

TRABAJO NO CLÁSICO, ORGANIZACIÓN
Y ACCIÓN COLECTIVA TOMO II

Trabajo no clásico, organización y acción colectiva Tomo II

Enrique de la Garza Toledo
(coordinador)



Primera edición: diciembre de 2011

Fotografía de portada: Amanda de la Garza Mata

© Enrique de la Garza Toledo
© Universidad Autónoma Metropolitana-Iztapalapa
San Rafael Atlixco 186
Del. Iztapalapa, Col. Vicentina
CP. 09340 México, D.F.
© Plaza y Valdés, S.A. de C.V.
Manuel María Contreras 73. Colonia San Rafael
México, D.F. 06470. Teléfono: 5097 20 70
editorial@plazayvaldes.com
www.plazayvaldes.com

Plaza y Valdés Editores
Calle Murcia, 2. Colonia de los Ángeles
Pozuelo de Alarcón 28223, Madrid, España
Teléfono: 91 862 52 89
madrid@plazayvaldes.com
www.plazayvaldes.es

ISBN: PENDIENTE

Impreso en México / *Printed in México*

Contenido

Presentación	9
Introducción. Construcción de la identidad y acción colectiva entre trabajadores no clásicos como problema	11
<i>Enrique de la garza Toledo</i>	
Los extras de la televisión, el <i>arte</i> de hacer invisible lo visible	23
<i>Azucena Feregrino</i>	
Del otro lado del teléfono: identidad y Acción Colectiva en <i>Call Centers</i> de la ciudad de México	69
<i>Inés Montarcé</i>	
Trabajo, identidad y acción colectiva en los comerciantes artesanos del Centro Histórico de Coyoacán	123
<i>José Luis Gayosso</i>	
La problemática del trabajo, la identidad y la organización colectiva en los taxistas de la ciudad de México	209
<i>Leticia Pogliaghi</i>	
Trabajo en la transición del Microbús al Metrobús, Identidad y Movimiento Social.....	251
<i>Carlos Clemente Martínez</i>	
Trabajo no clásico, organización y acción colectiva	305
<i>Enrique de la Garza Toledo</i>	

Presentación

La investigación colectiva *Trabajo, no clásico y acción colectiva*, los trabajadores no clásicos, realizada desde el posgrado en estudios laborales de la UAM-I fue realizada analizando las siguientes ocupaciones y con los responsables que se agregan para cada una de éstas:

1. Vendedores ambulantes del centro histórico de la ciudad de México (Miguel Ángel Olivo)
2. Tanguistas (José Luis Gayosso)
3. Taxistas (Leticia Pogliaghi)
4. Microbuseros (Carlos León)
5. Operadores de Metrobús (Carlos Clemente Martínez)
6. Vagoneros (Sandra Ruiz)
7. *Call Centers* (Inés Montarcé)
8. Walmart (Juan Hernández)
9. MacDonaldis (Gustavo Garabito)
10. Software (José Rodríguez)
11. Extras de televisión (Azucena Feregrino)

En este tomo II presentaremos los casos de taxistas, metrobuseros, tanguistas, extras de televisión y *call centers* se tratarán los casos restantes.

ENRIQUE DE LA GARZA TOLEDO

Introducción. Construcción de la identidad y acción colectiva entre trabajadores no clásicos como problema

Enrique de la garza Toledo

Durante casi todo el siglo xx, los estudios del Trabajo privilegiaron la línea que iba de los mercados de trabajo a los procesos de trabajo, a la regulación de la relación laboral y a los actores colectivos vinculados con el trabajo asalariado. Sin embargo, la permanencia o bien la extensión de las actividades no asalariadas, así como la extensión de trabajos informales, precarios, inseguros, flexibles, no estructurados, atípicos, llevaron a una parte de los estudiosos a pensar que estas categorías antiguas y nuevas de trabajadores eran incapaces de constituir identidades colectivas amplias, proyectos o sujetos colectivos, que el futuro era de la fragmentación y la reducción a lo individual o a los pequeños sujetos. Sin embargo, al mismo tiempo que las organizaciones tradicionales de los trabajadores asalariados decaían en casi todo el mundo, nuevos movimientos sociales aparecían a partir de la década de los ochenta (nuevo indigenismo, cocaleros, caceroleros, los sin tierra, entre otros). Una parte de estos sujetos no tenían aparente relación con el mundo del trabajo, pero otros sí se relacionaban con éste, aunque no en la forma clásica de la relación entre el capital y el trabajo, como son los movimientos de vendedores ambulantes por defender su lugar de trabajo, de los taxistas piratas por su fuente de empleo, de los microbuseros por las rutas, etcétera. Es decir, existe la necesidad de explicar las fuentes de la identidad y la acción colectiva entre trabajadores situados en relaciones no claras de asalaramiento o bien con la intromisión de clientes, usuarios y llegar a un concepto ampliado de Trabajo que no se restrinja al trabajo asalariado.

Dos concepciones teóricas, relacionadas con el avance del Trabajo asalariado en las sociedades modernas, llevaron a la visión restringida del concepto de Trabajo: una fue la Neoclásica para la cual no hay otro Trabajo a considerar sino el asalariado, el que se compra y se vende por un salario. La otra fue la marxista clásica, para la cual el concepto de Trabajo no quedaba restringido al asalariado y se reconocía como Trabajo a toda actividad relacionada con la riqueza material de la sociedad, no sólo con la generación de valores de cambio. Sin embargo, el fenómeno socioeconómico de avance del trabajo asalariado capitalista en el siglo XIX, que sirvió de terreno empírico a los neoclásicos para pensar el concepto restringido de Trabajo, implicó para el marxismo no la exclusividad pero sí el privilegio del Trabajo asalariado capitalista que es una de las formas del trabajo asalariado; el que implica —además de la compra venta de fuerza de trabajo— el que el Trabajo genere valores de uso dedicados al intercambio en el mercado. Por otra parte, la producción capitalista en el siglo XIX se podía realizar sin implicar el maquinismo o en forma maquinística, este tipo de trabajo que se realiza maquinísticamente con grandes concentraciones de obreros fue privilegiado en los análisis y teorizaciones porque se suponía que habría una línea evolutiva moderna hacia estas formas de producción y de empleo. Lo anterior no implicaba que se ignorase que coexistían con el obrero industrial de la gran empresa otros trabajadores en empresa capitalistas de servicios y agricultura, e incluso ubicados en formas productivas no capitalistas al mismo tiempo; pero éstas serían marginales en la línea evolutiva del capitalismo industrial.

La Sociología del Trabajo en sus orígenes también privilegió como objeto de estudio al obrero industrial de la gran empresa, se preocupó por sus reestructuraciones, pero poco dirigió la mirada hacia otros sectores de trabajadores. De tal manera que la mayoría de los conceptos acuñados por esta disciplina siguen arrastrando sus orígenes industriales y modernos. En estas preferencias también había un evolucionismo explícito o implícito, la gran empresa barrería con formas precapitalistas de producción y el proceso de proletarización casi se universalizaría con el desarrollo del capitalismo. Pero desde hace varios decenios el empleo en la industria en el mundo ha disminuido en favor de los servicios, las micro y pequeñas empresas en el tercer mundo no han tendido a disminuir, los trabajos precarios se han incrementado, junto a la aparición de nuevas calificaciones. Es decir, la importancia de los Trabajos no clásicos se ha incrementado.

La importancia clásica del Trabajo asalariado en la gran industria derivaba también de la constatación de su relevancia en la creación del producto nacional, al menos en los países desarrollados; pero también de la identificación entre estructura productiva y sujeto. Ello frente a la decadencia en el primer mundo del empleo agrícola y la aparición todavía incipiente de servicios modernos. Y, en efecto, países

desarrollados como los del norte de Europa se convirtieron en la primera mitad del siglo xx en sociedades de asalariados industriales.

En América latina los conceptos de marginalidad y de informalidad se pretendió dar cuenta de “anomalías” en el desarrollo mencionado, con coexistencia de sectores tradicionales y modernos sin clara substitución de unos por los otros. Posteriormente, en los países desarrollados se han generado los trabajos atípicos o no estructurados. Así, han interesado las nuevas formas de precariedad, de exclusión, de inseguridad en el trabajo o de flexibilidad. Es decir, existe hoy una gran diversidad conceptual para captar nuevos y en América Latina antiguos trabajos distinguibles de los trabajos clásicos. Por trabajos clásicos no habría que entender necesariamente los que fueron o son mayoritarios en la población ocupada —situación que nunca fue cierta para los países subdesarrollados— sino aquellos que fueron considerados en la teorización e investigación empírica como la línea principal de evolución del trabajo (industrial, fordista, estable, regulado).

En países como México, los trabajos no clásicos siempre han sido mayoritarios y, sin embargo, su estudio ha sido despreciado al menos en dos de las tres líneas en que se han desarrollado los Estudios Laborales:

- 1) La perspectiva de estudio del Trabajo como ocupación y como actividad, es decir, el trabajo en el proceso mismo de trabajo que significa salario, número de empleados; pero específicamente como se trabaja para producir y las relaciones que entablan los actores productivos (los típicos, obreros, supervisores y jefes, gerencia). En esta perspectiva, el concepto ordenador clásico el Control sobre el proceso de trabajo. Control de tiempos de trabajo, de métodos, de movimientos, de tiempos de intervención, de herramientas o equipo, de ritmos, de calidad, de productividad.

Para los trabajos que hemos llamado no clásicos, las categorías de análisis de complican en varios sentidos:

- a) Para procesos de generación de servicios en los que el cliente, derechohabiente, usuario está implicado en el proceso de producción y, por tanto, el Control sobre el proceso introduce a un tercero que no es obrero ni empleador en el propio proceso de cómo se produce.
- b) Los trabajos desterritorializados, como la venta a domicilio, que subvierten los conceptos de jornada de trabajo y de espacio productivo.
- c) La producción meramente de símbolos, como la generación de espectáculos públicos o de software.

Lo anterior se puede volver más complejo al considerar los trabajos no asalariados, por cuenta propia, en la familia, etcétera.

- 2) El enfoque Económico y el Sociodemográficos del Mercado de Trabajo. Éste es el que más se ha desarrollado en el estudio de antiguos trabajos no clásicos y algunos de los nuevos. Sin embargo, el nivel de análisis (por género, estratos de edad, de escolaridad, de región, de ingreso, estados civiles) a veces no permite distinguir las antiguas ocupaciones y las nuevas, al subsumirlas en variables genéricas como las mencionadas. En este enfoque han prosperado los conceptos de informalidad, de precariedad, de exclusión, de riesgo, de trabajo no decente y, nuevamente, el nivel de análisis no siempre permite captar lo que nos interesa como trabajos no clásicos. Una complicación sería que en sentido restringido una parte de los trabajos “otros trabajos” o no clásicos no forman parte de un mercado de trabajo, en el sentido de compra-venta de fuerza de trabajo por un salario, sin embargo, visto en su globalidad en la compra-venta de fuerza de trabajo influyen las trayectorias laborales, y éstas pueden implicar trabajo asalariado o no. Asimismo, el encuentro entre oferta y demanda de trabajo puede ser enfocado como una construcción social de vendedores y compradores de trabajo con intervención de otros actores como la familia, el Estado, entre otros. Es decir, el enfoque de mercado de trabajo también puede analizarse como de actores que se mueven en ciertas estructuras que dan sentido a su situación de vender o comprador y que ejercen acciones.
- 3) Finalmente el enfoque de la regulación del trabajo que tradicionalmente ha interesado a especialista en derecho laboral, en relaciones industriales, administración, sociología, ciencia política. Aquí, se hace énfasis en la construcción de las reglas de cómo trabajar al nivel de toda una sociedad, de una rama, una empresa o de un lugar de trabajo. Los actores clásicos son los sindicatos, empresarios y Estado. Sin embargo, cuando pasamos al trabajo no clásico aparecen problemas importantes como los siguientes: los derechos de los usuarios, derechohabientes, clientes frente a trabajadores y empresa; las reglas escritas o no para los trabajos no asalariados, por ejemplo, los vendedores ambulantes; los problemas de la regulación del trabajo para las actividades sin un territorio o un tiempo de trabajo determinadas. De cualquier forma, la regulación del trabajo sea explícita o implícita, puede ser analizada también como construcción entre actores que se mueven en estructuras que los constriñen, pero que dan sentido a su situación, negocian o no e interaccionan.

Es decir, en el presente texto se exponen los resultados de la investigación de trabajos no clásicos en México: unos tradicionales y otros modernos, desde el punto de vista de construcción de los actores del control sobre su trabajo, de sus ocupaciones y de las regulaciones de éstas.

El enfoque teórico

El concepto de Trabajo ha cambiado históricamente, en esta medida conviene recapitular acerca de la construcción de su significado. En su aspecto más básico, el trabajo puede entenderse como la transformación de un objeto de trabajo como resultado de la actividad humana utilizando determinados medios de producción. Esta actividad no es aislada sino que implica cierta interacción con otros hombres, como resultado de la misma, el hombre mismo se transforma. Además, el trabajo implica cierto nivel de conciencia, de las metas, en cuanto a los resultados y la manera de lograrlos. Esta definición tan general tiene que ser contextualizada históricamente:

1. En cuanto al objeto de trabajo. Antes de que adquiriera importancia la producción inmaterial, el objeto de trabajo provenía de la naturaleza de manera inmediata o mediata como resultado de trabajos anteriores. Sin embargo —si algo caracteriza y modifica los anteriores conceptos de trabajo y de procesos de trabajo a finales del siglo xx— es la extensión de la producción inmaterial y la transformación y generación de objetos puramente simbólicos. La producción inmaterial es aquella en la que el producto que no existe separado de la propia actividad de producir y que de manera ideal comprime las fases económicas tradicionales de producción, circulación y consumo en un solo acto. Esta compresión del proceso económico se relaciona directamente, en el acto mismo de la producción, al productor con el consumidor-cliente; complejizando las relaciones sociales de producción al hacer intervenir a un tercer sujeto de manera inmediata en el proceso de producción junto al trabajador y su patrón. Son los casos de los servicios de salud, los educativos, los de esparcimiento, los de viajes, etc. En una parte de la producción inmaterial el objeto material sigue siendo importante, sin embargo, el proceso completo implicar la participación directa del consumidor en al menos una parte de la producción del servicio.

Por otra parte, cada vez más objetos no provienen de la naturaleza sino que son productos puramente simbólicos y aunque se plasmen en forma material, este sustrato

es poco relevante frente al aspecto simbólico del producto. Por ejemplo, la creación de conocimiento que puede encarnar en programas de computadora o fórmulas en un papel, su valor e importancia estriba en el campo simbólico hasta cierto punto independiente del soporte material que sirve para la transmisión. Estos objetos in-materiales con cada vez más útiles para satisfacer determinadas necesidades humanas, y la naturaleza es menos importante para su generación:

2. En cuanto a la actividad de trabajar. Ésta implica el desgaste de energía de trabajo, sin embargo, la gran transformación viene por la mayor importancia del aspecto intelectual del trabajo con respecto del físico, sin suponer que el trabajo físico pueda realizarse sin la intervención de lo intelectual. Sin embargo, el concepto de trabajo intelectual resulta extremadamente abstracto frente a las complejidades del aspecto subjetivo del trabajo. De tal forma que cabría hablar mejor de trabajo en sus caras objetiva y subjetiva con un producto objetivado, pero que muchas veces —como en la producción inmaterial— no es posible separar el producto ni siquiera en dimensiones objetiva y subjetiva ni del acto mismo de creación. La objetivación se da de manera automática en otro sujeto, el cliente o usuario y no en un objeto separado de los dos. Aspecto subjetivo del trabajo implica conocimiento pero también valores, sentimientos, estética, formas de razonamiento y discursos. La actividad laboral es a la vez interacción inmediata o mediata entre sujetos, el cara a cara en la actividad productiva sigue existiendo; pero no es una condición necesaria de los procesos productivos actuales. Cabría mejor hablar de una comunidad simbólica del trabajo que puede todavía tener lazos materiales más o menos fuertes. De esta forma el sentirse parte de esta comunidad del trabajo no depende ya del cara a cara, sino de la intensidad subjetiva y material de los lazos. Esta manera de ver la interacción laboral podría llevarnos más adelante a transformar conceptos superficiales de identidad que parecieran venir de una antropología de las comunidades preindustriales. Es decir, la diferencia histórica entre Trabajo y no Trabajo no puede ser determinada por el tipo de actividad o de objeto, sino por su articulación en ciertas relaciones sociales de subordinación, cooperación, explotación o autonomía. Esta ubicación permite, junto a otros niveles de la cultura y el poder, conferir además significación social al Trabajo, definir que es Trabajo frente a lo que no lo es, valorar el trabajo en términos morales y también valorarlo en términos económicos.
3. Trabajo y reproducción social de la fuerza de trabajo. La producción es también reproducción social, pero hay una parte de la reproducción que se considera

fuera de la producción capitalista. Se trata, en parte, del Trabajo de reproducción en la familia para satisfacer necesidades de alojamiento, alimentación, esparcimiento, cuidado de los niños que no adquieran un carácter mercantil. Por otro lado, en muchos lugares del planeta se expanden o mantienen los trabajos mercantiles y de subsistencia no capitalistas: el campesino, el por cuenta propia, el trabajo familiar para la venta. Algunos trabajos no salarizados para la venta, finalmente, han llegado a ser reconocidos por organismo internacionales como trabajo, las teorías feministas reivindican el reconocimiento del trabajo doméstico no mercantil como Trabajo relacionado, por ejemplo, con el concepto de doble jornada. Hay actividades en las que no es posible separar tajantemente producción de reproducción externa, por ejemplo, en el trabajo a domicilio, en muchos trabajos familiares para la venta, en el autoempleo, en el trabajo doméstico, en la venta callejera y a domicilio.

La emergencia de los servicios modernos y precarios, y luego de muchas otras actividades precarias —asalariadas o no— abren una brecha en las teorizaciones y conceptos clásicos sobre el Trabajo. Por un lado, la necesidad de incorporar a los servicios al análisis de las ocupaciones y los procesos productivos introduce especificidades, que hacen dudar de algunas de las características clásicas del Trabajo como algo universal: si una parte de los servicios implican que el producto no es separable de quien lo produce o quien lo consume, es decir, que el proceso productivo incluye las compactaciones entre la actividad del trabajador que lo produce en el momento de su generación, con la distribución a los consumidores y el acto mismo del consumo, esto implica una reformulación de quiénes son los actores en el proceso productivo. Si el servicio es capitalista seguirán presentes trabajadores asalariados y empresarios con los respectivos mandos medios; pero entrará de manera directa en el proceso de producción un tercer actor que no se presenta en el proceso de producción como asalariado ni como patrón que es el consumidor, usuario, derechohabiente, etcétera. Entra de manera directa porque el producto —salud, educación, servicios bancarios, de restaurante, de transporte— no se puede generar sin su presencia al menos en momentos clave del proceso de producción. Debido a que estos servicios no se pueden almacenar, tienen que consumirse finalmente en un momento de la producción. De tal forma que la manera de consumir es al mismo tiempo forma de producción y, especialmente, complica el problema de las relaciones sociales y de poder dentro del proceso de producción.

Por otra parte, el surgimiento de muchos “servicios productivos” para las empresas —de reparación, diseño, ingeniería, entre otros— abre la posibilidad de una extensión de la manufactura directamente hacia servicios que incorporan valor al producto

material o inmaterial final y que, vistos en forma aislada, habría que separarlos de la manufactura, cuando forman en realidad parte integrante de la valorización en la misma. Es decir, dentro de la propia manufactura se complica la noción de proceso productivo y de cuáles son sus límites y ello sin considerar las labores ahora frecuentes de subcontratación.

Otro tanto sucede con el campo de la reproducción de la mano de obra diferenciada de la producción material fabril o de los *servicios fabriles*. Concepto que puede ser discutible pero que remite al originario de fábrica, acuñada para la industria; el concepto de dependencia de la máquina puede mover a ampliar dicho concepto de fábrica a los servicios, para no subsumir a los servicios modernos simplemente en el de empresa que es sin duda menos analítico que el de fábrica. De antaño el trabajo del campesino o del artesano, pero en general en las unidades micro, en el trabajo a domicilio, en el del autoempleado, en el del trabajo familiar, los espacios reproductivos con creación de valor y los de reproducción genérica de la fuerza de trabajo, como alimentarse, dormir, esparcimiento, cuidado de los hijos, se traslapan. Y este antiguo fenómeno, opacado ante la fábrica capitalista que segmentó los tiempos y espacios de producción de los de reproducción genérica, no recibió la debida atención desde el punto de vista productivo, del reproductivo y para la constitución de subjetividades y acciones colectivas.

Finalmente, la sociología y la antropología —específicamente aquellas corrientes críticas de la alienación del trabajo— tuvieron en mente la dorada época de la comunidad pequeña con relaciones cara a cara, y vieron en éstas las fuentes de la constitución de la sociedad y de la propia subjetividad. Los conceptos de mundo de vida, contrapuesto al del Trabajo en Habermas, interacción simbólica e intersubjetividad de Shutz, remiten a estos microniveles en las relaciones sociales que son vistos como constitutivos del todo social. Pero la constitución de subjetividad y de identidad, incluso, la conformación de formas de acción colectiva pueden no requerir del cara a cara entre los sujetos individuales; esta identidad puede surgir a través de los medios de comunicación masiva, de las telecomunicaciones, del internet y no necesariamente tener que cristalizar en la manifestación o el motín callejeros (Castells, 1999). Así sucede con una parte de los trabajos actuales todavía minoritarios, en los que los canales de constitución del colectivo de trabajadores se da a través de una red virtual sin el cara a cara de antiguos trabajos, que por otra parte siempre fue exagerado sobre todo en empresas muy grandes tradicionales cuya distribución funcional de tareas limitaban el cara a cara a los trabajadores de la misma sección. Es decir, en los teletrabajos se transita del cara a cara a la pantalla-pantalla, aunque detrás están hombres y no simplemente sistemas informáticos.

Las interfases entre Trabajo y no Trabajo, y la nueva importancia de los trabajos no industriales lleva sin duda al concepto ampliado de Trabajo: implica un objeto de trabajo, que puede ser material o inmaterial, en particular la revalorización de objetos simbólicos de trabajo; una actividad laboral que no sólo implica lo físico y lo intelectual sino más analíticamente las caras objetiva y subjetiva de dicha actividad; ésta es finalista, supone que el producto existe dos veces, una en la subjetividad y otra objetivada, aunque las objetivaciones pueden serlo también de los significados y en significados. La conexión entre medios y fines en el Trabajo pone en juego a todos los campos de la subjetividad y no sólo los de carácter cognitivo o bien científicos, en particular porque Trabajar es relación con objetos que pueden provenir de la naturaleza o no, pero específicamente interacción social de manera inmediata o mediata con sus componentes físicos y subjetivos. La especificidad de cada Trabajo no proviene de las características del objeto, ni de las actividades mismas ni del tipo de producto, sino de la articulación de este proceso de producción con determinadas relaciones sociales amplias, con relaciones de poder, de interés, de influencia, culturales. Finalmente, los límites entre Trabajo y no Trabajo no son naturales o universales, sino dependen de las propias concepciones sociales dominantes en este respecto.

En teorías estructuralista en desuso se pensó que la situación estructural, en particular en determinadas estructuras productivas era lo más determinante en la constitución de sujetos sociales, de sujetos por ello laborales. Es decir, las condiciones de explotación, de alienación y de control sobre el proceso productivo determinarían la conformación de uno o más sujetos laborales. Hay gran consenso en que no bastan las situaciones estructurales para explicar la identidad y la acción colectiva. Que al menos falta al estructuralismo la mediación cultural y subjetiva, aunque la posmodernidad tampoco prueba en forma suficiente que el mundo del trabajo ha dejado de ser importante para muchos habitantes de este planeta.

El problema de fondo siempre ha sido que en la constitución de identidades y movimientos sociales no sólo influye el mundo del trabajo, sino otros mundos de vida y otros niveles de realidad de segundo o tercer orden, diferentes del cara a cara, que de estos niveles pueden importar sus presiones estructurales, pero la conformación de sujetos colectivos no dependen sólo de aquéllas, porque entre estructura y acción social media la subjetividad, entendida como proceso de dar sentido que hecha mano de códigos culturales mediante la formación de configuraciones de sentido para las situaciones concretas, en un espacio viable de significaciones más que de determinación cultural. En esta medida, la eficiencia de las estructuras y vivencias del mundo del trabajo pueden ser variables en la conformación de identidades y acciones colectivas, porque un trabajador no sólo comparte con otros el

espacio laboral sino tiene interacciones y experiencias en otros mundos, articulados de manera inmediata o no con el del trabajo. Además, la identidad no se da en abstracto sino que es con respecto a determinado problema, espacio de relaciones sociales o enemigo. De esta forma un mismo individuo puede compartir identidades colectivas con diferentes sujetos y en esta medida accionar colectivamente en diversos espacios. De tal forma que la eficacia de la vida laboral tendrá que probarse en concreto más que suponerse en todos los casos. Punto de vista que no coincide con el opuesto a la determinación laboral, el de nuevas determinaciones identitarias en el consumo, en el ocio o en la familia: para estos mundos de vida también estamos obligados a probar su pertinencia en los movimientos sociales concretos. Las identidades y acciones colectivas pueden tener relación intensa o débil con la vida del trabajo (De la Garza, 1999), además los mundos del consumo, del esparcimiento, en la familia pueden reconocer traslapes con las actividades productivas (De la Garza, 1997). Es decir, a un concepto de trabajo ampliado debe seguir otro de sujetos laborales ampliados. Los sujetos laborales ampliados no son aquellos cuya acción colectiva depende fundamentalmente de la experiencia, organización, demandas laborales, específicamente en torno de la relación capital-trabajo, ésta es la concepción estrecha de trabajo y de sujeto laboral. Lo ampliado implica que puede haber eficiencia identitaria también en los trabajos no capitalistas, con sus demandas y formas de lucha y organización; pero también que los sujetos se pueden constituir en territorios y tiempos no laborales, aunque teniendo un pie o una uña, de vinculación con lo laboral ampliado. Puede ser el caso de movimientos de desempleados que no lucha por su reinstalación sino por la apertura de nuevas fuentes de empleo, su actividad e identidad no se conforman en torno de una relación laboral específica; su espacio y tiempo de protesta no es la empresa ni el tiempo de trabajo, sino la calle, el barrio, la plaza pública. Detrás, aunque no de manera inmediata, están sus experiencias laborales, pero también en la familia, el barrio, el consumo; a veces los sindicatos pueden ampliar su organización para incluirlos, pero esto no es necesario para que lleguen a realizar acciones colectivas; sus demandas no van en contra de un patrón en particular, sino en contra de la sociedad de los ganadores.

Vivir del trabajo supone que se participa en un mundo de vida que es importante aunque sólo sea por el ingreso recibido por medio de esta actividad. Se pueden tener sentimientos diversos con respecto del mundo del trabajo, de amor, odio, indiferencia, pero su eficiencia en el individualismo, la solidaridad, lo comunitario, la acción colectiva tendrá que investigarse en situaciones concretas más que pretender generalizarse en abstracto. Asimismo, seguramente no basta analizar las presiones y experiencias en un solo mundo de vida para explicar la emergencia de la acción colectiva. En

otras palabras, las diversas experiencias de trabajo y de no trabajo, no obstante compartidas en determinados niveles de abstracción, pueden contribuir junto a las formas de dar sentido de los participantes en estos espacios de relaciones sociales a la conformación de sujetos sociales diversos. Éstos no por principio posmoderno tienen que permanecer desarticulados, la desarticulación de su cara a cara puede llegar a articularse mediante sus prácticas, en formas virtuales o simplemente imaginarias (De la Garza, 2002). Segunda recapitulación: en el presente texto se exponen resultados de investigación de las determinantes, productivas, de mercado de trabajo, de regulación laboral y reproductivas de trabajadores no clásicos que han originado acciones colectivas reconocidas públicamente relacionadas con el trabajo. Es decir, los objetivos fueron:

1. Analizar las condiciones productivas, de mercado de trabajo, de regulación de ocupaciones no clásicas de servicios con un producto final-material sin relación cara a cara entre productor y consumidor (*Call Center*); de servicios con producto final-material con interacción cara a cara entre productor y consumidor en el proceso de producción (MacDonalds, vendedores ambulantes, vagoneros); de servicios de productos simbólicos con interacción cara a cara (extras de televisión); y ocupaciones de producción simbólica sin interacción cara a cara entre productor y consumidor (software y una parte de Walmart); así como servicios tradicionales (taxistas, microbuseros y metro-buseros).

Descubrir en cada uno de los tipos de trabajo seleccionados la eficacia de otros espacios de la reproducción como el de la familia en la conformación de identidades colectivas.

2. También, analizar el efecto de la presencia de organizaciones de productores en las ocupaciones seleccionadas cuando existan en la conformación de identidades colectivas.

Explicar la emergencia de acción colectiva a partir de cómo las interacciones en determinadas estructuras como las mencionadas pasan por un proceso de dar sentido que puede en ciertas condiciones convertirse en acción colectiva. Esta investigación se realizó en el área metropolitana de la ciudad de México mediante cuestionarios, entrevistas, grupos de discusión, observación directa y participante, análisis de estadísticas y de documentos, recibió un generoso financiamiento del Conacyt que

permitió reunir a un grupo de 15 investigadores y estudiantes del posgrado en Estudios Laborales de la UAM-I durante dos años bajo la dirección del doctor Enrique de la Garza Toledo.

Bibliografía

Castells, M. (1999), *La Era de la Información*, México, Siglo XXI.

De la Garza, E. (1997), “Trabajo y Mundos de Vida” en H. Zemelman (coord.), *Subjetividad: umbrales del pensamiento social*, Madrid, Anthropos.

_____ (1999), “¿Fin del trabajo o Trabajo sin Fin?” en J.J. Castillo (ed.) *El Trabajo del Futuro*, Madrid, Complutense.

_____ (2002), *Problemas Clásicos y Actuales de la Crisis del Trabajo*, Buenos Aires, CLACSO.

Los extras de la televisión, el *arte* de hacer invisible lo visible

Azucena Feregrino¹

*

Introducción

La situación laboral de los trabajadores del espectáculo es heterogénea al nivel mundial. Sin embargo, existen algunas coincidencias que vale la pena remarcar, ya que nos permiten una aproximación a las particularidades que definen su trabajo en el día a día. Este colectivo laboral puede ser considerado no sólo dentro de los *trabajos especiales*, que son contemplados por diversas legislaciones debido a la especialización de su trabajo —lo cual detallaremos posteriormente— también cuentan con una serie de características particulares que lo colocan dentro de los trabajos llamados atípicos, precarios, o *los otros trabajos*. Usualmente, estos trabajos se desarrollan dentro del sector de servicios, son de carácter eventual, no asalariados, generalmente subcontratados, de producción simbólica, en los cuales intervienen diversos agentes en la realización de su trabajo, en donde se involucran además aspectos subjetivos como los emocionales, los valorativos y los estéticos (De la Garza, 1998; De la Garza y otros, 2008).

Los trabajadores del espectáculo comparten dos características esenciales que se relacionan estrechamente con las formas de contratación prevalecientes en el *medio*. La primera es la falta de reconocimiento como trabajadores subordinados al servicio de un patrón, ya que habitualmente sus contratantes los consideran *cuentapropistas*, lo cual les excluye de los beneficios que proveen las leyes laborales. La segunda es

¹ Maestra en Estudios Laborales por la UAM-I.

la eventualidad en el trabajo, situación que promueve tanto el multi-empleo de los trabajadores, quienes buscan diversas estrategias de sobrevivencia para subsanar los periodos de inactividad, como la supresión de derechos laborales básicos por su carácter temporal.

Los trabajadores del espectáculo cuentan con algunas similitudes en su contratación, aunque es posible encontrar grandes variaciones no sólo entre los diferentes grupos laborales, sino también dentro de un mismo oficio o profesión. Las formas de contratación que se llevan a cabo en el *medio* son diversas, éstas van desde la contratación meramente verbal, pasando por el contrato como prestadores de servicios profesionales (*honorarios*), hasta la contratación por obra o tiempo determinado. La inexistencia de un contrato por escrito, la pobre especificación contractual de sus condiciones de trabajo y de sus jornadas laborales, así como ser parte de múltiples procesos de subcontratación, son condiciones que favorecen la precariedad laboral. En su mayoría carecen de prestaciones sociales que protejan a los trabajadores y a sus familias. El desarrollo de su trabajo se realiza bajo condiciones más o menos similares, donde las largas jornadas laborales son la constante que llegan a sobrepasar 12 horas, los horarios nocturnos o mixtos, el trabajo en diferentes estudios o locaciones en el exterior bajo las inclemencias del tiempo, con incertidumbre sobre los periodos correspondientes a la comida y a los descansos y, en general, con escasa higiene y seguridad en su trabajo.

El contexto laboral previamente referido, ha provocado un crecimiento significativo en la modificación de las legislaciones de diversos países, quienes tienen el objetivo de proteger a grupos de trabajadores *especiales*, cuyas condiciones laborales *sui generis* los colocan en situación de alta precariedad, como es el caso de los trabajadores del espectáculo quienes, como ya hemos mencionado previamente, cuentan con especificidades laborales que resulta apremiante regular para no caer en simulaciones laborales o, incluso, en situaciones de engaño o fraude en contra del trabajador. Si bien son pocas las investigaciones relacionadas con los trabajadores del medio artístico en Latinoamérica, existe una tendencia creciente sobre el estudio de diversas problemáticas que los involucran. Algunos de los temas abordados giran en torno a si pueden ser considerados trabajadores subordinados al servicio de un patrón, a la precariedad en sus condiciones de trabajo, a su derecho a la seguridad social, a la propiedad de los derechos de autor y a las propias legislaciones laborales que los contemplan.

La Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (Unesco) ha encabezado el desarrollo de una serie de estudios relativos a este grupo laboral. Ahí se ha establecido, como punto común de análisis, el seguimiento de las propuestas legales en torno a la regulación de los derechos sociales de los

artistas en Argentina, Brasil, Paraguay, Uruguay, Chile, Bolivia, España, Colombia, México, entre otros. Chile se encuentra a la cabeza en la procuración de derechos equitativos para estos trabajos *especiales*. Dentro del novedoso planteamiento de su Ley No. 19.889, podemos resaltar dos aspectos que la hacen particularmente importante para este colectivo. El primero radica en la modificación de aquellos elementos que maquillaban las características de dependencia laboral de los trabajadores. Al clarificar su situación como trabajadores dependientes, o subordinados, éstos pudieron acceder a los derechos sociales correspondientes a este tipo de trabajos, que antes del establecimiento de esta Ley se les negaban. El segundo aspecto lo hallamos en la extensión de su cobertura, ya que hace una enunciación exhaustiva de los trabajadores del espectáculo que tienen derecho a esta Ley, con lo que se procura no sólo incluir a cualquier expresión artística, también a cualquier actividad directamente ligada con ella, como lo es el personal técnico y los trabajadores relacionados con la producción del espectáculo (Vidal, 2002).

No todas las legislaciones han tenido el mismo desarrollo, ni contemplan las mismas características en relación con las condiciones de contratación y trabajo de este grupo laboral. En cuanto a la obligatoriedad contractual, Argentina beneficia al sector de los artistas-intérpretes, al hacer ineludible el establecimiento de un contrato ante el requerimiento de cualquiera de sus servicios. En cuanto a la figura de empleador, Perú dispone que cualquier persona física o moral, de nacionalidad indistinta, que contrate, organice o represente producciones artísticas, deberá asumir las responsabilidades derivadas de dicha contratación con calidad de empleador (Myers, 2002). Sobre los salarios mínimos, la Ley Laboral de Brasil protege a diversos trabajadores del espectáculo por medio de la instauración de sueldos mínimos, lo que incluye cualquier tipo de trabajo en el medio, por ejemplo, las bailarinas llamadas *estreppe*, a quienes se garantiza un salario base (Haltenhoff, 2002: 34-35). En cuanto a la estabilidad laboral, Francia se hace cargo de la intermitencia del trabajo, pues proporciona un subsidio por periodos de desocupación, el cual dependerá de algunos agentes como el tiempo laboral del trabajador (Sanabria, 2002: 257).

El caso mexicano

El caso de la Ley Federal del Trabajo (LFT) mexicana contempla un capítulo de *trabajos especiales* con 16 categorías, donde reconoce una serie de trabajos surgidos por la diversificación o especialización de actividades, incluidos el trabajo de los actores y de los músicos que no es posible limitar a la reglamentación ordinaria.

Artículo 304 de la LFT. “Las disposiciones de este capítulo se aplican a los trabajadores actores y a los músicos que actúen en teatros, cines, centros nocturnos o de variedades, circos, radio y televisión, salas de doblaje y grabación, o en cualquier otro local donde se transmita o fotografíe la imagen del actor o del músico o se transmita o quede grabada la voz o la música, cualquiera que sea el procedimiento que se use”.

Lo que podría considerarse como valioso de esta Ley, en relación con este grupo laboral, es que contempla los derechos y obligaciones de los *trabajadores especiales* dentro de una relación de naturaleza jurídica entre trabajadores y patrones, como cualquier otro tipo de trabajador subordinado. Su particularidad no se origina entonces, a partir de la naturaleza jurídica de la relación, sino en las características del propio trabajo, las cuales demandan normas definidas que regulen su actividad; por lo que esta Ley se enfoca en garantizarles a estos trabajadores *especiales* el mínimo de beneficios que deberían disfrutar, como son la garantía del salario, los gastos de transportación y el hospedaje, cuando se realice el trabajo en un lugar distinto a la residencia del trabajador, el uso de un camerino cómodo, higiénico y seguro, manteniéndose idénticos el resto de derechos contemplados por la LFT.

Debemos resaltar, pese a lo anterior, que dicha Ley es vaga y poco eficaz en varios sentidos. Primero, debido a que se abstiene de caracterizar al trabajo por su naturaleza, pues lo determina por el lugar donde se realiza (Breña, 2007: 367). Segundo, porque el trabajador no es definido apropiadamente ni hace una adecuada descripción de los trabajos que contempla; incluso, existen muchos trabajos innominados que no son reconocidos por esta Ley, haciendo de ellos una grave exclusión que facilita la producción y la reproducción de la precariedad laboral. Tercero, porque la mayoría de las relaciones laborales de este grupo de trabajadores se lleva a cabo fuera de la regulación de la LFT, ya que la mayoría de patrones los consideran como trabajadores independientes o por cuenta propia.

Asimismo, en el contexto mexicano, debemos considerar también a la falta de fiscalización y a las dificultades de acceso a la justicia, como componentes que facilitan la ineficacia en el incumplimiento de la Ley (Besunsán, 2007: 29). Finalmente, podemos establecer que la Ley Federal del Trabajo mexicana no representa ninguna aportación en cuanto a lo ya hecho por leyes de otros países, en la regulación de los trabajos *especiales*; nuestro país también requiere de leyes que le garanticen a este colectivo laboral una adecuada protección de sus derechos.

A partir de lo previamente expuesto, podemos inferir los orígenes de los diversos problemas de este grupo de trabajadores. Una de las principales causas de la precariedad laboral de los trabajadores del espectáculo radica en la exclusión que de su trabajo parecen hacer las diferentes legislaciones laborales. Tal imprecisión podría

ser coadyuvante en la simulación contractual, pues a pesar de que en la práctica existen rasgos distintivos de subordinación laboral, los patrones se escudan en la figura *cuentapropista* que *ex profeso* han creado de los trabajadores del espectáculo para evadir sus responsabilidades; pues, aparentemente, esta distinción les impediría reclamar los derechos que la Ley les confiere como trabajadores subordinados.

Existen numerosos oficios y profesiones que viven del medio del espectáculo, pero en ocasiones muchos de ellos son pocos conocidos y reconocidos. Otros, incluso, pueden no ser diferenciados fácilmente o traslaparse entre ellos, debido a la vaguedad de su especificación, o a la multifuncionalidad de su empleo. Estas indeterminaciones, o exclusiones, que se hacen de los trabajadores de acuerdo con la denominación de su profesión u oficio pueden provocar, entre otras cosas, que algunos de sus derechos se vean afectados, por ejemplo, ser considerados o no creadores, o artistas, afecta su posesión de los derechos de autor, pues en el primer caso la Ley protegería aún la utilización de su imagen.

La indefinición de su quehacer laboral puede también favorecer la precarización de este gremio, ya que en la mayoría de las leyes laborales no existen definiciones precisas sobre muchos de los oficios y profesiones que participan en el *medio*. Las asociaciones sindicales, por ejemplo de actores o extras, llegan a enunciarlas en sus documentos internos pero lo hacen vagamente, y en el caso de los contratos individuales de trabajo la mayoría no contempla descripciones, definiciones, cualificaciones, ni funciones específicas de los trabajadores. En suma, estas variantes provocan que las condiciones de trabajo y de contratación de este grupo laboral sean heterogéneas, de difícil vinculación y altamente precarizadas.

Televisa: ¿el mundo del espectáculo?

Dentro de un contexto de incumplimiento y de falta de fiscalización hacia las normas laborales en México, tendríamos que sumar el poder fáctico que muchas empresas han alcanzado, incluso dejando en duda la capacidad del Estado para regularlas. Un ejemplo claro de ello es el grupo Televisa quien tradicionalmente ha manteniendo una estrecha relación con el Estado, en particular, con el partido hegemónico por muchos años: el Partido Revolucionario Institucional (PRI), favoreciendo con este vínculo el empoderamiento de esta empresa.

Si bien, con la alternancia política se transformaron las relaciones entre Televisa y las estructuras del Estado bajo “un inestable pero nunca cancelado equilibrio entre el consorcio y el gobierno mexicano” (Trejo, 1995: 14); la transición del poder, ahora liderado por el Partido Acción Nacional (PAN), no representó ninguna modificación

medular. Por lo contrario, sin que el presente trabajo pretenda profundizar sobre los beneficios de esta relación, habrá que resaltar que durante este periodo se gestionó una de las modificaciones jurídicas más controversiales y con mayores beneficios para la industria en cuestión; la llamada “Ley Televisa” que promovía un conjunto de reformas a la Ley Federal de Telecomunicaciones y a la Ley Federal de Radio y Televisión con el objetivo de desregular al espectro digital de frecuencias, sin ninguna contraprestación para el Estado y resultando como único beneficiario el duopolio encabezado por Televisa y TV Azteca.

