Architecture of Economic Pressure*, nai010 Publishers, Rotterdam.
- MOSSO, RUBÉN
2014 "Producen 900 millones de cd pirata al año en Tepito", en *Milenio*, 11 de noviembre <http://www.milenio.com/policia/Producen-millones-pirata-ano-Tepito_0_407359271.html> [9 de julio de 2014].
- MULLER, KARLA M.
2005 "Espaços de fronteiras nacionais, polos de integração", en Tito Carlos Machado de Oliveira (comp.), *Território sem Limites*, Editora da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul, Campo Grande, pp. 573-592.
- PINHEIRO-MACHADO, ROSANA
2008 "China-Paraguai-Brasil: uma rota para pensar a economia informal", en *Revista Brasileira de Ciências Sociais*, vol. 23, núm. 67, pp. 117-133.
- RUIZ, LOURDES Y ALFONSO HERNÁNDEZ
2012 "Diplomado de Albures Finos", en *Generación*, año XXIV, tercera época, núm. 91, diciembre 2012-enero 2013, pp. 38-39.

- RUIZ GUTIÉRREZ, ERNESTO
2012 "Caminando por Tepito con el Hojalatero Social, la Verdolaga Enmascarada y Oscar Lewis", en *Generación*, año XXIV, tercera época, núm. 91, diciembre 2012-enero 2013, pp. 31-33.
- SÁNCHEZ, GABRIELA
2006 "La construcción periodística de la realidad de Tepito. Análisis de los contenidos de las noticias y los editoriales sobre los operativos de seguridad en Tepito en los periódicos *Excelsior* y *La Jornada*", tesis de maestría, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales-Universidad Nacional Autónoma de México, México.
- TARRIUS, ALAIN
2007 *La mundialización por abajo. El capitalismo nómada en el arco del Mediterráneo*, Hacer Editorial, Barcelona.
- VELASCO, AGUSTÍN
2016 "Los 'Marco Polos' de Tepito que viajan cada año a China", en *La silla rota* <<http://lasillarota.com/especialeslr/los-marco-polos-de-tepito-que-viajan-cada-ano-a-china/108283>> [9 de julio de 2014].
- VERZA, MARÍA
2013 "La otra cara de China en México", en *El Mundo* <<http://www.elmundo.es/america/2013/06/05/mexico/1370383322.html>> [30 de abril de 2014].
- VICENTE PEREIRA, MIRLEI FACHINI
Y SAMIRA PEDUTI KAHIL
2006 "O território e as redes: considerações a partir das estratégias de grandes empresas", en Lucia Helena de Oliveira Gerardi y Pompeu Figueiredo de Carvalho (comps.), *Geografia: ações e reflexões*, AGETEO, Rio Claro, pp. 213-226.
- WALLERSTEIN, IMMANUEL
1974 *The Modern World System. Vol. 1: Capitalist Agriculture and the Origins of the European World Economy in the Sixteenth Century*, Academic Press, Nueva York y Londres.
- WILDNER, KATHRIN
2005 *La plaza mayor, ¿centro de la metrópoli? Etnografía del zócalo de la Ciudad de México*, Universidad Autónoma Metropolitana-Azcapotzalco (Cultura Universitaria, serie Ensayo, 80), México.