Ante una percepción de sociedad integrada por consumidores y no por ciudadanos, las estructuras del Estado han sido gradualmente desplazadas de su función rectora de la sociedad, lo que ha facilitado la cristalización del poder mediático como el mayor mediador tecnológico de las relaciones sociales (Esteinou y Alva de la Selva, 2009). A este fenómeno de desplazamiento que erige al poder mediático sobre las estructuras del Estado, se le conoce como *mediocracia* (Trejo, 2004).² Este fenómeno de involución que representa el ciudadano visto como simple consumidor y a los poderes mediáticos posicionados como ejecutores de macro-poderes, nos permite cuestionarnos análogamente, cómo afecta el empoderamiento de Televisa —dentro de este contexto de escasos límites— al mercado laboral de los trabajadores del espectáculo.

Actualmente, Televisa es reconocida como uno de los más importantes conglomerados de América Latina, y como la mayor productora de contenidos en español en el mundo. Cuenta con un abanico variado de productos televisivos entre los que se destacan sus noticieros, programas de deportes, entretenimiento y series. También tiene participación en otros medios de comunicación, aunque su internacionalización se la debe principalmente a la exportación de su producto estrella: las telenovelas (Televisa, 2010). En México, Televisa es el principal generador, directo o indirecto, de empleo para los trabajadores del espectáculo. Sin entrar en la discusión de las diferencias entre el sector de la cultura y del espectáculo, encontramos que gran parte de la producción cultural y del espectáculo se hace por medio del grupo Televisa. Su espectro no sólo abarca la televisión, sino también al teatro y al cine, lo cual origina una suerte de monopolio que les impide a los trabajadores contar con una gama de opciones viables de trabajo.

² Entendida como la imposición de la hegemonía de los medios de comunicación privados, quiénes se posicionan como macro-poderes, con límites, controles legales y contrapesos sociales débiles, que facilitaron su imposición al resto de la sociedad, posicionándolos sobre el poder político y sus instituciones.

En el caso de las producciones teatrales, Televisa se caracteriza por mantener en sus repartos —casi exclusivamente— talento artístico con una imagen consolidada por medio de su aparición en las telenovelas. El teatro en México es un sector débil que de manera comercial, en el sentido de su autoreproducción, a penas sobrevive gracias a los medios de la comunicación, principalmente a través de la Televisión. Para actrices como María Rojo: “el teatro ya de por sí está en un estado de defunción, si no se anunciara en la televisión, lo enterraríamos totalmente; es un gremio que sigue perteneciendo casi a Televisa” (Rojo, 2010). Y es que gran parte del teatro en México se hace a partir de los personajes creados por la Televisión, de los actores que se reconocen por medio del prestigio que le conceden las pantallas por lo que, para algunos actores, este mercado se maneja en “el sentido de la publicidad, se contrata por fachada y no por talento” (Angélica, 2009).

Las producciones que Televisa pone en escena, generalmente, son productos probados y en muchos casos “refritos” de las carteleras estadounidenses; incluso, con la capacidad de durar años en cartelera. Lo mismo ocurre en provincia, sólo que las producciones llegan a las diferentes regiones del país en menor medida y por plazos más cortos. Por tanto, existe una oferta mucho más pobre cuyos productos, generalmente, son importados de la ciudad de México, lo cual relega la producción y el trabajo local. Asimismo, en muchos de estos lugares, la gente espera ver en el teatro a sus personajes favoritos de la televisión, lo que deja en desventaja al teatro profesional que no cuenta con estrellas de la farándula, sino con trabajadores que pretenden acercar su trabajo de manera digna a otras ciudades del país.

En cuanto al cine nacional se refiere, éste presenta algunas semejanzas con la trayectoria y la situación actual del teatro en México. Su historia ha presentado una serie de altibajos que van desde un estado de sobreproteccionismo estatal hasta el de su indefensión total. En ambos casos el PRI, el partido entonces en el poder, procuró mantener un importante nivel de producción, autogenerando por medio de la *compra* de intelectuales una crítica *saludable* e incluso, un discurso *antigubernamental* pagado por el propio Estado. Lo cual impidió el óptimo florecimiento de un mercado diverso, reprimiendo el desarrollo de productos críticos, que integraran un proyecto cultural coherente a largo plazo, que en la mayor parte de Latinoamérica surgieron bajo la figura de grupos *independientes* (Bert, 2010).

La etapa de sobreprotección³ culminó totalmente con las pretensiones de modernidad del gobierno neoliberal del presidente Carlos Salinas de Gortari. Con la firma del Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN), aparentemente, se

³ Que quizá deberíamos renombrar como de *sobre-control* porque, en realidad, poco hubo de protección a la industria durante el gobierno priísta.

lograría que las producciones filmicas se vieran favorecidas por medio de coproducciones internacionales, lo que incentivaría tanto al empleo como a la economía nacionales. Sin embargo, el TLCAN desde sus inicios fue concebido con condiciones inequitativas entre los tres países integrantes, lo que arrojó, como resultado final, cláusulas subordinadas a los intereses de los otros dos países, donde Hollywood desplazaría vertiginosamente al cine mexicano (Saavedra, 2007).

A pesar del panorama previamente descrito, para Televisa las decisiones del gobierno priístas no fueron asunto de debate, al menos no las concernientes al Tratado de Libre Comercio. Como buenos socios de negocios, la empresa apoyó la firma del TLCAN sin cuestionar públicamente las disposiciones de este gobierno, lo cual podría atribuirse a que dicho tratado no representaba una amenaza real para las operaciones de Televisa (Gómez, 2004 y Sánchez, 1994).

Las nuevas normas generadas por esta relación constriñeron el mercado laboral, lo cual sí representaría una amenaza para los trabajadores del espectáculo, en cuanto a la continuidad y reproducción de su trabajo. La actriz y senadora María Rojo considera que parte de las consecuencias que representó la firma del TLCAN para la industria, es la mayor precarización del sector laboral. Un ejemplo de ello es la situación de los actores en México, a quienes no se les garantizan los mismos derechos que a sus pares en otros países.⁴ Sin embargo, cuando las recién estrenadas estructuras del gobierno se han mostrado dispuestas a legislar al respecto, se han topado con los candados impuestos por el tratado, en donde pareciera que Estados Unidos dicta los quehaceres del cine mexicano. Asimismo, para esta senadora difícilmente podrían revertirse las condiciones del TLCAN en cuanto a las industrias culturales se refiere, ya que el cine podría ser considerado *pecata minuta* dentro de un contexto más amplio de necesidades, como podría ser el sector del campo (Rojo, 2010).

La reforma a la Ley del Impuesto sobre la Renta en su Artículo 226 —que fue promovida por María Rojo— tuvo como objetivo principal fomentar la producción del cine mexicano por medio de un estímulo fiscal, dirigido a aquellos contribuyentes que invirtieran en proyectos cinematográficos nacionales, dentro del territorio mexicano:

El fomento a la actividad productiva, como la producción cinematográfica, requiere de apoyos como los que otorga el estímulo fiscal del artículo 226 de la Ley del Impuesto Sobre la Renta. Con esta Ley se establece un sistema en el cual el contribuyente y el

⁴ Una muestra de la falta de derechos equitativos, es el pago de regalías a los actores de cine por repetición, ya que en México a diferencia de Estados Unidos, en este rubro los actores no reciben pago alguno por la explotación de su imagen.

Gobierno Federal a través del Instituto Mexicano de Cinematografía tengan la posibilidad de que una parte del impuesto que se le carga al ciudadano pueda ser asignado a los cineastas a fin de fomentar el desarrollo y la competencia. No se trata de un crédito a favor del contribuyente para que invierta en cine con la expectativa de obtener un beneficio, sino que simplemente, la Ley le permite destinar un porcentaje de su ISR al fomento e inversión en proyectos cinematográficos (Cámara de senadores, 2009).

Por medio de este estímulo fiscal se vivió una reactivación de la industria, pasando de una producción aproximada de siete a setenta películas producidas al año (Rojo, 2010); pese a ello, dicha reactivación no ocurrió de manera equilibrada, por lo que poco benefició al colectivo laboral. Los grandes poderes fácticos fueron los más beneficiados, ya que la mayor parte de las películas fueron monopolizadas por Televisa.⁵ Gran parte del cine comercial en México depende directa o indirectamente de Televisa y, en general, basa su éxito en sus vínculos con los medios de comunicación. Primordialmente, se basa en los estándares previamente establecidos por éstos, siguiendo las tendencias que la sociedad demanda. El uso de estereotipos, probados y ratificados, puede representar para los productores, y otras personas interesadas, una garantía de éxito en la generación de su producto. Asimismo, los medios de comunicación, principalmente la televisión, les proporcionan por un lado, la mayor parte del reconocido talento artístico y, por el otro, les proporciona presencia a estos productos dentro del segmento de mercado al cual van dirigidos.

Este *cine comercial* y “complaciente” basado en estereotipos, generado principalmente por Televisa, restringe el mercado a estándares basados en la “figura” y el *rating* (Saavedra, 2007: 14). Por lo que los trabajadores de la pantalla deberán cubrir estos estándares para ser parte del talento artístico de estas producciones. Adicionalmente, dependerán de la *lealtad* que le hayan externado a Televisa para poder ser seleccionados en sus repartos, debido a que los trabajadores “que se contratan con una televisora quedan impedidos de trabajar con alguna otra, o se les condiciona con qué empresas pueden trabajar” (Angélica, 2009). De tal manera que, bajo la amenaza de negación del trabajo, mejor conocido como *veto*, los trabajadores quedan impedidos para buscar libremente su sustento en otras empresas, siendo prácticamente excluidos del mercado laboral, ya que “dependen de Televisa, y si así lo quisiera ésta no

⁵ Recientemente, la senadora María Rojo presentó a la Cámara de Diputados la iniciativa de adición del Artículo LISR 226 con el objetivo de extender el estímulo fiscal del cine a las artes escénicas, disponible en <http://www.senado.gob.mx/index.php?ver=sp&mn=2&sm=2&id=5038&lg=61>; consultado el 31 de enero de 2009.

nada más dejarían de hacer televisión, sino que dejarían de hacer cine y teatro” (Rojo, 2010).

La contratación basada en criterios de selección como son los estereotipos y la muestra de lealtades, les restringirán a los trabajadores el acceso al mercado laboral en cualquiera de los tres ámbitos de la producción: el teatro, el cine y la televisión. Aunque pareciera que las circunstancias antes descritas respecto del cine y el teatro, se agudizan en el ámbito de la televisión.

Como ya establecimos previamente, tradicionalmente las telenovelas han sido el producto principal de Televisa, el cual la ha posicionado como líder en el mercado nacional y como el segundo conglomerado más importante de la industria en América Latina (Televisa, 2010). Sin embargo, a la entrada de TV Azteca al mercado, Televisa tuvo que compartir el *rating* televisivo que por años había monopolizando. La distribución de la preferencia del público pareció ser poco alentadora en sus inicios para Televisa, ya que favoreció a TV Azteca con 33% de la audiencia nacional en sólo cuatro años de operaciones; si bien éste fue el mayor crecimiento de *rating* presentado por TV Azteca, terminó por establecerse con 31% de la audiencia (Gómez, 2004).

En sus inicios TV Azteca no produjo telenovelas, su estrategia fue la compra de productos ya elaborados y probados en otros países, pero pronto advirtió la importancia de este género para las utilidades de su negocio. Al no contar con experiencia en este género televisivo, esta empresa se asoció con la productora independiente Argos; unión que le valió a TV Azteca establecer un nuevo paradigma de las telenovelas mexicanas, ya que por medio de la producción de historias innovadoras, alcanzó tanto los mayores éxitos, como los máximos niveles de audiencia vividos hasta ese momento por la empresa. Después de siete telenovelas llevadas a la pantalla, las diferencias entre TV Azteca y Argos se hicieron presentes, situación que terminó en la disolución de la sociedad. Lo cual sucedió, convenientemente para TV Azteca, cuando ya había obtenido el *know how* de la producción de telenovelas, por lo que de manera autónoma se lanzó a realizar sus propias producciones (Hernández y Orozco, 2007; Gómez, 2004).

Para los trabajadores del espectáculo la producción de telenovelas representa la principal fuente de empleo, en lo que a la televisión se refiere. Aparentemente, el nivel de producción televisiva les permitiría a los trabajadores del espectáculo el acceso a un número mayor de empleos pero en día a día esto no sucede así. Si bien la televisión requiere de trabajadores del espectáculo de manera constante, el mercado de trabajo se encuentra altamente restringido. Aun cuando TV Azteca también ha mantenido una producción competitiva, su participación no es mayoritaria, lo que deja a Televisa como el mayor contratante de talento artístico en la televisión mexicana.

La competencia entre ambas televisoras por el rating ha provocado un fuerte robo de talento artístico, con la finalidad de que la *figura* actoral atraiga un mayor número de audiencia para la producción en turno. Lo que por mucho tiempo ha desatado fuertes represalias para los trabajadores del medio, en caso de que éstos no le guarden *lealtad* a la televisora con la que laboran. Por medio del *veto* los trabajadores quedan impedidos a mantener cualquier vínculo con la competencia, aun cuando no tengan contrato de exclusividad, por lo que están condicionados a trabajar exclusivamente para una empresa.

Ambas televisoras mantienen altos estándares de contratación basados en estereotipos, limitándole aún más al trabajador la obtención del empleo. Incluso, en el caso de los actores, estas dos televisoras han implementado un procedimiento eficaz de contratación basado en la generación de su propio talento por medio del establecimiento de escuelas de actuación. De tal forma que garantizan obtener el personal que requieren, con las características que consideran necesarias para su éxito, asegurándose de generar también *lealtades* y relaciones laborales al plazo que la empresa juzgue convenientes.

Nuestras relaciones de largo plazo con nuestro talento y anunciantes han favorecido la producción el contenido innovador y de alta calidad que atrae grandes audiencias. Nuestra relación con la mayoría de los artistas de nuestros programas comienza con su incorporación en nuestra escuela de actuación, Centro de Educación Artística (CEA), cuyos instructores se encuentran entre los mejores actores y maestros de la televisión mexicana. Más allá de aparecer en nuestros programas, estas personalidades contribuyen al contenido que se transmite en otras plataformas de medios, tales como revistas y sitios web. Además, retenemos a los actores, directores y productores más exitosos mediante atractivos y exclusivos acuerdos (Televisa, 2010).

Los contratos de exclusividad tienen una doble función. Por un lado, le permiten a la empresa mantener en sus filas al talento que consideran les dará mayor audiencia en un tiempo estimado. Y, por el otro, le garantizan al trabajador, generalmente actor o actriz, la obtención de ingresos onerosos que le permitan su subsistencia sin tener que recurrir a otro medio de trabajo. Sin embargo, estas exclusividades representan la minoría en una oferta laboral amplia, que no sólo abarca actores de renombre, sino también a otros trabajadores como los actores secundarios o los extras; trabajadores que no cuentan con estas opciones onerosas de contratación exclusiva, pero que sí tienen que cumplir con la lealtad a la empresa, trabajando exclusivamente para ella bajo la premisa de preservar su fuente de trabajo.

Para los trabajadores del espectáculo, en el caso particular de Televisa, la sindicalización también puede ser considerada otra restricción en el acceso al trabajo. Los

actores y extras que laboran en dicha empresa, tradicionalmente han sido personal sindicalizado —aunque en últimas fechas esta tendencia ha cambiado por la marcada contratación de talento artístico por medio de agencias de subcontratación—; los actores a través de la Asociación Nacional de Actores (ANDA) y, los extras por medio del Sindicato Industrial de Trabajadores y Artistas de Televisión y Radio, Similares y Conexos de la República Mexicana (SITATYR). Ambos sindicatos con gran acercamiento a Televisa y que pocas veces han luchado por un beneficio del gremio al que representan, lo que les ha llevado a ser considerados como sindicatos subordinados a los intereses de la empresa.

La estrecha cercanía de estos sindicatos con Televisa y algunas estructuras del Estado, representan en muchas ocasiones un candado de acceso para los trabajadores, ya que la lealtad —de la que hemos hablado previamente— no sólo tiene que ser expresada hacia Televisa, sino también hacia todos sus “tentáculos”. Los trabajadores requieren de redes sociales fuertemente vinculadas con los líderes sindicales para obtener suficientes oportunidades laborales, ya que la posibilidad de establecer una sana relación con el sindicato puede permitirles, o no, el acceso al trabajo, o a mejores condiciones laborales.

La promoción del empleo y la búsqueda de beneficios laborales, no se vislumbran como posibles preocupaciones para estos sindicatos; poco a poco los líderes sindicales han permitido que los beneficios logrados en el pasado, tanto por los gremios de actores como de extras, se estén diluyendo y sólo beneficien a un grupo cerrado de trabajadores, favorecidos por la gracia de Televisa y de sus sindicatos. Gradualmente el debilitamiento de estos sindicatos se ha hecho tangible, debido a la aguda pérdida de puestos antes garantizados para el personal sindicalizado, con la resultante consecuencia de la disminución de sus agremiados.

Los reportes de Televisa sobre su personal muestran que, para finales de 2001, la empresa contaba con aproximadamente 13 700 empleados, de los cuales aproximadamente la mitad se encontraban sindicalizados y, para finales de 2008, Televisa contaba con 22 528 empleados de los cuales 35% aproximadamente se encontraban sindicalizados (Televisa, 2002 y 2009). Para algunos expertos, incluso, el poder de la empresa sobre la ANDA y el SITATYR ha llegado a tal grado, que éstos ya “no existirían, si Televisa así lo decidiera” (Rojo, 2010). Sin embargo, los líderes sindicales poco parecen interesarse por el aparente desahucio de sus asociaciones. Más allá de establecerse como prioridad la reversión de este escenario, los secretarios generales muestran estar más preocupados en sus intereses personales, buscando onerosos contratos de televisión o cargos políticos.

En los últimos años la ANDA ha protagonizado diversos escándalos respecto a sus dirigencias y sus aparentes prácticas corruptas. Se ha hablado de malos manejos, de

desviación de recursos, de preservar los intereses de Televisa, de venta de favores a sus agremiados, quienes en la mayoría de los casos buscan preservar el empleo o mejorar el estatus del mismo, etc. Durante las más recientes elecciones por la Secretaría General de la ANDA, el ex dirigente de la asociación y vocal del comité electoral, Julio Alemán, y la actriz María Rojo nos hablaron al respecto. Para el momento en que se realizaron estas entrevistas, se especulaba que la actriz Silvia Pinal, quién durante años se ha mostrado *leal* a Televisa, contendría para obtener el cargo de secretaria general de dicha asociación. Sin embargo, el señor Alemán nos externó sus dudas con respecto a que esto pudiera suceder ya que, según lo referido en los propios estatutos de la ANDA, la señora Pinal tendría que demostrar: 1) que la postulante no tenía la calidad de patrón al momento de presentar su candidatura; 2) que se encontraba al corriente de sus cuotas sindicales; y 3) que había asistido a la convocatoria de las últimas asambleas. Requisitos que a simple vista, para el señor Alemán, la actriz no cumplía en al menos dos puntos exigidos por los estatutos, pues la señora Pinal no se había presentado en las últimas asambleas y además ostentaba la calidad de patrón, al ser empresaria teatral.

Silvia Pinal se encargó de desvanecer estos impedimentos con la ayuda de Televisa. Ésta le brindó todo su apoyo a la actriz para obtener la secretaría general, expidiéndole una carta donde le informaba a la ANDA que la señora Pinal no tenía la calidad de patrón. Sobre el otro punto, gracias a un justificante médico, la actriz subsanó lo referente a su inasistencia en las últimas asambleas alegando enfermedad. En la opinión de la actriz María Rojo, Julio Alemán tenía el poder de impugnar la información presentada por Silvia Pinal: “Julio Alemán debió haberse declarado incompetente, porque si el estatuto dice que (Silvia Pinal) no puede ser empresaria, no debió de haber aceptado la carta de Televisa, pero él está guardando su exclusividad” (Rojo, 2010).

La decisión de Julio Alemán de avalar las órdenes de Televisa para que ésta resguardase sus intereses representados por la actriz Silvia Pinal, aparentemente protegió el estatus laboral de este actor. Primero, a través de preservar su exclusividad y conservar su continuidad en el trabajo; y, segundo, por medio del aumento, en cantidad y categoría, del trabajo que realiza. Poco después de haber aceptado la candidatura de la señora Pinal, se dio a conocer que el actor Julio Alemán tendría una participación estelar en la telenovela de Televisa *Soy tu dueña* protagonizando la pareja madura de la historia a lado de Silvia Pinal. Lo anterior expuesto es un ejemplo que nos permite observar cómo el sindicato puede fungir para los trabajadores como facilitador, u obstructor, en la obtención de empleo, dependiendo de las lealtades demostradas a la ANDA y, por consiguiente, a Televisa.

El empoderamiento de Televisa ha permitido que el “mundo del espectáculo”, del cual los actores sólo representan una parte, sea prácticamente monopolizado por la empresa, quien confina drásticamente las oportunidades del *mundo laboral*. Los criterios de asignación de puestos no se basan en las cualificaciones de los trabajadores, sino que se restringen al cumplimiento de estereotipos y a la muestra de lealtades a la empresa y a sus “tentáculos”. Los sindicatos subordinados a Televisa, más allá de representar los intereses de sus agremiados, asumen el papel de facilitadores en la ejecución de las decisiones de la empresa. Estos sindicatos anteponen los intereses de Televisa a los del propio trabajador, por medio de prácticas corruptas y elementos de coacción, como la coerción para la obtención del empleo, o la amenaza para no perderlo. El caso del SITATYR, el sindicato que agremia a los extras de la televisión, es todavía más particular en cuanto a la amplificación de estas características. Para comprenderlo mejor revisaremos las características de este grupo laboral y abordaremos con más detalle al propio sindicato.

La ocupación de extra: la máxima precarización de los trabajadores del espectáculo

En México la ocupación de extra, como muchas otras, pareciera no ser relevante dentro de la recaudación de datos de las estructuras gubernamentales. Los datos estadísticos de este gremio son prácticamente nulos, por lo que no contamos con información oficial sobre el mismo. Sin embargo, diversas fuentes refieren una población flotante de aproximadamente 15 mil extras, los cuales se ofertan principalmente por medio de los sindicatos del gremio y de las llamadas agencias de extras y *castings*.

La mayor parte del trabajo del extra, como la de su colectivo laboral, se ubica en la ciudad de México. Aunque en ocasiones es requisito de las empresas grabar, o filmar,⁶ al interior de la República, las producciones corren la voz de que se van a necesitar extras en determinada localidad para ahorrarse los gastos de transportación y hospedaje de los trabajadores. De esta manera, los extras de la ciudad de México absorben estos costos, al desplazarse y hospedarse por sus propios medios a otras localidades, con la esperanza de obtener empleo pero con muy pocas garantías. En el caso del contrato colectivo de trabajo entre Televisa y el SITATYR, aparentemente se prevé esta situación y señala que cuando la empresa lleve a cabo controles remotos

⁶ La diferencia entre filmación y grabación se refiere al tipo de soporte utilizado, si es en formato de cine se le conoce como filmación y si es en formato de televisión se le conoce como grabación.

o locaciones fuera de la Ciudad: “Los gastos de transportación, hospedaje de primera, alimentación y todo lo necesario para que él o los trabajadores eventuales cubran sus necesidades, serán hechos por cuenta exclusiva de la empresa” (SITATYR, 2008).

Como ya hemos establecido previamente, esto en la práctica no ocurre así. Otro recurso de las producciones para ahorrarse estos costos es contratar a gente local, sin experiencia alguna, para que ambienten las escenas. Ese fue el caso de la telenovela *Soy tu dueña*, que convirtió a los habitantes de Nopala, Hidalgo, en extras de televisión.

Las diferentes producciones parecen no temerle a la posible escasez de extras, esto se debe principalmente a que aparentemente el trabajo del extra lo puede llevar a cabo cualquier persona, aun cuando no tenga una preparación previa. Al menos ése es el discurso de los encargados de su contratación. Incluso, uno de los representantes sindicales del SITATYR nos menciona que para ser extra: “no se requieren estudios, de hecho hay extras que no tienen ni la secundaria terminada, porque lo que desempeñan es como un complemento, en una grabación se ve al primer actor. Por ejemplo, en la telenovela *Sortilegio* el público va a ver a William Levy, no al que está atrás, pero forma parte del contenido, llena la escena” (Anónimo 5, 2010). En el caso de las agencias, el discurso de los jefes de reparto es similar al del sindicato, no consideran que estos trabajadores deban contar con alguna cualificación especial para ocupar el puesto de extra: “el único requisito que yo les pido es tener paciencia” (Toledo, 2010: 42), para soportar tanto la prolongada duración del *casting*, o prueba, y como de las jornadas de trabajo.

Cuadro 1. Comparación entre los “otros trabajos” y el trabajo del extra

<i>Los otros trabajos</i>	<i>El trabajo del extra</i>
No necesariamente asalariados.	Son considerados trabajadores eventuales a los que se les paga por medio del régimen conocido como honorarios.
Involucra a otros agentes que no necesariamente compran o venden fuerza de trabajo pero influyen en la forma de trabajar de otros, incluyendo clientes e instituciones laborales.	Diversos agentes se involucran durante el trabajo del extra, como sería el dueño de una cadena de farmacias que le ha comprado publicidad a Televisa. Aquí habría que diferenciar entre el cliente que es el que paga la publicidad y el usuario que consume el servicio, el espectador.
Prevé al sector de los servicios.	El trabajo del extra no se relaciona con el trabajo industrial o de manufactura.

Características	Contempla la presencia de la producción inmaterial y meramente de símbolos.	El trabajo del extra lo podemos considerar material no por el medio que le da soporte, sino por la producción de símbolos objetivados. Para su reproducción en la programación de la televisora, a través del formato de televisión (cinta, película, etc.); o, para su reproducción en venta directa al público, a través de diversos formatos como el DVD o el <i>Blue-Ray</i> , en donde el usuario decide el momento apropiado de reproducirlo. Aunque también en últimas fechas el usuario puede descargar la programación que desee por medio de Internet o Televisión <i>On Demand</i> .
	No es posible siempre separar el producto de las fases de producción, de la circulación y del consumo.	El trabajo de extra cuenta con la singularidad de no poder encontrar claramente la diferenciación entre la producción y la reproducción. Aunque es grabada en una locación, o un foro, la transmisión inicial de su trabajo puede suceder en cualquier momento en que la empresa lo decida, de acuerdo con las preferencias del cliente.
	Contempla aspectos objetivos pero también subjetivos como los emocionales, valorativos, estéticos y de razonamiento cotidianos.	La creación de un producto simbólico, generado por el trabajo de los extras, se alimenta de diversos referentes como los sentimientos, las imágenes, las experiencias previas, etcétera.
	La especificidad de cada trabajo no proviene del objeto sobre el que se interviene, ni de las actividades mismas que se realizan, ni del tipo de producto sino de la articulación del proceso de producir en estructuras sociales amplias con estructuras impregnadas de significados.	La especificidad de este trabajo no proviene exclusivamente de la actividad que se lleva a cabo, como el hecho de simular y ambientar una escena, sino de la interacción que tiene con los agentes involucrados en los procesos de producción en estructuras, como las de Televisa o del sindicato que no determinan pero si los afectan.

Fuente: elaboración propia con base en Enrique de la Garza (2008).

Requisitos de entrada

Entre los extras existe una gran heterogeneidad en cuanto a su nivel de estudios académicos, que van desde los estudios básicos hasta los universitarios. Los estu-

dios de actuación, previos a su ingreso en el oficio, no son comunes entre ellos. En su contexto laboral prácticamente nadie los considera actores y, al no ser apreciados como tales ni por sus contratantes, la formación actoral no representará un requisito de entrada para la obtención, ni la ejecución del trabajo como extra.

La profesionalización de este colectivo laboral ocurre en la práctica con la experiencia que proporciona el trabajo mismo y por su interés en destacar, más que por las producciones en mostrarle cómo hacer correctamente su trabajo. Éstas sólo se limitan a darles breves indicaciones a los extras en el momento de la grabación, sin que a ninguna de ellas, o de sus contratantes, incluidos los sindicatos, les interese ofrecerles capacitación. Ninguna de las partes contratantes parece reconocer que, por medio de la capacitación, sus trabajadores pudieran experimentar una mejora para la ejecución de su trabajo. Sin embargo, actrices como María Rojo han experimentado la necesidad de contar con un grupo profesional de extras, capaz de interpretar papeles *ad hoc* a las historias que se están filmando.

La carrera del extra es *profesionalizante*, incluso pueden echar a perder una película de no hacer bien su trabajo. Yo me acuerdo en la película *María de mi corazón*, en la que yo estaba (recluida) en un manicomio, se necesitaban una gran cantidad de extras y tuvieron que llamar a actores de la calidad de los que trabajan en la película; estaba Blanquita Sánchez, la hermana de Pepe Alonso, que era una gran actriz de teatro, y otros grandes actores que fueron llamados para hacer el trabajo de los extras. Yo creo que mientras más se profesionalicen, y si les interesa la actuación, pues lo ejemplos son variados, tanto en México como en todo el mundo, de que quién se interesa en la carrera de extra puede culminar en la carrera de actor (Rojo, 2010).

La opinión de María Rojo no es común en el medio, ya que la mayor parte de las personas que intervienen en el proceso contratación no consideran que se requiera de la especialización del extra. Contrariamente al discurso de sus contratantes, para los extras su trabajo no representa una labor de escasas cualificaciones, requiere tanto de capacidades, como de herramientas propias para el desarrollo de su actividad: “Nosotros estamos cumpliendo con un perfil, estamos cumpliendo además con un vestuario, estamos haciendo ante cámara [...] una compleja serie de actitudes que hay que llevar a cabo para que exploten nuestra imagen” (Anónimo 1, 2010).

Esta diferencia de interpretación se debe a que usualmente los trabajadores que ofertan su fuerza de trabajo definen sus cualificaciones de manera distinta a sus contratantes. Mientras los contratantes lo hacen a partir de “cualificaciones nominales”, es decir, exclusivamente desde el punto de vista de los requisitos del empleo; los trabajadores lo hacen a través de “cualificaciones efectivas”, es decir, a través de una

combinación de conocimientos, capacidades y experiencias presentes, previas, o potenciales (Riggby y Sanchís, 2006: 25).

La interpretación que este grupo laboral ha formulado sobre su trabajo, los ha llevado a concebirse como actores de segundo plano, con experiencia en producciones de cine, televisión y publicidad; con conocimientos sobre el lenguaje propio del medio y sobre el manejo corporal en escena; con la capacidad de seguir instrucciones específicas, de representar pequeñas acciones y diálogos; de mantener un vestuario variado para casi cualquier ocasión; pero sobre todo, con la capacidad altamente desarrollada de *resilencia*, entendida como un conjunto de habilidades con las cuales se puede enfrentar cualquier situación adversa.

Los requisitos del empleo, representados en las cualificaciones nominales, no son muchos. De hecho, son más cuestiones administrativas como documentación personal, recibos de pago y firma de cesión de derechos, que meras cualificaciones. Para que los extras sean contratados en una producción requieren ser aceptados previamente, ya sea por las agencias de extras y *castings*, por los sindicatos del medio, por las mismas producciones, o por los clientes de las producciones. Al menos uno de ellos tiene que avalar la contratación aunque, en ocasiones, son más de dos partes contratantes las que intervienen para autorizarla.

El proceso de selección puede iniciar de diferentes maneras, aunque dos de ellas son las más comunes. La primera es por medio de una convocatoria en la que se da a conocer un *casting* por diversos medios, pagados o de *word of mouth*. Como requisitos se les suelen pedir que cumplan con un perfil, o *estereotipo*, fotografías con características específicas, uno o varios cambios de vestuario, recibos de honorarios, y mucha disposición; lo anterior debido a que tendrán que participar en la selección, sin remuneración alguna, durante el tiempo y los *call backs*, o sucesivas rondas de eliminatorias, que los contratantes consideren necesarios.

La segunda forma de selección no comienza con una convocatoria abierta, sino con un filtro realizado por alguna de partes interesadas en la contratación, quienes previamente han conformado un *book* de extras, o catálogo, categorizados por estereotipos y con un rango dentro del tabulador de pagos. A diferencia del primer caso, la mayoría de los requisitos han sido cubiertos por los candidatos antes de que exista la oferta de trabajo; durante en un proceso de reclutamiento anticipado, los candidatos cubrieron los principales requisitos, entregaron fotografías, documentos personales y han sido dados de alta en la Secretaría de Hacienda conforme lo dispuesto por la parte contratante. Cabe destacar que esta antelación no exime a los trabajadores de presentar pruebas de selección subsecuentes, sin goce de sueldo, en donde se evaluará si cubren con el perfil solicitado, ratificando así su contratación.

En ambos casos, las condiciones de selección son precarias y de desventaja para los trabajadores. Los extras tienen que invertir largos periodos en los *castings*, que pueden durar más que una jornada laboral, y en los *call backs* que representan varias sesiones de eliminatorias, sin ninguna retribución monetaria o en especie:

En todo el mundo los *call backs* son pagados por los clientes para que los extras los cobren. Aquí, hay que regresar hasta tres días distintos sin que nos los paguen, ni nos den siquiera de comer [...] van eliminando gente y te van pidiendo que te *acerques* más al perfil. Por ejemplo, a mí me pidieron primero que me pintara el cabello de negro, y para la siguiente eliminatoria que me lo decolorara color zacate, al final ni me dieron el trabajo, ni me pagaron lo de mis tintes, ni la echada a perder de mi cabello (Anónimo 2, 2010).

La inversión de los extras postulantes no sólo es respecto al tiempo que dedica a las diferentes pruebas para obtener empleo, sino que también tiene que asumir los costos que representa no contar con ninguna actividad remunerada mientras se está dentro del proceso de selección. Adicionalmente, tendrá que invertir sus recursos económicos, sin ninguna garantía de recuperación, tanto en los estudios fotográficos, vestuario y caracterización, como en sus traslados y comidas.

Los procesos de reclutamiento y de selección de los extras tienden a ser más precarios que el de otros trabajadores del espectáculo. Aunque presenta muchas similitudes con el gremio de los actores, en cuanto a la propia convocatoria y selección de los aspirantes, las condiciones de abuso,⁷ engaño y fraude son agudizadas para el colectivo laboral de los extras. Los ejemplos de malas prácticas de los contratantes son muchos y muy variados, por lo que hemos decidido incluir aquellos que para los extras resultaron ser más representativos.

Uno de los principales problemas a los que se enfrentan los extras es, como profundizaremos más adelante, la cadena múltiple de subcontratación, la cual les impide a los trabajadores saber exactamente quién los está contratando. En su mayoría, los procesos de reclutamiento, selección y contratación en el medio corren a cargo de las agencias de contratación, quienes asumen estos procesos externalizados por las productoras con escasa supervisión legal. La fuerte competencia entre las diferentes agencias de contratación de extras por obtener contratos ventajosos, les exige mantener una rápida respuesta a la demanda de los diferentes productores y ganarse así su preferencia. Con la finalidad de ser competitivas, algunas agencias recurren a anticiparse a la demanda por medio de estrategias de proyección, manteniendo un

⁷ Llamamos abuso a lo que sale del rango de lo habitual, aunque no signifique que otras prácticas, como las antes señaladas, no lo sean.

proceso permanente de reclutamiento, que les permita generar un *stock* continuo de candidatos. Situación que es aprovechada por muchas empresas “fantasma”, que aparecen y desaparecen a conveniencia para engañar a los extras aspirantes, principalmente, a aquellos que nunca han tenido contacto con el *medio*.

Las *seudo-agencias* se juntan con gente del más bajo nivel, o que hasta han trabajado como extras, ponen líneas telefónicas, se anuncian en el periódico y arman su negocio. Cuando llega la gente que quiere ser extra, la pasan al estudio, le piden identificación con unos como guardaespaldas a lado y los intimidan, como que los presionan psicológicamente [...] les piden fotos profesionales, y ya cuando revisan las fotos que llevan los extras, les dicen que no sirven, que sólo aceptan las de su estudio, porque esas sí tienen calidad y que van a recuperar su inversión en su primer día de trabajo, y pues se las venden carísimas, como en más de cuatrocientos pesos. Pero la realidad es que nunca les llaman, o si les dan *chamba*, luego ni se las pagan porque se escapan (Anónimo 3, 2010).

Estas empresas se ubican en oficinas *hotel* que montan, desmontan y vuelven a montar tantas veces como pretendan timar a los extras. Trabajan de diferentes maneras, pero siguen algunos patrones comunes como, establecerse el tiempo justo para obtener sus objetivos, contar con muy pocos muebles en sus oficinas, cambiar sus números telefónicos constantemente, extorsionar a los aspirantes ofreciéndoles trabajo a cambio de alguna aportación económica, como la exigencia de realizarse sus estudios fotográficos en sus establecimientos a precios excesivos, muy pocas veces cumplen su promesa de empleo, pero cuando lo hacen, desaparecen antes de pagarles a los trabajadores. De esta manera, las agencias *hotel* aseguran sus ingresos por tres vías: 1) por lo recaudado por la venta de estudios fotográficos; 2) por el engaño hecho a los trabajadores al no pagarles por su trabajo; y 3) por lo que le cobran a los productores al externalizar los procesos de reclutamiento, selección y contratación de los trabajadores extras.

Otro caso de abuso en el proceso de reclutamiento, éste ocurre en *castings* sobre todo de producciones publicitarias, además de los requisitos generales, se les exige a los postulantes que se presenten con todo y el producto que se pretende promocionar, volviendo una exigencia la compra de este último. Así que, si el comercial que se va a filmar es sobre refrescos, todos los extras que quieran participar en la contienda por el trabajo, deberán presentarse con un refresco de determinadas características; con lo que la producción se ahorra la compra del producto promocional y le transfiere este gasto a los extras.

El caso de fraude en el trabajo del extra es más complejo, pero también se está volviendo una práctica común. Generalmente, éste se da en el proceso de trabajo mismo pero el engaño comienza desde los procesos de reclutamiento, selección y

contratación del personal. El reclutamiento se lleva a cabo de manera habitual y convocan a extras para cierta producción. La selección tampoco presenta algún matiz diferenciado, sigue las pautas de una selección de extras ordinaria. Incluso, la contratación tampoco sale de los estándares de los usos generalmente aplicados. El problema se hace presente cuando al trabajador, reclutado como extra, seleccionado como extra y contratado como extra, durante el proceso productivo le es forzado a realizar una actividad de diversa índole, inequívoca en sus condiciones de trabajo y, particularmente, en el rango de pago. Esta forma de abuso, tiene sus raíces en la indefinición de quiénes conforman el gremio de los extras, en la falta de especificidad en la concepción de su actividad y en la casi nula regulación de su trabajo. En muchas ocasiones los extras son obligados a tomar el papel de modelos o actores principales sin que se les pague por este trabajo, ni se les considere el pago de regalías; esto debido a que a los extras, por definición, se les excluye tácitamente de la protección que les ofrece la Ley Federal de Derechos de Autor a otros trabajadores, como los modelos y actores antes referidos. Por lo anterior, resulta necesario conocer un poco más sobre el perfil de los extras y del tipo de trabajo que desempeñan.

Perfil del extra

Como ya hemos planteado previamente, uno de los principales problemas de los trabajadores del espectáculo es la indefinición de su trabajo. En el caso de los extras, en México no sólo no se cuenta con una definición precisa de lo que significa el trabajo del extra, sino que la interpretación de su quehacer laboral es diversa. Actualmente, únicamente hallamos una definición de los extras en el reglamento interno de trabajo del SITATYR, el cual los define como: “aquella persona que participa en una película, representación teatral, espectáculo o grabación televisiva sin texto alguno, sólo para ambientar la escena” (SITATYR, 2006).

Una definición tan imprecisa como ésta facilita la mala interpretación de su trabajo, ya que no parece ser suficiente para clarificar su labor, no define a detalle las funciones de estos trabajadores para que, en un momento dado, pudieran exigir sus derechos o, simplemente, pudieran ver reflejado su trabajo en un tabulador, situándose en un rango de pago. Además, es necesario considerar que los extras cuentan con un alto grado de flexibilidad funcional, el cual es promovido principalmente por sus empleadores, al exigirles que realicen diversas tareas que lo colocarían más en el contexto del trabajo de la actuación o del modelaje.

En otras partes del mundo, existen definiciones del trabajo del extra más completas y detalladas. Éste es el caso de Estados Unidos, en donde se les reconoce a los

extras como intérpretes, actores de segundo plano, que generalmente no cuentan con una participación hablada, cantada o bailada, y que se encuentran situados en el fondo de la escena con la finalidad de ambientarla. Bajo esta definición los extras igual pueden participar en una película, en programa de televisión, en teatro, en un musical, o en producciones de ballet y ópera. Los extras son conocidos bajo diferentes nombres, de acuerdo al tipo de representación en la que participen, por ejemplo en el cine los extras son llamados *background action*, *background performers*, o simplemente *background* o actores de segundo plano. En el teatro, los extras son conocidos como *supernumeraries* o comparsas. En televisión son llamados *supporting actors* o actores de soporte. En ópera y ballet son conocidos como extras o *supers*.

Ante la deficiencia de una definición apropiada para su trabajo, el jefe de reparto del Sindicato de Trabajadores Técnicos y Manuales (STM), ha desarrollado su propia concepción, misma que nos comparte: “El extra es una persona que se adiciona a las producciones para darle más realismo a lo que se pretende en la historia. Es un actor secundario que se necesita para darle realce a cada tipo producción televisiva, de promoción o publicidad, de cine, etcétera. Los extras se componen en diferentes especialidades, los básicos:

- Extra simple. Es el extra que sirve de fondo, forma parte de la escenografía.
- Extra co-participante. Participa más con los actores, puede llegar a hacer desde un *bit*, que es una acción directa o indirecta con los actores principales.
- Extra *bit* de acción. Éste ejecuta una acción directa con los actores principales.
- Extra *bit* hablado. Además de hacer la acción, tiene algún diálogo, cuando éste es menor a seis palabras se considera nada más como un *bit*, cuando es mayor a seis palabras se le considera un actor que está personificando una tercera en escena.

Y los más especializados:

- *Stunt*. Hombre o mujer llamados *de piedra*, que hacen acciones de peligro y suplen a los actores para que éstos no se lastimen.
- *Standing*. Sirve para hacer la medición de luz de cámara del actor principal. Se requiere que tenga la misma altura y complexión que el actor principal.
- Doble. Es el doble fotográfico del actor para las escenas en las que el actor se ve sólo un instante, generalmente, se ve de espaldas o de perfil” (Palacios, 2010).

Esta detallada definición nos muestra que el campo de acción de los extras es bastante amplio y que su labor no se debe acotar a una enunciación que lo encajone

y no le permita transmitir las características propias de su trabajo. Es necesario cambiar la visión que se tiene de esta labor, la cual ha sido desvalorizada por sus contratantes al considerarla como un trabajo no calificado. Sin embargo, ésta no es una tarea fácil ya que las diferentes partes involucradas en la contratación de los extras se benefician del poco valor que se les concede a su trabajo. El pago de un trabajo no calificado les permite abaratar sus costos y maximizar sus ganancias, lo que no ocurriría de considerarlo un gremio especializado.

Múltiple cadena de subcontratación

Los sindicatos

El principal sindicato de actores en México, la ANDA, no agremia a los extras ni los reconoce como actores. Sin embargo, una de las razones por las que los extras se consideran a sí mismos actores de segundo plano es porque, en la práctica, este gremio es empleado frecuentemente para realizar pequeños papeles como actores, aunque no son pagados conforme al tabulador de estos últimos, debido a que entre los tabuladores de ambos gremios existe un gran margen de diferencia.

“Los extras podrían ser una rama de la ANDA, como la rama del doblaje, pero primero tendrían que conocer la realidad de la ANDA, antes de darles expectativas [...] no es alentador, verdadero, porque ¿qué les van a dar? Nada. Si para el actor no nos tienen nada, qué van a tener para el propio extra” (Rojo, 2010). La ANDA no se muestra preocupada porque estos pequeños papeles no sean procurados para su gremio. En general, a los diferentes sindicatos que agremian a los actores y extras, parece no interesarles el traslape de actividades y de coberturas entre éstos. En contraste, dichos sindicatos establecen arreglos entre ellos y las producciones para que los extras realicen algunos papeles que meramente les corresponden a los actores con la intención de ahorrarse costos: “Los extras podemos tener líneas habladas sin que se nos pague el tabulador del actor, si hay algún diálogo con *chícharo*⁸ y micrófono se nos paga setenta pesos extra, más nuestro tabulador, pero no se compara con el tabulador del actor”(Anónimo 1, 2010).

La valoración de la importancia del trabajo del extra, en otras partes del mundo, ha llevado a que algunos de los sindicatos de actores los agremien, optando por dejar

⁸ Nombre que recibe el apuntador que usan los actores y que les sirve para repetir el diálogo que se les cita.

de llamarles extras. Tal es el caso de la Screen Actors Guild (SAG), quienes para agremiar a los extras decidieron reconocerlos como *background actor* (actor de segundo plano) o de ambientación. Las principales producciones televisivas y cinematográficas en Estados Unidos caen en la jurisdicción de la SAG o de la American Federation of Television and Radio Artists (AFTRA) quienes los protegen y les garantizan las mismas condiciones de trabajo que a los actores con roles hablados.⁹

En México, diferentes sindicatos han agremiado a los trabajadores extras aunque, por regla general, estos sindicatos son de difícil acceso y sólo se puede ingresar con calidad de eventual. En el caso de los extras de cine, éstos tradicionalmente han conformado parte del Sindicato de Trabajadores, Técnicos y Manuales, de Estudios y Laboratorios, de la Producción Cinematográfica, Similares, y Conexos, de la República Mexicana (STM); y del Sindicato de Trabajadores de la Industria Cinematográfica (STIC), que ya no agremia extras. En el caso de los extras de la televisión, el sindicato que los agremia es el Sindicato Industrial de Trabajadores y Artistas de Televisión y Radio, Similares y Conexos de la República Mexicana (SITATYR).

En la actualidad, el SITATYR cuenta con una población flotante de ochocientos extras agremiados aproximadamente, según propias declaraciones. Mientras el STM, refiere contar en su rama con 35 extras bajo la categoría de eventuales, considerados como de base, y una población transitoria de 2 mil extras flotantes. El STIC, por su parte, ya no agremia a más extras en la práctica.

El SITATYR es el sindicato más representativo de los extras, no sólo por número de agremiados sino también por volumen y frecuencia en la que ofrecen trabajo. Hoy por hoy, está presente en todo el país con un total de 39 secciones, integradas por:

Los trabajadores y artistas que efectúan cualquier labor dentro de la industria de la radio y la televisión, audio y video en todas sus formas, televisión por cable, cine, teatro, doblaje, televisión restringida, transmisión bidireccional de datos en todas sus formas, redes públicas de telecomunicaciones, producción de programas y contenidos para las diferentes ramas de la industria, medios de comunicación e información impresa o grabada. Así como en cualquier otra actividad inherente que el avance técnico industrial esté generando o en el futuro se genere en el área de las comunicaciones o empresas que lleven a cabo labores similares (SITATYR, 2005).¹⁰

⁹ Entre 1946 y 1992, los extras del cine y la televisión fueron representados por la Screen Extras Guild (SEG), la cual fue disuelta y reincorporada dentro de la Screen Actors Guild (SAG) en 1992 (SAG, 2009).

¹⁰ En la última actualización de los registros de la Secretaría de Trabajo y Previsión Social, con fecha de 5 de marzo de 2007, se señala como su secretario general al profesor Patricio Flores Sandoval y en su toma de nota un registro de 10 791 miembros, con una vigencia del comité ejecutivo con fecha 1 de febrero de 2011.

El SITATYR se constituyó como el primer sindicato de trabajadores de la televisión en México. Se desarrolló paralelamente a la conformación del grupo Televisa bajo una estructura de sindicato corporativo que, en su trayectoria, se ha modificado conforme a los intereses de esta empresa.¹¹ Las diferentes secciones que lo conforman han sido constituidas de acuerdo con los requerimientos de Televisa, desarrollando características propias que, en su conjunto, lo revelan como un sindicato *sui generis*. El caso de la Sección 11, que agremia a los extras, es paradigmático en ese sentido.

Los extras se constituyeron propiamente como sección a principios de 2005, ya que previamente se integraban en una delegación, conformando la Sección 11 dentro del sindicato. Con el establecimiento de dicha sección, que los contempla exclusivamente como trabajadores eventuales, se pretendió regular las condiciones mínimas laborales de los extras, inscribiéndolas en su contrato colectivo de trabajo, el cuál contempla:

- El pago por tabulador. Aunque no establece una diferenciación precisa entre los tipos de extras que contempla, lo cual dificulta el cobro justo de su trabajo, dando lugar a interpretaciones que facilitan la defraudación del extra en su pago.
- Una jornada laboral máxima de ocho horas.
- El pago de horas extras.
- Transporte. Cuando las grabaciones se llevan a cabo fuera del foro el contrato colectivo de trabajo contempla el transporte para los extras, en foro o locación. Asimismo, la empresa se compromete a proporcionarles a los extras que laboren después de las 23:10 horas los vehículos necesarios para transportar a estaciones del metro y después de las 24 horas hasta su domicilio.
- Servicio médico. En el contrato colectivo de trabajo sólo hace mención de la responsabilidad del patrón ante enfermedades y accidentes de trabajo que ocurran mientras el trabajador eventual esté prestando sus servicios. En caso de no tener servicio médico cercano, la empresa se compromete a hacerse cargo del transporte, atención médica, medicina y hospitalización del trabajador, siempre y cuando, el accidente no sea producto de una enfermedad preexistente o congénita. La obligatoriedad del patrón es una tanto subjetiva

¹¹ La estrecha relación entre Televisa y el SITATYR, ha llevado a que se le califique como un sindicato blanco al servicio de esta empresa. Pero esta apreciación no es totalmente acertada. Incluso cuando pudiera considerarse un sindicato blanco por su sumisión a la empresa, su articulación orgánica a la estructura del sindicalismo oficial y su ideología, sentada en el discurso del nacionalismo revolucionario, lo acercan más al sindicalismo corporativo.

debido a que las enfermedades preexistentes pueden ser producto de un accidente ocurrido en otro día de trabajo; lo mismo ocurre con las secuelas, su apreciación es muy vaga y de difícil cumplimiento ya que, para los extras, será en extremo complicada su comprobación.

- La asignación de un tiempo para los alimentos y los alimentos mismos. El tipo de comida, los tiempos y lugares establecidos para la misma, son de las mayores inconformidades de los extras. Según sus declaraciones, esto se debe a que en primer lugar, con excepción de las cafeterías instaladas en Televisa, la comida es muy poca y de muy mala calidad, muchas veces se las entregan en cajas, conocida por ellos como las *cajitas infelices*.¹² También refieren haber tenido desde problemas intestinales simples hasta intoxicaciones por la comida en mal estado. En segundo lugar, refieren que los horarios de comida no se encuentran establecidos ya que dependen del tiempo de la producción y es común esperar largos periodos para recibir sus alimentos. En tercer lugar, una vez que se hace el corte para comida los últimos que comen son los extras y, en muchas ocasiones, tienen que comer los sobrantes de la comida o comida diferenciada para los extras. En cuarto lugar, los extras no cuentan con un lugar apropiado para comer por lo que toman sus alimentos en el piso, sobre las banquetas o en donde no le “estorben” a la producción.
- La preferencia en la asignación de trabajo al personal agremiado. Aunque esta situación la mayor parte del tiempo es simulada, pues el sindicato promueve abiertamente las prácticas de contratación de personal no agremiado al SITATYR, como veremos más adelante.
- El uso de camerinos. Los extras refieren que, cuando se graba en foros, sólo se les asigna un espacio limitado para cambiarse de vestuario, generalmente un baño en el que tienen que cambiarse muchas personas a la vez sin que cuenten con un lugar para dejar sus pertenencias. Cuando se trata de grabaciones en locaciones tampoco se les asignan camerinos, sino que los extras tienen que utilizar los baños de diferentes lugares públicos para cambiarse, o bien, utilizar las letrinas portátiles en donde el espacio es demasiado reducido para ponerse el vestuario: “muchas veces no hay ni dónde cambiarse de ropa, anteriormente se designaban dos o tres camiones de vestuario, ahora muchas veces tenemos que cambiarnos al aire libre y nos dicen: ‘vete atrás de esos camiones y cámbiate ahí’, lo mismo para mujeres y hombres” (Anónimo 4, 2010).

¹² En clara referencia a las *cajitas felices* de McDonald’s.

La conformación de la Sección y la celebración de su contrato colectivo de trabajo, parecen no haber sido suficientes para garantizarles a los extras agremiados los mínimos necesarios para desarrollar su trabajo de manera decorosa, ni para garantizarles el trabajo suficiente para su sobrevivencia. La mayor parte de los agremiados a esta Sección son gente adulta que se apoya en la economía familiares para su sustento. Dentro de sus estrategias de sobrevivencia encontramos la ayuda de los padres en el caso de los extras más jóvenes, y el apoyo de los hijos en el caso de los extras de edad más avanzada. Los extras también obtienen recursos económicos complementarios por medio de la venta de diversos productos, los oficios varios y la gestoría.

Actualmente, la sección se conforma de un gremio heterogéneo de trabajadores. La mayoría de ellos son personal flotante que por diversas causas —como la imposibilidad de obtener el trabajo y los ingresos suficientes para su manutención— no se mantienen constantes en su dedicación al medio:

En la sección tenemos principalmente gente de 40 y hasta 70 y tantos años, cerca de los 80 [...] aunque también tenemos niños, obviamente apoyados por sus padres o tutores, jóvenes y adultos. Pero ahorita, nuestra población mayor de 40 ó 50 años tienen menos llamados, por eso no estamos aceptando gente (de nuevo ingreso) de mayor edad, porque les quitarían la oportunidad a personas que ya llevan años trabajando con nosotros (Anónimo 5, 2010).

El proceso de reclutamiento, selección y contratación de trabajadores extras para Televisa corre a cargo del SITATYR, con casi nula mediación de la empresa.¹³ No existe una convocatoria abierta, ni requerimientos de contratación de personal por parte de la empresa o del sindicato. Este proceso es vivido por los trabajadores como una suerte de iniciación por la que esperan obtener una “nueva forma de vida”. Televisa representa para ellos un figura agigantada a la que difícilmente tendrán acceso sin la ayuda e intermediación del sindicato. Pero obtener la aceptación de este último tampoco es fácil, se requiere de un “padrino” que haya demostrado su lealtad al sindicato en su trayectoria laboral.

El protocolo de iniciación se llevará a cabo en ausencia total de Televisa, que hasta ese momento es inasible para los postulantes. El aspirante deberá entrevistarse con alguno de los representantes sindicales para ser examinado y, en su caso, acep-

¹³ En la sección 11 del SITATYR, se establece una afiliación forzada, que se da por medio de la cláusula de exclusión, en donde se somete la voluntad del candidato para agremiarse a un sindicato bajo promesa de obtener un empleo.

tado dentro de la asociación sindical. Para que esta entrevista se celebre, el representante deberá reconocer como *amigo* a la persona que lo recomienda y otorgarle el *favor* de comenzar el proceso de iniciación.

Una vez aceptados por el representante sindical, el proceso continúa con el reconocimiento de Televisa. A quién el sindicato le hará llegar los documentos personales del candidato, sus estudios fotográficos, el registro de alta de éste bajo el régimen de honorarios asimilados a salarios, realizado ante la Secretaría de Hacienda, entre otros requerimientos. Los candidatos son reconocidos como extras por Televisa al asignarles un número, folio que ocupará el lugar de su nombre mientras colaboren en la empresa. La admisión quedará materializada en un *book*, o catálogo, en donde quedará registro de los extras, clasificados por rango dentro de un tabulador basado en estereotipos:

- Extra normal, que se refiere a aquel requerido por la producción como gente del conjunto sin alguna característica física en especial, con un máximo de dos cambios de vestuario habitual.
- Extras especial, es aquel requerido con mejor presencia física tanto de vestuario (hasta tres cambios), como de personalidad.
- Modelo, cuando son requeridos con características físicas muy especiales.
- Niños, recién nacidos y modelos.
- Niños extra-especial, de uno a seis años de edad promedio.
- Niños extra normal, de siete a trece años de edad promedio.
- Extras con diálogo (SITATYR, 2008).

El tabulador se sintetiza, en la práctica, en bajo, medio y alto: “el alto es de gente con características especiales, puede ser rubio con ojos azules, tipo modelo. Es una gente que va ganar más que los demás; a algunos les puede parecer como discriminatorio, pero Televisa es una empresa que vende imagen [...] en general, se ocupa al extra de tabulador medio, que es aquel que no requiere características especiales y gana aproximadamente 333 pesos, y es el más común porque ya logramos desaparecer el tabulador bajo que está en contrato” (Anónimo 5, 2010).

El ingreso al sindicato no implica para los extras la asignación de trabajo garantizada. El sindicato se encargará de mantener en el *book* a los extras aceptados con sus diferentes categorías para, al igual que cualquier agencia, proveerle a Televisa del personal que le requiera. Los requerimientos de la empresa generalmente se basarán en un número de extras que correspondan a cierta categoría, sin que exista una regularización de la *preferencia laboral*, más allá del tabulador. Eventualmente, se realizarán *castings* para trabajar en proyectos específicos. Es el caso de la producción

de comerciales, en la que tanto los clientes de Televisa, que puede representar a cualquier marca, como la empresa misma, darán el visto bueno de la contratación.

Los extras se explican la asignación de trabajo, a partir de prácticas de corrupción, como dádivas al sindicato en dinero, o en especie. Para ellos algunos extras son favorecidos con contratos que llaman *VIP*,¹⁴ con trato especial y más trabajo que el resto de trabajadores. Por lo que atribuyen esta preferencia, o favoritismo, de los miembros del sindicato por ciertos extras, a las gratificaciones de índole sexual que podrían recibir de éstos. Aunque esta situación no es comprobable, deja entrever el sentimiento que genera en los extras el aparente favoritismo, que podría no ser otra cosa que la falta de claridad en la forma en que se asigna el trabajo.

Para los miembros del sindicato, la asignación del trabajo sucede a través de un procedimiento justo basado en registros, en donde se asientan los *llamados*¹⁵ mensuales de cada producción y las personas que trabajaron en cada uno de ellos; asegurando así que cada extra, que labora de manera activa en el sindicato, cuente con un promedio de entre ocho y 10 *llamados* al mes. Lo cual es refutado por los extras, quienes manifiestan que no cuentan con más de tres *llamados* mensuales del sindicato.

La permisión del sindicato sobre las decisiones unilaterales de Televisa, han favorecido también las prácticas de contratación masiva de personal no sindicalizado a través de agencias de extras, afectando a los trabajadores agremiados al sindicato al restringir sus oportunidades de trabajo. Aparentemente, el sindicato no se da cuenta de la transgresión que la empresa hace, tanto de éste como del contrato colectivo de trabajo que regula la relación, aun cuando su contrato colectivo de trabajo establece en su artículo cuarto que la empresa:

Conviene en que sólo podrán trabajar a su servicio, con carácter de trabajadores eventuales en los términos de este contrato, los miembros activos del Sindicato, los que cuentan con permiso expreso de éste y aquéllos que habiendo sido contratados por la Empresa, con conocimiento del Sindicato, se inscriben en el mismo antes de ser contratados, con carácter de transitorio (SITATYR, 2008).

El sindicato más allá de exigirle a Televisa que cumpla con la obligación pactada en el contrato colectivo de trabajo, consiente que la empresa contrate la mayor parte del talento por medio de agencias de contratación. Incluso, los mismos representantes

¹⁴ *VIP* (*Very Important Person*), persona muy importante. Es decir que para ellos este tipo de contratos son equiparables con los que tienen aquellas personas socialmente importantes por su fama.

¹⁵ En el ambiente artístico se le conoce como *llamado* a la jornada laboral, o cita para la asignación de trabajo en una producción televisiva, cinematográfica o teatral.

sindicales refieren que, en muchas ocasiones, el sindicato es el último en enterarse de que Televisa ha utilizado a personal externo al SITATYR con la finalidad de evitarse las cuotas de desplazamiento.¹⁶ Éste no participa de la negociación con las agencias, pero sí de su gestión de pago:

Las facturas de las agencias las paga Televisa, pero las autoriza el sindicato, aunque ignoramos la gente que trabajó para ellos, si fue del sindicato o no. Las agencias no tienen la obligación de dar recibos, le pagan en efectivo a la gente y ahí meten nombres que ni existen. Es una forma tramposa de evadir impuestos. Si bien es cierto que es una fuente de trabajo, aunque una fuente un poco injusta, porque independientemente de que no pagan impuestos, son un poco *mercenarios* [sic] porque les descuentan hasta el treinta por ciento, o más porcentaje, a los extras. No les dan transporte, no les dan comida, no les pagan tiempo extra [...] es una competencia desleal, frente a la representatividad que nosotros tenemos como sindicato. Las agencias tienen modelos de otros países, y si viene a SITATYR un extranjero que se quiere dar de alta, tiene que hacerlo de la forma legal, en las agencias no, hay mucho europeo, negros, asiáticos y chinos, y como en la agencia no les piden nada de requisitos, pues a veces ni están legalmente en el país, es una competencia ilegal (Anónimo 5, 2010).

Lo anterior, no sólo restringe la cantidad de trabajo asignado a los extras sindicalizados, sino que además facilita la máxima precarización de los extras contratados por medio de las agencias. Primero, porque nadie se responsabiliza de la legalidad de las agencias de contratación, ya que no existe fiscalización alguna a estas empresas que incluso pueden ser *fantasma*. Y, en segundo lugar, porque ni la empresa ni el sindicato verifican que las agencias de contratación cumplan con el tabulador y, en general, con las mismas condiciones establecidas en el contrato colectivo de trabajo celebrado entre el SITATYR y Televisa, como lo establece la Ley Federal del Trabajo.

La finalidad de Televisa, al contratar agencias externas de extras, es visiblemente la de abatir costos y maximizar ganancias, para lo cual se sirve del sindicato como facilitador, aun cuando esto implique el incumplimiento de su contrato colectivo de trabajo. En esta estrategia, el papel de las agencias resulta fundamental, mismo que se explica como un mecanismo promovido desde la empresa para flexibilizar los términos de adquisición de fuerza de trabajo. Aunque dicho mecanismo degenera en prácticas de explotación y de precarización en las condiciones laborales de los extras, que escapan a los marcos jurídicos. Condiciones a las que los trabajadores se ven

¹⁶ Cuando la empresa tiene la necesidad de contratar a un trabajador no sindicalizado, esta última debe cubrir una cuota al sindicato, la cual se le conoce como cuota de desplazamiento.

obligados a aceptar; primero, por el miedo al veto y a ser separados definitivamente de su fuente de trabajo, pues Televisa, como ya hemos establecido previamente, prácticamente ha monopolizado el mercado de trabajo. Segundo, por la dificultad de enfrentar en un juicio de demanda laboral a una empresa tan poderosa como ésta.

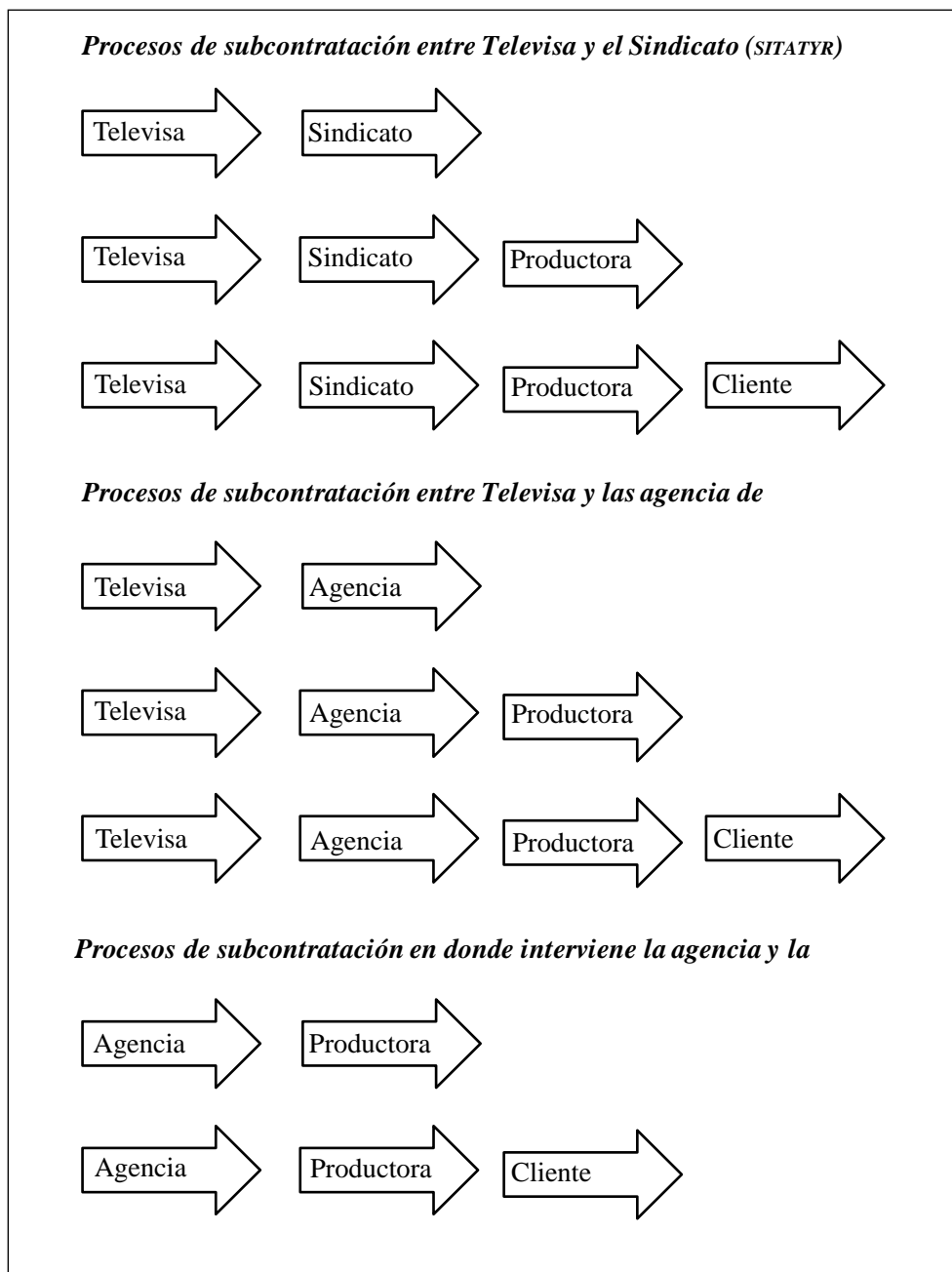
La permisión del sindicato hacia las decisiones de Televisa, la falta de apoyo de éste a sus bases y el desconocimiento que, hasta hace poco, la mayoría de los extras tenía sobre la existencia de su contrato colectivo de trabajo, han dejando en un absoluto estado de indefensión a los extras:

Ninguno de los extras tenía conocimiento de que existía un contrato colectivo de trabajo [...] nuestros líderes decían que eso no era real, que eso no existía, y durante la asamblea se veía el miedo por ver que más de uno de los extras teníamos el contrato colectivo, mismo que ellos no saben de dónde había salido.¹⁷ Como a muchos sindicatos, al SITATYR no le conviene que tengamos todo el conocimiento que debemos de tener, para no exigir más de lo que a ellos les conviene darnos” (Anónimo 1, 2010).

El déficit de representación del SITATYR, quien ha sido rebasado en sus funciones por las nuevas condiciones impuestas por Televisa, ha provocado que las relaciones formales entre el sindicato y sus bases se diluyan. Aunque, las prácticas clientelares se mantienen en la concentración del poder que ostentan los representantes sindicales, quienes tienen, como ya hemos establecido previamente, el poder de admitir o rechazar afiliaciones. Lo mismo ocurre bajo circunstancias de conflictos internos, incluso ante situaciones laborales cotidianas, en donde se ejerce un fuerte control sobre los agremiados y, discrecionalmente, se toman decisiones que les pueden implicar a éstos, *favores* o *castigos*. Situaciones que han propiciado que los extras no reconozcan ni como autoridad ni como líderes, a sus representantes sindicales.

En suma, la figura del SITATYR, muestra características de perversión, sus prácticas como organización sindical han sido transformadas en actividades estrictamente económicas, basadas en transacciones con Televisa, comercializando a sus agremiados como productos y sirviendo como una agencia más de contratación. Sus representantes sindicales, en la realidad, no lo son tanto. Para los extras sólo personifican a los intermediarios que otorgan el *favor* de procurarles trabajo, o a los *castigadores*, que tienen el poder de quitarles esta fuente de trabajo, en caso de no mostrarles lealtad y sumisión.

¹⁷ El Contrato Colectivo de Trabajo fue presentado por primera vez en una Asamblea del SITATYR por parte de los trabajadores sin que el sindicato se los otorgara. Por tal motivo, refieren los extras fue impactante tanto el sindicato como para los agremiados el tenerlo en mano.



Agencias de contratación de extras

En el modelo económico vigente, la subcontratación laboral se ha materializado como una forma legitimada por el Estado para reducir los costos de producción y aumentar las tasas de ganancias de las empresas, por medio de la transferencia de procesos y de responsabilidades a terceros. Sin embargo, la mayoría de las veces, esta transferencia se traduce en una forma de precarización del trabajo, que refuerza la pérdida de derechos de los trabajadores.

Para los trabajadores subcontratados es difícil reconocer a un único patrón debido a que, frecuentemente, son varios los intermediarios que participan en sus procesos de contratación y de trabajo. En el caso particular del colectivo de trabajadores extras, su forma de contratación es paradigmática y cuenta con un grado de precarización agudo. Los extras son subcontratados a través de 200 agencias de extras y *castings*, aproximadamente. Muchas de las cuales cuentan con dudosa reputación, contratan a los extras bajo condiciones engañosas y mediante simulaciones de contratos que establecen una serie de renuncia de derechos del trabajador, sin precisar ninguna obligación por parte de la agencia.

Los extras reclutados por medio de agencias ascienden a 15 mil personas aproximadamente; de los cuales, unos 2 mil cuentan con trabajo más o menos constante. El trabajo al que tienen acceso es esporádico, por obra o tiempo determinado, con salarios muy bajos y en condiciones sórdidas. En muchas ocasiones trabajan jornadas de hasta 24 horas sin descanso, sin alimentos, pagando por el uso de instalaciones sanitarias, sin servicio médico ni pago de horas extras y sin un tabulador que fije su pago mínimo, como es el caso de los extras afiliados al SITATYR.

A pesar de que nuestros informantes calificados refieren que por lo general, el cliente le paga a las agencias entre mil y mil quinientos pesos por cada extra contratado, más una comisión propia por servir como intermediario, las agencias no transfieren este pago a los trabajadores. Solamente les ofrecen como pago cantidades fijas, que van desde 100 hasta 300 pesos por periodos que pueden comprender horas o días de trabajo, dependiendo de los requerimientos de la producción. No se le garantizan las condiciones de trabajo mínimas necesarias, como tiempos laborales máximos, o el pago de horas extras, ni se le otorga tampoco ningún tipo de prestación social.

La contratación, a través de agencias, comúnmente se lleva a cabo sin documentación probatoria de por medio. En caso de existir, dichos documentos suelen ser simulaciones de contratos, en donde se establecen obligaciones y renuncia de derechos de los extras, pero ninguna responsabilidad por parte de las agencias. Además, se les exige a los trabajadores que firmen documentos en blanco o recibos de pago en los que no aparece la cantidad que se les ha prometido como retribución.

Nos llamaron para *Capadocia*, una producción de HBO, y pensamos que nos iba a ir muy bien en el pago por tratarse de una empresa gringa, pero cuál no ha sido nuestra sorpresa, que la agencia nos hace firmar un montón de hojas en blanco, papeles como contratos en donde se hablaba algo de nuestro pago, pero a nosotros no nos dejaron ver la cantidad que supuestamente nos pagaron (Anónimo 4, 2010).

Las condiciones laborales de los trabajadores del espectáculo *per se* son consideradas como inestables, autoritarias y efímeras, a lo que habría que sumarle el carácter de eventualidad, particularidad que favorece las condiciones más precarias e inestables de cualquier industria o trabajo (Trejo, 1990). Los extras del medio, ya sean empleados por agencias o agremiados por el SITATYR, no son la excepción. Se les confiere el carácter de eventuales, más allá de establecer la periodicidad en su trabajo, con la finalidad de confundir al trabajador, haciéndole creer que dicho carácter los limita en sus derechos.

Los contratantes tienden a mal interpretar, a conveniencia, la eventualidad de los trabajadores como una forma para encubrir sus responsabilidades como patrones. Establecen una simulación contractual, en la que suelen equiparar la eventualidad del trabajador con el trabajo por cuenta propia. Lo anterior con la intención de transferir la modalidad de los contratos *típicos*, o de orden laboral, hacia una modalidad de contratos *atípicos*, o de orden civil o comercial. Bajo este último tipo de contratos, los extras no tendrían derecho a ninguna prestación social ni, en general, a nada de lo establecido en Ley Federal del Trabajo, pues se trataría de un contrato civil.

En las contrataciones de los extras se hace patente su calidad de eventuales al solicitarles que entreguen recibos de honorarios y, en caso de no contar con ellos, se les cobra una comisión por dispensárselos. Incluso, existen contratos que equiparan la categoría de eventual con la de extra, estableciéndolas como sinónimos:

CARAMES & PARTNERS S. A. DE C. V. Por medio del presente me permito manifestar que estoy de acuerdo en participar con carácter de EXTRA en el comercial del cliente Teléfonos de México S. A. de C. V. del producto Telmex titulado ESCUDERÍA TELMEX CINEMINUTO 2010 que podrá ser transmitido a través de los medios existentes o que se inventaren. Por la cantidad de [...] y como pago único. Manifiesto igualmente que toda vez que mi participación se ha llevado a cabo de manera absolutamente eventual, es decir en carácter de extra, no tengo el carácter de intérprete y por lo mismo, no me resultan aplicables las disposiciones legales conducentes en materia de derechos de autor, sin perjuicio de reconocer a favor de Teléfonos de México S. A. de C. V. la totalidad de los derechos de uso y explotación de mi participación.

Contratos como éste, en donde se establece la absoluta cesión de derechos, resultan ser en la mayoría de los casos, el único documento legal que ampara al extra en su trabajo. El desconocimiento de sus derechos laborales, al no tener en claro su régimen contractual, o al enfrentar una variación constante en su forma de contratación (que puede variar incluso entre producción y producción), les provoca a los extras sentimientos de inseguridad e indefensión. Por medio de dichos contratos, las agencias adquieren un poder absoluto para exigirles a los extras una obediencia casi sin límites que llega a la degradación humana. A pesar de que, hipotéticamente, las órdenes y el poder en el trabajo deberían basarse en la buena fe y en la equidad; y, en lo pactado, debieran tomarse en cuenta las exigencias de respeto para la libertad y la dignidad humanas (Myers, 2002).

La subjetividad del extra: identidad y acción colectiva

La incorporación de los extras al mundo laboral, se encuentra relacionado con una situación de desempleo previa, en donde diversas redes sociales les facilitaron el ingreso a este trabajo. Sin embargo, su *elección* laboral puede no ser esencialmente de orden económico, podría estar acotada por componentes subjetivos o culturales individuales. Lo cual, se relaciona con el hecho contrastante de que los extras viven en la paradoja de haber optado por emplearse en un oficio que casi siempre los mantiene en el desempleo, ya que los extras cuentan con trabajo pocas veces al mes. A pesar de esta situación, estos trabajadores prevalecen en su lucha por mantenerse en el oficio, aunque la propia experiencia cotidiana le señale que su *elección* laboral no es precisamente una respuesta eficaz para resolver sus necesidades económicas.

En las diversas entrevistas realizadas con los extras para esta investigación, éstos manifestaron sentir que su elección de trabajo fue:

- Forzada. En el sentido de no encontrar otra opción de sobrevivencia.
- Temporal. La mayoría de ellos refiere haber pensado en desempeñarse en este trabajo sólo hasta conseguir otro relacionado con su trabajo anterior, generalmente un trabajo de oficina.
- Oportuna. Les permite sobrevivir al desempleo y contar con tiempo para buscar otra forma de obtener ingresos.
- Acertada. Muchos de ellos encontraron en el trabajo de extras su vocación actuarial, o simplemente el trabajo ideal que les permite combinar el glamur de las pantallas del cine o la televisión con el tiempo libre suficiente para desarrollar otras actividades.

El glamur, entendido como la fascinación provocada por el espejismo de la fama, el dinero y el poder que algunos personajes del medio han logrado, es uno de los principales componentes subjetivos por los cuales los extras deciden su permanencia en el oficio. El glamur los viste de personajes creados por los escritores, pero también por los creados por ellos mismos, aquellos a los que les llega la *oportunidad* de representar un papel y después *saltar* a la fama. Dichos trabajadores, cobijados bajo la fantasía del glamur y de la búsqueda de contratos onerosos, se encuentran altamente precarizados, trabajando como eventuales, en condiciones inseguras, diferenciados al grado discriminatorio y con riesgos de engaños y fraudes. Circunstancias a la que se le suma la falacia de la contratación en forma de patrocinio del trabajador, ya que poniéndolo en la categoría de *favor* se le ofrece contratarlo con sueldos realmente bajos con la promesa de promover su imagen, haciéndolo más cotizado.

Otro componente subjetivo que favorece la permanencia de los extras en su trabajo, es la noción que éstos tienen de su *libertad*. Una constante encontrada en estos trabajadores es que la mayoría de ellos tuvo previamente un empleo como oficinista, en un lugar cerrado y con jornadas de trabajo estándar. Sin embargo, el primer acercamiento al trabajo de extra les hace concebir la fantasía de que son libres para hacer en su tiempo libre lo que les plazca; y, considerando que los extras trabajan en el oficio como máximo cinco veces al mes, éstos cuenta con al menos 25 días para realizar las actividades que deseen. Por lo que, una vez comenzadas las actividades que conllevan ser extra, dichos trabajadores no estarán dispuestos a regresar al tipo de trabajo de oficina, aun cuando tengan que desempeñar otros trabajos para mantenerse en el oficio de extra.

Este grupo laboral disfruta de las luces, de las historias creadas que les permiten participar de la fantasía en la que el trabajo es concebido como “diversión”, como un “juego”; pero que también representa dinero “fácil”, aunque en la realidad estas concepciones no sean exactas:

Desenvolverte en cámaras por primera vez, no es muy sencillo, pero me encantó el ambiente y se me hizo muy diferente al ambiente de una oficina. Es muy divertido. Te ayuda mucho a quererte y cuidar tu persona porque es un ambiente muy frívolo, Televisa es muy exigente en su imagen. Me encanta este trabajo es como una golosina que te encanta y la sigues probando y probando (Anónimo 4, 2010).

La necesidad de los extras por participar del glamour y la fama aparente les hace soportar cualquier condición precaria. Su forma de merecer el trabajo glamuroso y lleno de fantasías casi infantiles, como el juego de *pretender*, es a través del sufrimiento. Con una forma casi *crisiana* de ver al trabajo, asumen que para obtener hay que sufrir y para alcanzar hay que resistir, por lo que los extras toman la actitud

resiliente como heroica. En sus palabras los extras son seres “extra-ordinarios” capaces de soportar condiciones de trabajo extremas, como jornadas laborales de hasta 24 horas, en donde no se les provee de alimentos o éstos se encuentran en mal estado, sin instalaciones sanitarias, ni lugares propios para cambiarse su vestuario o descansar. Por lo que la predisposición a *sufrir para merecer* resulta reveladora cuando analizamos las condiciones de trabajo a las que son sometidos los extras, ya que tanto en las agencias, como en el sindicato, parecen aprovecharse de este estado de *seducción* para mantener a los extras en sus filas.

El reconocimiento hacia su trabajo, como desempeño artístico, también los motiva a permanecer en el oficio y a buscar el perfeccionamiento por medio de la experiencia. Para los extras es importante ser equiparados con los actores y refieren sentir orgullo cuando ocasionalmente los técnicos, directores, productores o, incluso, los mismos actores del elenco, los han llegado a felicitar por hacer una escena “con mejor desempeño que aquellos que han estudiado actuación” (Anónimo 4, 2010). Pero este orgullo no sólo radica en el hecho de tener la capacidad de realizar el trabajo actoral sino también, en que el director se haya fijado en ellos para actuar o realizar acciones en primer plano sin haber estudiado actuación. Aunque esto, no represente para los extras más que el reconocimiento verbal, porque ni en el orden económico ni curricular, significará un beneficio para ellos.

“Me hablan los de SITATYR y me dicen ‘te vamos a dar un personaje secundario’ y a mí se me hace divertido porque a mí el ‘extra’ me dijeron que es un ‘relleno’ nada más, y cuando me dice esto el sindicato, yo me pregunto —por qué me escogieron a mí si soy un relleno más” (Anónimo 4, 2010). A simple vista, podría creerse que los extras asumen como propia esta conceptualización de *relleno*, que otros se han hecho de su trabajo. Sin embargo, su trayectoria laboral y la multifuncionalidad de su trabajo los hace que, a través del tiempo, se consideran a ellos mismos como actores de segundo plano. En parte, esto se debe también, a que al sortear grandes dificultades y salir airosos de ellas, se confieren una categoría especial que los ennoblece, equiparándose, en sufrimiento e incompreensión, con las experiencias vividas por algunos artistas, en donde prevalece la idea de que éstos “disfrutan de la bohemia y la miseria, y solamente se alimentan con el aplauso” (Strat, 2002: 44).

En gran medida el oficio de extra se basa en la *invisibilidad*, ya que pasar inadvertido es reflejo de que se está haciendo bien su trabajo. Muchos de estos trabajadores incluso, refieren que su labor es “no hacer nada”, simplemente “ser”, “estar” o “permanecer”. Lo que les provoca una serie de vivencias contradictorias, ya que los extras viven tanto en el anonimato, porque difícilmente alguien los reconocería en la calle por su trabajo; como en la fama, aunque sea de manera adyacente, a través de sus modelos a seguir. Sin embargo, ésta no es la única relación contradictoria que viven

los extras, ya que también viven entre la ambigüedad que les genera la definición de su oficio y las propias actividades que llevan a cabo, lo cual representa que se les pueda reconocer como extras o actores, como artistas o trabajadores.

La identidad laboral de los extras se encuentra en construcción y deconstrucción constante, sin que lleguen a identificarse plenamente como trabajadores o como artistas ni como extras ni como actores. Por otro lado, existe una fuerte identificación, tanto con el glamour que se vive en su trabajo, como con la resiliencia que estos trabajadores desarrollan, pensada en términos de la fuerza que da la entereza para enfrentar la adversidad: “Los extras aguantamos todo, somos todo terreno, somos extraordinarios, los extraterrestres, los mil usos... somos una raza aparte” (Anónimo 2, 2010).

La aún no conformada identidad laboral facilita la disgregación en el colectivo de trabajadores, quienes a pesar de estar unidos en el rechazo que sienten por las condiciones de trabajo que les ofrecen sus contratantes en particular las agencias de extras y *castings*, dividen sus opiniones con respecto al sindicato. Aparentemente, a los extras les falta la voluntad colectiva para emprender una acción que persiga modificar dichas condiciones. Lo cual podría explicarse por medio de diversos componentes de sentidos:

- Por miedo a la pérdida del empleo, lo que provoca que los trabajadores resuelvan sus problemas individualmente y que el derecho que se gane para uno no se transfiera al colectivo.
- Por sentirse incómodos al abandonar el glamur por una conciencia de clase.
- Por el desconocimiento sobre sus derechos laborales.
- Por la existencia de niveles de precarización diferenciadas, dividido en un grupo con mejores condiciones y otro subgrupo con condiciones similares a las conocidas como *lumpen*.
- Por la perversión en sus funciones de sus organismos sindicales.

Los extras repetidamente han mostrado sus inconformidades, relativas a sus condiciones de trabajo, con diferentes manifestaciones esporádicas, en algunas ocasiones de forma individual y, en otras, grupalmente. La mayoría de ellas ocurre durante el proceso de trabajo, generalmente cuando a los trabajadores se les ha llevado al extremo de su tolerancia y de sus capacidades. Ante situaciones de alta vejación algunos extras reclaman individualmente por condiciones inmediatas más favorables, aunque no siempre cuentan con el respaldo de sus compañeros y el resultado sea efímero. Por ejemplo, cuando las producciones les avisan a los trabajadores, en plena madrugada, que no se les asignará transporte para regresar a sus casas, alguno de los extras tendrá que armarse de valor para exigir que los lleven a un lugar seguro. Pero usualmente éstos tienen miedo a las represalias, por lo que esperan a que

alguno de sus compañeros reclame para poder llegar de forma segura a sus casas. Si esto no sucede, tendrán que caminar hasta su destino, o reunirse en grupos en un lugar público para esperar a que amanezca.

“Por no estar bien agremiados y organizados no tenemos ninguna aspiración a que se respeten nuestros derechos laborales, civiles o sindicales [...] individualmente nadie se atreve a negociar, por miedo a perder el trabajo, pero esto nos está pasando a todos los extras” (Anónimo 6, 2010). En ocasiones, los reclamos individuales han resultado ser altamente productivos y mucho menos efímeros que el caso anterior. Algunos extras han peleado por sus derechos laborales, exhibiendo ante los medio de comunicación sus condiciones de trabajo. Sin embargo, más allá de conseguir un beneficio colectivo, se ha acallado a los inconformes comprando su silencio por medio de sobornos. Incluso, ha llegado el caso en el que los propios extras reproducen la precariedad laboral incursionando en el negocio de las agencias de contratación con la ayuda de las televisoras:

“Hace aproximadamente diez años una compañera amenazó con cerrar el periférico e inmediatamente habló con ella el sindicato y ahora tiene una agencia, ya es representante sindical y trae un *carrazo*” (Anónimo 3, 2010). Existe también el caso de agrupaciones que han pretendido obtener beneficios por distintos medios. Asociaciones como la de la Unión de Modelos y Edecanes (UME) se han conformado con la finalidad de defender los derechos de los extras. Esta unión se estableció de manera informal con la intención de proteger a los extras de las malas prácticas de las agencias de contratación, comulgaba plenamente con los intereses de los extras y los defendía de formas poco ortodoxas. Este grupo utilizó los mismos recursos de sus oponentes, mostrándoles poco respeto e indiferencia ante las represalias. Su reputación fue ganada por recomendación *de boca en boca*, pero la exigencia de dedicación, por el gran número de casos por defender y el poco aparato legal que los respaldara provocó que no prosperara.

Otra agrupación que surgió con la intención de mejorar las condiciones de los extras es la de la cooperativa Asociación Nacional de Extras (Asonadex), única en su género dentro del ámbito de los trabajadores extras. La cooperativa fue fundada en 2008, con el apoyo del Partido Social Demócrata (PSD), tras una de las luchas más difundidas de los extras.

Asonadex es una cooperativa de reciente creación, que reúne la experiencia profesional, con la innovación para crear una agencia de casting tanto de extras, como talento. Con esta visión, capacitamos a nuestro personal constantemente para lograr productos de calidad. El talento que integramos, a nuestra empresa, ha dado los primeros resultados y en poco tiempo ya nos hemos posicionado a la vanguardia (Asonadex, 2010).

Con la desaparición del PSD, esta cooperativa terminó con no más de diez integrantes, quiénes no comparten las inquietudes de la mayoría de los extras y han intentado ponerla en operación bajo los esquemas de una agencia de contratación, sin obtener resultados favorables.

Nosotros somos el movimiento más fuerte que se empezó con un partido, tenemos vecinos diputados del PSD que nos echaron la mano. Nuestro estilo de vida es diferente al de varios compañeros, nosotros no nada más nos dedicamos a la extreada, tenemos otros movimientos para sostenernos. Nos costó mucho tiempo llegar a ser lo que somos. Siempre se menciona a la cooperativa como gente que estamos en contra de las agencias. Pero nosotros no estamos en su contra, ni queremos involucrar a SITATYR tampoco, porque no nos han hecho daño. Todos se quejan del SITATYR pero ahí están mejor que en cualquier lado, es el único lugar donde sabes que tienes tiempo extra y transporte a tu casa. Yo no puedo morder la mano que me ha dado de comer (Anónimo 7, 2009).

Otra asociación que ha pretendido defender los derechos laborales de los trabajadores extras, es la asociación del actor Franco Rapuano, la Asociación de Actores y Modelos de Medios Publicitarios A.C., constituida a finales de 2004. Esta asociación se basa en la defensa de los derechos por uso de imagen o autoría, regulados por la Ley Federal de Derechos de Autor (LFDA). Y, a pesar de estar impedida para defender formalmente los derechos de los trabajadores extras, en cuanto al uso de su imagen, asesora a los extras en cuestiones legales.¹⁸

Yo empiezo con la asociación porque al estar en el medio de la publicidad, empiezo a ver cómo se transformaba y comenzaba a haber muchos abusos e incumplimientos, por lo que trato de protegerme. Me pregunto quién me protege como gente que desempeña esta labor. Me voy a la LFT y me doy cuenta de que no había nada que se refiriera al tipo de trabajo que yo desempeñaba, en todos los artículos se hablaba del asalariado, del empleado, y yo me decía no soy ni asalariado ni empleado, ni de la productora ni de la agencia de modelos, ni de la agencia de publicidad. Encontré un apartado muy pequeño de la LFT que habla de los *trabajadores especiales*, los que hacen un trabajo específico por un honorario específico. Entonces me di cuenta de que era por ahí pero que estaba muy limitado. Seguí investigando y descubrí la Ley Federal de Derechos de Autor, cuando la encuentro me doy cuenta de que ahí está todo lo que necesito (Rapuano, 2009).

Esta asociación es famosa en el medio por obtener buenos resultados conminando a las agencias a que cumplan con sus obligaciones legales. A pesar de no poder defender libremente a los extras por la exclusión de la LFDA antes referida, muchos de

¹⁸ Recordemos que la LFDA no contempla a los extras como intérpretes y los excluye tácitamente.

los extras son engañados para realizar un trabajo como modelos de primer plano y cobrar como extras de ambientación. Por ejemplo, cuando alguna producción hace que un extra publicite un producto, legalmente se le establece al trabajador en la categoría de modelo o actor, ya que no sólo está ambientando una escena sino que está promocionando la compra o el uso de un producto, o de un servicio. Bajo estas circunstancias Rapuano puede defender a los extras por medio de su asociación.

Por último, desde 2009 a 2010, se han manifestado dos propuestas. La primera proveniente de un conjunto de extras de cinco integrantes, los cuáles se agruparon informalmente para solicitarles a académicos, asesoría sobre sus condiciones laborales, con la intención de obtener las herramientas necesarias para conformarse en un grupo legalmente constituido que pudiera luchar por los derechos laborales de los trabajadores extras. Este grupo ha presentado altibajos en su conformación y, en muchas ocasiones, se han planteado fuertes disputas entre ellos. Generalmente, son la desconfianza y la lucha por el poder los factores que no les han permitido conciliar. La segunda propuesta, ocurrida en este mismo periodo, proviene de algunos trabajadores afiliados al STM, quienes tienen el proyecto de crear conjuntamente un sindicato independiente y una asociación civil que aparentemente beneficien a los trabajadores extras:

Se necesita crear un sindicato independiente para que maneje a los extras como una agencia y reditúe para la misma causa. Y, la asociación civil, simplemente para defender los derechos de los trabajadores. Con estas dos propuestas no se va a lograr que inmediatamente se compongan las cosas pero es el primer paso, con el sindicato como protector y como respaldo para que tenga fuerza la agrupación, y la asociación civil para que sea el canal para defender los derechos de los extras. No se puede hacer sólo el sindicato porque lo congelarían en automático, al saber que tiene las dos funciones, y que va a poner más interés en las quejas. Todos los que estén agrupados podrán reportar sus quejas a la oficina que se designe, y ésta reportárselo a la Secretaría de Trabajo para que mande inspectores. Mientras más veces lo hagamos más se va a ir saneando la explotación que se está haciendo de los extras (Anónimo 6, 2010).

La estructura de este proyecto, la cual se basa parcialmente en la reproducción del modelo de negocios de las agencias de contratación, tampoco se ha sentido aceptado por el gremio de los extras ya que no se sienten representados por ésta: “Lo que nos preocupa, es que la gente del STM, es una de esas corrupciones en su máximo poder y sinceramente no me interesa su proyecto, en fin, estoy muy desanimada” (Anónimo 4, 2010).

Hasta el momento en que se terminó la redacción de este ensayo, ninguno de los proyectos antes señalados habían prosperado con suficiencia como para considerarlos acciones de índole colectiva. Muchos de ellos sólo representan intereses aislados

y la búsqueda de la reproducción de las mismas condiciones a las que ellos fueron sujetos. Sin desestimar por supuesto, a aquellos que con una carga significativa de idealismo, han pretendido obtener mejoras para el gremio.

Conclusiones

Los extras, como parte del colectivo de los trabajadores del espectáculo, conforman uno de los grupos laborales más precarizados del medio. Si bien los otros trabajos generalmente son relacionados con altos niveles de precarización, los cuales difícilmente se pueden hallar en otras áreas laborales típicas, encontramos que los extras viven un nivel de precarización agudo en donde no sólo son sometidos a condiciones laborales degradantes, sino también al engaño y al fraude. Los patrones se escudan en los vacíos legales, y en las características propias del *medio*, para no reconocer a los extras como trabajadores subordinados, y a pesar de que algunos de ellos cuentan con la aparente protección de un contrato colectivo de trabajo, en el día a día son tratados como *cuentapropistas*, sin garantía de empleo y sin ningún beneficio social para ellos o sus familiares. Asimismo, la forma de contratación de los trabajadores extras es paradigmática, ya que el propio sindicato que los agremia los contrata. Los extras se vuelven parte del proceso de subcontratación múltiple en donde el sindicato representa un patrón más para el trabajador extra. Es así como encontramos una clara perversión de la función sindical del SITATYR, quien ha terminado por complementar el cuadro de precarización aguda de estos trabajadores. El sindicato convertido en agente que subcontrata, elude y promueve la evasión de los derechos laborales del extra, coadyuvando en la simulación contractual y estableciendo una figura sindical que de *facto* no existe. Las prácticas del sindicato-subcontratista, y de los múltiples agentes subcontratistas, son consecuencia, por un lado, del vacío legal que pudiera regular propiamente su actividad y, por el otro, de un incumplimiento de las leyes existentes.

Bibliografía

- Bensusán, Graciela (2007), *La efectividad de la legislación laboral en América Latina*, Ginebra, Organización Internacional de Trabajo, Instituto Internacional de Estudios Laborales.
- Breña, Francisco (2007), *Ley Federal del Trabajo. Comentada y concordada*, México, Oxford.

- De la Garza, Enrique (1998), “Trabajo y mundos de vida” en E. León y H. Zemelman (coords.), *Subjetividad: umbrales del pensamiento social*, Barcelona, Antropos.
- _____, Garabito Gustavo, Hernández Castro, J. J., Rodríguez Gutiérrez, J., y Olivo, M. (2008), *Hacia un concepto ampliado de trabajo, de control, de regulación y de control social de la ocupación: los otros trabajos*, México, Universidad Autónoma Metropolitana-Iztapalapa.
- Delarbre Trejo, Raúl (2004), *Poderes Salvajes. Mediocracia sin contrapesos*, México, Cal y Arena.
- Esteinau, Javier y Alva, Rosa (2009), *La Ley Televisa y la lucha por el poder en México*, México, UAM-Fundación Friedrich Ebert.
- Garduño, Francisco Breña (2007), *Ley Federal del Trabajo. Comentada y concordada*, México, Oxford.
- Gómez, Rodrigo (1994), *TV Azteca y la industria televisiva mexicana en tiempos de integración regional (TLCAN) y desregulación económica*, Guadalajara, Comunicación y Sociedad, Universidad de Guadalajara.
- Haltenhoff, Willy (2002), *Compromisos ante el trabajador cultural, Derechos sociales de los artistas*, Santiago de Chile, UNESCO.
- Hernandez, Francisco y Orozco, Guillermo (2007), *Televisión en México. Un recuento histórico*, Guadalajara, Universidad de Guadalajara.
- Myers, John (2002), *Una perspectiva de la OIT sobre los derechos sociales de los artistas y artistas intérpretes*, *Derechos sociales de los artistas*, Santiago de Chile, UNESCO.
- Rigby, Mike y Sanchís, Enric (2006), *El concepto de cualificación y su construcción social*, Centro Europeo para el Desarrollo de la Formación Profesional.
- Saavedra, Isis (2007), *El fin de la industria cinematográfica en México, 1989-1994*, México, Universidad Autónoma Metropolitana Unidad-Xochimilco.
- Sanabria, Alberto (2002), *Las lecciones de un encuentro y las urgentes tareas pendientes*, *Derechos sociales de los artistas*, Santiago de Chile, UNESCO.
- Sánchez, Enrique (1994), *Los medios en México (prensa, radio, televisión y cine)*, Guadalajara, Universidad de Guadalajara.
- SITATYR (2005), *Estatutos del Sindicato Industrial de Trabajadores y Artistas de Televisión y Radio, Similares y Conexos de la República Mexicana*, versión impresa, México.
- _____. (2006), *Reglamento interno*, versión impresa, México.
- _____. (2008), *Contrato colectivo de trabajo celebrado entre Producciones Nacionales Televisa S.C. y Televisa Talento S.A de C.V y por la otra el Sindicato Industrial de Trabajadores y Artistas de Televisión y Radio, Similares y Conexos de la República Mexicana celebrado para que tenga efecto en la Sección 11 de extras, modelos y artistas*, Versión impresa, México.

- Strat, Griselda (2002), *La propiedad intelectual en Argentina, Derechos Sociales de los Artistas*, Santiago de Chile, UNESCO.
- Trejo Delarbre, Raúl (coord.) (1989), *Televisa el quinto poder*, México, Claves Latinoamericanas.
- _____ (1990), *Crónica del sindicalismo en México, 1976-1988*, México, Siglo XXI.
- _____ (1995), *Medios y poderes: una relación tortuosa en la cultura del secreto*, Guadalajara, UNIVA, Informe profesional.
- _____ (2004), *Poderes salvajes. Mediocracia sin contrapeso*, México, Cal y Arena.
- Vidal, Ximena (2002), *Artistas y derechos unidos, Derechos Sociales de los Artistas*, Santiago de Chile, UNESCO, 2004.

Ponencias

- Bert, Bruno (2010), *Introducción a la crítica teatral*, Taller de crítica teatral, Universidad Autónoma Metropolitana. Jefatura del Departamento de Artes Escénicas. Casa Rafael Galván, 10 de octubre de 2010.

Enlaces

- Asonadex (2010), *Quiénes somos*, disponible en <http://asonadex.galeon.com/>; consultado el 13 de octubre de 2010.
- Rojo, María (2010), *Proposiciones de los ciudadanos senadores*, Senado de la República, disponible en <http://www.senado.gob.mx/index.php?ver=sp&mn=2&sm=2&id=12502&lg=60>; consultado el 25 de septiembre de 2010.
- Televisa (2010), *Historia*, disponible en <http://www.facebook.com/group.php?gid=64698041215>; consultado el 5 de junio de 2010.
- _____ (2002), *Informe Anual*, disponible en http://www.esmas.com/televisa/empresa/inversion/reportes_32_1_1_inv.html; consultado el 2 de agosto de 2010.
- _____ (2009), *Informe Anual*, disponible en http://www.esmas.com/televisa/empresa/inversion/reportes_32_1_1_inv.html; consultado el 2 de agosto de 2010.
- SAG. 2010. *About us*, disponible en <http://www.sag.org/>; consultado el 16 de noviembre de 2009.
- SITATYR (2010), *Historia*, disponible en <http://www.sitatyr.org.mx/historia.htm>; consultado el 13 septiembre de 2009.

Entrevistas

Alemán, J. (2010), Entrevista con Azucena Feregrino. México, 6 de febrero de 2010.

Angélica, N. (2009), Entrevista con Patricia Muñoz, *La Jornada*. Foro organizado por Centro Pro de Derechos humanos, México, 22 de junio de 2009.

Anónimo 1 (2010), Entrevista con Azucena Feregrino, México, 13 de enero de 2010.

Anónimo 2 (2010), Entrevista con Azucena Feregrino, México, 14 de enero de 2010.

Anónimo 3 (2010), Entrevista con Azucena Feregrino, México, 3 de enero de 2010.

Anónimo 4 (2010), Entrevista con Azucena Feregrino, México, 20 de enero de 2010.

Anónimo 5 (2010), Entrevista con Azucena Feregrino, México, 21 de enero de 2010.

Anónimo 6 (2010), Entrevista con Azucena Feregrino, México, 12 de enero de 2010.

Anónimo 7 (2009), Entrevista con Azucena Feregrino, México, 29 de octubre de 2009.

Palacios, H. (2010), Entrevista con Azucena Feregrino, México, 12 de enero de 2010.

Rapuano, F. (2009), Entrevista con Azucena Feregrino, México, 11 de diciembre de 2009.

Rojo, M. (2010), Entrevista con Azucena Feregrino, México, 14 de enero de 2010.

Toledo, J. (2008), Entrevista con Gabriela Morales, *Día Siete*, núm. 416, México, 10 de agosto de 2008.

Velasco, C. (2009), Entrevista con Azucena Feregrino, México, 29 de octubre de 2009.

Del otro lado del teléfono: identidad y acción colectiva en *Call Centers* de la ciudad de México

Inés Montarcé¹

Introducción

Los *Call Centers* —centros de atención de llamadas que gestionan el servicio de atención al cliente y/o venta de productos o servicios para las empresas— surgen en su mayoría a través de los procesos de *outsourcing* de las grandes empresas transnacionales que externalizan estas actividades con motivo de abaratar sus costos laborales. Por varias razones México es considerado un “paraíso laboral” para los *Call Centers*: atracciones impositivas, bajos salarios, amplia flexibilidad y unilateralidad empresarial, contratos de protección patronal, fuerza de trabajo calificada, cercanía con Estados Unidos, entre otros aspectos.

En el presente capítulo analizamos la situación laboral que se vive en los *Call Centers* de la Ciudad de México, enfocando la mirada en los aspectos que han permitido o impedido que los operadores construyan identidades y actúen colectivamente por la reivindicación de mejores condiciones laborales. El capítulo está estructurado en tres apartados: partimos de una caracterización breve del contexto que ha permitido la consolidación y auge de los *Call Centers* a nivel mundial, para en un segundo apartado describir las tendencias en materia laboral que caracterizan a la mayoría de los *Call Centers* en México. Finalmente, en un tercer apartado nos centramos exclusivamente en el caso de una empresa de *Call Centers*, *Tecmarketing*, que es significativa por el proceso de organización sindical real que allí se ha dado, el que ha permitido cambios muy notables en las condiciones laborales pero también en los sentidos que los operadores le dan a la actividad y a las relaciones entre compañeros

¹ Maestra en Sociología del Trabajo por la UAM-I y doctorante en Estudios Sociales por la misma universidad

de trabajo. En cada uno de los casos, la información la hemos recuperado de entrevistas a trabajadores de diversos *Call Centers* de la ciudad de México que han sido realizadas desde septiembre de 2009 hasta la fecha,² como de documentación oficial de las empresas e información relativa a las mismas procedente de páginas web afines al tema.

El outsourcing y el *boom* de los *Call Centers*

Un *Call Centers* es una empresa —centro de llamadas o plataforma telefónica— constituida por un conjunto de recursos tecnológicos, cuya principal actividad es lograr la interacción y vinculación con clientes y potenciales clientes a través de la recepción o realización de llamadas telefónicas. Actualmente, muchos *Call Centers* han avanzado en la integración de diversas herramientas tecnológicas e informáticas y en el desarrollo de múltiples canales de interacción con los clientes, ya sea a través de la telefonía IP (Internet Protocol), *Voice Respons Units* (VRU), correo electrónico, chat, mensajes multimedia, o redes sociales.

Los *Call Centers* tienen sus antecedentes en la década de los setenta cuando las empresas comenzaban a desarrollar una nueva forma de relación con el cliente —o potenciales clientes—, vía telefónica. No obstante, éstos se van a consolidar a lo largo de las últimas dos décadas del siglo xx como producto de dos transformaciones fundamentales que se suceden en el capitalismo contemporáneo: por una parte, la reestructuración productiva y los procesos de subcontratación crecientes y, por otra parte, los grandes avances que se produjeron en el ámbito de la telefonía y la informática con el desarrollo de las tecnologías de la información y la comunicación que han permitido disminuir enormemente los costos de transmisión de la información (Larner, 2002; Del Bono, 2005, Batt y otros, 2005; Morgan y Ramanathan, 2009).

Según datos aportados por Datamonitor y recuperados por Micheli (2006), se calcula que la fuerza de trabajo que labora en *Call Centers* es de 2.86 millones de personas en Estados Unidos y de 750 mil personas en el caso de Europa. Para América Latina, se estimaba que en 2008 se contaría con 730 mil “posiciones” de trabajo, siendo Brasil y México los países líderes en la industria por ofrecer fundamentalmente una oferta importante y sólida de servicios de *outsourcing* (IMT, 2004).³ Actualmente, se estima que hasta 2012 el sector tendrá un crecimiento sostenido en los países líderes de más de 20% anual; fundamentalmente, los *Call Centers* que se encuentran bajo modalidad de *outsourcing* debido a la demanda de Estados Unidos y España.

² Cabe señalar que cada vez que han sido citados extractos de entrevistas, los nombres de las personas entrevistadas han sido modificados para preservar la confidencialidad de las mismas.

³ Información obtenida del Portal Contact Forum, promovido por el Instituto Mexicano de Telemarketing <http://www.contactforum.com.mx/articulos/2352.html>

Estas plataformas telefónicas pueden ser gestionadas directamente por la empresa interesada en brindar atención a sus clientes (*in-shore*), o por empresas proveedoras en las que se terceriza la gestión como un modo de reducir costos (*off-shore*), siendo esta última modalidad la predominante. Entre un *Call Centers in-shore* y uno *off-shore* se pueden encontrar diferencias importantes, principalmente en el carácter de las relaciones laborales, las formas de organización del trabajo y las condiciones laborales, teniendo en cuenta que una plataforma telefónica en un país periférico puede costar tres veces menos que lo que cuesta en un país desarrollado (Larner, 2002; Devadoss y Chiasson, 2008; Del Bono, 2005).

Si bien, se reconoce que en países capitalistas más avanzados existiría una tendencia de desarrollo de centros de contacto al cliente con alta tecnología y un fuerte potencial para generar empleo calificado con altos salarios, en países como la India, Filipinas, Marruecos, Sudáfrica, Malasia, México, Guatemala, Costa Rica, Argentina, Brasil y Colombia, la mayoría de las empresas de *Call Centers* han podido crecer y expandirse en forma dinámica gracias a las facilidades que el *outsourcing* brinda a las empresas de los países centrales, de relocalizar y externalizar los servicios de comercialización y atención al cliente en mercados de trabajo flexibles, con una fuerza de trabajo idónea y calificada para las operaciones de telemercadeo, aunque con salarios muy bajos. En estos países, se considera que el *outsourcing* ha sido la clave para el crecimiento del negocio, ya que ello implica una importante reducción de costos laborales, teniendo en cuenta que éstos constituyen 70% de los costos de un *Call Centers* (Sánchez, 2004).

Esta modalidad de *outsourcing* permite que las actividades de servicio y atención a clientes de las grandes empresas se efectúen bajo otro tipo de regulación laboral favorable a la rentabilidad empresarial, reduciendo así los costos de operación en un porcentaje significativo. Según lo señalado por el Instituto Mexicano de Telemarketing (2004), el porcentaje de reducción de costos que permite la tercerización según países o regiones es el siguiente:

Cuadro 1. Ahorro en los costos por el uso de *outsourcing*

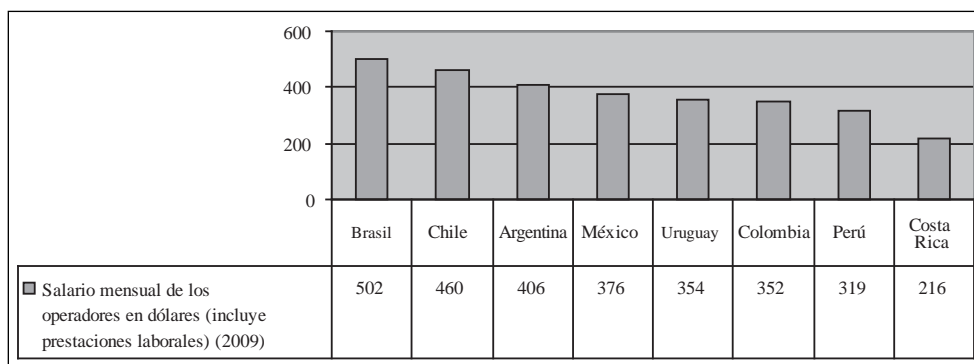
<i>Países o regiones</i>	<i>Ahorro</i>
Canadá, Australia, Nueva Zelanda, Irlanda	5—10%
América Latina	10—30%
India, Filipinas, Caribe, África, Europa Oriental	40—50%

Fuente: Instituto Mexicano de Telemarketing (2004).⁴

⁴ Disponible en www.contactforum.com.mx/articulos/2334.html

En general, se considera que la región de América Latina cuenta con costos laborales muy competitivos, siendo el salario de los operadores por países el siguiente:

Gráfica 1. Salario mensual de los operadores



Fuente: Análisis de Invest in Bogotá (2009).⁵

Bajo estas condiciones, el escenario laboral en los *Call Centers* se asemejaría a ciertas tendencias globales actuales —aunque no necesariamente convergentes— que se dan en las cadenas transnacionales de subcontratación de servicios: amplia flexibilidad y unilateralidad empresarial, inestabilidad e incertidumbre laboral, alto grado de rotación de la fuerza de trabajo, escasas posibilidades de desarrollo profesional, bajos salarios, casi nulos derechos de sindicalización, ritmos intensificados de trabajo, y formas de organización del trabajo individualizadas y con fuertes niveles de control y disciplina (Larner, 2002; Deery, Iverson y Walsh, 2002; Buchanan, 2002, Belt y otros, 2002, Del Bono, 2005, Micheli, 2006).

b) Trabajar en un *Call Centers* en la ciudad de México

En México, de acuerdo con datos aportados por el Instituto Mexicano de Telemarketing (IMT), y recuperados en la *Revista Contact Forum*, el mercado de Centros de Contacto o *Call Centers* genera 452 mil empleos directos en el país, con una infraestructura de 320 mil estaciones de trabajo distribuidas en 23 mil empresas, a través

⁵ Disponible en www.investinbogota.org/archivos/file/SECTORES/PDF/CONTACT_CENTERS/contact_centers_en_bogota_ib_2009.pdf

de las cuales se realizan 10.8 millones de interacciones diarias.⁶ El mercado de *Call Centers* en el país representa casi 30% del negocio en Latinoamérica, siendo la tasa de crecimiento de 21% interanual, un ritmo más dinámico que el promedio para América Latina, que es de 14.5%, y muy por encima del promedio mundial que es de 4 por ciento.⁷ Cabe destacar a su vez que los *Call Centers* bajo la modalidad de *outsourcing* tuvieron en 2008 un crecimiento aproximado de 35% anual, debido a la fuerte demanda de Estados Unidos y España.⁸

Las razones por las cuales las empresas estadounidenses buscan a México como mercado donde externalizar sus centros de atención al cliente, tiene que ver con la cercanía geográfica y horaria con Estados Unidos, los bajos costos laborales, la existencia de fuerza de trabajo calificada y bilingüe,⁹ el conocimiento de la cultura estadounidense, así como la existencia de una infraestructura tecnológica avanzada para el negocio y de incentivos para la contratación de personal bajo esquemas de subcontratación.¹⁰ Estos aspectos han posibilitado que México se perfile cada vez más como uno de los países estratégicos para atender al mercado hispano de Estados Unidos.

A excepción de los centros de contacto *in-shore*, la mayoría de los *Call Centers* en el país —y los más relevantes en términos de transacciones comerciales y de cantidad de trabajadores empleados— se encuentran bajo la modalidad de *outsourcing*, siendo empresas tercerizadas que gestionan la atención al cliente de empresas transnacionales o de capital nacional, fundamentalmente del sector bancario, telecomunicaciones y servicios. Lo que sucede generalmente es que las empresas tienen una casa matriz, en la que realizan los servicios más especializados, y lo demás —sobretudo lo que

⁶ Datos recuperados de la *Revista Contact Forum*, núm. 38, noviembre-diciembre 2010, disponible en <http://www.imt.com.mx/revista/38/index.html> y de información de la industria proporcionada por el IMT, disponible en <http://www.imt.com.mx/pdf/infoIndustria/congresoMty09/1.Apertura%20CF%20Mty09.pdf>. Cabe destacar que existen algunas discrepancias en estos datos respecto a otras fuentes, pudiendo ser que los criterios de delimitación sean diferentes teniendo en cuenta que se trata de un sector muy heterogéneo y diverso, ya sea en cantidad de trabajadores empleados por empresa, pero también respecto a las actividades que se realizan, la tecnología ocupada, los procesos de trabajo, los productos y/o servicios que se ofrecen, los mercados en los que operan, entre otros aspectos.

⁷ Información obtenida de la Sección 187 (Atento) del STRM: www.seccionatento.com

⁸ Datos recuperados del *Portal Contact Forum*, disponible en <http://www.contactforum.com.mx/noticias/1136.html>

⁹ El manejo de idiomas por parte de los operadores es muy importante en la definición de qué mercados son estratégicos para las empresas: mientras para España como para el mercado hispano hablante de Estados Unidos, México, Brasil, República Dominicana, Chile, Colombia o Argentina son mercados estratégicos de negocios, para las empresas norteamericanas o inglesas, el centro de negocios de *Call Centers* se encuentra en la India, Filipinas o Malasia (Micheli, 2006).

¹⁰ Extraído del *Portal Contact Forum*, disponible en <http://www.contactforum.com.mx/noticias/1136.html>

es promoción, ventas y atención al cliente— lo subcontratan a *Call Centers* encargados de realizar esa gestión.

En la ciudad de México, las principales empresas que contratan en forma relevante servicios de *Call Centers* son del sector bancario (BBVA Bancomer, Banamex, Banorte, HSBC, Ixe Santander, American Express, Inbursa, Visa, MasterCard), del sector de telecomunicaciones (Telmex, Telcel, Telefónica, Movistar, Nextel, Iusacell, Cablevisión), y grandes empresas de servicios y comercio en general (Aeroméxico, U.S. Airways, United Airlines, Avianca, McDonald's, Kellogs, Bimbo, Nestlé, Coca-Cola, Sabritas, Microsoft, Sony, Hewlett Packard, Dell, IBM, Siemens, Mabe, Philips, Ericsson, Ticket Master, CFE, entre otras).

Estas empresas tercerizan la gestión de sus servicios de atención al cliente en *Call Centers* como Atento, Tecmarketing, B—Connect, Telvista, Teleperformance, Teletech, Axtel, Telcel, Sertec, entre otros. Entre las “soluciones” que los *Call Centers* les ofrecen a las empresas se encuentran las siguientes: gestión de la atención al cliente —lo que incluye programas de información del producto o servicio, gestión de quejas o sugerencias, servicios multicanal, gestión operativa proactiva, servicios CRM,¹¹ programas de reactivación, lealtad y fidelización de los clientes—, adquisición de clientes y ventas, gestión de créditos, riesgos y cobranzas, soporte técnico *help desk* (mesas de ayuda), consultorías y desarrollo de encuestas, entre otras.¹²

Para llevar a cabo estas soluciones, el trabajo en el *Call Centers* se organiza a través de “campanas”, que es como se les denomina a los proyectos específicos que las empresas les encargan, por ejemplo: una campaña puede dedicarse a la venta de tarjetas de crédito de Banamex, y otra campaña a la gestión de cobranzas de las tarjetas de dicho banco. La administración de una campaña no se limita a la operación de realizar o atender llamadas, sino que conlleva aplicaciones y labores de supervisión, de análisis de procesos informáticos, de calidad y de administración gerencial de una sofisticación relativamente importante. Es decir, se observa que aun cuando los *Call Centers* sean empresas flexibles que pueden desaparecer rápidamente si los mercados no son favorables (Micheli, 2005), éstas cuentan con una estructura orga-

¹¹ Se le llama servicios CRM (Customer Relationship Management) a la administración de todas las interacciones con los clientes a través de un conjunto comprensible de estrategias, procesos, métricas, cultura organizacional y soluciones tecnológicas que permite al *Call Centers* servir y expandir sus relaciones con los clientes de una manera que se genere una lealtad sostenible del cliente, así como un valor agregado para la organización (*Glosario Call Centers*, Portal Contact Forum).

¹² Información disponible en B-Connect <http://www.b-connect.com.mx/mex/home>, y <http://www.b-connect.com.mx/>; Atento, <http://www.atento.com.mx/homepage.mmp>; Telvista: <http://www.telvista.com/>; y Teleperformance <http://www.teleperformance.com/es/Home.aspx>

nizativa que no se puede desdeñar, ya que la puesta en ejecución de una campaña requiere de una coordinación importante entre los diferentes niveles de la empresa. Un trabajador que ha laborado tanto en operación como supervisión y analista en tiempo real, lo reflejó así: “Detrás de los operadores, hay mucha infraestructura, mucha gente que estamos trabajando, que muchas veces tenemos más presión que los operadores. Mucha gente, muchas manos” (Luis, analista de B-Connect, 6 de marzo de 2010).

Si bien, se podrían encontrar algunas diferencias según el tipo de campaña, las exigencias de las empresas clientes y la infraestructura y políticas de cada *Call Centers*, las entrevistas realizadas a trabajadores, nos han permitido reconocer rasgos comunes que caracterizan la actividad y las relaciones laborales en el sector, y entre los cuales queremos destacar los siguientes.

La empresa cliente invisibilizada en el contrato aunque presente en la actividad

La actividad de los operadores telefónicos de *Call Centers* no puede entenderse sino a partir de la fuerte presión e influencia que ejercen las empresas que contratan a *Call Centers*. Si bien, entre las empresas clientes y los *Call Centers* media una relación jurídica de carácter comercial y no laboral, las empresas clientes tienen un alto nivel de injerencia en la determinación de la actividad y de las relaciones laborales de los operadores. Ello de alguna manera se ve reflejado cuando los trabajadores hacen referencia a su actividad diciendo “yo trabajo para BBVA-Bancomer”, mientras con quien mantienen una relación de trabajo es con Atento, B-Connect o Telvista.

Justamente la característica que asume el trabajo bajo régimen de subcontratación laboral es que los trabajadores ejecutan un trabajo subordinado en beneficio de una empresa usuaria con la cual no tienen un contrato de trabajo; no obstante esta empresa es la que determina generalmente las condiciones, tiempos y ritmos de trabajo. Esto implica la existencia de una relación de dependencia y subordinación de facto entre el operador de *Call Centers* y la empresa-cliente para la cual ofrece sus servicios, a la vez que una ausencia de relación laboral formal entre dicho trabajador y dicha empresa.

La invisibilización en términos contractuales de esta relación es lo que permite que se reduzcan costos laborales y que la estrategia de *outsourcing* a través de los *Call Centers* sea muy ventajosa para las empresas-clientes. La tercerización y subcontratación de los servicios de atención al cliente permite a las empresas crear una relación salarial menos costosa que se desentienda de las garantías laborales pactadas

en una contratación colectiva real. Aun cuando en México la contratación colectiva real es cada vez más sustituida por formas de simulación laboral de protección patronal que violan la negociación colectiva e imponen la unilateralidad empresarial, la subcontratación —y doble subcontratación en la mayoría de los casos— implica a su vez una pérdida aún mayor de los derechos laborales colectivos.

Un aspecto que llama mucho la atención es que las empresas clientes no tercerizan la gestión de sus campañas en un solo *Call Centers*; por el contrario, lo que hemos encontrado es que suele suceder que las empresas tengan sus campañas distribuidas entre diferentes centros de contacto como parte de una estrategia de reducción de costos. Esto se explica porque los *Call Centers* se rigen por diferentes tabuladores para el cobro de sus servicios a sus empresas clientes: se puede cobrar por llamada, por minuto hablado, por ventas, por hora facturada, o por FTE (Full Time Equivalent).¹³ La particularidad de cada campaña —ya sean de atención al cliente, venta de algún producto o servicio, o gestión de cobranzas, entre otros—, es lo que definirá en cada uno de los casos el tipo de tabulador —y por tanto el tipo de *Call Centers*— que brinde mayor satisfacción a la empresa cliente para la gestión de dicha campaña. A su vez, éstas escogen los *Call Centers* con los cuales celebrar contratos comerciales en función, entre otras cosas, del carácter de las relaciones laborales.

Aun teniendo en cuenta las particularidades propias de cada cliente y de cada campaña, la firma de un contrato comercial entre la empresa cliente y el *Call Centers* conlleva el establecimiento por parte de la primera de objetivos, metas y métricas diarias, semanales, mensuales y/o trimestrales que deben cumplirse por los operadores telefónicos. Mientras el *Call Centers* nunca puede solicitar que se modifiquen las metas de cada una de las campañas —a menos que haya un panorama económico global que pueda afectar las operaciones de ambos—, la empresa como cliente puede modificar periódicamente las metas y métricas según como lo requiera el flujo del mercado.

El cliente que contrata al *call center* con la mano en la cintura puede subir las métricas, o las metas, puede pedir más no importa cómo, lo que al cliente le importa es llegar a su número de ventas y si tú como *call centers* estás ofreciendo tu servicio es porque lo puedes cumplir [...] Lo importante es darle la satisfacción al cliente en el menor tiempo posible (Carlos, workforce de Telvista, 5 de febrero de 2010).

¹³ El FTE es una unidad que se utiliza en los *Call Centers* para medir el promedio de tiempo trabajado por todos los operadores. Es un término empleado en la preparación y la elaboración de presupuestos, mediante el cual la cantidad de horas programadas se divide por la cantidad de horas de una semana laboral completa. Las horas de trabajo de varios operadores de jornada parcial pueden sumarse para formar un equivalente FTE (*Glosario Call Centers*, Portal Contact Forum).

La empresa cliente no sólo otorga las bases de datos a los *Call Centers* y asigna las características, tiempos, ritmos y condiciones de cada una de las campañas, sino también lleva evaluaciones periódicas sobre el desarrollo y evolución de las mismas, lo que implica un control y monitoreo constante sobre aspectos que refieren al proceso de trabajo, fundamentalmente el ritmo y tiempo en que se realiza la actividad, así como las sanciones y castigos que les corresponden a los operadores y supervisores en el caso en que éstas no se efectuaran.

Si bien el control no se ejerce de la misma manera y sobre los mismos aspectos en todas las campañas ni en todos los *Call Centers*, en la mayoría de los casos las métricas que se evalúan son: el *status de la campaña*, el *nivel de servicio* —porcentaje de llamadas diarias que se contestan antes del tiempo acordado con el cliente—,¹⁴ el *work* —porcentaje de tiempo que los trabajadores están en llamada del total de tiempo que están firmados—, la *duración de las llamadas*, la *calidad*, y el *porcentaje de abandono* de las mismas¹⁵ —cuando la llamada entra al sistema de distribución automática de llamadas pero se corta antes de que el operador atienda la llamada. Estas métricas están ligadas entre sí y es la empresa cliente la que define y determina en cada una de las campañas la importancia de cada una de ellas en la medición de la productividad, así como las penalidades que existen si éstas no se cumplen.

Es con base en estas métricas y a los informes históricos,¹⁶ que los *Call Centers* realizan estimaciones y planeaciones a futuro de cuáles son los aspectos que tendrían que mantenerse o modificarse para cumplir las metas y objetivos establecidos por la empresa cliente, pudiendo estas modificaciones ser planeadas con anticipación o desencadenarse sorpresivamente. El desempeño de las métricas y el flujo de llamadas con el que se cuenta en un momento dado, son la base a partir de la cual se calcula el horario de los turnos que deben cumplir los operadores, y cuántas personas se necesitan en cada turno. La estrategia por medio de la cual se modifica la jornada laboral y se asignan —cada día o semanalmente— la cantidad de operadores necesarios para atender tanto la carga de llamadas entrantes como salientes, se denomina *estrategia*

¹⁴ Se le denomina *nivel de servicio o factor de servicio telefónico* al porcentaje de llamadas entrantes que se responden antes de transcurrido un plazo específico: “X% de llamadas respondidas en Y segundos” (*Glosario Call Centers*, Portal Contact Forum).

¹⁵ La *tasa de abandono* es una medida interna de todas las llamadas que entran al centro telefónico, pero que son canceladas antes de llegar al representante, a la señal de espera o a un anuncio de información. La tasa de abandono es el porcentaje de llamadas abandonadas, comparado con todas las llamadas recibidas (*Glosario Call Centers*, Portal Contact Forum).

¹⁶ Informes que registran el desempeño del centro de llamadas y los agentes durante un periodo de específico, el cual varía según los diferentes sistemas de almacenamiento (*Glosario Call Centers*, Portal Contact Forum).

de combinación, y ésta es posible por la amplia flexibilidad horaria establecida en la mayoría de los contratos.

Esa métrica (el nivel de servicio) le sirve tanto al cliente como a nosotros como *call centers* para saber que estamos “staffeando” bien a la gente, staffear a la gente es poner a la gente a la hora donde la necesitas, que cumpla el número de horas que tu requieres, y que salga a comer a la hora que tiene que salir a comer [...] se va haciendo una curva del número de personas que se necesitan para contestar el 80% de las llamadas, que es el ideal, con una productividad del 70%, con un tiempo de llamada promedio de 400 segundos, entonces con base en todo eso yo le digo a mi jefe sabes que necesito tantas personas a esta hora, tantas personas a esta hora, etcétera. [...] en mi campaña esto se hace semana con semana” (Carlos, workforce de Telvista, 5 de febrero de 2010).

Este control y monitoreo que el cliente ejerce sobre la actividad de los operadores se lleva a cabo fundamentalmente a través de dos mecanismos: el control en tiempo real de la actividad —lo que es posible a través de softwares que proporcionan información en tiempo real sobre el desempeño de la actividad—, así como la supervisión a través de la presencia física del cliente en el lugar de trabajo.

El primer mecanismo de control que emplea el cliente se lleva a cabo a través de un registro en tiempo real y en formato digital de todos los movimientos de los operadores: desde los minutos de retraso, la duración de la llamada, el tiempo entre llamada y llamada, o el tiempo en que descansan o salen al baño. Esta información registrada en la memoria del sistema es evaluada por los analistas en tiempo real —quienes se encargan de enviar cada hora informes a los jefes de área, al gerente operativo, al gerente de tienda y al cliente—, y es a partir de ella que se evalúa el cumplimiento o no de las métricas y metas pautadas a los operadores y, por tanto, la “recompensa” o penalización que se les debe asignar por su rendimiento. Otra forma a través de la cual la empresa cliente tiene control sobre la actividad de los operadores es a través de su presencia directa en el lugar de trabajo. De ese modo, la empresa cliente adquiere cada vez mayor relevancia e injerencia en lo que hace a la regulación y control de la actividad, lo que es considerado tanto una ventaja como una presión:

El cliente siempre está presente, en todas las campañas, los clientes están ahí para cualquier eventualidad. Incluso tienen su oficina ahí, cualquier cosa están al pie del cañón, cualquier cambio, cualquier eventualidad.. es como si tu tienes tu negocio y se lo dejas a alguien y tu no lo ves y no lo administras, no sabes que pasa en él. Y eso facilita y presiona, tiene su 50 y 50, porque te facilita para ciertos procesos pero te presiona porque dices ahí está el cliente, cualquier problema va a reventar (Luis, analista de B-Connect, 6 de marzo de 2010).

Esta relación tan estrecha entre empresa cliente y *Call Center* expresa de algún modo la dependencia real que existe entre los operadores y la empresa usuaria; relación que sin embargo queda invisibilizada detrás de la estrategia de subcontratación en la que el *Call Center* constituye la intermediación.

Doble subcontratación, flexibilidad y sindicalismo de protección

A esta relación de tercerización entre la empresa cliente y el *Call Centers* habría que sumar otras relaciones de intermediación que tornan la subcontratación más compleja. La mayoría de los *Call Centers* ubicados en la ciudad de México —a excepción de Tecmarketing— no sólo son empresas subcontratadas, sino que a su vez éstas tercerizan la provisión de mano de obra a través de agencias de colocación. Lo que existe allí es un proceso doble de subcontratación: las empresas-clientes contratan al *Call Center* para que de sus servicios, y a su vez éste contrata a empresas intermediarias —Manpower, Adecco, Secofac, Contratación Inmediata, Atel, Best People, American Chambers, entre otras— para que se encarguen de la provisión de mano de obra.

También cabe mencionar que existe otra modalidad de contratación de personal que no se realiza por agencias de colocación, pero que sin embargo en términos de condiciones laborales es muy similar a las mismas, y es cuando los *Call Centers* contratan a sus trabajadores a través de otras empresas cuya razón social es diferente, evadiendo con ello las cargas impositivas que corresponden. En el caso de Atento, se ha encontrado que existen tres razones sociales diferentes: Atento S.A. de C. V., Atento Servicios S.A. de C.V. y Atento Mexicana S.A de C.V.¹⁷

La astucia de esta estrategia de doble subcontratación conlleva amplias ventajas en el plano jurídico para las empresas, a la vez que genera una cierta confusión en los trabajadores acerca de quién es su verdadero empleador. Tomando como ejemplo el caso de American Express, a la entidad financiera le resulta mucho más conveniente contratar a B-Connect para la realización de sus campañas porque de ese modo no sólo reduce significativamente el costo de su mano de obra, sino que a su vez ésta se evita cualquier tipo de demanda legal, ya que los operadores que trabajan para su campaña, no existen en términos jurídicos para la empresa. De la misma

¹⁷ Información recuperada del blog de la Sección 187 (Atento) del Sindicato de Telefonistas de la República Mexicana www.seccionatento.com

manera, al *Call Centers* le resulta ventajoso contratar a sus trabajadores por medio de agencia de colocación, ya que de ese modo no sólo reducen sus costos laborales, sino que así también evitan la responsabilidad en cualquier tipo de demanda laboral.

La mayoría de los contratos que se establecen entre estas agencias de colocación y los trabajadores son contratos individuales por obra determinada, ya que éstos son los que más se ajustan a la flexibilidad operativa convenida en el contrato comercial —temporal— celebrado entre las empresas clientes y el *Call Center*. En esta relación triangular, se transfieren los costos de reproducción de la fuerza de trabajo a otras empresas intermediarias y de ellas a los propios trabajadores, eludiendo con ello la posibilidad de que exista bilateralidad y negociación colectiva en la determinación de las condiciones laborales, ya que en la mayoría de los casos el tipo de contratación que existe es individual y por obra determinada, o en otros casos es de contratación de carácter colectivo, aunque a través de formas de simulación laboral y protección patronal.

Un contrato colectivo de protección patronal se caracteriza porque el patrón, aliado con el gobierno, elige un sindicato y asigna un contrato colectivo de trabajo a cualquier proveedor de servicios —aun antes de que exista la relación laboral como tal— tratándose de contratos laborales firmados y negociados sin el consentimiento de los trabajadores, quienes desconocen su existencia (Bouzas y otros, 2009). La función que cumplen los contratos colectivos de protección patronal en el contexto laboral actual es permitir que los derechos y prestaciones de los trabajadores se encuentren por debajo de los mínimos que establece la Ley Federal del Trabajo, a la vez que constituyen un obstáculo para que los trabajadores puedan organizarse en forma auténtica, ya que cualquier emplazamiento a huelga que los trabajadores quieran llevar a cabo para conseguir la titularidad de un contrato colectivo, no podrá proceder si existe ya un contrato colectivo depositado en la Junta de Conciliación y Arbitraje.

Justamente para evitar llegar a ese punto y que se pudiera lograr una sindicalización real de los trabajadores, es que las empresas —en complicidad con las autoridades laborales correspondientes y con supuestos líderes y representantes sindicales corruptos— previenen la situación simulando una contratación colectiva con un sindicato de membrete y sin existencia real. Con ello se desvirtúa por completo el sentido y los objetivos fundamentales de la contratación colectiva al convertirla en un instrumento de protección al empleador contra la constitución y el registro de una auténtica sindicalización que realmente pueda representar los intereses de los trabajadores (Bouzas y otros, 2009).

No obstante y pese a las irregularidades bajo las que se da este tipo de contratación, se trata de contratos legalmente constituidos y reconocidos como tales por las autoridades laborales correspondientes. Estas formas de simulación laboral permiten

que la flexibilidad laboral se esté dando en buena medida en el ámbito de la contratación colectiva, y no a partir de la modificación de la Ley Federal del Trabajo (Reynoso, 2005).

A modo de ejemplificación, describiremos brevemente el tipo de contratación que se da en B-Connect y en Atento, ya que resulta interesante destacar el hecho de que aun cuando en el primer caso la modalidad de contratación de operadores es por contrato individual por obra determinada a través de agencia de colocación, y en el segundo caso se trate de un contrato colectivo de trabajo a través de un sindicato (de protección patronal), se encuentran grandes similitudes en lo que atañe al tipo de relaciones laborales existente y las condiciones laborales de los operadores.

En el caso de B-Connect, cuando los trabajadores ingresan a laborar son contratados por la empresa Secofac (Servicios compartidos en Factor Humano S.A. de C.V.) quien tiene celebrado con la empresa B-Connect contratos de suministro de personal eventual por obra determinada. El contrato individual de trabajo celebrado entre cada trabajador y Secofac es un contrato individual por obra determinada cuya duración está directamente relacionada con la duración de la campaña para lo cual se lo está contratando. En el caso de Atento, se trata de un contrato colectivo de trabajo celebrado entre Atento Mexicana S.A de C.V. y el Sindicato Progresista de Trabajadores de Comunicaciones y Transportes de la República mexicana, que acepta dos modalidades de contratación: trabajadores de planta por un periodo indeterminado y trabajadores temporales u obra determinada.

Entre las cláusulas más significativas de ambos contratos encontramos que se establece una jornada semanal de trabajo de 48 horas semanales, sin especificar en qué turnos u horarios se va a desempeñar dicha jornada, sino por el contrario se reconoce que en función de las necesidades de la empresa y del proyecto se requiere flexibilidad absoluta en la programación de las jornadas de trabajo. En ambos casos, las partes acuerdan que la empresa en todo momento tiene el derecho de cambiar libremente al trabajador de un lugar a otro y de un turno a otro, así como modificar los horarios de inicio y término de la jornada laboral —y el día de descanso semanal— sin exceder el límite de 48 horas semanales.¹⁸

La rotación interna en los *Call Centers* es alta, permanente e inesperada, ya que de acuerdo con las exigencias de las empresas, las características de las campañas o de los productos y servicios que se ofrecen, o según el flujo y la intensidad de las llamadas, pueden ir modificándose las actividades de los operadores, así como los

¹⁸ Cláusula XVII Contrato individual de trabajo celebrado con Secofac, 2002; Cláusula XIV CCT entre Atento Mexicana S.A de C.V. y Sindicato Progresista de Trabajadores de Comunicaciones y Transportes de la República Mexicana (SPTCTRM), 2007.

tiempos en los que se requiere que éstos trabajen, pudiendo éstos ser rotados de una actividad a otra dentro de la misma campaña, de un turno a otro, o de una campaña a otra (lo que significa dejar de prestarle servicio a una empresa—cliente y hacerlo a otra); en cualquiera de los casos sin alterar en nada sus condiciones contractuales. Se ha identificado a su vez, que la rotación de horarios y turnos de trabajo puede actuar como un elemento de presión que se aplica a los trabajadores cuando se les quiere obligar a que renuncien “voluntariamente”:¹⁹ “El contrato es general, acá no existe medio tiempo, tiempo completo, el contrato está generalizado por 48 horas, si tu vas 6 el día de mañana te dicen necesito que estés ya 8 horas, oye pero yo soy medio tiempo, pero tu contrato dice tal, ¿puedes o no? No... te bajan” (Alberto, ex operador de Sitel, 10 de septiembre de 2009).

En el caso de Atento, el contrato colectivo también especifica que en virtud de las condiciones del mercado, el sindicato reconoce la capacidad, facultad y “absoluta libertad” de la empresa para contratar personal de tiempo completo o jornada reducida, por temporada o por evento bajo la modalidad de tercerización y siendo que estas terceras personas —físicas o morales— no tengan ninguna relación con el sindicato.²⁰ Esto es interesante de analizar en tanto es el propio sindicato el que avala la subcontratación y permite que los trabajadores sean contratados por otras empresas con otra razón social o por agencias de colocación como Adecco y Manpower. También es de destacar que el sindicato reconoce la facultad exclusiva de la empresa de supervisar, dirigir y administrar la contratación de los trabajadores sindicalizados.

En cuanto al salario de los operadores, en ambos casos éstos reciben el salario mínimo estipulado por ley, además de un monto por concepto de comisiones que se establece de conformidad a la política de comisiones que corresponda a los proyectos que se encuentran asignados, calculando aproximadamente un salario de 3 a 4 mil pesos al mes como promedio general, siendo que los bonos representan aproximadamente 60% de los ingresos netos que reciben mensualmente los trabajadores. Sin embargo, en razón de que el trabajador está asignado a un proyecto de trabajo específico y de conformidad con las condiciones que cada proyecto establezca, cada trabajador *podrá o no* tener derecho a recibir los bonos, de acuerdo con el logro de los objetivos y metas establecidas, siendo común que éstos no sean pagados en su totalidad.

¹⁹ Información recuperada del blog de la Sección 187 de Atento, disponible en www.seccionatento.com

²⁰ Cláusula VI CCT entre Atento Mexicana S.A de C.V. y Sindicato Progresista de Trabajadores de Comunicaciones y Transportes de la República Mexicana (SPTCTRM), 2007.

Los operadores tienen la posibilidad de decidir si quieren realizar horas extras, obteniendo en esos casos bonificaciones extras que pueden ser muy relevantes en términos de los ingresos mensuales. No obstante, los contratos de ambas empresas establecen que el pago de dichas horas extras está supeditado a la existencia de una autorización u orden por escrito expedida por la empresa solicitando que se realicen tales horas, lo cual ha dado lugar a ciertos abusos y arbitrariedades por parte de las empresas ya que la mayoría de las veces éstas no son consideradas como tales, y por tanto no se les abona el porcentaje extra que el Artículo 73 de la Ley Federal del Trabajo asigna.²¹ A su vez, y como abordaremos más profundamente en el próximo apartado, ello no está exento de favoritismos, ya que en la mayoría de los casos esto depende mucho de la amistad o simpatía que se tenga con los supervisores, de si “se caen bien” o son cuates.

En ambos contratos hay pocos elementos especificados, y los que se especifican dejan abierta una amplia unilateralidad y libertad empresarial para definir aspectos claves del proceso de trabajo y de las relaciones laborales. Así, decisiones relativas al salario, la jornada laboral, la asignación de puestos, bonos o comisiones, así como la capacitación, se dan de palabra y por decisión gerencial en el centro de trabajo. Lo preocupante en términos de sus condiciones laborales, es que la mayoría de las cláusulas establecen flexibilidad en las formas de contratación y casi nulas responsabilidades legales de la empresa para con sus trabajadores.

A su vez, en ambas empresas se obliga a los trabajadores a firmar el contrato al final de una hoja en blanco, y en el caso de que la persona se niegue a hacerlo, le devuelven el contrato cuantas veces sea necesario para que así lo haga. Esta situación no deja de generar inconformidad y desconfianza en muchos trabajadores, aunque también se reconoce que la mayoría lo acepta porque “es lo que hay”, y porque en el caso en que se nieguen a firmar la hoja en blanco, la respuesta inmediata por parte de la empresa es la estigmatización como conflictivo o simplemente la no contratación:

Te dicen “fírmame atrás en la hoja blanca” y si le dices a ver, “¿tu sabes lo que conlleva firmar una hoja en blanco? Ya tu eres conflictivo, si no quieres firmar vete” [...] ¿Pero cuanta gente se atreve a decir?, porque por una necesidad, todos tenemos necesidad, pero ante todo está como te respetes y si haces cosas así ya no te estás respetando a ti mismo, te estás perdiendo el respeto y cuando alguien se pierde el respeto a sí mismo prepárate para lo que venga adelante. Solo por el hecho de saberte defender eres conflictivo (Luis, analista de B-Connect, 6 de marzo de 2010).

²¹ Información recuperada del blog de la Sección 187 de Atento, disponible en www.seccionatento.com; consultado el 16 de noviembre de 2008.

Como se mencionó con anterioridad, que existan estas modalidades de contratación es en parte posible porque lo que predomina en el sector —a excepción de Tecmarketing— es la presencia de sindicatos pertenecientes tanto a la Sección 10 y 15 de la CTM, como sindicatos “fantasmas” o de protección, como el Sindicato Progresista de Trabajadores de Comunicaciones y Transportes de la República Mexicana (SPTCTRM). Estos sindicatos, antes que representar y beneficiar a los trabajadores, son sindicatos elegidos por la empresa que permiten que la contratación —ya sea de manera colectiva aunque sin representación real de los trabajadores, o de manera individual, a cargo de agencias de colocación— garantice amplia unilateralidad empresarial en la determinación de las relaciones laborales y la actividad.

En la mayoría de los casos, los trabajadores ni siquiera saben que existe sindicato en la empresa, o se enteran cuando quieren comenzar a organizarse y la empresa les dice que no pueden hacerlo ya que ya están afiliados a un sindicato, tratándose siempre de sindicatos simulados, cuyos contratos colectivos con la empresa son suscritos a espaldas de los trabajadores y sin su conocimiento. Justamente es la presencia de un sindicato de estas características en la empresa lo que permite el control de la fuerza laboral por parte de la gerencias, y la garantía de que los trabajadores no van a organizarse sindicalmente. En palabras de una de las trabajadoras entrevistadas: el sindicato “está ahí para detectar focos rojos e ir apagándolos” (Karla, ex operadora y analista de B-Connect, 27 de noviembre de 2009).

En el caso de B-Connect, el sindicato a veces hace promociones en la entrada del lugar de trabajo, colocando globos o repartiendo volantes que dicen: *Tienes un sindicato, acércate a él*; sin embargo, los trabajadores nunca fueron informados de que estaban sindicalizados, y no sólo eso sino que la mayoría de los trabajadores no sabe para qué sirve el sindicato ni confía en su representación. En otros casos, también se reconoce que existe un cierto temor a acudir con el sindicato porque si bien escuchan sus demandas o los problemas que les plantean, después de haber hablado con ellos, esos trabajadores quedan marcados como conflictivos: “Tenemos un sindicato, ¿pero el sindicato para qué es? Nada más está de nombre, en qué me beneficia, tenemos así como le llamamos un sindicato charro [...] Tu puedes hablar con un operador y te va a decir lo mismo, yo me estoy viendo decente, pero hay gente que te dicen que son unos sólo son tres” (Luis, analista de B-Connect, 6 de marzo de 2010).

En el caso de Atento, el SPTCTRM comenzó a aparecer públicamente cuando los trabajadores ya habían comenzado a organizarse y pedido el apoyo del Sindicato de Telefonistas de la República Mexicana (STRM). Como una reacción ante ello, y con el temor de que pudiera gestarse una organización sindical real, el sindicato impuesto por la empresa ha comenzado a tener presencia en el lugar de trabajo y llevado a cabo campañas de desinformación contra el STRM, hostigamientos contra los trabajadores

que estaban organizándose, implicando en muchos de los casos el despido, así como la presencia de grupos de choque que por medio de la violencia intentan detener todo intento de organización sindical democrática.²² Lo interesante a analizar de ello es que la presencia de este tipo de sindicalismo en los *Call Centers* es lo que ha permitido y permite que se cometan irregularidades en el desempeño de la actividad laboral y que, sin embargo, ello se encuentre amparado en las cláusulas de un contrato colectivo de trabajo legalmente establecido, aunque sin ningún tipo de legitimidad ya que los trabajadores no están siendo representados.

Entre llamada y llamada: la jornada de trabajo

La actividad específica que realizan los operadores de *Call Centers* consiste en producir información a través de la realización o recepción de llamadas telefónicas con clientes y/o usuarios de un determinado servicio o producto, ya sea que se trate de asistencia técnica, consulta sobre productos o servicios, recepción de quejas o sugerencias, promoción, comercialización y ventas de productos o servicios, gestión de cobranzas, entre otras actividades. En cada uno de los casos, la recepción o realización de llamadas telefónicas conlleva la interpretación y manipulación de datos a través de herramientas tecnológicas que implican el uso integrado del teléfono y la computadora.

Grosso modo, las campañas se diferencian según se trate de operaciones *inbound* (entrada de llamadas) u operaciones *outbound* —salida de llamadas. En el caso de las primeras, las llamadas generalmente son procesadas por un sistema de atención automatizada que solicita a los clientes que seleccionen opciones y luego se coordina con un sistema de distribución automática de llamadas (ACD) que responde a las llamadas automáticamente, las pone a éstas en una cola (*queue*) y las distribuye entre los operadores telefónicos, quienes responden al flujo de llamadas sentados frente a la computadora en *boxes* o cabinas separadas y con una diadema —dispositivo con auricular y bocina que permite la comunicación telefónica a manos libres.

En el caso de las llamadas de salida —generalmente de telemarketing, ya sean ventas o promoción de servicios y/o productos—, se utiliza un sistema de predicción de llamadas (*Predictive Dialing System*) que realiza automáticamente llamadas salientes —sin necesidad de que el operador esté marcando— y transfiere las llamadas

²² Información recuperada del blog de la Sección Atento del STRM, disponible en www.seccionatento.com; así como del artículo periodístico publicado en *La Jornada* por Martínez Fabiola, “Amenazan a los empleados de Atento: telefonistas”, el día 3 de julio de 2010.

atendidas a los operadores. Este sistema no sólo permite reducir los tiempos muertos entre llamada y llamada, sino también tiene la ventaja de administrar y controlar los tiempos de la propia llamada, ya que la existencia de “llamadas en cola” genera presión para que la llamada se realice en un tiempo breve. La importancia de los sistemas automáticos de distribución y predicción de llamadas, es que éstos no sólo llevan un control, vigilancia y monitoreo de las llamadas, sino también marcan el ritmo de las mismas, maximizando y reduciendo los tiempos “muertos” e intensificando el ritmo de la jornada laboral (Micheli, 2005).

La jornada laboral de los operadores suele ser de seis, siete u ocho horas. En el transcurso de estas horas, la *carga de llamadas*²³ puede variar según el tipo de actividad y el tipo de campañas. Hay campañas de entrada en las que el flujo de llamadas puede variar de 20 a 50 llamadas en un día, y campañas de salida en las que pueden darse entre 30 y 100 llamadas diarias. Es el flujo de las llamadas el que marca en uno y otro caso el ritmo de la jornada laboral y el tipo de exigencias que deben cumplir los operadores, haciendo ello que la jornada pueda ser muy estresante o más o menos llevadera. No obstante, aún teniendo en cuenta que existen diferencias en cada una de las campañas según predominen criterios y lógicas cuantitativas o cualitativas en la atención al cliente, en general se reconoce que la actividad de operación en los *Call Centers* es muy demandante, repetitiva y estresante, no sólo por la carga continua de llamadas y la presión que conlleva la relación con los clientes, sino también por el ambiente hostil en el que se desenvuelve el trabajo: “De repente nos decía el supervisor primero contesto y luego existo [...] era en son de broma y todas jajaja, pero nos decía no, no, no, no se los estoy diciendo para que se rían, rápido, tenemos muchas llamadas” (Norma, ex trabajadora de American Express y Multivisión, 18 de febrero de 2010).

El ritmo de trabajo y las exigencias que demanda la actividad en los *Call Centers* es lo que muchas veces hace que los operadores sientan que ese trabajo “no es para ellos” y deserten del mismo.²⁴ Estas deserciones aunadas a la gran cantidad de pedidos injustificados —ya sea por la caída de una campaña, el no cumplimiento de las

²³ La carga de llamadas se calcula como el producto del tiempo medio de conversación + el tiempo medio de trabajo posterior a la llamada x el volumen de llamadas durante un periodo determinado (*Glosario Call Centers*, Portal Contact Forum)

²⁴ Los trabajadores renuncian en muchos de los casos por la existencia de campañas en las que es difícil colocar el producto y/o servicio, o porque los clientes son muy conflictivos y eso genera frustraciones, ya que como no se llega a la meta de productividad, la paga es menor y terminan siendo demasiadas presiones para los trabajadores sin las recompensas económicas adecuadas. Una trabajadora lo reflejó de este modo: “me estreso, no vendo, me pagan muy poco y no me es rentable, mejor buscarse otro trabajo” (Karla, ex operadora y analista de B-Connect, 27 de noviembre de 2009).

metas establecidas, o porque simplemente ya no se los requiere—, generan que exista una alta y continua rotación externa de los operadores. La existencia de una alta rotación no es un fenómeno accidental o “colateral” de la política laboral de los *Call Centers*, sino por el contrario responde a una estrategia deliberada por parte de los mismos que se torna posible en parte por la existencia de contratos de carácter temporal, pero también por la situación de empleo precario que se vive en el país que garantiza una demanda de trabajo de tipo permanente.

De manera análoga, la oferta de trabajo como operador telefónico en un *Call Centers* es continua y permanente. Para que una persona pueda entrar a trabajar como operador en la mayoría de las campañas, se requiere tener entre 18 y 40 años, no se requiere tener experiencia en *Call Centers*, aunque sí contar con estudios de preparatoria —ya sea finalizada o trunca—, la aprobación de un examen psicométrico, tener conocimientos básicos de PC, habilidades de teclado, facilidad de palabra y disponibilidad de horario para la rotación flexible de turnos. Sin embargo, hay ciertas campañas que sí requieren un perfil específico, ya sea conocimiento bilingüe o conocimiento técnico especializado, como son generalmente las campañas de asistencia o servicio técnico, o las que están dirigidas a mercados de consumo muy especializado. Por las características de la actividad, pero también por el tipo de flexibilidad horaria que se requiere, los trabajadores que más se adaptan al perfil son jóvenes estudiantes de prepa o universidad —en su mayoría mujeres—, a quienes el trabajo en el *Call Centers* les permite solventar sus estudios y/o complementar los ingresos familiares.

La capacitación que se brinda en la mayoría de los *Call Centers* es muy básica y ésta se reduce a ser una capacitación inicial ligada únicamente a los objetivos inmediatos de la empresa. Generalmente ésta versa sobre los siguientes aspectos: trato al cliente —lo que implica capacitación sobre los modos en los que se debe tratar al cliente, el tono de voz que se debe utilizar, el tipo de lenguaje, las diversas maneras de “romper el hielo”, y ser empático con el cliente y las formas de hacer frente a los conflictos sin perder la paciencia y la cordialidad, entre otros aspectos—; manejo del software respectivo a la campaña en la cual se está trabajando —los cuales generalmente son sencillos y fáciles de aprender— y manejo del producto o servicio que se va a ofrecer, lo que implica aprenderse de memoria un *speech* así como contar con conocimientos básicos sobre sus aplicaciones, funciones y especificidades. La duración que tenga la capacitación depende del tipo de campaña y de la política del *Call Centers*, aunque generalmente dura de una a dos o tres semanas y es, según lo que nos han comentado los operadores, una *capacitación express* que no está a la altura de los desafíos que se tienen en la actividad concreta de operación:

La empresa cree que con la capacitación que te de en una, dos o tres semanas y con que pases un examen muy sencillo ya está, pero a la hora que te sientas ahora si al frente de guerra, o sea a tratar con un cliente, ya no sabes qué decir, ni te acuerdas de lo que aprendiste, ni te acuerdas de lo que leíste, ni te acuerdas de lo que estudiaste, ni sabes vender [...] pero la situación en el país es de lo que encuentres, y a todo dices que sí (Luis, analista de B-Connect, 6 de marzo de 2010).

No obstante, si bien al comienzo de la actividad en el puesto los operadores se pueden sentir desorientados —ya sea porque los requisitos que se necesitan para entrar como operador son muy básicos o porque la capacitación que se les ofrece es muy pobre—, las propias exigencias de la actividad van desarrollando otras habilidades que van performando la actitud de servicio que los operadores deben tener: trato amable, actitud de asistencia, una personalidad positiva, proactiva, entusiasta, motivadora, tolerante, paciente, simpática, persuasiva y con un estilo adecuado de voz y audición. Si bien cada llamada requiere seguir conversaciones estandarizadas y rigurosas, garantizar la satisfacción al cliente demanda ser gentil, educado y responder con buen humor, en un ritmo acelerado y en poco tiempo, lo que en términos concretos implica no sólo suministrar la información concreta o solucionar un problema al cliente, sino también asegurarse que *el cliente se quede contento*.

Ya con el transcurso de los días manejas bien el producto, ya te lo aprendes, se lo dices así fluido [...] en el transcurso de la llamada y de ese manejo, hay que dirigirse al cliente con respeto, con atención, hay ocasiones en que el cliente no comprendió muy bien y entonces hay que volver a decírselo, siempre manejar la voz para darle confianza y seguridad al cliente para que te contrate, hay que hacer que el cliente se sienta a gusto (Gaby, operadora de Tecmarketing, 16 demayo de 2010).

Sin embargo, estas habilidades que se van desarrollando en la propia actividad no se limitan a ser competencias puramente emotivas o afectivas, sino que involucran capacidades de tipo cognitivo como son la capacidad de expresión, comprensión oral y escrita, el registro de información con precisión, así como agilidad para la resolución de problemas, el entendimiento y digitalización. En la llamada una vez que ésta finaliza se necesita de la interpretación, manipulación y captura de datos e información.

El ser telefonista te despierta muchos habilidades, cuando los enfocas a otras cosas puedes hacer más cosas. De ser telefonista a ser una empleada administrativa me costó mucho tiempo, el estigma de ser telefonista no se me quita, porque soy amable, agradable, te vuelves fina, poder comunicarse con el otro, transmitir seguridad, confianza (Norma, ex trabajadora de American Express y Multivisión, 18 de febrero de 2010).

Cada llamada puede involucrar conversaciones más o menos largas o complejas, según el tipo de campaña y el tipo de cliente. No obstante, toda llamada tiene establecido un procedimiento —un *speech*— que debe cumplirse aunque puede modificarse según el carácter de la llamada: generalmente se comienza con una presentación, se sigue con el manejo del producto y/o servicio, y se concluye con una despedida. En la presentación, el operador se identifica por su nombre, así como identifica la campaña a la que pertenece, el nombre del cliente que llama y agradece a éste por haber llamado, ofreciéndole cordialmente que pueda expresar su necesidad o solicitud —en el caso de las llamadas entrantes—, u ofreciéndole los servicios y/o productos que se brindan —en el caso de llamadas salientes—, para finalmente despedirle con un saludo cortés y amable. Es muy importante que a lo largo de toda la llamada, el operador muestre cordialidad para que el cliente —molesto o no— pueda expresar su necesidad o queja.

Ahora bien, según el tipo de cliente es necesario manejar distinto tipo de información, tecnicismos y especificidades, ya que lo importante siempre es personalizar al mismo y tener las herramientas para poder no sólo responder a sus demandas, sino también convencerlo de que se le está dando una respuesta eficaz y acorde a su pregunta. Una de las máximas que se proclaman en los *Call Centers* es que una buena administración de la relación con los clientes no debe limitarse al contacto y la comunicación con los mismos, sino a una comunicación que los satisfaga, fidelice y prescriba.

No obstante, el hecho de que los perfiles de operadores que se buscan sean bastante elementales, y que la capacitación se reduzca a una capacitación inicial de una, dos o tres semanas, no deja de traer consecuencias y repercusiones en el rendimiento de la empresa a largo plazo: muchas veces los operadores no están capacitados para responder las llamadas, o para hacer ventas y eso se convierte en llamadas de muy mala calidad y muy bajo servicio. Según un estudio realizado por una empresa de mercadeo (Bain & Company) y recuperado por el Instituto Mexicano de Telemarketing, se reconoce que la percepción de calidad que tienen los clientes de las empresas difiere en gran medida de los indicadores que los *Call Centers* manejan internamente con respecto a la calidad de sus servicios: mientras 60% de los *Call Centers* cree brindar a sus clientes una experiencia diferenciadora a través de los operadores telefónicos, sólo el 8% de los clientes considera recibirla.²⁵

²⁵ Disponible en <http://www.contactforum.com.mx/articulos/3279.html>. Según este artículo recuperado del Portal Contact Forum, se considera que los aspectos más frustrantes para el cliente en la atención telefónica son los siguientes: permanecer en espera mucho tiempo (78%), tener que repetir la información varias veces (75%), falta de respuestas adecuadas a sus necesidades (65%), que los representantes traten de vender (55%), falta de flexibilidad de los operadores (45 por ciento).

El cliente es un actor clave en el proceso de trabajo, y ello por varias razones: en primer lugar, porque sin su presencia —no física sino a través del teléfono—, la actividad como tal no puede realizarse, por lo tanto no es un actor más sino un actor fundamental para la misma. En segundo lugar, porque es a partir de la relación que el operador tiene con el cliente —la dinámica de la llamada y las exigencias del cliente— como se definen en muchos de los casos, aspectos claves de la regulación laboral como el salario, la jornada laboral, los tiempos y ritmos de trabajo, la organización del trabajo, y las relaciones entre operadores y supervisores. Por tanto, aun cuando la figura del cliente no haya sido formalizada aun en la regulación laboral establecida para el sector, o incluso que los propios clientes ni siquiera estén enterados de la incidencia que puedan tener, éstos tienen influencia en la definición de las reglas de la actividad cotidiana.

La relación con los clientes es definida por muchos de los trabajadores como una relación conflictiva, aunque depende mucho de la campaña en la que se esté. En el caso de las llamadas entrantes, se reconoce que generalmente si los clientes realizan una llamada es por algún problema o queja hacia el producto o servicio que se maneja en la campaña, y que por ello siempre existe un cierto roce o tensión, siendo que en muchos de los casos los clientes hablan molestos, enojados e inconformes, y los operadores deben tratar de “suavizar” la situación y a partir de ello comenzar a hablar:

Si me ha pasado de tener broncas con el cliente, porque hay unos que de entrada te empiezan a gritar, entonces hay que decir: “a ver, yo nomás le estoy atendiendo, entonces si se tranquiliza un poco podemos hablar“ [...] Pero lo que te recomiendan normalmente es que los dejes hablar un poquito, que se desahoguen y ya después les dices: a ver, ahora si podemos ayudarle” (Marcela, ex operadora de Sitel, 4 de marzo de 2010).

En algunas ocasiones los trabajadores no están dispuestos a recibir mal trato por parte del cliente y manifiestan su rechazo a esa situación cortando la llamada, o poniendo la misma en *stand by* por un rato y luego vuelven a comunicarse con él. Aunque cabe destacar que ello implica una falta importante que es penalizada. No obstante, muchos de los trabajadores han manifestado que a partir de su experiencia ellos ya saben identificar cuándo están siendo monitoreados o no y que, por tanto, en muchas ocasiones se animan a hacer ello antes de aguantar los insultos. De otra forma si no quisieran aguantar las groserías de los clientes, podrían reportarlo con los supervisores para que ellos se hagan cargo de la llamada o para poder cortar la llamada con autorización, aunque para ello deben aguantar por lo menos tres insultos fuertes. “Si me ha tocado y sí también, no se las he mentado ni he sido grosera, pero si de repente cuando estoy en un nivel que diga, “no, no estoy para aguantarlo”, es

así de que ya te cuelgo y “ay que se cortó”, sí, en esos casos no, porque sino puedo estresarme también” (Sandra, operadora de Telcel, 17 de febrero de 2010).

En el caso de llamadas de salida, la relación con los clientes (o potenciales clientes, ya que en la mayoría de los casos se les habla para “ofrecerles”²⁶ un producto o servicio o para cobranzas de deudas) es mucho más compleja aún, ya que se podría decir que a partir de la proliferación de los *Call Centers*, se ha ido generando un cierto rechazo generalizado en la población a recibir llamadas de operadores telefónicos para la venta de productos o servicios —generalmente venta de tarjetas de créditos, o activación de seguros y pólizas, etcétera—, e incluso cuando las llamadas son exigiendo el cobro por un atraso en la cuota de la tarjeta de crédito o de una cartera vencida.

En este contexto, las llamadas de salida generan mucho estrés en los operadores, ya que no sólo están presionados por el tiempo de la llamada —el operador solo cuenta con un tiempo límite para tratar de convencer al cliente, siendo en algunos casos este tiempo de cinco minutos máximo—, sino que la política de los supervisores es que las ventas o el cobro de adeudos deben garantizarse aun cuando ello tenga que darse “acosando” o engañando al cliente.²⁷ De cualquier manera, la presión de realizar una venta o un cobro es muy grande ya que de ello depende la “comisión” que los operadores obtengan, teniendo en cuenta por ejemplo que si la meta diaria de activación de seguros es de diez por día y los operadores solo activan nueve, éstos no contabilizan para el bono de comisión ya que no se cumplió con la meta requerida.

El tipo de control que se ejerce sobre las llamadas también genera una cierta presión sobre los operadores, ya que desde que inicia la llamada hasta que el cliente cuelga la llamada es monitoreada, aunque el control puede ser más rígido o más flexible según el tipo de campaña. Se ha podido identificar que existen tres formas de

²⁶ Algo que nos mencionaron en las entrevistas es que los trabajadores tienen prohibido mencionar la palabra *ventas* o *dinero*; por el contrario, tienen que mencionarle al cliente que se le están ofreciendo o que se pueden adquirir servicios o productos determinados.

²⁷ En un artículo periodístico sobre Atento publicado por *Contralínea* en enero de 2010, se analizó —con base en entrevistas a trabajadores— cuál es la estrategia que la empresa aplica para garantizar que los operadores actúen con rudeza ante los clientes morosos. De ello recuperamos la siguiente cita: “La clave para cobrar la deuda es la rudeza con los clientes, y para mostrarse rudos deben insistir en el pago e informarle del adeudo al tarjetahabiente, a sus familiares, vecinos, compañeros de trabajo y hasta el jefe. Se trata de “exhibir” al deudor “pero sin palabras altisonantes”. Así que, la “solución” que vende Atento, explican los telefonistas, se circunscribe a maltratar a los tarjetah

abientes. “¡No te dejes! ¡Vuélvele a marcar, y si no te paga, que te pague cualquiera de su familia!... ¡O su jefe! ¡Háblale al trabajo!”, son las instrucciones de sus supervisores y directivos durante la capacitación” (Pérez, 2010).

control sobre las llamadas que apuntan a mantener el nivel de calidad de la misma: el monitoreo silencioso —cuando el monitor de calidad está escuchando la llamada y no se les informa a los operadores que están siendo controlados—, el control personalizado —cuando el monitor de calidad se sienta junto al operador y controla su llamada— o el monitoreo de grabación y revisión —cuando las llamadas se graban y luego se reproducen y evalúan. En cada uno de los casos, quienes tienen conocimiento y control de cada uno de los movimientos de los operadores son los supervisores, los monitores de calidad y los analistas en tiempo real.

Los softwares que se utilizan para el monitoreo permiten supervisar los tonos de voz, el nivel de adherencia a los procedimientos y guiones establecidos —como el saludo, el manejo del producto y la despedida—, el modo en que el operador trató con el cliente —la paciencia, la cordialidad, si lo escuchó, si le dice la verdad o no—, la capacidad para manejar la información y procesarla, la calidad y duración de las llamadas —lo que incluye el tiempo de atención de la llamada y el tiempo posterior a la misma que se requiere para terminar la transacción—, el tiempo existente entre llamada y llamada, así como el tiempo en que los operadores no están trabajando, ya sea porque salen al baño, están conversando con sus compañeros, están descansando, comiendo o haciendo cualquier otra actividad. En los casos en que los operadores se demoran más del tiempo permitido en otras actividades, los analistas en tiempo real avisan al supervisor para que advierta a ese trabajador que debe volver a su puesto de trabajo. No obstante, si el operador no vuelve a sus operaciones en el tiempo considerado, se pueden tomar medidas más extremas:

Si tu ya le avisaste al supervisor y no lo conecta, vas y “¿sabes qué?, necesito que te vayas a tu casa, no pero por qué, porque te estoy pidiendo que hagas algo que es para lo que te contrataron, y no lo estás haciendo, y tu puedes ir y hablarle a un elemento de seguridad y decirle que lo saquen, pero el problema es que luego vienen así como las rencillas (Carlos, workforce de Telvista, 5 de febrero de 2010).

Más allá de que pueda o no llegarse a situaciones extremas como ésta, lo interesante a destacar es que existe un monitoreo continuo de los operadores, y que sus llamadas son tipificadas y calificadas acorde a los parámetros establecidos que la empresa cliente como campaña asigna.²⁸ En el caso de que la llamada no cumpla con los parámetros de calidad que se requieren, los operadores pueden ser enviados a retroalimentaciones en los que se les hace escuchar su llamada y se les advierte y

²⁸ Si bien, los supervisores también pueden monitorear las llamadas, éstos no tienen derecho de emitir una calificación alguna.

corrige sobre las fallas que cometieron, y dependiendo la situación se los penaliza o no, generalmente con la pérdida del bono o comisión.

El monitoreo también sirve para verificar que no haya ventas fraude o “ventas chocolate”, como se les llama a las ventas falsas. Las ventas falsas se pueden dar cuando el operador acuerda con sus amigos o conocidos que va a llamarlos para hacerles una venta, y se modifican los datos para que no sea una venta real aunque sí se contabilice como venta, o también puede ser el caso que se le venda algo a alguien a la fuerza, cuando el cliente dijo que NO quería la venta. Ante esas situaciones, cuando la empresa se da cuenta, los operadores son despedidos, sin necesidad de contar con las faltas administrativas que se requieren para un despido.

Sin embargo, cabe destacar que en muchos de los casos la decisión acerca de la penalización no se realiza de acuerdo a criterios o parámetros formalmente establecidos, sino que depende mucho de las relaciones personales que los operadores tengan con los supervisores y monitores de calidad, y en las que no dejan de existir favoritismos que definen que se les otorguen o no los bonos o comisiones. Un analista en tiempo real nos lo comentaba de esta manera:

Si es cuate, nunca falta el jefe que te diga “necesito que se las pagues”, simplemente porque le gusta esa persona. Pero a veces el gusto no se basa como en otras empresas en el de las capacidades, no, aquí es me gusta de caerme bien [...] y si ya expresaste tu pesar ya eres enemigo, ya eres conflictivo, y como el otro es amigo de él quedó beneficiado, y no se vale, no? (Luis, analista de B-Connect, 6 de marzo de 2010).

Esto no es algo extraño si se tiene en cuenta que la mayoría de las veces, las políticas que conciernen a cómo se realiza la actividad, no se derivan de reglamentos internos de trabajo establecidos, sino a partir de decisiones de carácter estrictamente personal de las jerarquías medias o gerencias. Dentro de estas jerarquías, la presencia del supervisor es clave en la disputa por el control del proceso de trabajo, ya que es éste quien tiene una relación inmediata y cercana con los operadores, quien puede tomar decisiones concernientes al modo en que se organiza el trabajo, y cuya personalidad, modo de ser y actitud puede definir que el ambiente laboral sea agradable o sea hostil, o la misma posibilidad de ascender de puestos y crecer dentro de la empresa. La relación entre operadores y supervisores es compleja ya que en muchas ocasiones ésta se presta a favoritismos y abusos de autoridad del tipo “yo soy el supervisor y se hace lo que digo”, lo cual puede generar cierto rechazo o resentimiento en los operadores, o por el contrario que se promuevan amistades y complicidades “para no tener broncas con ellos” y resultar favorecidos.

La cultura del “ser cuates” permea todos los niveles en los *Call Centers*, y es algo que marca y define fuertemente la cultura laboral existente. Podría decirse que las

relaciones interpersonales, las amistades y las simpatías cumplen un papel fundamental en la imposición y/o negociación del orden laboral, así como en la promoción de los ascensos de puestos. Para que los operadores puedan acceder a un puesto de supervisión o de calidad, en muchas de las ocasiones no se tienen en cuenta sus desempeños reales ni la capacidad que éstos tengan para resolver los problemas que se presentan, sino que lo que prima son las relaciones de camaradería o simpatía que exista con sus jefes directos, de si se caen bien, si van a fiestas juntos, o en el peor de los casos si se prestan a “favores sexuales” con supervisores y gerentes, que cabe señalar generalmente son hombres:

Tu puedes traer el mejor currículum del mundo y te dicen “sí, ahorita”, y en realidad pongo a mi cuate [...] Si eres cuate cumples el perfil, si no eres cuate no cumples el perfil. Y eso se da mucho, en todos los niveles (Luis, analista de B-Connect, 6 de marzo de 2010). Cuando entramos te decían: “Aquí vas a tener posibilidades de crecimiento o superación”, y eso no es cierto, depende mucho de cómo explotes tus relaciones sociales y que realmente a veces seas muy barbera, demasiado [...] Se da mucho el acoso, ese juego no verbal de “te coqueteo pero no te coqueteo, te permito pero no te permito” (Norma, ex trabajadora de American Express y Multivisión, 18 de febrero de 2010).

Esto, aunado a la poca o casi nula experiencia con la que los operadores entran a trabajar, genera que muchas veces los supervisores que son elegidos no puedan resolver los problemas que tienen los operadores porque no saben cómo, ya que no tienen los conocimientos necesarios para hacerlo, o simplemente “porque no le echan ganas para hacerlo”, generándose en muchos casos una cierta mediocridad a nivel de los jefes intermedios, ya que saben que alguien va a venir a resolver el problema. Según lo que nos comentaban en las entrevistas, eso genera muchos conflictos internos porque la gente que no conoce va capacitando a gente nueva, y cuando existen problemas graves, sólo unas pocas personas pueden resolverlos, y estas deficiencias se presentan no sólo a nivel operativo o de supervisión, sino también a nivel de análisis, de calidad y a nivel gerencial, tratándose de lógicas de funcionamiento y culturas laborales que impregnan todo el ambiente de trabajo a todos los niveles de la empresa.

El por qué se quedan: significados del trabajo en el *Call Centers*

Aun cuando las posibilidades de crecer en los *Call Centers* sean limitadas, el ritmo de trabajo sea intenso y el ambiente laboral bastante hostil, no es menor ni insignificante el hecho de que una gran cantidad de operadores de *Call Centers* permanezcan

durante un tiempo considerable en el mismo, ya sea dos, tres, o hasta diez años en algunos de los casos. Ante ello, es interesante pensar que si bien la condición de temporalidad del trabajo puede estar dada por el hecho de no contar con garantía contractual de estabilidad laboral, el problema de qué es lo que motiva a los trabajadores a permanecer en él es complejo y pueden estar involucrados aspectos objetivos y subjetivos. En términos analíticos, la permanencia o no en el trabajo no puede deducirse de los condicionamientos objetivos, sino que allí también se ponen en juego valores, conocimientos, creencias, emociones, así como relaciones e interacciones entre compañeros, que inciden en los significados y legitimaciones que se construyen en torno al trabajo y, por tanto, en las decisiones sobre permanecer o no en él.

Aunque las condiciones laborales sean adversas y la amenaza de perder el trabajo esté siempre latente, a muchos de los trabajadores eso no les parece demasiado conflictivo —probablemente porque al ser la mayoría jóvenes no han tenido conocimiento de lo que es un trabajo estable y con garantías laborales—, y aguantan esas tensiones y presiones porque consideran que el *Call Center* también aporta ventajas que otros trabajos no tienen. El tener un trabajo de medio tiempo, con prestaciones de ley, con flexibilidad horaria, con poca reglamentación de la jornada laboral, donde sólo tienen que “poner la voz” y pueden hacerse amigos, cotorrear, e ir vestidos de manera informal, así como obtener recompensas monetarias por quedarse horas extras o por “atender todas las llamadas que se puedan”, resulta una opción atractiva y motivadora para los trabajadores jóvenes, en la que las presiones y tensiones de la actividad se mezclan con un cierto sentimiento de “libertad”:

Algo que a mí me encanta de ese trabajo es que no me pidan ir de tacones ni de ropa formal, puedes ir como se te de la gana, no importa si llegas de sandalias, de shorcito, no sé, es algo que a mí me da como mucha libertad (Sandra, operadora de Telcel, 17 de febrero de 2010).

El horario era de 3 a 9, supongamos que hoy no tenías nada que hacer en la mañana y le decías a tu supervisor pues mañana llego a las 10 de la mañana, y ya te decía ah pues si está bien y tu entregabas tus cuatro o cinco ventas del día antes de la hora de trabajo y ya te ibas, y esa libertad estaba *chida*” (Marcela, ex operadora de Sitel, 4 de marzo de 2010).

Es decir, la flexibilidad horaria tampoco es vivida necesariamente como una desventaja por los trabajadores, sino que en muchos casos ésta es considerada un aspecto positivo, ya que según las campañas los operadores pueden llegar un poco tarde o faltar un día, “pagando” su falta o su retraso al otro día, lo cual resulta cómodo en algunas situaciones. La existencia de una flexibilidad en la jornada laboral podría simular a su vez una cierta ausencia de disciplina que resulta atractiva para muchos

trabajadores; pero ello no significa que la disciplina deje de estar presente en la actividad, fundamentalmente a través de la demanda de siempre estar dispuesto a atender cordialmente al cliente y de atender toda la carga de llamadas, lo que conlleva fuertes tensiones y presiones.

No obstante, si bien el ritmo de las llamadas es muy agobiante, hay ocasiones en que se puede platicar o chistar con el compañero de al lado y de esa manera la actividad no se torna tan monótona, a la vez que en algunos casos se generan amistades entre compañeros que tornan un poco más llevadera la carga de trabajo: “Yo recuerdo que no te podías tardar más de dos minutos sin hacer una llamada, cuelgas una y dices uy voy a tomar agua, ya tomas agua, respiras y la que sigue, no? [...] luego les decía “deme un segundo por favor y me ponía a chismear, ya te pones de chismosa y el cliente ni se da cuenta” (Marcela, ex operadora de Sitel, 4 de marzo de 2010).

En algunos casos se reconoce que muchas de esas relaciones están permeadas por lógicas competitivas y no logran convertirse en verdaderas amistades: las relaciones entre compañeros de trabajo parecen ser de “nos vamos de fiesta, pero no me importa lo que te pase en tu vida, es más de chisme, es más de enterarte de la vida del otro que de hacer algo para ayudarlo” o “si a mi no me afecta y yo hago mi chamba y me siguen pagando, qué importa” (Karla, ex operadora y analista de B-Connect, 27 de noviembre de 2009).

Sin embargo, aun cuando la actividad y el ambiente en que se realiza la operación promueva una cierta individualización del trabajo y de las relaciones que se entablan entre operadores, lo cierto es que no todas las relaciones entre los operadores se guían por esta lógica, pudiendo darse otro tipo de relaciones entre los mismos en las que pareciera que el trabajo en el *Call Centers* puede significar tanto una presión y una carga que individualiza, como una oportunidad para hacerse amigos y organizarse colectivamente: “Había campañas que te permitían no estar tanto al teléfono y permitían organizarse” (Diana, ex operadora de Tecmarketing, 18 de febrero de 2010).

Es decir, para muchos operadores el trabajo en el *Call Centers* sigue siendo una buena opción y, sobretudo, cuando ello se presenta como algo “aguantable” en un contexto económico de desempleo y precarización laboral: “es lo que hay y afuera está peor” ha sido una respuesta constante por parte de los trabajadores en las entrevistas realizadas. La necesidad de contar con un ingreso ya sea para la propia sobrevivencia, el aporte en la familia o para solventar sus estudios hace que en la mayoría de los casos los trabajadores aguanten las tensiones y presiones que conlleva la actividad o el ambiente hostil de trabajo en pos de un beneficio económico que probablemente no encuentren en otro lugar, y que además no sólo conlleva sacrificio sino también puede significar cierto gusto y agrado: por estar en un ambiente de jóvenes, porque

permite mantener relaciones afectivas, por las amistades que se generan, entre otros aspectos.

Esto que pudiera entenderse como una dicotomía entre una actividad alienante y precaria, y un ambiente que es aguantable porque “es lo que hay” pero también porque permite crear ciertas relaciones y amistades entre compañeros de trabajo, puede ser un elemento interesante para pensar cómo los sentidos de identificación que se construyen con el trabajo pueden ser contradictorios; siendo dicha contradicción —un trabajo de condición precaria pero que resulta una buena opción en el contexto— la que otorgue validez a pensar la posibilidad de organizarse y actuar colectivamente.

A su vez, en el caso que los operadores dejen el *Call Centers*, ello no significa que su condición como trabajador sea pasajera o temporal, ya que probablemente su condición de clase así lo requiera, siendo muy común que los trabajadores “salten” de un *Call Centers* a otro, o a cualquier otro trabajo —posiblemente también sin ningún tipo de garantías laborales—, lo cual no deja de tener relevancia para la conformación de identidades laborales. La condición de trabajador *precario* —de poca estabilidad o duración— de ninguna manera implica pensar que la experiencia laboral deje de ser relevante en términos de construcción identitaria: por el contrario, la propia experiencia de la precariedad puede detonar sentidos de identificación compartidos desde la negatividad, el descontento o el sentirse explotados, pudiendo ser ello *caldo de cultivo* para la organización y la acción colectiva.

De la CTM a una organización sindical real y representativa: el caso de Tecmarketing

En este apartado nos centraremos en la empresa de *Call Centers* Tecmarketing, ya que se trata de un caso significativo y paradigmático en el sector, donde se dieron cambios fundamentales en las condiciones y relaciones laborales, producto de una experiencia de sindicalización real que tuvo lugar en 1999.

Los inicios de Tecmarketing

Tecmarketing nació en 1997 con el nombre de Servicios Administrativos Tecmarketing, S.A de C.V, como producto de reestructuraciones hacia dentro de Teléfonos de México (Telmex) que impulsaron la tercerización y externalización de algunos de sus servicios. Como empresa perteneciente al grupo dominante y líder de las telecomunicaciones

en México (Grupo Carso), Tecmarketing ofrece servicios de atención al cliente, soporte técnico y promoción y venta de productos Telmex, ya sean líneas telefónicas, servicios digitales como llamada en espera, identificación de llamadas, captura y despacho de mensajes, Telbip, así como el servicio de Internet Prodigy Infitum. En los últimos años la empresa también tiene a su cargo campañas de atención al cliente de empresas externas como son la CFE (Comisión Federal de Electricidad), Maxi Gas y Dish.

En sus inicios, la empresa estaba regulada bajo esquemas de contratación controlados por la Confederación de Trabajadores de México (CTM), y contaba con dos centros de trabajo ubicados uno en la Delegación Cuauhtémoc (colonia La Condesa) donde trabajaban 1 300 trabajadores aproximadamente y otro en la Delegación Miguel Hidalgo (colonia Ampliación Granada), donde laboraban 1 200 trabajadores aproximadamente. Después de algunas reestructuraciones en la empresa y de los cambios que se produjeron a partir del proceso de sindicalización en 1999, se produjeron bajas en la plantilla de trabajadores, contando actualmente la empresa con tres establecimientos ubicados en la ciudad de México (dos en la Delegación Cuauhtémoc y uno en la Delegación Coyoacán) y otro establecimiento ubicado en Naucalpan, Estado de México, sumando entre los cuatro locales 1 700 trabajadores, de los cuales 700 son hombres aproximadamente y mil son mujeres (de estas últimas 800 son madres aproximadamente). La reubicación de los centros de trabajo en cuatro establecimientos diferentes fue resultado, entre otros aspectos, de la huelga desatada por los trabajadores en 2008.

Para entrar a trabajar a Tecmarketing, en ese momento se necesitaba ser estudiante de prepa o universidad, no se requería experiencia en *Call Centers*, aunque sí manejo básico de computadora y disponibilidad horaria para cambiar de horarios y turnos. La mayoría de los operadores entraron a trabajar allí ya sea para tener dinero para solventar sus estudios, por necesidad de sobrevivencia, o en algunos de los casos eran madres jóvenes y solteras a las que un trabajo flexible y de medio tiempo les era conveniente, pero en cualquiera de los casos se consideraba un trabajo pasajero o “trampolín” para otras futuras experiencias laborales:

Así fue como empecé en noviembre del 98. Yo pensaba que era un trabajo por un tiempo, porque a esa edad nos pagaban creo que 700 pesos a la quincena, y la mayoría éramos así de “ay no, pues ya, nada más dos semanas en lo que me compro tal cosa y ya me voy [...] bueno un mes, no? y así como que ibas alargando los plazos, no? [...] ya así ahora me voy cuando encuentre otro trabajo mejor, sin embargo los beneficios después aumentaron y ya no te ibas, ya después no (Ester, operadora de Tecmarketing, 24 de agosto de 2010).

En sus primeros años, Tecmarketing contaba con un esquema organizativo que le redituaba altos rendimientos: trabajadores con un perfil calificado —en su mayoría estudiantes de licenciatura activos—, jornadas laborales de medio tiempo, una mínima inversión en capacitación y una flexibilidad contractual tal que no permitía que los trabajadores generaran estabilidad ni antigüedad laboral. Aunque dentro del ámbito de los *Call Centers*, Tecmarketing se ha caracterizado por ser desde sus inicios uno de las empresas con mejor paga y mayor status y prestigio —probablemente por su cercanía con Telmex—, la selectividad en los perfiles se contradecía a su vez con la casi nula capacitación que daba la empresa: ésta era totalmente informal, y no existía un programa de capacitación, sino que ésta se limitaba a las retroalimentaciones de las llamadas que hacía el supervisor marcando los aciertos y errores que se cometían en las mismas.

El esquema contractual con el que inició Tecmarketing era muy similar al de la mayoría de los *Call Centers* que hemos explicitado en el apartado anterior: contrato colectivo de protección con un sindicato de la Sección 15 de la CTM, fuerte inestabilidad laboral, alta rotación de personal por renunciadas y por despidos, amplia flexibilidad numérica, salarial y funcional y, sobretodo, unilateralidad y arbitrariedad de las jerarquías medias y gerencias en la regulación de las relaciones laborales y el proceso de trabajo.²⁹

No existía en ese momento ni reglamento interno de trabajo, ni bonos de productividad, ni escalafón según categorías, aunque los operadores tenían diferente salario depende de la campaña en la que se encontraban y la actividad que realizaban. La jornada de trabajo en ese momento podía ser de seis, siete u ocho horas, pero en cada uno de los casos, los horarios se manejaban de manera muy flexible, según el ritmo de las llamadas en las diferentes campañas. Había gente que llevaba más tiempo y contaba con mucha experiencia y conocimientos y tenía puestos inferiores, y gente que recién llegaba, sin demasiada experiencia, y tenía puestos más altos, siendo que en muchos de los casos eso no se definía por capacidades o por desempeño real, sino por la relación personal y las simpatías que se tuvieran con los supervisores, y demás jerarquías. Dependía mucho de esas relaciones el que les perdonaran las faltas, los retrasos, que les impusieran ritmos más o menos pesados de trabajo, que los movieran a otra campaña, que los ascendieran de puestos donde los ritmos de trabajo eran más relajados, o incluso que los despidieran o no ante una mala llamada o una falta de más:

²⁹ Información recuperada de material de información y circulación Brigadas de información. Hacia nuestra próxima revisión salarial y contractual. Para sentar las bases del proyecto de corto, mediano y largo plazo de nuestra sección. Comité Ejecutivo Local 2008-2009 de la Sección 159 del STRM).

La relación de subir de puesto o de cambiarte de campaña no dependía 100% de tus capacidades o tus habilidades, sino de la relación que tu entablabas con el supervisor, por ejemplo, si era tu amigo, si te habías ido de *farra* con él, si te llevabas bien, si entrabas en el grupo de los amigos, siempre esas relaciones fueron nefastas. La gente no subía por su mérito, ni los supervisores tampoco (Diana, ex operadora de Tecmarketing, 18 de febrero de 2010).

Otro aspecto que caracterizaba a Tecmarketing en sus inicios es que si bien llevaba las campañas de una empresa importante como Telmex, su existencia era prácticamente clandestina y ello se reflejaba en las pésimas condiciones en las que se encontraban los dos centros de trabajo que estaban ubicados en Chapultepec (colonia La Condesa) y en Polanco (colonia Ampliación Granada). Los establecimientos no contaban con la infraestructura ni las condiciones de seguridad e higiene mínimas que se requieren para cualquier centro de trabajo. Las herramientas de trabajo a su vez eran muy precarias, e incluso tampoco se contaba con la cantidad necesaria para todos los operadores, lo que implicaba que en algunas campañas ni siquiera contaran con diadema.

Estábamos hacinados, sin aire acondicionado, sin sillas ergonómicas, eran simplemente tabloneros esos de fiesta con doce sillas (Pablo, operador de Tecmarketing, 1 de febrero de 2010).

Los de Chapultepec vivían creo que condiciones más terribles porque dicen que de repente se metía el agua, olía muy feo porque estaban en un sótano donde no entraba el aire, que estaba muy feo muy feo (Ester, operadora de Tecmarketing, 24 de agosto de 2010).

El ambiente era super rudo [...] literalmente parecía una pesera, no tenías cómo moverte, un lugar super cerrado (Diana, ex operadora de Tecmarketing, 18 de febrero de 2010).

Esta situación de “hacinamiento” en la infraestructura del lugar de trabajo dejaba de incomodar a los operadores. A su vez, cuando llegaban nuevas campañas, la empresa solicitaba a los operadores que éstos cumplieran horas extras aunque no se las pagaban como tal, y si los trabajadores desistían de quedarse ello podía entenderse como abandono de trabajo, siendo posible que la respuesta por parte de la empresa sea el despido. Esta situación generó en muchos casos que los trabajadores —estudiantes de universidad en su mayoría— fueran poco a poco dejando la escuela o renunciando al trabajo.

De cualquier manera, lo que se fue generando a nivel de las operaciones fue un cierto descontento e inconformidad con las condiciones laborales existentes, así como por el hecho de que cada vez aumentaban más los despidos injustificados y arbitrarios; los que se garantizaban porque como se señaló anteriormente, se obligaba

a los trabajadores a firmar la renuncia en blanco en el momento de la contratación. Podría decirse que estos despidos fueron unos de los móviles que desencadenaron que los trabajadores comenzaran a preguntarse por sus condiciones laborales y buscaran modos de organizarse para hacer frente a ello.

Los frutos de la organización sindical

En este contexto y desde mediados de 1998, se fue dando un proceso muy peculiar y específico que permitió que la inconformidad que existía respecto a las condiciones laborales y la situación laboral en general, encontrara medios para canalizarse colectivamente. Así, se inició un proceso de organización de los trabajadores que fue impulsado y apoyado desde sus inicios por el Sindicato de Telefonistas de la República Mexicana (STRM), teniendo como ventaja fundamental el hecho de que la empresa forma parte del Grupo Carso, y está a cargo de los servicios y productos que ofrece Telmex.

Este proceso de organización implicó que varios trabajadores iniciaran, apoyados por el STRM, a formarse políticamente en cuestiones sindicales y derecho laboral, y a partir de ello buscaran informar a sus propios compañeros de trabajo de cómo la situación laboral en la que se encontraban implicaba en muchos aspectos violaciones a la Ley Federal del Trabajo y a los derechos laborales que corresponden a cualquier forma de contratación colectiva pactada y regulada bilateralmente. Como parte de este proceso de organización se realizaron reuniones formativas, así como campañas de información a través de volantes y panfletos que se repartían en los centros de trabajo, talleres de formación en derechos laborales, y recolección de firmas para conseguir el registro sindical con el STRM. Acorde a la política antisindical que la empresa tenía en ese momento, se despidieron a cuatro de los trabajadores que intentaban organizarse, así como hubieron persecuciones y amedrentaciones a los mismos.

Según los trabajadores involucrados, fue un proceso complicado y lento en tanto muchos de los operadores no podían dedicar más tiempo a la organización porque iban a la escuela o tenían otro tipo de responsabilidades, otros no participaban porque tenían miedo a que los despidieran o simplemente porque no existía una conciencia de lo que representaba el sindicato y no creían en él. No obstante y a pesar de estas dificultades, algunos trabajadores describen este proceso como significativo, ya que éste generó que: “muchos compañeros digan, pues si vale la pena que nos organicemos y tengamos mejores condiciones” (Pablo, operador de Tecmarketing, 1 de febrero de 2010). Lo que los animaba era saber que podían mejorar sus condiciones

laborales: “Cuando llegaron repartiendo volantes, en general se tomó muy bien, porque íbamos a tener mejores condiciones de trabajo”(Diana, ex operadora de Tecmarketing, 18 de febrero de 2010).

Paralelamente a este proceso de organización, el Comité Nacional del STRM negociaba con Telmex que de llevarse a cabo la sindicalización, ésta podía tornar al *Call Centers* más productivo y más eficiente, en tanto la estabilidad laboral podría garantizar mayor profesionalización y calidad en el servicio que se brindaba. En este contexto, la Secretaría del Trabajo —a pedido del STRM— hizo algunas inspecciones a los centros de trabajo que incomodaron y asustaron a la empresa y permitieron que ésta cediera la posibilidad de emprender negociaciones con el STRM para la sindicalización de sus trabajadores. Como resultado de estos dos procesos, y sin que hubiera existido recuento, el 14 de febrero de 1999, todos los operadores de Tecmarketing se incorporan al STRM como Sección 159. A partir de ello, la CTM se retira y se da en primer lugar, la negociación bilateral de las condiciones contractuales y de la propia actividad laboral, y por tanto la pérdida de la unilateralidad empresarial en la definición de las reglas del juego.

Esto se manifestó en la creación de un Comité Ejecutivo Local representante de la Sección 159 del STRM, y en la generación de un nuevo Contrato Colectivo de Trabajo celebrado entre Tecmarketing y el STRM, en donde se establecen los derechos y obligaciones de los trabajadores y la empresa, se acuerdan compromisos en materia de capacitación, productividad y seguridad e higiene, se crea el Reglamento Interno de trabajo, y se normalizan los perfiles de puestos por categorías y los sistemas de ascenso, así como se establece se realizarán revisiones salariales cada un año y contractuales cada dos años.

Para los trabajadores, los cambios que se han dado a partir de ello han sido notables: haber logrado estabilidad laboral y condiciones laborales mucho mejores, la existencia de bilateralidad para definir aspectos claves del proceso de trabajo y de las relaciones laborales —frente a la arbitrariedad con que antes se imponían estos aspectos—, la posibilidad de elegir a sus representantes sindicales, así como el establecimiento de reglamentaciones claras que regulan las relaciones entre operadores, supervisores, jefes de áreas y gerencias de modo tal que ya no se cometieran los abusos mencionados.

Cuando entró el STRM sí se pusieron las reglas del juego. No fue de la noche a la mañana, fue como un proceso de un año, pero ya se firmó contrato colectivo y se empezó a manejar bono de productividad. Ya los números fueron super exactos y aunque quisieras mentir, ya había una máquina que constataba todo eso. Antes de eso no existía, era como de relaciones, como me caes (Diana, ex operadora de Tecmarketing, 18/ de febrero de 2010).

Considerando el primer CCT celebrado entre ambas partes en 1999 y la última revisión contractual realizada en 2009 (CCT 2009-2011), se puede reconocer los avances en materia contractual y salarial que se han realizado en 10 años que han transcurrido desde que los trabajadores forman parte de la Sección 159 del STRM. Entre algunas de las cláusulas más significativas encontramos las siguientes:

La duración del CCT será por tiempo indeterminado y sólo podrá terminarse de conformidad con lo previsto en el Artículo 401 de la Ley Federal del Trabajo, es decir, en caso de que haya mutuo consentimiento, terminación de la obra o cierre de la empresa o establecimiento.³⁰ Para los trabajadores, esto implica contar con estabilidad laboral y ya no estar más atentos a la amenaza de ser despedidos por la caída de una campaña, el no cumplimiento de las metas establecidas o cualquier tipo de arbitrariedad de las jerarquías medias o gerencias. Esta situación ha generado que exista muy poca rotación externa actualmente, y que los trabajadores cuenten con estabilidad y seguridad en el trabajo, y que los despidos se den únicamente en situaciones muy extremas:

Antes teníamos que trabajar a un cierto ritmo y a la fuerza porque sino nos corrían, y ahora cualquier reclamo de la empresa está el sindicato para defendernos (Pablo, operador de Tecmarketing, 1 de febrero de 2010).

Está muy difícil que te corran de ahí [...] Son muy pocos los que se han ido, y es porque la han regado y los han tenido que correr, no sé por ejemplo lo que si no permiten son golpizas, esos son los tipos de caso donde sí los despiden, o cuando alguien se desespera y se la menta al cliente, pero es muy muy raro (Ester, operadora de Tecmarketing, 24 de agosto de 2010). Un problema grave que hemos tenido es falsificación de documentos, que han sido muy pocos, pero en sí es eso, una cuestión grave, de ahí en fuera nosotros no consideramos ninguna otra situación como para despido, y más cuando se checa que son cuestiones que no son imputables al trabajador (Paola, operadora de Tecmarketing, actualmente con cargo sindical, 29 de septiembre de 2010).

En cuanto a la jornada normal de trabajo se considera que ésta será de 48 horas semanales para el turno diurno, 45 horas para el turno mixto, y 42 horas para el turno nocturno. En el caso de que se trabajen horas excedentes a las jornadas ordinarias —en cualquiera de sus modalidades, seis, siete u ocho horas—, se pagará el tiempo extra según lo que establece la Ley Federal del Trabajo. A su vez, cuando por circunstancias especiales deban aumentarse las horas de trabajo de las jornadas diurna, mixta o nocturna, serán consideradas como extraordinarias y nunca podrán exceder de tres horas diarias ni de tres veces por semana, pagándose dichas horas

³⁰ Cláusula III, CCT 1999-2001 y CCT 2009-2011.

extraordinarias con 100% más del salario que corresponde a la jornada, y en el caso de que éstas se excedieran de nueve horas extraordinarias a la semana, éstas se pagarán con 200% más del salario que corresponde a las horas de la jornada.³¹

Para regular los mecanismos de ingreso y formas de ascenso de una categoría a otra, la empresa y el sindicato reconocen el escalafón como el derecho generado por la antigüedad de servicio de los trabajadores, reconociendo dos tipos de antigüedades: antigüedad de categoría —la adquirida desde que el trabajador toma la categoría determinada—; y antigüedad de empresa —la adquirida desde que el trabajador entra a la empresa.³² Con esta categorización se formalizaron y diseñaron los perfiles de puestos para cada categoría y los criterios y requisitos de ingreso y formas de ascenso de una categoría a otra (anexo I).

Si bien, cuando se realizó la categorización por escalafón se dieron ciertas resistencias por parte de algunos trabajadores, ya que en algunos casos esto implicaba retornar a campañas o áreas de trabajo por las cuales ya habían pasado, en general se reconoce que se trató de un cambio muy significativo para los trabajadores, ya que ello ha permitido que no prevalezcan favoritismos y elecciones caprichosas en la promoción y ascensos de puestos, sino que éstos se basen en criterios de antigüedad exclusivamente:

Con la CTM siento que era más inestable en el sentido de que podían correr a quién se le diera la gana, agarraban a quién querían, entonces cuando llega este sindicato lo que hizo fue lo más correcto, fue ordenar a la gente por escalafón, entonces a partir de ahí ya vas teniendo derechos por antigüedad, no por compadrazgo, antes era de que se acostaban con no sé quien y ya sabes” (Ester, operadora de Tecmarketing, 24 de agosto de 2010).

En cuanto a los salarios de los operadores, es muy significativo el aumento que se ha dado en estos diez años producto de las revisiones salariales que cada dos años se han acordado y establecido:

Cuadro 2. CCT 1999-2001

<i>Concepto</i>	<i>Categoría</i>			
	<i>A</i>	<i>AA</i>	<i>AAA</i>	<i>Técnico</i>
Salario de seis horas	66.32	70.57	76.00	111.48
Hora simple	11.05	11.76	12.67	18.58
Hora adicional	12.90	13.72	14.78	21.68

Fuente:

³¹ Cláusulas VI y VIII del CCT 1999-2001 y CCT 2009-2011.

³² Cláusula XVIII del CCT 1999 y CCT 2009-2011.

Cuadro 3. CCT 2009-2011

<i>Concepto</i>	<i>Categoría</i>			
	<i>A</i>	<i>AA</i>	<i>AAA</i>	<i>Técnico</i>
Salario de seis horas	117.73	125.26	134.90	197.88
Hora simple	19.61	20.88	22.49	32.98
Hora adicional	22.89	24.35	26.23	38.49

Fuente:

Entre las prestaciones con las que cuentan los operadores se destacan las siguientes: utilidades de conformidad con lo que se establece en el capítulo VIII del Título Tercero de la LFT (Cláusula XIV del CCT 1999 y CCT 2009-2011); aguinaldo anual equivalente a 15 días de salarios (CCT 1999) y 17 días de salarios (CCT 2009-2011); fondo de ahorro con un descuento semanal de 3% que es devuelto a los trabajadores la primera semana del mes de diciembre de cada año (Cláusula XXXV, CCT 2009-2011); ayuda de despensa mediante vales que suman la cantidad de 255 pesos mensuales (Cláusula XXXVI, CCT 2009-2011); ayuda anual de gastos escolares equivalente al importe de seis días de su salario tabulado (Cláusula XXXVII, CCT 2009-2011); ayuda de transporte de 41 pesos por cada día laborado para los operadores, cuya labor concluya después de las 24 horas y hasta las cinco horas (Cláusula XXXIX, CCT 2009-2011); derecho de las operadores a llevar a sus hijos a las guarderías IMSS-Telmex (Cláusula XXXX, CCT 2009-2011); ayuda para gastos de defunción en caso de fallecimiento del trabajador, cónyuge, padres o hijos por la cantidad de 6 mil pesos por evento, sin exceder 52 casos en el año por la totalidad de los trabajadores (Cláusula XXXXI, CCT 2009-2011); bono anual de fin de año por la cantidad de cuatro pesos mediante vales de despensa que serán entregados en la segunda semana del mes de diciembre de cada año (Cláusula XXXXII, CCT 2009-2011); ayuda para juguetes por un monto de 350 pesos, que será entregada en la segunda semana del mes de diciembre de cada año (Cláusula XXXXIII, CCT 2009-2011). Otros beneficios que se obtienen a partir de la sindicalización son el acceso a las instalaciones deportivas y culturales del STRM, donde generalmente el sindicato organiza eventos de convivencia entre los trabajadores que resultan muy concurridos y que constituyen momentos de socialización importantes.

El sindicato si hace actividades fuera del lugar de trabajo. Hay una comisión que se encarga de recreación, organizan juegos de futbol, de basquetbol, hacen actividades deportivas. Hay un evento que lleva como tres o cuatro años que se llama Inter-tec, donde puedes llevar a tu familia, ya sea que participes o no en la actividad, pero hay competencias de futbol, de natación, si participan, van los operadores y su familia, y es una convivencia extra a la que tenemos internamente [...] No se generan competencias, es más para convivir (Gaby, operadora de Tecmarketing, 16 de mayo de 2010).

Otro de los cambios más significativos que se han producido a partir de la organización sindical ha tenido que ver con la creación de Comisiones Mixtas de Capacitación y Adiestramiento, de Seguridad e Higiene y de Productividad y Calidad, las que están conformadas por la misma cantidad de representantes por parte de la empresa y del sindicato y con ello garantizan que exista bilateralidad en la toma de decisiones relativas al proceso de trabajo. Si se tiene en cuenta que estos aspectos anteriormente eran impuestos de manera unilateral por la empresa —y si alguien no estaba de acuerdo era despedido—, se comprende la importancia que tiene la bilateralidad: la posibilidad de que estos ítems sean objeto de negociación cambia radicalmente las reglas del juego de los mismos. Las funciones de las comisiones que han sido establecidas en el Contrato Colectivo (CCT 1999-2001 y CCT 2009-2011) son las siguientes:

Comisión Mixta de capacitación y adiestramiento: se encarga de vigilar la instrumentación y operación del sistema y de los procedimientos que se implanten para mejorar la capacitación y el adiestramiento de los trabajadores, de acuerdo con las necesidades de los trabajadores y de la empresa. La dinámica de funcionamiento es la siguiente: cada año la empresa presenta un Programa Anual de Capacitación y Adiestramiento que es evaluado en la Comisión para su realización. Adicionalmente, la empresa capacita a los trabajadores para la atención de nuevos servicios y campañas que se desarrollen, y se compromete a impartir cursos libres fuera de la jornada laboral a los trabajadores sindicalizados para actividades distintas a la ocupación que desempeñen y procurando que éstos se impartan sin costo. A su vez, la Comisión Mixta tiene la capacidad para establecer cursos fuera de la jornada laboral, destinados a complementar la capacitación para el trabajo en relación a las funciones y actividades de los trabajadores. Lo interesante a destacar es que el carácter mixto de la Comisión permite que los trabajadores tengan poder de decisión y control sobre el tipo de capacitación que se les ofrece:

La comisión de capacitación tiene que ver de que se de una capacitación integral, anteriormente te capacitaban te decían pues ahí sobre la marcha o el supervisor te va a capacitar, o te van a dar una plática o demá, entonces ahora lo que busca la comisión es que la capacitación sea dentro de lo que son los lineamientos legales, que se cumpla que tengas la información necesaria para poder dar la atención. Si nuestro comisionado detecta alguna deficiencia, todo eso lo checamos, de que si se cumpla la capacitación adecuadamente (Paola, operadora de Tecmarketing, actualmente con cargo sindical, 29 de septiembre de 2010).

Comisión Mixta de Seguridad e Higiene: se encarga de supervisar periódicamente el funcionamiento y seguridad de la maquinaria e implementos de protección personal

y general, así como las áreas de trabajo, seleccionando el equipo apropiado para la prevención de accidentes y el mantenimiento de los mismos. Se encarga de vigilar que el equipo de seguridad sea utilizado en forma adecuada, que existan medicamentos necesarios para aplicar primeros auxilios o atender casos de enfermedades leves. La conformación de dicha comisión implicó que se realizaran remodelaciones a los centros de trabajo para garantizar las condiciones mínimas de seguridad e higiene que no se cumplían cuando estaba la CTM.

Comisión Mixta de Productividad y Calidad: se encarga del cumplimiento de las metas de calidad y productividad establecidas por la empresa, así como las derivadas de la competitividad y satisfacción del cliente. La Comisión determina los lineamientos del programa en el que se define la participación de los grupos de análisis y el diseño, instrumentación y seguimiento de los aspectos generales del programa, y de su esquema de incentivos económicos.

El programa de productividad y su esquema de incentivos es revisado cada año por la Comisión Mixta, siendo uno de los aspectos que más beneficios otorgan a los operadores, en tanto se calcula que los bonos de productividad en Tecmarketing representan realmente un porcentaje muy alto del ingreso de los trabajadores, con incentivos por mes que representan 50% del salario aproximadamente. El Programa de Incentivos de Calidad y Productividad se reglamentó en Tecmarketing a partir de 1999 y, si bien, en un primer momento fue elaborado por el Comité Nacional del STRM y Telmex, luego fue readaptado por el Comité Ejecutivo Local según las diferentes campañas y categorías.³³

Este programa está orientado a lograr una participación permanente de los trabajadores en la mejora continua de la organización y de la calidad del servicio, incrementando los niveles de productividad, calidad y efectividad de los trabajadores, y con ello, la posibilidad de incrementar sus ingresos en función de sus resultados y cumplimiento de metas. Existen dos tipos de incentivos: el incentivo de productividad individual y el incentivo de productividad sobre la media de la campaña. En ambos casos, los trabajadores tienen derecho a calificar para el programa de incentivos si obtienen en el mes como mínimo 90% de tiempo efectivo de operación, entendiéndose por éste el porcentaje obtenido de dividir las horas efectivas de trabajo entre las horas pagadas. La Comisión Mixta es la que asegura que exista bilateralidad para definir estos aspectos, y que en el caso que la productividad haya caído como consecuencia de problemas ajenos a los operadores, éstos no salgan perjudicados:

³³ Esta información ha sido recuperada del documento Programa de Incentivos de Calidad y Productividad, Sección 159 del STRM (1999).

Mes con mes hay mesas de negociaciones [...] sabes qué, en tal campaña hubo deficiencia, no hubo sistema, entonces como son cuestiones que no dependen del trabajador, todo eso se checa para que el trabajador no tenga ningún problema en su bono de productividad (Paola, operadora de Tecmarketing, actualmente tiene cargo sindical, 29 de septiembre de 2010).

El funcionamiento del Programa conlleva el establecimiento de indicadores mínimos en cada campaña (con base en los resultados comprometidos con las empresas clientes, ya sea Telmex, Maxi Gas o CFE), estableciendo para cada indicador los estándares mínimos de productividad y efectividad que se deben cumplir, y teniendo en cuenta que todos los indicadores operan en forma independiente, lo que significa que sus resultados se calculan por separado y bajo el esquema de promedios, ya sean promedios diarios, por operación o por actividad. Aunque los indicadores varían según las campañas, se pueden encontrar ciertos indicadores generales que están presentes en la mayoría de las mismas:

Cuadro 4. Indicadores de productividad

<i>Indicadores</i>	<i>Productividad</i>	<i>Efectividad</i>
Campañas de entrada	Llamadas recibidas Tiempo promedio de las llamadas Porcentaje de realización	Ventas realizadas Cobranza efectuada Monto facturado
Campañas de salida	Llamadas efectuadas Tiempo promedio de las llamadas Porcentaje de contactación Porcentaje de realización	Ventas realizadas Cobranza efectuada Importe de ventas

* Fuente: Programa de Incentivos de Calidad y Productividad (1999).

Según lo recuperado en un Boletín Informativo que realizó el Comité Ejecutivo Local con miras al proceso de revisión contractual 2009-2011, encontramos que los bonos de productividad han aumentado 39.50% en todas las categorías de 2000 a 2008:

Otros aspectos interesantes de la relación laboral y de la propia actividad son regulados en el Reglamento Interior de Trabajo, el cual fue celebrado entre la empresa y el sindicato en 2002. No entraríamos en detalle en este momento de los aspectos que se regulan en este reglamento, no obstante, lo que nos resulta interesante destacar es que este reglamento ha permitido regular y normar bilateralmente aspectos claves del proceso productivo que antes estaban liberados a la determinación empresarial en el lugar de trabajo.

Cuadro 5. Bonos por productividad

<i>Categoría</i>	<i>Monto máximo inicial por mes (pesos) (2000)</i>	<i>Monto máximo actual por mes (pesos) (2008)</i>	<i>% de incremento</i>
A	1797.59	2507.77	39.50
AA	1947.20	2716.48	39.50
AAA	2098.98	2928.21	39.50
Técnico	3013.92	4204.64	39.50

Fuente: Brigadas de Información “Hacia nuestra próxima revisión salarial y contractual. Para sentar las bases del proyecto de corto, mediano y largo plazo de nuestra sección”, Comité Ejecutivo Local, Sección 159 del STRM (2008-2009).

Si bien, en Tecmarketing el ritmo de la actividad es fuerte y monótono —así como lo que hemos descrito para otros *Call Centers*—, que exista posibilidad de acordar y negociar aspectos claves del proceso de trabajo de manera bilateral —no sólo a través de mecanismos formales sino también informales—, ha implicado transformaciones notables en la manera en que se concibe la misma: si antes los tiempos y ritmos de trabajo eran objeto de manipulación por parte de las gerencias, actualmente ello se acuerda y se negocia entre la empresa y los representantes sindicales. Esto ha generado un cambio notable en la concepción que los trabajadores tienen acerca de la actividad.

La representación sindical en el lugar de trabajo está organizada a través de representantes de célula, delegados, comisionados y coordinadores, quienes han sido elegidos por los propios trabajadores y se encargan de comunicar los problemas que existen a nivel de la base a los representantes del Comité Ejecutivo Local para que éstos puedan discutirlos y negociarlos con la empresa, buscando una solución favorable a los operadores. Es esta presencia del sindicato en el lugar de trabajo la que ha permitido mediar, negociar y poner límites a cualquier intento de imposición o arbitrariedad por parte de las jerarquías medias o gerencias.

Es decir, lo que antes se imponía ahora es objeto de negociación y acuerdo, siendo notable que a partir de ello, la relación entre operadores y supervisores sea apreciada de otro modo, y los supervisores ya no sean vistos por los operadores como una autoridad de mando sino como apoyo. En ese sentido, la presencia sindical en el lugar de trabajo ha sido y es muy importante como instancia mediadora de los conflictos:

Los supervisores son sobretodo un apoyo. En cuestiones de jerarquía sí es tu jefe. Pero una regla interna entre nosotros es tener una buena convivencia, tu me respetas y yo te respeto, no tanto de que erés mi jefe. Pero si ha habido casos en los que los supervisores te exigen o te dicen que no puedes hacer tal cosa, como levantarte a tomar agua después

de la llamada, y ahí es donde se genera fricción [...] si ha habido casos de supervisores prepotentes, pero cuando ha habido esos conflictos es donde entra el sindicato (Gaby, operadora de Tecmarketing, 16 de mayo de 2010).

No hay conflictos entre los sindicalizados y los no, salvo casos extremos, pero es muy raro, si acaso como a dos supervisores son a los que han corrido porque “ah se quieren pasar de listos”, entonces el sindicato intenta mediar [...] a veces lo que hace la empresa es rolarlos, los cambiaban antes de células, ahora los cambian de centros, si tienen problemas, pues van para allá, para no tener que correrlos (Ester, operadora de Tecmarketing, 24 de agosto de 2010).

Identidades construidas al calor de la organización

Incluso, cuando se considere que las llamadas marcan un ritmo de trabajo fuerte y muy demandante, y que la actividad en sí misma es muy estresante, es sorprendente notar cómo ello puede ser objeto de diferentes apreciaciones por parte de los operadores cuando no está presente la amenaza de perder el empleo. A diferencia de otros *Call Centers* donde no llegar al cumplimiento de una meta puede desencadenar el despido para los trabajadores, en Tecmarketing en general los operadores consideran que el ambiente de trabajo es bueno:

El ambiente es algo que también me ha ayudado a seguir ahí, porque yo soy alguien que no le gusta un ambiente de presión o de competencia, de alguien que te esté así como molestando de haz esto haz esto otro, y los compañeros pues todos somos de la generación, tenemos como la misma edad, las mismas broncas, nos gusta lo mismo, ¿no? (Ester, operadora de Tecmarketing, 24 de agosto de 2010).

Lo interesante que hemos podido observar es que este tipo de apreciaciones acerca del ambiente laboral no responde únicamente al hecho de que pueda haber mermado la presión o el ritmo de trabajo cuando ya no existe el miedo a ser despedidos, sino que la propia estabilidad laboral y la poca rotación de la fuerza de trabajo ha generado que las relaciones entre operadores y supervisores sean muy cercanas e intensas, ya que en muchos de los casos ya llevan más de diez años de conocerse y trabajar juntos. Según una trabajadora, el ambiente en Tecmarketing se asemeja a un “micro-mundo familiar” que posibilita grandes amistades y complicidades entre ellos. Los afectos que se construyen en las relaciones cotidianas que se dan entre llamada y llamada, generan en muchos de los casos vínculos y lazos muy íntimos y fuertes, siendo muy frecuente que se formen parejas, en muchos de los casos con hijos.

A su vez, el hecho de tener que estar y convivir el día a día con sus compañeros, hace que los roces o tensiones de tipo personal que puede haber entre ellos traten de evitarse —o al menos que no se llegue al punto de la confrontación— para hacer más agradable y placentero el ambiente laboral y, sobretodo, porque saben que durante mucho tiempo más van a seguir compartiendo su rutina laboral. Esto es algo que fue planteado por varios de los trabajadores y trabajadoras, y que de algún modo refleja la voluntad y el deseo de su parte de que las relaciones entre compañeros de trabajo se mantengan más o menos tranquilas. Esto se relaciona a su vez con algo que mencionaron algunos de los trabajadores y es que muchos de ellos ya han tomado conciencia de la difícil situación laboral que se vive en el país, que no sólo no permite estar arriesgándose, sino que también requiere de un compromiso y una responsabilidad con el trabajo de otro tipo: “Ya no somos los estudiantes que éramos cuando entramos, muchos ya tenemos familia, ya como que valoras el estar ahí” (Gaby, operadora de Tecmarketing, 16 de mayo de 2010).

La situación es compleja porque si bien varios de los trabajadores reconocen que el hecho de saber que no los pueden despedir ha alimentado ciertas contradicciones y vicios al momento de encarar la actividad, la situación laboral actual del país cada vez más actúa como un *afuera amenazante* que asusta y también disciplina generando una cierta conciencia de que “hay que cuidar el trabajo”:

Todos trabajan, sí por lo mismo, porque es un trabajo que ya no puedes estar arriesgando así tan fácil, por las condiciones en que estamos en el país y bueno, quizás en todo el mundo, y porque mucha gente sí ha buscado otros trabajos o tiene otros trabajos en la mañana o en la tarde y se dan cuenta que no están bien pagados, o sea que trabajan más y les pagan mucho menos (Ester, operadora de Tecmarketing, 24 de agosto de 2010).

Este sentimiento: “hay que cuidar el trabajo”, también ha sido un resultado de la huelga estallada por los operadores de Tecmarketing el 14 de febrero de 2008. El movimiento de huelga se desató en el marco de la revisión salarial anual, con motivo de lograr un incremento de 4.5% directo al salario, de 5% en la productividad y 1.70% de aumento en las prestaciones, mientras que la propuesta de la empresa era un incremento de 4% directo al salario, un aumento de 3.9% al monto máximo de incentivos de productividad, y de 0.33% al esquema de vales de despensa.³⁴

La huelga significó una experiencia muy importante para los trabajadores, ya que se trataba de una experiencia inédita y sorpresiva para muchos de ellos. Ésta no solo implicó el paro de labores —lo que significó dejar de recibir salario por unos días,

³⁴ Mejía Guerrero, Angelina, “Se van a huelga mil 750 trabajadores de Tecmarketing, filial de Telmex”, consultado el 14 de agosto de 2008; disponible en <http://www.eluniversal.com.mx/notas/482286.html>

con las consecuencias que conlleva, sobretodo, para los trabajadores padres y/o madres—, sino también la organización y coordinación de la misma con la participación en la toma de decisiones de todos los trabajadores, generándose en este proceso expectativas, sentimientos y entusiasmos encontrados y diversos. La huelga tuvo una duración de cinco días y como resultado de ello no sólo se obtuvieron aumentos en las prestaciones mencionadas, sino que también se reforzó un cierto sentimiento de que “hay que tomar conciencia y valorar lo que tenemos”:

¿La experiencia de la huelga qué generó? Yo siento que teníamos miedo de las represalias, ay se van a poner pesadísimos, ahora si vamos a perder todos nuestros beneficios, y no, no hubo nada, todo siguió como si no hubiera pasado nada [...] y lo que obtuvimos sí valió la pena, claro que uno siempre quiere algo y va a querer más, pero sí valió la pena, a comparación de los incrementos que había habido en otras empresas, sí estuvo bien. Pero también fue como un calmarnos para todos, ¿no? para muchos fue de ay ya, creo que ahora sí ya tenemos que ponernos las pilas y valorar un poco más lo que tenemos (Ester, operadora de Tecmarketing, 24 de agosto de 2010).

Ello es complejo si se considera que muchos de los trabajadores de Tecmarketing son trabajadores con alto nivel de calificación —en muchos de los casos profesionales: ingenieros, politólogos, médicos, sociólogos o estudiantes de licenciatura avanzados— y, sin embargo, realizan una actividad que en muchos de los casos puede resultar monótona, simple, sin demasiado entusiasmo, que no se relaciona con lo que cada quien ha estudiado y que fundamentalmente no era la proyección profesional deseada. Sin embargo, la difícil situación económica, la propia necesidad, pero también los afectos allí construidos, han generado que en muchos de los casos, el trabajo en Tecmarketing siga siendo “la opción”: “Si he tenido varios amigos que se salen y la depresión total porque no encontraron nada que cubra ni siquiera la mitad de lo que tenía en Tecmarketing y las friegas son mucho mayores” (Ester, operadora de Tecmarketing, 24 de agosto de 2010).

En ese sentido, sería interesante analizar cómo si bien tal vez no se pueda identificar claramente una identidad con la actividad laboral como operadores telefónicos, sí existe en los trabajadores un cierto apego e identificación entre compañeros de trabajo, con el sindicato y con la empresa que es y ha sido muy propio, y característico del proceso que vivió Tecmarketing. Que la mayoría de los trabajadores haya entrado en edad de juventud y manteniendo una cierta relación con la escuela —el trabajo en el *Call Centers* iba a ser algo que les iba a permitir seguir estudiando en muchos casos— es algo que ha marcado fuertemente la experiencia laboral y que explica que algunas de las lógicas y dinámicas que se dan entre compañeros de trabajo tengan una impronta propia de los grupos escolares:

Diría un amigo que casi todos los que entraron en su momento hace mil años y que no se quedaron es porque a los dos meses ya dijeron “no, ya me fui” y se fueron, y sin embargo se acuerdan de Tecmarketing, porque ahora ven a muchos amigos que todavía estamos aquí y entonces un amigo de esos me decía “es que Tecmarketing es una escuelota, ¿no? Es una extensión de la escuela”. Y sí es eso, así lo sientes (Ester, operadora de Tecmarketing, 24 de agosto de 2010).

En otros de los casos, sobretudo, para mujeres que entraron a Tecmarketing siendo mayores de 30 años y que no necesariamente estaban ligadas a una experiencia escolar, el trabajo en el *Call Centers* —sobretudo la participación en la vida sindical— representa no sólo una fuente de ingresos, sino también un modo de vida y una fuente de realización personal:

Hay gente que es muy buena y está muy comprometida, porque ya son mas grandes, señoras como de 50, y son los que ya también ven con otra perspectiva, para ellos Tecmarketing si es su fuente pero no solamente es algo económico, sino ya es como otra cosa, “si me sacan de aquí yo ya no sé qué hacer” [...] Lo ven como otra cosa (Ester, operadora de Tecmarketing, 24 de agosto de 2010).

Incluso cuando existan distintos perfiles de trabajadores y diversos intereses y motivaciones por parte de ellos, cabría señalar que la experiencia de organización sindical en Tecmarketing ha sido algo muy significativo que ha permeado positivamente en los sentidos que los trabajadores le atribuyen a su actividad y experiencia laboral. Justamente uno de los aspectos interesantes que podemos destacar de las entrevistas que hemos realizado es que los trabajadores —aun cuando participen o no activamente en el sindicato— reconocen que esta experiencia trastocó realidades y sentidos previos, y que su experiencia en el trabajo cambió notablemente a partir del proceso de organización sindical generando que el trabajo en el *Call Centers* se viva de otra manera.

Entre los cambios más palpables se encuentran: la estabilidad laboral, salarios más altos, mayores prestaciones, que no tengan que aguantar a un jefe abusivo, que cualquier problema o conflicto que se da en el lugar de trabajo recurran al sindicato para que se llegue a un acuerdo o negociación, que puedan elegir a sus representantes sindicales, así como que exista un ambiente de trabajo más relajado y sin la presión de que si no llegan a la meta pierden su bono, entre otros aspectos. Es decir, si antes existía una tensión continua por el ambiente hostil de trabajo y por la amenaza constante de que si no se cumplían con las metas establecidas, se estaba despedido, hoy la jornada laboral se vive —y se aprecia— de otra manera y ello repercute en el sentido y la valoración que se le da al trabajo.

Si se genera de que muchas personas quieren utilizar al sindicato como apañador, como que te confías mucho, no hago lo que tengo que hacer y el sindicato me ayuda, pero otras personas dicen no se trata de eso, no se apaña cualquier situación [...] la mayoría de las personas que estamos en Tecmarketing ya tomamos conciencia de eso y pues lo que hacemos es el trabajo, si te dan herramientas o beneficios de ver tu correo mientras no estás en llamada, bueno ya lo utilizas cuando no estás en llamada, darle el uso que te permiten (Gaby, operadora de Tecmarketing, 16 de mayo de 2010).

A su vez, en el caso de los trabajadores que tienen una participación activa en el sindicato, se puede ver que la vida sindical ha activado un sentido de pertenencia e identificación fuerte sino con la actividad y la empresa, con la condición de ser trabajador con derechos a reivindicar y por los que luchar. Así hemos podido reconocer que si bien la mayoría de los operadores entró a Tecmarketing pensando que se trataba de un trabajo temporal y pasajero que les iba a permitir solventar sus estudios o sus necesidades de sobrevivencia, con el tiempo y a partir del proceso de sindicalización que se fue dando —y de los logros y beneficios que se fueron materializando—, muchos de ellos fueron involucrándose en la organización sindical, sensibilizando a sus compañeros al respecto y asumiendo un compromiso importante en la lucha por la reivindicación de mejores condiciones laborales. En general, los operadores que no participan activamente en el sindicato tienen una visión positiva del mismo ya que consideran que éste apoya a los trabajadores, se compromete y “mete las manos por ellos”:

Todo mundo sabe que si se le llegan a pasar sus cuatro faltas tiene una segunda oportunidad, el sindicato sí mete las manos por ti y te hace firmar una carta en la que te comprometes a no faltar por medio año, pero no pierdes el trabajo [...] el sindicato siempre apoya, sí hay muchas ventajas [...] Los chicos que si están metidos en el sindicato, ellos si traen un compromiso totalmente distinto con la empresa (Ester, operadora de Tecmarketing, 24 de agosto de 2010).

Reflexiones finales

A lo largo de este capítulo hemos intentado reconocer los aspectos más importantes que caracterizan la situación laboral en los *Call Centers* en la ciudad de México. El modo en que organizamos los apartados nos resultó interesante para evidenciar los contrastes que existen en términos de relaciones laborales en el caso de los *Call Centers* que están bajo la “tutela” de sindicatos de protección patronal, y el caso de Tecmarketing donde la presencia de un sindicato real y representativo ha tenido

implicancias no sólo en las condiciones laborales de los operadores, sino también a nivel subjetivo: en los sentidos que éstos le atribuyen a su actividad y a su propia condición como trabajadores.

En el caso de Sitel —como se llamaba la empresa B-Connect hace dos años—, si bien se escuchan comentarios por parte de los trabajadores que ya están hartos del ritmo laboral, o que “ya no pueden más”, esos comentarios son expresiones de descontento que hasta el momento no han logrado canalizarse en organización y movilización colectiva con capacidad real de disputa, aunque sí cabe mencionar que han habido intentos de organización interesantes.

Uno de estos ellos se dio a partir de la reducción de la plantilla en una campaña de American Express, donde ésta se redujo de 300 trabajadores a 50, a la vez que las liquidaciones no se realizaron conforme a la Ley Federal del Trabajo. Los despidos y el mal manejo de las liquidaciones generó malestar en un grupo de trabajadores y muchos de ellos elaboraron y repartieron volantes en el metro Puebla, denunciando lo que había sucedido y planteando “si hoy nos corrieron a nosotros a ti también te puede pasar”. En eso hubo un intento de cerrar la entrada del Palacio de Deportes, sin embargo, fue un intento fallido que duró un par de horas debido, entre otros aspectos, a la presencia de elementos de seguridad de la empresa (policía bancaria, un cuerpo de policías especial para eventos y el propio personal de RRHH) que impidieron se llevara a cabo la manifestación, identificando a los que estaban participando, dispersando el movimiento, y obligándolos a entrar normalmente al lugar de trabajo. Otro de los intentos se dio en el centro de contacto ubicado en la Torre Latinoamericana a partir de la caída de una campaña y el despido de sus trabajadores, lo que desencadenó enojos y disconformidades que buscaron manifestarse en un corte de calle que sin embargo tampoco prosperó.

En el caso de Atento la situación es más compleja aun, ya que actualmente y desde hace dos años se está en un proceso de organización y movilización colectiva muy importante por parte de los operadores. Hartos de los despidos injustificados, las arbitrariedades, maltratos y abusos por parte de la empresa, un grupo de trabajadores comenzaron a organizarse para poder interiorizarse sobre los derechos laborales y defenderse colectivamente ante estos atropellos. En este proceso solicitaron el apoyo del STRM y lograron conseguir el registro de toma de nota que permite que los trabajadores de Atento puedan afiliarse a la Sección 187 del STRM. A partir de ello, y pese a nuevos despidos y amenazas que la empresa realizó a trabajadores que se estaban organizando, actualmente siguen firmes en el proceso de organización y lucha para conseguir la titularidad del contrato colectivo.

En el caso de Tecmarketing, podemos observar cómo un sentimiento de inconformidad y descontento respecto al trabajo y las condiciones laborales, aunado a un

conocimiento de que las cosas “podían ser de otro modo”, y al apoyo y sostén fundamental del STRM, permitieron que se desencadenara un proceso organizativo que después de diez años ha tenido amplias repercusiones en términos objetivos y subjetivos para los trabajadores. Si bien la especificidad de las configuraciones identitarias construidas al calor de la organización sindical requieren de un análisis y una reconstrucción más profunda que todavía no ha estado a nuestro alcance realizar, sí podemos destacar que la experiencia organizativa de carácter colectivo —y las conquistas y avances en términos materiales que ésta ha implicado— ha transformado de manera notable el carácter de la actividad y la percepción que los operadores tienen de la misma. El hecho de contar con estabilidad laboral y de no estar atentos a la amenaza de ser despedidos, así como la posibilidad de que los trabajadores puedan participar en la toma de decisiones de aspectos claves del proceso de trabajo, han sido elementos fundamentales que explican que hoy la actividad pueda ser apreciada y revalorizada por los trabajadores de otro modo.

Recuperar estas experiencias resulta interesante en tanto pone en duda la supuesta fragmentación paraposmoderna que plantea la imposibilidad de constitución de identidades y acciones colectivas en trabajos de alta rotación como serían los *Call Centers*. Por el contrario, los procesos organizativos que aquí se han dado demuestran que aun en ambiente laboral de extrema tensión, de alta rotación y de amplia arbitrariedad empresarial, los trabajadores jóvenes no necesariamente se muestran apáticos —ni tienen una actitud “nini”— frente al futuro laboral. Por el contrario, el ambiente laboral sigue siendo un espacio de socialización importante en el que se construyen afectos y amistades, manifestaciones de solidaridad y apoyo en la actividad concreta, pero también fuerzas colectivas con voluntad y capacidad para organizarse, resistir y disputar materialidades y sentidos hacia dentro del ámbito laboral.

Bibliografía

- Batt, Rosemary y otros (2005), “Service Management and Employment Systems in U.S. and Indian *Call Centers* [with Comment and Discussion]”, *Brookings Trade Forum*, Offshoring White-Collar Work, The Brookings Institution Stable URL, pp. 335-372; disponible en <http://www.jstor.org/stable/25058770>
- Belt, V. y otros. (2002), “Women, social skill and interactive service work in telephone call centres”, *New Technology, Work and Employment*, 17:1, pp. 20-34.
- Bouzas y otros (2009), *Evaluación de la contratación colectiva en el Distrito Federal*, México, Fundación Friedrich Ebert Stiftung.

- Buchanan, R. (2002), "Lives on the Line: Low-Wage Work in Teleservice Economy" en Munges, F. (ed.), *Laboring Below de Line*, Russel Sage Foundation, New York, pp. 45-72.
- Deery, Stephen, Roderick Iverson y Janet Walsh (2002), "Work relationships in telephone call centres: understanding emotional exhaustion and employee withdrawal", *Journal of Management Studies*, 39:4.
- Del Bono, Andrea (2005), "Innovaciones tecnológicas y organizacionales. Impacto sobre el trabajo y el empleo de jóvenes y mujeres en el sector servicios: La industria de los *Call Centers* en Argentina", ponencia presentada en el VII Congreso Nacional de Estudios del Trabajo, ASET, Buenos Aires.
- Larner, Wendy (2002), "Calling capital: Call Centre Strategies in New Brunswick and New Zealand", *Global Networks*, 2 (2), pp. 133-152.
- Mejía Guerrero, Angelina (2008), "Se van a huelga mil 750 trabajadores de Tecmarketing, filial de Telmex"; disponible en <http://www.eluniversal.com.mx/notas/482286.html>, consultado el 14 de agosto de 2008.
- Micheli, Jordy (2005), "Trabajadores de Telemarketing" en Memorias del Seminario: Relaciones triangulares del trabajo (subcontratación y/o tercerización) ¿Fin de la estabilidad laboral?, Cámara de Diputados, Congreso de la Unión, abril de 2005.
- _____ (2006), "La industria del telemercado en la Ciudad de México (economía y trabajo en la sociedad de la información)", ponencia para Seminario Internacional: Globalización, Conocimiento y Desarrollo, marzo de 2006.
- Morgan, Brian y Ramanathan, Vaidehi (2009), "Outsourcing, globalizing economies, and shifting language policies: issues in managing Indian Call Centres", *Lang Policy*, 8, pp. 69-80.
- Reynoso Castillo, Carlos (2005), "Evolución de los contratos de protección frente al empleo y desempleo, en el marco de la globalización", Memorias del Seminario Auge y Perspectivas de los contratos de protección: ¿corrupción sindical o mal necesario?, Fundación Ebert, México.
- Sánchez, Paulina (2004), "Retos y oportunidades de los Contact Centers ante la globalización", Contact Forum México; disponible en <http://www.contactforum.com.mx/articulos/2352.html> consultado el 15 de agosto de 2010.

Documentos

Contrato Individual de Trabajo celebrado entre la empresa Secofac S.A. de C.V y los trabajadores de Sitel/B-Connect.

Contrato Colectivo de Trabajo celebrado entre la empresa Atento y el Sindicato Progresista de la República Mexicana (2007).

Contrato Colectivo de Trabajo celebrado entre Tecmarketing y el Sindicato de Telefonistas de la República Mexicana, Sección 159 (1999-2001 y 2009-2011).

Reglamento Interior de Trabajo celebrado entre Tecmarketing S.A. de C.V. y el Sindicato de Telefonistas de la República Mexicana, 2002.

“Programa de Incentivos de Calidad y Productividad, Sección 159 STRM (1999).

“Brigadas de información. Hacia nuestra próxima revisión salarial y contractual”. Para sentar las bases del proyecto de corto, mediano y largo plazo de nuestra sección. Comité Ejecutivo Local 2008—2009” de la Sección 159 del STRM.

Páginas web

Instituto Mexicano de Telemarketing: www.imt.com.mx

Portal Contact Forum: <http://www.contactforum.com.m>

Blog de la Sección 187 del Sindicato de Telefonistas de la República Mexicana: www.seccionatento.com

Anexo 1. Perfiles de puestos según categorías acordados en CCT 1999 celebrado entre Tecmarketing y la Sección 159 del STRM

<i>Descripción del puesto</i>	<i>Categorías</i>			
	<i>Representante de ventas telefónicas "A"</i>	<i>Representante de ventas telefónicas "AA"</i>	<i>Representante de ventas telefónicas "AAA"</i>	<i>Representante técnico especializado</i>
<i>Especialidad</i>	<i>Promoción y ventas</i>	<i>Promoción y ventas</i>	<i>Promoción y ventas</i>	<i>Profesionistas y técnicos en asesoría</i>
<i>Función</i>	Atender personalmente o telefónicamente a los clientes sobre los servicios y productos que la empresa promocióne.	Vender, promocionar, informar a los clientes personal o telefónicamente sobre los servicios y productos que determine la empresa de una forma eficiente, efectiva y oportuna.	Vender, promocionar e informar a los clientes sobre los servicios y productos que ofrezca la empresa a través de una asesoría especializada personal o telefónica al cliente, satisfaciendo de manera integral y con calidad las necesidades del mismo.	Brindar un servicio de asesoría técnica especializada de manera integral con una atención personalizada tanto telefónica como personalmente según las necesidades del cliente y como lo determine la empresa.
<i>Actividades principales</i>	Realiza y/o recibe llamadas telefónicas para promocionar e informar a los clientes sobre los productos y/o servicios que comercialice la empresa, precios y tarifas, términos y condiciones de la campaña., así como para verificar datos de los clientes	Realiza llamadas telefónicas a los clientes para vender, promocionar, informar, y contratar los productos y servicios que promocióne y determine la empresa. Recepciona llamadas o atiende personalmente a los clientes para brindar información, aclaraciones, ajustes	Atención y/o recepción de llamadas para proporcionar asesoría en ventas, información, aclaración, verificación, de los diferentes productos y servicios que ofrezca y determine la empresa. Da seguimiento al proceso de posventa de los productos y servicios contratados hasta la satisfacción al cliente.	Asesoría y/o solución de problemas en temas y circunstancias generales y específicas, ya sea personal, telefónicamente o por cualquier otro medio. Realiza llamadas de seguimiento a los clientes sobre la asesoría brindada. Visita y atiende al cliente en el lugar en que éste determine.

TRABAJO NO CLÁSICO, ORGANIZACIÓN Y ACCIÓN COLECTIVA TOMO II

	<p>Registra datos y documentos específicos en el sistema o medio que determine la empresa.</p>	<p>de facturación y demostraciones sobre los productos y servicios que presta la empresa.</p> <p>Realiza cargos automáticos, altas, bajas, cambios, cancelaciones de servicios, y labores de recuperación de cartera vencida</p>	<p>Atiende y satisface las necesidades del cliente a través de un servicio de asesoría integral y de seguimiento continuo.</p> <p>Visita y atiende al cliente en el lugar en que el cliente lo determine.</p> <p>Realiza y/o presenta a los clientes estudios, proyectos y presupuestos recabando los documentos necesarios para la venta y contratación de productos y servicios que solicite el cliente determinado por la empresa.</p> <p>Elabora y registra los informes que se requieren sobre la atención, ventas, aclaraciones, quejas a los clientes.</p>	<p>Realiza y/o presenta a los clientes estudios, proyectos y presupuestos recabando los documentos necesarios para la venta y contratación de productos y servicios que solicite el cliente determinado por la empresa.</p> <p>Elabora y registra los informes que se requieren sobre la atención, ventas, aclaraciones, quejas a los clientes.</p> <p>Registra periódicamente las asesorías y servicios brindados al cliente.</p>
Flexibilidad laboral	<p>Desempeñar cualquier tipo de actividad inherente, relacionada o referida con las actividades de la Especialidad, que se necesite para la atención de los clientes y servicios que</p>	<p>Desempeñar labores de la categoría inferior y cualquier tipo de actividad inherente, relacionada o referida con las actividades de la especialidad, que se necesite para la atención especializada</p>	<p>Desempeñar labores de las categorías inferiores o cualquier tipo de actividad inherente, relacionada o referida con las actividades de la especialidad, que se necesite para la atención de los clientes y servicios</p>	<p>Desempeñar labores de las distintas categorías de la especialidad Promoción y Ventas o cualquier tipo de actividad inherente, relacionada o referida con las actividades que se necesiten, para la atención de los</p>

DEL OTRO LADO DEL TELÉFONO: IDENTIDAD Y ACCIÓN COLECTIVA EN *CALL CENTERS*

	presta la empresa de acuerdo con las instrucciones que recibe de la misma.	de los clientes y servicios que presta la empresa de acuerdo a las instrucciones que reciba de ésta.	que presta la empresa de acuerdo a las instrucciones que reciba de ésta.	clientes y servicios que presta la empresa de acuerdo a las instrucciones que reciba de ésta.
Requisitos de ingresos	<p>Estudiante de nivel superior.</p> <p>Conocimientos básicos de PC, buena ortografía y facilidad de palabra.</p> <p>Aprobar los exámenes de conocimientos y psicométricos.</p> <p>Acreditar los exámenes médicos y psicológicos de admisión.</p>	<p>Escolaridad mínima: cuarto semestre de nivel superior.</p> <p>Acreditar los exámenes que demuestren las habilidades para desempeñar la categoría.</p> <p>Conocimientos básicos de PC, buena ortografía y facilidad de palabra.</p> <p>Aprobar los exámenes de conocimientos y psicométricos.</p> <p>Acreditar los exámenes médicos y psicológicos de admisión.</p>	<p>Escolaridad mínima: sexto semestre de nivel superior.</p> <p>Acreditar los exámenes que demuestren las habilidades para desempeñar la categoría.</p> <p>Experiencia en manejo de PC.</p> <p>Excelente ortografía, facilidad de palabra.</p> <p>Aprobar los exámenes de conocimientos y psicométricos.</p> <p>Acreditar los exámenes médicos y psicológicos de admisión.</p>	<p>Estudios mínimos: pasantes de licenciatura</p> <p>Conocimientos técnicos especializados de los servicios específicos que preste la empresa.</p> <p>Dominio de PC, excelente ortografía y facilidad de palabra.</p> <p>Aprobar los exámenes de conocimientos y psicométricos.</p> <p>Acreditar los exámenes médicos y psicológicos de admisión.</p>
Requisitos de ascenso a la categoría siguiente	<p>Estancia mínima de seis meses en la categoría A.</p> <p>Escolaridad mínima del tercer semestre de nivel superior.</p> <p>Acreditar los exámenes (con</p>	<p>Estancia mínima de 6 meses en la categoría AA.</p> <p>Escolaridad mínima del quinto Semestre de nivel superior.</p>		

TRABAJO NO CLÁSICO, ORGANIZACIÓN Y ACCIÓN COLECTIVA TOMO II

	<p>una calificación mínima de 8) que demuestren las habilidades para desempeñar la categoría AA.</p> <p>Haber mantenido una productividad por encima del promedio en un total de cuatro meses de la categoría a la que pertenece en los últimos seis meses.</p> <p>Tener una calificación por encima del promedio en sus monitoreos de evaluación en la categoría a la que pertenece.</p>	<p>Acreditar los exámenes (con una calificación mínima de 8) que demuestren las habilidades para desempeñar la categoría AAA.</p> <p>Haber mantenido una productividad por encima del promedio en un total de cuatro meses de la categoría a la que pertenece en los últimos seis meses.</p> <p>Tener una calificación por encima del promedio en sus monitoreos de evaluación en la categoría a la que pertenece.</p>		
--	---	--	--	--

Trabajo, identidad y acción colectiva en los comerciantes artesanos del Centro Histórico de Coyoacán

José Luis Gayosso Ramírez¹

Introducción

Algunas de las causas que han hecho posible el aumento del comercio en la Vía Pública de la ciudad de México, caracterizado como informal son, además del desempleo, la aguda contención sobre los salarios y la reducción del gasto público en el ámbito social, lo cual se ha traducido en una ampliación de las necesidades económicas de la población y en la necesidad, por ende, de concretar actividades generadoras de ingresos adicionales con las cuales poder satisfacerlas. En este sentido, el comercio ambulante y semifijo es concebido desde los estudios sobre la informalidad como aquella actividad realizada por personas desempleadas o con bajos salarios, representando, según esta lógica, una alternativa para disminuir la falta de satisfacción de necesidades económicas esenciales que el trabajo formal no puede proporcionar, aunque con variantes explicativas de acuerdo a los diferentes enfoques, y que va desde considerar a este tipo de trabajadores como microempresarios, hasta concebirlos como la fuerza de trabajo indirecta pero funcional al gran capital (Tokman, 1990; De Soto, 1987; Portes, 1995). Sin embargo, no puede soslayarse el hecho de que una gran parte de las personas que se incorporan a este tipo de actividades también lo hacen porque representa para ellas un oficio de herencia

¹ Doctorante en el posgrado de Estudios sociales, línea Estudios Laborales en la Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Iztapalapa. Correo electrónico: jlgaram75@hotmail.es

familiar o que fue aprendido socialmente gracias a la interacción cotidiana en este tipo de ambientes laborales que les lleva a inclinarse de forma natural a este tipo de trabajos. Es decir, han sido también producto de prácticas socioculturales-laborales de carácter tradicional.

Las actividades laborales denominadas informales en la basta amplitud de la ciudad de México, principalmente las de tipo comercial, se distinguen por la heterogeneidad de los actores que las llevan a cabo, por las múltiples relaciones sociales de trabajo que ahí se concretan, por la irregularidad en el cumplimiento de la normatividad mínima y por la utilización política del amplio contingente de vendedores a través de las estructuras corporativas de organizaciones gremiales y partidos políticos.

El crecimiento en la cantidad de comerciantes y de sus espacios de venta en la vía pública ha provocado diversos problemas sociales urbanos y respuestas, en algunos casos, poco tolerantes de parte de autoridades gubernamentales sancionando de manera estricta a los actores implicados y utilizando la fuerza pública abiertamente en su contra. Los objetivos institucionales para contener y controlar este tipo de actividades laborales han estado centrados principalmente en intentar aplicar una regulación más estricta para el comercio en vía pública, en buscar la incorporación de los 'informales' al sistema de tributación y en establecer una política de reordenamiento de los espacios ocupados con el fin de restringir y delimitar su extensión.

Sin embargo, el trabajo del comercio en las calles, como es el de los tianguis cuya existencia data desde la época prehispánica, puede ser considerado como una actividad laboral con múltiples problemáticas no solamente para las personas que son afectadas directamente por él, como transeúntes o vecinos de los lugares en los que se instalan, sino también para sus propios protagonistas sobre todo en relación con sus condiciones laborales caracterizadas por jornadas de trabajo extenuantes, la presencia del riesgo latente de enfermedades, accidentes o de su integridad física debido a la violencia social del medio, sin que cuenten con servicio de seguridad social, ni con ningún otro tipo de prestaciones.

La cantidad de personas que se dedican a esta actividad ha aumentado considerablemente en los últimos tres lustros. En el Distrito Federal operan alrededor de 1 420 tianguis reconocidos oficialmente, en los cuales laboran aproximadamente 46 676 comerciantes,² cifras que son relativas debido a que no todos los comerciantes de tianguis se encuentran registrados en el Sistema de Información del Comercio en Vía Pública del gobierno capitalino (SISCOVIP) y a la flexibilidad en cuanto al ingreso y salida de trabajadores de esta ocupación.

² Datos proporcionados por Laura Velázquez titular de la Secretaría de Desarrollo Económico del D.F. (SEDECO) en diciembre de 2009.

En el caso específico de la Delegación Coyoacán, se estima que existen cerca de seis mil comerciantes de tianguis,³ de los cuales cerca de la mitad carecen de permiso para el desarrollo de sus actividades. De aquellos que cuentan con permiso, sólo alrededor de 60% paga algún tipo de cuota, aunque oficialmente no existe normatividad alguna que obligue a los comerciantes a hacer pagos de ningún tipo a las autoridades. Según datos proporcionados por la Oficina de Comunicación social de la delegación en ésta operan alrededor de 122 tianguis durante toda la semana, de los cuales sólo una mínima parte se encuentra incorporado al Programa de reordenamiento del comercio en vía pública, establecido por el gobierno del D.F. desde 1997.

En esta delegación pueden ubicarse dos zonas específicas donde el comercio en vía pública ha aumentado de manera amplia y desordenada como son la colonia Ajusco, en el Tianguis conocido como *La Bola*, y el Centro Histórico de Coyoacán, en el tianguis de Artesanías, donde oficialmente se encontraban registrados, hasta inicios de 2008, alrededor de 500 comerciantes y artesanos que ocupaban las plazas públicas extendiéndose hacia las calles aledañas. Es, precisamente, de este último tianguis del que se expondrá a lo largo del texto las características laborales y las condiciones estructurales, subjetivas y de interacción social que en él se configuran con el propósito de explicar la forma en que sus principales protagonistas —los comerciantes artesanos— construyen su identidad y acción colectiva en torno a su actividad laboral y a otros mundo de vida como son la familia, la organización y el espacio de convivencia con sus compañeros del gremio.

La Conformación del tianguis de artesanías en el Centro Histórico de Coyoacán

El Tianguis Cultural de Artesanías de Coyoacán⁴ comienza su formación a inicios de los años ochenta por un grupo de jóvenes que provenían de otros espacios de venta, sobre todo de la Alameda, Zona Rosa, y Ciudad Universitaria, quienes comienzan a vender artesanías primero de manera dispersa y posteriormente instalándose enfrente de la librería El Parnaso en el Jardín Centenario del Centro Histórico de Coyoacán, como lo relata una de las principales representantes de los tianguistas:

³ El dato sobre el número de tianguistas en Coyoacán manejado por la SEDECO es de 5 861 en 109 tianguis, cifras que difieren mínimamente con las ofrecidas por el gobierno de la Delegación Coyoacán que es de 122 tianguis con más de 7 mil vendedores.

⁴ Nombre dado al tianguis por los comerciantes artesanos que ahí laboraban.

El tianguis se inicia con el famoso “grupo de los veinte”, antes de que empezara el grupo de los veinte, existía el “grupo de los siete” [...] siete compañeros que antes del temblor todos vendíamos en la Alameda Central, pero ellos ya empezaban a venir para acá, desde principios de los ochenta, venían un rato en las tardes, enfrente de lo que ahora es Sanborns, así empiezan, pero con el tiempo se conforma un grupo de 20 que se instala enfrente del Parnaso (Elvira Téllez, 10 de octubre de 2009).

Los primeros comerciantes artesanos no llegaban a ser más de 20, hecho que contrasta con los cerca de 400 hacia 1995 y a los 550 comerciantes oficialmente reconocidos en 2008, quienes se agrupaban en 20 organizaciones. Es decir, hubo un crecimiento importante del número de tianguistas quienes ocuparon prácticamente todo el primer cuadro del Centro Histórico coyoacanense, hecho que fue solapado y fomentado por las mismas administraciones de la delegación a lo largo del tiempo.

Parte de la sobrepoblación que se empezó a dar en ese momento fue por la situación que se empezó a vivir en Zona Rosa y en Filosofía y Letras, y en el mismo Copilco, que empezaron a desalojar a todos los compañeros artesanos también, entonces toda la población empezó a caerle aquí a Coyoacán, fue uno de los motivos que esto creciera también y algunos líderes que buscaban a base de cuotas que llamaban, el crecimiento (Enrique, 13 de febrero de 2010).

Actualmente, de la generalidad de personas que se dedican a la venta y fabricación de artesanías de lo que fuera el tianguis artesanal, 65% se encuentra entre una edad de 35 a 45 años; 20% son jóvenes entre 17 y 25 años; y alrededor de 15% se ubica dentro de la tercera edad (más de 50 años). Con respecto al perfil por género, la mayoría de los comerciantes son del sexo femenino (60%), por 40% de hombres. Del total, 80% de los tianguistas son oriundos de la capital y 20% restante proviene de diversas partes de la República, de comunidades indígenas, principalmente: de origen mazahua, huichol, náhuatl, entre otros. Veinte por ciento dice no pertenecer a ninguna agrupación, mientras que 80% se encuentra organizado en las asociaciones existentes. Alrededor de 25% se mantiene como productor artesanal y comercializador de sus propios productos, en tanto que el resto (75%) se dedica actualmente a la reventa de artesanías, las cuales consume tanto en el Centro Histórico del D.F., como en algunos estados de la República; incluso dentro de este mismo porcentaje, cerca de 30% sí poseen conocimientos y técnicas para la elaboración de artesanías.⁵

⁵ Información obtenida de la encuesta realizada a los comerciantes artesanos de noviembre de 2009 a marzo de 2010, como parte del Proyecto de Investigación de mi Tesis de Doctorado.

En el periodo de existencia del tianguis, las organizaciones gremiales han llevado a cabo diversos acuerdos con la autoridad en turno con el fin de mantener cierto orden en su operación y así evitar un posible desalojo, cumpliendo con las normas mínimas establecidas en el Programa de Reordenamiento del Comercio en la Vía Pública (PRCVP). No obstante, en marzo de 2008 la autoridad de la Delegación Coyoacán, encabezada por Heberto Castillo, decidió desalojarlos de su espacio de trabajo⁶ dando origen a un proceso de acción colectiva por parte de la mayoría de los comerciantes la cual se prolongó hasta finales de 2009, momento en que alrededor de 250 comerciantes fueron reubicados en el Bazar Artesanal Mexicano; una fracción más, principalmente de artesanos, fue instalado en la Casa del Artesano y otro grupo de comerciantes optó por continuar en resistencia hasta que lograron que fuera cedido por parte de la autoridad un espacio dentro del edificio delegacional.

El caso del Centro Histórico (CH) de Coyoacán es sobresaliente debido a que, como sucede con otro tipo de espacios similares, existe en él una combinación de factores históricos, culturales, simbólicos y sociales bastante diversos y que son una parte inherente a su devenir cotidiano. En él, “se han depositado memorias y significados que forman parte de la historia social y urbana, local y de la capital del país” (Ramírez, 2006).

Y en la situación particular de los comerciantes artesanos del zócalo de Coyoacán, sus prácticas de comercialización han venido siendo legitimadas de forma recurrente por consumidores provenientes de distintos estratos sociales, pero principalmente de clase media, que han coadyuvado en la estructuración de hábitos y costumbres que otorgan sentido a la actividad de compra venta en el espacio público de los jardines del Centro Histórico de Coyoacán. De esta manera, la defensa del uso del espacio se relaciona por un lado con la reivindicación del derecho al trabajo pero, por otro, lo que también entra en juego en dicho proceso de defensa es la reivindicación de códigos culturales, de estilos de vida y con los significados que definen los vínculos y las formas de pertenencia hacia los lugares que ocupan Ramírez Kuri (2005).

Es en este contexto donde se generan relaciones sociales de cooperación y de poder, las cuales se constituyen de manera alternativa a los canales institucionales formalizados, como las instancias de gobierno o incluso los partidos políticos. Pero, al mismo tiempo representa una expresión de la exclusión generada en el ámbito de la ciudadanía, lo cual influye para la construcción de respuestas de oposición y

⁶En febrero de 2008, los artesanos de Coyoacán llevaron a cabo su primera movilización en contra del inminente desalojo del que serían objeto y del que tenían ya noticia por comentarios hechos por las autoridades de la delegación (*La Jornada*, 22 de febrero de 2008).

resistencia ante medidas institucionales que tienden a limitar y restringir la utilización del espacio público para el desarrollo de su actividad laboral. Los elementos delineados, entonces, representan de algún modo las condiciones bajo las cuales los tianguistas artesanos construyen su identidad colectiva como sujetos laborales, y en las que estos han logrado concretar un accionar como gremio por la defensa y conservación del espacio de trabajo.

Apropiación y disputa por el espacio público: el espacio como campo laboral y de identificación colectiva

La *Configuración del espacio urbano* del Centro Histórico de Coyoacán se fue constituyendo mediante un proceso histórico de transición de un ambiente todavía con características rurales a principios de siglo xx, hasta arribar a un crecimiento poblacional de carácter urbano, propio de la modernidad espacial, y a las expresiones socioculturales que existen hoy en día. La estructura territorial urbana del Centro Histórico coyoacanense se encuentra apoyada en la concepción de la zona, por sus habitantes y autoridades, como parte del patrimonio cultural de México al ser una zona con construcciones arquitectónicas de origen colonial.⁷ Lo anterior ha motivado que la actividad turística constituya una fuente importante de ingresos para la Delegación, pues la zona centro de Coyoacán es visitada cada fin de semana por alrededor de 50 mil personas⁸ entre turistas de origen europeo y norteamericano, así como población nacional proveniente de otros estados de la República, hecho que resulta ser una fuente importante de atracción para diversas empresas locales y transnacionales.⁹

Es en este marco socioespacial en el que se inserta la conformación del tianguis de Artesanías. Y es debido en parte, pero no únicamente como se expondrá más

⁷ Por decreto, el 16 de diciembre de 1899 Coyoacán pasa a formar parte del territorio del Distrito Federal. En los años veinte del siglo anterior, Coyoacán se convirtió en zona de quintas y casas de fin de semana para las clases acomodadas de la ciudad de México. El Centro Histórico ha dado lugar a diversas concentraciones importantes tales como el asiento de la sede delegacional, museos, iglesias, comercio, centros de espectáculos, servicios diversos y oficinas, adaptados en edificaciones patrimoniales de valor histórico y arquitectónico, así como un alto valor de imagen urbana que hacen de esta zona un centro de nivel metropolitano reconocido. Coyoacán: tradicional y cosmopolita. Monografía 2009. Delegación Coyoacán, Gobierno del Distrito Federal.

⁸ Estimación hecha en marzo de 2008 por el entonces delegado Heberto Castillo en entrevista con el *El Universal*, 25 de marzo de 2008, sección capital.

⁹ Firmas como Burger King, Sanborns, Seven Eleven, se han instalado en el Centro de Coyoacán en el lapso de una década aun con la oposición de sus habitantes y paseantes.

adelante, al carácter histórico, cultural y al nivel socioeconómico medio de una buena parte de su población que los fundadores del tianguis de Artesanías decidieron colocarse dentro del corazón de la delegación, proyectando intuitivamente el éxito de su actividad tomando en cuenta el tipo de visitante que asistía a recorrer esta zona y que era previsible su intención de consumir suvenires de tipo artesanal. “Nosotros sabíamos que al venir a vender aquí íbamos a tener éxito, como en su momento lo tuvimos en la zona Rosa, sabíamos que aquí venía mucho turista, mucha gente que se inclinaba por lo tradicional, por lo artesanal y por eso es que nos decidimos a aventarnos y echarle ganas para que diera resultado ¿no?” (Ricardo, 10 de enero de 2010).

La forma en que los artesanos se apropian del espacio para la actividad comercial del tianguis en su origen constituyó un acto autónomo que expresó una actitud emprendedora de parte de los fundadores con el objetivo de crearse un nicho laboral hasta antes no concebido como tal, pero apoyado en el establecimiento de relaciones sociales indispensables con diversos actores para poder concretarlo, principalmente con los comerciantes establecidos y con los agentes públicos que facilitaron, gracias a prácticas de corrupción, la puesta en marcha de ese lugar de venta de artesanías. Con ello, la apropiación conllevó una modificación del entorno espacial y generó las posibilidades para fuera legitimada socialmente dicha ocupación. Esto es, la *apropiación de un territorio* remite no sólo a los dominios decisorios y organizacionales, sino también a la fuerza de las representaciones sociales, por lo cual, se ha considerado a la apropiación como la transformación de un espacio natural con el objeto de satisfacer las necesidades y las posibilidades de un grupo (Lefebvre, 1974).

Con el transcurso del tiempo, la permanencia laboral de los comerciantes en el espacio público apropiado dependió de los mecanismos de legitimación del tianguis conformado como tal. Algunos de ellos han sido: caracterizar a su trabajo con una denotación distinta a la de *comercio ambulante* resaltando su matiz cultural por el hecho de no únicamente vender las artesanías sino también crearlas y exponerlas ante el público visitante; disponer de cierto ordenamiento en la distribución del tianguis, para lo cual, en principio, delimitaron el ingreso de nuevos comerciantes impidiendo durante varios años su crecimiento desmedido; establecer una relación de cooperación con el comercio establecido del lugar en diversos asuntos, sobre todo en la realización de actividades lúdicas o culturales; asumir como lineamiento del gremio una actitud de negociación y conciliación con las distintas autoridades delegacionales; pero, sobre todo, el uso del espacio para la operación del tianguis se legitimó porque la actividad laboral de los comerciantes fue consistente y disciplinada de manera permanente: invariablemente asistían cada fin de semana a vender con una jornada de trabajo fija, por lo cual, generaron certeza en la clientela que se

fue constituyendo, y se mantuvieron reiteradamente al ‘cuidado’ y en defensa del espacio ante el intento de desalojo de la autoridad o la pretensión para ocuparlo por parte de otros comerciantes.

Dicho proceso de legitimación estuvo relacionado, entonces, no necesariamente con la legalización del espacio como lugar de trabajo, sino con el reconocimiento social del tianguis y con la disposición de los comerciantes a luchar y negociar con las autoridades su permanencia en los jardines; así como con la construcción del conjunto de reglas subsecuentes no reconocidas jurídicamente pero que permitieron la organización en tal espacio (Silva, 2006).

Así, la operación del tianguis de Artesanías a través de los años generó cierto ‘derecho’ consuetudinario en los comerciantes para laborar en las plazas. Un aspecto primordial para la legitimación del espacio de venta, lo constituyó el pago de cuotas a la autoridad y su registro ante el Programa de Reordenamiento, que finalmente representó, por un lado, el pago de ‘derecho de piso’ y, por otro, el reconocimiento de parte de la autoridad a la personalidad ocupacional y jurídica, aunque en términos muy ambiguos, del comerciante artesano como “permisionario”. Con el pago de cuotas el tianguista amparó su permanencia en el lugar de trabajo ante las autoridades e incluso, ante los líderes de la organización. Es decir, la cuota semanal del comerciante ha fungido como un mecanismo de *anclaje* al espacio utilizado (Tuan, 1977).

El hecho de que actualizáramos cada año el padrón de comerciantes e insistiéramos a los compañeros de la necesidad de registrarse al Siscovip, lo hacíamos con el fin de que, cuando se presentara la ocasión, nosotros tuviéramos con que comprobar que nuestra permanencia aquí era legal, pues la propia autoridad nos reconocía y nos cobraba por ello, entonces por eso si nos apegamos al Programa de Reordenamiento (J. Luis, 7 de febrero de 2010).

Esta apropiación física y simbólica que se hace del espacio para concretar la actividad de vender, no obstante, ha estado enmarcada dentro de relaciones sociales contradictorias entre diversos actores, principalmente autoridades, vecinos y otras organizaciones de comerciantes, y los comerciantes artesanos. La disputa por el espacio ha sido una constante a lo largo de la historia del tianguis de artesanías y de la presencia de los comerciantes artesanos en el Centro Histórico de Coyoacán, de tal forma que las relaciones de poder existentes entre éstos y las autoridades han implicado una lucha franca con mecanismos de coerción y con acciones concretas de resistencia colectiva, pero además, han representado conflictos de carácter simbólico en los que se enfrentan diferentes y contradictorias concepciones y significados sobre lo que implica utilizar el espacio público. Por un lado, la autoridad en las políticas

que ha establecido así como en sus prácticas discursivas lo ha envuelto de una concepción patrimonialista, con la cual se asume como la única instancia para decidir sobre la forma de usufructuarlo, y en donde los actores sociales que lo utilizan cotidianamente, como en este caso los vendedores artesanos, representan un obstáculo más que un interlocutor con el cual consensar decisiones. De otra parte, los vendedores que se apropian del espacio para trabajar, significan el espacio como el medio sin el que su actividad no puede desarrollarse y como fuente de socialización y de memoria histórica compartida colectivamente (Lindón, 2006). Con ello se genera una identidad con el lugar gracias al reconocimiento que los sujetos tienen de él que los lleva a experimentar resguardo y seguridad, o hasta cierto sentimiento de orgullo por su significado histórico, que a su vez refuerza la identidad con la actividad laboral ahí desarrollada y con quienes se comparte su construcción como *espacio social de trabajo*.

Los tianguistas del Centro Histórico de Coyoacán: ¿artesanos, hippies o comerciantes ambulantes?

A finales de los años setenta comienza en las zonas urbanas de México un movimiento sociocultural que buscaba promover la exposición y comercialización de productos artesanales que se fabricaban en distintas regiones del país como Chiapas, Oaxaca, San Luis Potosí, Veracruz, entre otros. Ello después del auge a lo autóctono a raíz del movimiento hippie a finales de los años sesenta. Una diversidad de artesanías de origen étnico heterogéneo se esparce en distintos lugares a lo largo del país. En el D.F. las zonas por excelencia en donde se promovía este tipo de artesanías eran la Zona Rosa, la Alameda Central, Copilco y la Facultad de Filosofía y Letras de la UNAM. A medida que el proceso de comercialización artesanal se desarrolla va tomando una connotación distinta en su contacto con la urbe. Las artesanías, inicialmente solo producidas por grupos étnicos en sus zonas de origen, se comienzan a elaborar también en la ciudad ante la atención que comienza a tener de parte de ciertos sectores sociales urbanos, principalmente sectores de clase media: intelectuales y estudiantes universitarios. No obstante, paralelamente a la producción tradicional de artesanías, algunos habitantes del D.F., principalmente jóvenes estudiantes, deciden incorporarse a su elaboración, aunque no propiamente tal y como lo hacían los indígenas que habían emigrado a la ciudad, o que producían desde sus lugares de origen, sino que el tipo de artesanía producida por esos jóvenes era más sencilla y pretendía ir acorde a las preferencias estéticas de los jóvenes de la época *pos hippie*. Gradualmente, el crecimiento del número de jóvenes dedicados al trabajo

artesanal, dio lugar a que se gestara un movimiento de índole cultural y laboral de artesanos ciudadanos, urbanos, desde mediados de los años setenta. Lo que a su vez propició el término de *artesanía urbana* para denominar al tipo de productos que estos sujetos llevaban a cabo.

Es Coyoacán donde finalmente confluían una cantidad relevante de artesanos urbanos a principios de los años ochenta, constituirían el núcleo del primer tianguis de artesanía urbana del país.

No obstante, en los cerca de treinta años de existencia del tianguis, el comerciante artesano expresa ahora una gran heterogeneidad basada en el conjunto de habilidades y conocimientos desarrollados por los integrantes del espacio de venta de forma desigual y que ha conducido a una división ocupacional entre los comerciantes fabricantes y los comerciantes revendedores, lo cual representa el principal punto de referencia mediante el cual se conciben ambos como *artesanos*.

Empero, en ambos casos, existen matices que es necesario señalar pues en la realidad concreta la autodefinición de los sujetos como artesanos no expresa completamente la exactitud de las cosas debido a que el vendedor fabricante no se encuentra en todo momento derrochando creatividad ni haciendo piezas artesanales genuinas sino que, en general, ha ido adecuando su trabajo de fabricación a un proceso de elaboración rápida, hasta cierto punto estandarizada sin constituir piezas únicas (característica principal de las obras artesanales) y que no requiere del empleo de técnicas complejas sino sólo de cierta habilidad manual. En este sentido, cabe una revisión general de las características que definen a un artesano urbano tradicional.

El artesano urbano de la época contemporánea es cualitativamente diferente en diversos aspectos, de lo que se concebía como artesano en el siglo XIX.¹⁰ Los artesanos urbanos se definían por los siguientes aspectos: por poseer un oficio, una calificación (cultura propia y un saber especial *know how*), y por organizarse dentro de gremios (lo cual supone un proceso de aprendizaje y el sometimiento del trabajo a una regulación y ordenamiento que lo diferencia del trabajo común y lo eleva a un nivel superior); por ser dueños de los medios de producción y de los conocimientos técnicos; por el control interno del proceso productivo con una simple división del trabajo; por desarrollar su trabajo dentro de pequeñas unidades productivas con número reducido de trabajadores; por su independencia formal frente al comercio. No dependían del capital mercantil para poner en marcha sus talleres o comprar sus

¹⁰ De acuerdo con Sonia Pérez Toledo, la fuente de la identidad de los artesanos estaba basada en aspectos como se constituían como trabajadores calificados; poseían un oficio o arte mecánica; se organizaban en torno a corporaciones gremiales (aunque no todos, pues existían artesanos independientes).

medios de producción, sin embargo: tenían poco control sobre el mercado de sus productos (los que ellos elaboraban) o los precios de materias primas o alimentos, los cuales si eran controlados por el comercio (Pérez, 1996: 53).

Así, los autodenominados artesanos urbanos del D.F. de finales de los años setenta del siglo xx, poseen ciertas características similares a sus antecesores aunque no completamente. Los propiamente artesanos, es decir quienes fabrican los objetos que venden, comparten algunos elementos como: poseer el conocimiento de técnicas de elaboración de artesanías, las cuales fueron aprendidas tanto de manera personal en la interacción y experiencia cotidiana con quien ya poseía el conocimiento como en Escuelas de creación artística y artesanal;¹¹ son dueños de los medios de trabajo; en sus pequeños talleres poseen el control del proceso productivo; producen no para la industria comercial sino para la venta al menudeo por lo que dependen únicamente de la demanda y satisfacción del cliente directo que acude a consumir sus artesanías.

Con lo anterior, aunque el artesano urbano de Coyoacán y en general de otras regiones, no posea los mismos elementos del artesano tradicional como la congregación en gremios cerrados y la existencia de gradaciones jerárquicas concernientes al grado de conocimientos aprendidos que lo colocaban en niveles de maestro, oficial o aprendiz; sí mantiene otros como los descritos arriba, que dan lugar a un sentido de orgullo y apego hacia su actividad al sentirse estar realizando una actividad *noble* fundamentada en sus habilidades manuales y creativas al mismo tiempo, incluso cuando la producción de artesanías no corresponda a la realización de piezas únicas sino de objetos similares que se producen en serie, porque son altamente demandados por la clientela. Pero además, el artesano que fabrica sus productos, amén de poseer cierto grado de calificación para elaborarlos, también tiene que poseer habilidades para exponer, promover y vender sus artesanías y, en general, otras habilidades propias del comerciante como saber administrar, conseguir los mejores proveedores, mantenerse actualizado en cuanto al mercado del producto, etcétera. Por esta razón, el trabajador del tianguis de Coyoacán, que además de vender fabrica sus productos puede denominársele artesano urbano-comerciante expresando así el carácter polivalente de la actividad que realiza.

Por otro lado, en el caso del revendedor, además de recurrir a la misma técnica de venta que el fabricante, de presentar una artesanía como genuina cuando de hecho no siempre lo es, en general también dedica parte de su jornada de trabajo a elaborar

¹¹ Como es el caso de la Escuela de Artesanías del INBA, en la cual diversos comerciantes artesanos se capacitaron como Técnicos Artesanales en áreas como cerámica, esmaltes, estampado, ebanistería, joyería y orfebrería, metales, textiles y vitrales.

algunas artesanías sencillas que no requieren de parte del trabajador contar con una certificación como artesano, lo cual no implica que diversos comerciantes que actualmente no realizan artesanías carezcan de técnicas de fabricación o de conocimientos referidos al uso de diversos materiales que tienen que ver con la producción artesanal. Por lo anterior, más que artesanos propiamente dichos se constituyen como *comerciantes de artesanías*, en donde en todo caso, cabría la manera en que ellos mismos se autodenominan como *promotores artesanales*.

Entonces, pese al deslinde mutuo que existe entre el comerciante productor y el comerciante revendedor, ambos poseen rasgos que los hacen coincidir pues ni el fabricante lo es de manera absoluta ni el revendedor soslaya completamente la elaboración de algunas artesanías por simples que éstas sean; por tal motivo, la auto-definición de artesanos, como gremio, para ambos tipos de comerciantes, no lo da entonces, de manera necesaria, el que se dediquen o no a la producción de artesanías en un sentido estricto, sino el que, tanto uno como otro, venden objetos que son definidos como artesanías, con menor o mayor intervención de su parte en el proceso de elaboración. Se conciben como vendedores artesanos justamente porque se dedican a la *venta de artesanías*. Siendo ello un elemento imprescindible tanto para la identificación que tienen hacia su trabajo como para la construcción del sentido de pertenencia hacia el gremio.

Pero, a la par de las diferencias descritas anteriormente entre estos trabajadores, existe dentro de su actividad comercial un grado importante de competencia. En la cotidianidad de su desempeño laboral la competencia por la venta se presenta de manera recurrente, siendo ésta la que propicia buena parte de la actitud del comerciante por dotar de algo de creatividad e innovación a las mercancías que ofrece, así como el tipo de relación que establece con el cliente. Aunado a ello, la competencia también se genera por los lugares de venta, ante el aumento del número de comerciantes y la limitación del espacio. De hecho, lo que propició que el comerciante obtuviera cierto 'derecho de piso' fue la persistencia y disciplina de permanecer en su lugar de trabajo semanalmente, trabajando jornadas bastante prolongadas; fue así como los comerciantes se fueron legitimando en el lugar de venta hasta que regularizaron su situación como comerciantes ingresando al Programa de Reordenamiento del Comercio en Vía Pública, en 1998.

Adicionalmente a la diferenciación sociocultural y política, y a las divergencias específicas en cuanto a la autodefinición que tienen como comerciantes (productor o revendedor), así como al alto grado de competencia comercial inherente a su actividad laboral, se encuentran las luchas por el poder entre organizaciones, por un lado, y las disputas personales por la representación interna de cada organización por otro.

Por lo anterior, los comerciantes artesanos de Coyoacán distan mucho de constituirse como un gremio sólido, homogéneo y con expresiones francas y permanentes de solidaridad al interior. Pero, aun con la situación de heterogeneidad y competencia de la que hemos dado cuenta, los comerciantes artesanos, de acuerdo con la investigación llevada a cabo, poseen una fuerte identidad colectiva con referencia a tres cuestiones: hacia su trabajo, como artesanos y/o comerciantes de artesanías; hacia el gremio, sobre todo en situaciones de peligro de su espacio de trabajo; y hacia sus organizaciones, aunque en éstas con diversos matices. Lo anterior puede indicar que la identidad colectiva que expresan, no es algo dado en sí mismo ni inmutable sino que se concreta en y *para* situaciones específicas, pues, particularmente dicho proceso de identificación se condensó y actualizó a través de las acciones colectivas generadas en el movimiento de resistencia de los tianguistas artesanos contra su desalojo del Centro Histórico de Coyoacán, lo cual implicó no necesariamente un fortalecimiento de la misma sino una decantación durante el proceso de lucha vivido, como se verá más adelante.

Lo anterior nos lleva a afirmar que la identidad colectiva no puede ser concebida *a priori* como esencia (De la Garza y otros 2008), sino que ésta se construye cotidianamente en los diferentes mundos de vida, además del estrictamente laboral, en los que interaccionan socialmente y otorgan sentido a sus prácticas concretas estos sujetos laborales,¹² sin que permanezca siempre en las mismas circunstancias y sin cambio alguno.

Los diferentes significados sobre el comerciante artesano de Coyoacán

Como se menciona en el apartado anterior, el comerciante artesano de Coyoacán de alguna manera es heredero del movimiento surgido a finales de los años sesenta y principios de los setenta denominado como Contracultura.¹³ Este término tiene su

¹² Enrique de la Garza menciona: “la Identidad no es una esencia —aunque se le conciba cambiante— que caracteriza a los seres humanos sino una forma de dar significados a relaciones sociales, a hechos, a sujetos o a otros significados” (De la Garza y otros, 2008).

¹³ La contracultura en México tiene como punto de origen el movimiento beatnick. Los beats eran sobrios, claustrofóbicos, consumidores de alucinógenos naturales, a diferencia de los hippies, que eran ampliamente expresivos, sicodélicos, cuya estética en la indumentaria denotaba una cantidad diversa de colores, adornos, etcétera, los cuales tuvieron una fuerte influencia de la cultura y la religión oriental: el yoga, los gurús, las túnicas y el uso del incienso.

origen de la traducción literal del inglés *counter-culture*, y se podría expresar como *cultura en oposición*.¹⁴

En general, el movimiento de la contracultura tuvo como máximos exponentes a intelectuales, artistas y músicos que enarbolaban el *hippismo* como forma de vida, y que en México se concreta en un híbrido entre la psicodelia cultural y el apego a lo mexicano como referencia de identidad autóctona expresada en el arte, el consumo de drogas *nacionales* como los hongos alucinógenos y la mariguana, la utilización de indumentaria y artesanías de origen indígena, que en su conjunto dio lugar al *hippíteca* o *jipiteca*.¹⁵

Una buena parte de quienes se dedicaron a vender artesanías en el Centro Histórico de Coyoacán compartían muchas de las características de los jipitecas de principios de los años setenta por lo que se les ha representado socialmente con una serie de significados que refieren a dicho movimiento y que, por ende, ha motivado que se le considere al tianguis de artesanías como uno de los últimos reductos del movimiento hippie local.

De las características propias de aquel movimiento contracultural, en efecto, pueden encontrarse algunos rasgos que son retomados o continuados por diversos miembros del tianguis de artesanías de Coyoacán, entre ellos: la visión crítica sobre la sociedad consumista y el uso de la violencia; el desapego de cualquier acción o relación con partidos políticos y el gobierno; la preferencia hacia el tipo de producto que venden: la artesanía urbana; la forma de vestir de algunos comerciantes artesanos; el lenguaje utilizado en el que se sigue haciendo referencia a la onda, o a lo que es *chido*; el tipo de música difundida dentro del espacio de trabajo. Sin embargo, los vendedores, aunque son reconocidos y designados socialmente como *los hippies de Coyoacán*, no se autodefinen propiamente con ese término ya que, aunque sí parten de un reconocimiento e identificación con relación con la contracultura, indican que

¹⁴ De Villena le da la traducción de “movimiento cultural enfrentado con el sistema establecido y con los valores sociales dominantes en ese mundo; en una palabra con la norma entendida como in cuestionable o inamovible” (Savater y de Villena, 1989: 90).

¹⁵ El escritor José Agustín, proveniente de la literatura de la onda, menciona al respecto: “Enrique Marroquín, sacerdote y antropólogo, autor de *La Contracultura como protesta*, planteó que estos jipis mexicanos debían ser llamados “jipitecas” (jipis aztecas, jipis toltecas), para diferenciarlos de los jipis de Estados Unidos [...] Los jipitecas no establecieron una relación muy estrecha con los indígenas, pero jamás los vieron por encima ni trataron de manipularlos, sino que en buena medida se vistieron como ellos, pues les gustaba los huipiles, rebozos, faldones, huaraches. Camisas y pantalones de manta, los jorongos, sarapes, collares y brazaletes. Admiraron sus artesanías y después las aprovecharon como punto de partida para crear un estilo especial, inconfundible, de artesanía jipiteca”, José Agustín (1996) *La contracultura en México*, pp. 76-77.

el título de *hippies* para referirse a ellos es parte del imaginario colectivo de un sector de quienes les consumen, pero que no expresa en su totalidad la realidad concreta de lo que son socioculturalmente estos trabajadores.

De hecho, la definición de *hippies* por actores externos al tianguis de artesanías también conlleva un significado negativo de la personalidad del comerciante artesano por considerársele, desde la concepción estética de la clase media conservadora que habita una buena parte del valle de Coyoacán, como el tipo de personas que afean sus jardines, por lo que hacen referencia de los comerciantes con los términos de *mugrosos*, *fachosos*, *mariguanos*; lo cual convierte en indeseable su presencia en un espacio público histórico tan atrayente al turismo europeo y norteamericano, que le infunde un espíritu cosmopolita.¹⁶ Pero, a este significado hegemónico sobre los comerciantes, que implica objetivos de exclusión y estigmatización, se le opone una concepción del tianguis y sus integrantes como movimiento contracultural, alternativo, autogestivo, pacifista y con raíces en la expresión artística tradicional del México indígena, una concepción estética diferente y contrapuesta de la sostenida por sus detractores. Se trata, pues, de una lucha simbólica por la definición de la personalidad social del comerciante de artesanías, entre el significado de *hippie holgazán* y el de *artesano* promotor de un arte y cultura alternativos, pero basados en la tradición. En este sentido, el espacio urbano de Coyoacán se constituye como un espacio de “confrontación cultural entre lo moderno y lo tradicional, de presión por imponer procesos de eficacia racional a pesar o en contra de la identidad colectiva, y la forma de incorporación y lucha por la autonomía de las masas urbanas” (Nivón, 1988: 48).

Pero, además, los comerciantes artesanos cargan con otra representación proveniente de ‘afuera’ y difundida sistemáticamente a través de los medios de comunicación masiva, y que, por tanto se encuentra más anclada en el imaginario colectivo, y en las estructuras sociales de significación, como lo es el de *comerciante informal*, el cual implica una connotación de *ilegal*, *pirata*, *contrabandista*, *generador de basura* y *de ruido*, *estorbo de la vía pública*. Dicho título le ha sido impuesto, sobre todo, por la autoridad gubernamental, las grandes corporaciones comerciales a través de sus portavoces en las Cámaras de Comercio, como la Concanaco, y una parte de la población.

¹⁶ Al respecto menciona el ex delegado Heberto Castillo: “El Centro Histórico para mí y como coyoacanense que tengo más de 40 años viviendo en Coyoacán, el Centro Histórico, es un centro de primer mundo que requiere que se le rescate” Palacio Legislativo de San Lázaro, 1 de Octubre de 2007 reunión de trabajo de Heberto Castillo con la Comisión del Distrito Federal de la Cámara de Diputados.

Entonces, el significado de *comerciante informal* implica la negación de respetar el derecho del sujeto a trabajar, a ocupar el espacio público como espacio de trabajo, y a reclamar mejores condiciones laborales. Lo confina, pues, a una situación de marginación legal y a la imposibilidad de defensa jurídica de sus intereses. Más, como en el caso del adjetivo anterior, los comerciantes artesanos le oponen una concepción distinta de sí mismos. Para ellos, su actividad dista mucho de ser comercio informal pues se encuentran, por un lado, ligados completamente con la producción 'formal' de artesanías, siendo el último eslabón de la cadena de comercialización de este tipo de mercancías; y, por otro, su actividad ha sido validada legalmente por la autoridad, a través de diversos acuerdos para la operación del tianguis, lo que les ha llevado a tener obligaciones pero también derechos, entre ellos, el derecho a una personalidad jurídica como *permisionarios* del espacio ocupado para vender.

La lucha simbólica generada con la constitución de ambos significados hacia los comerciantes artesanos, a través del discurso y del manejo de imágenes con un definido sentido de lo estético orientado por un contenido de clase, ha devenido en diversos momentos en un conflicto directo de contacto físico, o por lo menos de carácter verbal, por parte de vecinos y autoridades en contra de los tianguistas.

[Los vecinos] vienen aquí y la expresión de ellos es: ¡mira qué bonito quedó, lástima que no se lo merezcan estos perros! [...] O luego vienen otras vecinas se paran en las escaleras y empiezan a decir cosas muy, muy feas ¿no?, de todos los compañeros, entonces tu dices: pues, con ellos nunca va a haber ningún arreglo, nunca vamos a llegar a nada, y siempre va haber una diferencia [...] yo creo que tiene razón un compañero que ahorita está muy enfermo [...] él decía: es que para ellos sólo somos indios patarrajada que no tenemos derecho a nada (Elvira, 2 de octubre de 2009).

Empero, en esta situación de disputa por la supremacía de significados entre los que excluyen y denigran a los sujetos sobre otros que intentan partir de una definición identitaria propia, se encuentra un tercer actor que tiene su propia concepción de lo que representa el tianguista artesano de Coyoacán, como es el cliente que lo visita semana a semana. Para el cliente, aunque permea en su subjetividad aquella estructura de significación generada históricamente por los detractores de los comerciantes, que lleva a concebirlos como hippies drogadictos e informales, el sentido que le otorga a los sujetos resulta distinto a como el emisor original pretendió que fuera orientado. En la gran masa de clientes que asisten al tianguis aunque sí existe la concepción de que son una expresión tardía del hippismo, el

significado que le otorgan al comerciante de artesanías no implica una connotación negativa como sujeto indeseable, sino más bien lo representa como un portador y, sobre todo, como un promotor de un tipo de mercancía no consumida de manera masiva ni por los canales ‘formales’ de comercialización.¹⁷ “En el tianguis de artesanías encontramos muchas cosas que en otros lugares no se venden: pulse- ras, collares, platería, lámparas artesanales, artículos de piel, o por lo menos no como aquí lo hacen ¿no?, es muy padre venir aquí porque es otro ambiente [...] y siempre hay algo nuevo que comprar” (Lucero, visitante del tianguis, 14 de marzo de 2009).

Es decir, para el visitante los comerciantes, aunque concebidos como *hippies*, no los concibe como personas fuera de la ley, o como sujetos que obstaculicen los jardines, sino como trabajadores y comerciantes necesarios cuya personalidad estrafalaria de algunos, suele ser atractiva más que repelente: “Yo vengo al tianguis desde hace rato, me gusta, me gusta venir aquí porque está *chido*, el olor a incienso, las esencias, las rastas, la música [...] además puede uno hablar chido con todos, si les preguntas algo a los que venden no te mandan a la goma como en otros lados ¿no?” (Miguel, visitante, 13 de junio de 2009).

Algo similar ocurre con el término de comerciante informal. Aunque la clientela si relaciona a los vendedores del CH de Coyoacán con el significado común de *comerciantes ambulantes o informales*, tiene mayor peso en la definición social de su ocupación el carácter de *artesano*, un término que los propios comerciantes utilizan para autodefinirse, sean realmente fabricantes o solamente revendedores de artesanías, pues el artesano, a diferencia del comerciante informal, constituye una ocupación legitimada socialmente, tradicional, y que no se le relaciona con las nociones de *ilegalidad y piratería* características que, en efecto, si forman parte de ciertos comerciantes de la vía pública. Al artesano se le relaciona más bien con las nociones de *tradición y folclore* cuya actividad se encuentra revestida de un halo de nobleza y sencillez, propias de las comunidades rurales, lo cual se encuentra justo de lado contrario de lo que es la connotación negativa de *comerciante informal*. Siendo ello un significado que el comerciante usufructúa y reproduce en el proceso de construcción social de su ocupación.

¹⁷ Refiriéndonos a las grandes plazas comerciales donde el consumo masivo es una actividad recurrente todos los días de la semana prácticamente.

La construcción social de la ocupación del comerciante artesano de Coyoacán. Condiciones sociales y motivaciones subjetivas en la construcción de la decisión

El papel de la Red social

Los artesanos del tianguis de Coyoacán, en su mayoría, se iniciaron en la actividad comercial en vía pública como resultado del contacto que, desde muy jóvenes, tuvieron con personas que ya se dedicaban al comercio; si bien, una buena parte de ellos manifiestan que se incorporan a la venta de artesanías para solventar gastos mientras estudiaban, lo hicieron conociendo la forma en que se elaboraban las artesanías, ya sea porque la profesión en la que se formaban se relacionara con ello, o porque al estar en contacto con familiares o amigos que ya se dedicaban a la venta de artesanías fueron aprendiendo el oficio.

Para quienes se han agregado posteriormente, ha sido vital la red social familiar y amistosa construida en torno al tianguis. La vía de acceso al tianguis se estructuró teniendo como base las relaciones interpersonales entre los comerciantes ya instalados y quienes aspiraban a ingresar, pero teniendo como instancia mediadora a las organizaciones gremiales. Así, los comerciantes que con posterioridad lograron obtener un espacio propio para vender se iniciaron como ayudantes de algunos de sus familiares, hecho que les permitió tanto ir aprendiendo la manera de trabajar en el tianguis como socializar con los diversos actores de dicho espacio: los otros comerciantes, la autoridad y la clientela, de tal forma que, cuando deciden emprender su propio negocio estaban completamente infundidos en el ambiente laboral y social de lo que era el tianguis.

Importancia de la red gremial y familiar

La red social, por tanto, fue imprescindible para el acceso a la ocupación de comerciantes del tianguis de artesanías. Aunque, en este caso hablamos de distintos tipos de redes sociales. En principio, se encuentra la red gremial que se conformaba como una red a nivel local y nacional de artesanos urbanos surgida en los años setenta a raíz del movimiento contracultural del hippismo en México, organizada en torno a la Asociación Nacional de Artesanos Urbanos de la República Mexicana A.C. (Anaurmac), la cual tenía presencia en varios estados de la República y cuya intención fue aglutinar, defender y promover la actividad de fabricación y venta de artesanías denominadas urbanas diferenciadas de la artesanía tradicional de origen indígena o

rural. Quienes integraban dicha asociación laboraban en distintas partes del D.F., entre ellos una parte del primer grupo de alrededor de 20 artesanos que abren el mercado de la venta de artesanías en Coyoacán a mediados de los ochenta, bajo el amparo de dicha Asociación. Pero también, paralelamente, fue imprescindible la existencia de la red familiar y de amistad.

Una vez instalados en el CH de Coyoacán, los artesanos, después del primer conflicto con las autoridades ante el intento por desalojarlos, deciden abrir el espacio a un mayor número de comerciantes. En muchos de los casos los nuevos integrantes formaban parte de redes familiares y de amigos del entorno académico o de otros espacios laborales de los vendedores ya instalados, por lo que su ingreso pasó por la recomendación y enseñanza al ambiente laboral de estos últimos.

De manera específica, la familia ha sido fundamental tanto en la constitución de la ocupación como en la reproducción de la actividad del tianguista artesano. Y en este proceso ha existido una intervención e influencia directa del grupo familiar de origen del comerciante como también de la familia constituida por éste en una etapa ulterior. Pero simultáneamente, el entorno familiar tradicional, en cuanto a las prácticas y expectativas laborales, fue modificado en la medida en que se vio imbuido en el ambiente ocupacional de la venta y fabricación de artesanías.

La mayoría de los comerciantes artesanos de Coyoacán se iniciaron en la venta de artesanías cuando aún asistían la escuela, unos en educación media superior y otros en educación universitaria, por lo que el rango de edad oscilaba entre 17 y 25 años. Es decir, formaban parte de la unidad doméstica como hijos de familia y, por ello, aún tenía un peso importante la opinión de los padres con relación a la actividad laboral que habían elegido llevar a cabo en su tiempo libre.

Los comerciantes que conformaron el tianguis de artesanías, provenían sobre todo de familias de clase media baja, y baja que habitaban en la zona periférica de la ciudad de México, una parte de ellas, después de un antecedente de migración de sus lugares de origen de otros estados de la República hacia la ciudad. Este tipo de familias conformadas dentro del sector urbano popular, entre los años 60 y 70 del siglo XX, tenían la característica de ser extensas, como lo ha señalado Lomnitz: “En el principio de su vida matrimonial suelen participar en una unidad doméstica extensa de techo común; al correr el tiempo, terminan consolidándose en una unidad doméstica de tipo compuesto, pasando por etapas temporales de tipo nuclear” (Lomnitz, 1975)

La estructura familiar predominante estaba basada en una división del trabajo tradicional: el padre proveedor, ‘jefe de familia’ y la mujer dedicada al ámbito de la reproducción (González, 2006). En este tipo de unidades domésticas prevalecía una estructura jerárquica vertical, patriarcalista la mayoría de las veces en donde las relaciones de género se caracterizan por una marcada desigualdad.

En una proporción importante, las familias de los comerciantes eran de tipo tradicionalista en las que la estructura de mando se encontraba muy bien definida: el padre o ‘jefe’ de familia era el que tomaba las decisiones al interior y el que proveía del sustento a los demás miembros. Era, por tanto, el único integrante que laboraba, en tanto la madre, se dedicaba a las labores domésticas y a la crianza y cuidado de los hijos. Es decir, era un tipo de familia patriarcal.

Por tanto, la cultura familiar en torno al trabajo se basaba en el esquema vertical del ‘jefe de familia’, que implicaba que el padre era el único responsable de trabajar en un empleo remunerado y solventar las necesidades económicas del grupo familiar, en tanto la madre, se asumía como la ‘ama de casa’. Este tipo de familias de origen de los comerciantes, por ende, tenían una concepción y significado sobre el trabajo muy acorde a su constitución como familia tradicional y con una clara influencia del catolicismo: el trabajo como un medio para la consecución de la subsistencia, cuya principal característica es la disciplina, la sumisión y el sacrificio (o como los propios vendedores lo expresan: *la chinga*).

Prácticamente, la mayoría de los comerciantes no cuentan con antecedentes familiares relacionados con la venta en vía pública. Por ello, el trabajo proyectado por el padre de familia para sus hijos era aquel que se relacionaba con el trabajo ‘formal’, en alguna empresa pública o privada, en el que tendrían la seguridad en cuanto a sus condiciones de trabajo, un sueldo fijo y gozarían de prestaciones como la seguridad social y la vivienda, concepción alimentada por el contexto histórico que se experimentaba en esa etapa del Estado social autoritario. Sin embargo, en este caso, la predisposición laboral hacia los hijos por parte del padre, fue negada en los hechos pues, en el común de los comerciantes, no se consideraron sus propios intereses y expectativas laborales y profesionales dentro de la unidad doméstica entrando en una clara contradicción la relación padres-hijos. Ello porque:

Quien se define como “jefe de la casa” supuestamente es el que toma las decisiones, aunque es obvio que cada familia, ya sea pobre o de medianos recursos, constituye un campo de negociaciones en el cual los intereses de todos los miembros son discutidos, algunas veces con bastante rigor. [No obstante], los intereses de todos los miembros de la familia no son iguales. Hay diferenciación entre hombres o mujeres, entre los de mayor y los de menor edad, y entre hermanos se da una competencia implícita por recursos limitados (Selby y otros, 1994: 119).

Lo anterior es indicativo de que sólo en casos excepcionales los comerciantes artesanos de Coyoacán son resultado de un oficio heredado y, más bien, su actividad como vendedores en tianguis resultó oponerse, en primer término, a la intención familiar para que se emplearan en una ocupación remunerada y ‘formal’ y, en segundo

lugar, a la concepción de sus familias de lo que era un trabajo estable y seguro que les garantizara a sus hijos cierta solvencia económica. Por ello, cuando los jóvenes estudiantes optan por dedicarse a vender artesanías a principios de los años ochenta, gracias en parte al contexto que rodeaba su vivencia cotidiana como estudiantes, apegada a lo alternativo y lo contracultural, el conflicto con sus familias, en una cantidad importante de los vendedores, fue inminente, según ellos mismos refieren.

Cuando yo empiezo a vender artesanías, a la vez que continuaba estudiando en la facultad, mis jefes se molestaron conmigo porque decían que iba a descuidar mis estudios, y que solamente andaba de vago [...] les molestaba que yo vendiera en la calle decían que sólo era perder el tiempo, que haciendo esto que me podía yo ganar ¿no? [...] Ya después se alivianaron, pero al principio así fue” (Roberto, 17 de octubre de 2009).

Para los comerciantes, en cambio, su actividad laboral comenzó a ser una fuente de ingresos imprescindible que les permitió continuar estudiando y fortalecer la convivencia social, e incluso familiar. Además, su trabajo les confirió cierta independencia económica de sus familias que, a su vez, se tradujo en capacidad de decisión por cuenta propia. Estos dos hechos generados en el transcurso de su ocupación como vendedores artesanos: el ingreso económico y la capacidad para decidir sobre sus asuntos personales, que los comerciantes significan como actos de *independencia* y *libertad* —de inicio con respecto a sus propias familias—, fueron la base sobre la cual se construyó la preferencia para dedicarse y sostenerse en la venta de artesanías en la vía pública y soslayar la intención original de sus padres de que, necesariamente, ingresaran a laborar en un espacio formal de trabajo. Empero, en la elección para dedicarse a este trabajo, los artesanos refieren que, pese a no estar absolutamente de acuerdo, su familia de origen siempre los apoyó:

Cuando vivía con mis padres, aunque no les gustaba del todo, les parecía atrayente y curioso verme trabajar y les gustaba; posteriormente cuando empezamos a vender más, a inicios de los noventa, mi familia se integra a ayudarme a elaborar diversas artesanías, porque me vi en la necesidad de producir en mayor cantidad porque vendía bastante. Y era cuando mi mamá y alguno de mis hermanos me ayudaba tanto a la producción como a la venta (Xóchitl, 6 de diciembre de 2009).

Aquella primera respuesta en desacuerdo con la decisión de los hijos para dedicarse a la venta en la vía pública, que en algunos casos se tornó en conflictos familiares agudos y en otros dio lugar a que se considerase como una actividad “temporal”, propia de la juventud, que finalmente terminaría por ser superada, con el transcurso del tiempo y en la medida en que los vendedores empezaron a tener éxito económico,

los familiares que se oponían comprobaron la importancia económica que representaba el vender artesanías en el centro de Coyoacán, por lo que la aceptación hacia la ocupación de los jóvenes finalmente se dio, a tal grado de que diversos integrantes se incorporan al proceso de trabajo del comerciante artesano; de un lado, en los pequeños talleres familiares que se formaron para la realización de las artesanías los cuales llegaron a albergar a familias enteras que se dedicaban a las diferentes labores necesarias para la producción de los objetos que se expendían en el tianguis los fines de semana. De otra parte, miembros de la familia de distinto parentesco también se incorporaron a la actividad de vender en el tianguis, primero, como ayudantes del comerciante titular y, después, independizándose colocando su propio puesto. Fue de esta manera en que, lo que inicialmente fue una actividad dispersa y un tanto individual, se fue convirtiendo en una actividad de índole familiar, y los pequeños puestos que no utilizaban más infraestructura que una pequeña manta tendida sobre el suelo, se convirtieron en lugares con una estructura de metal que alojaba una gran cantidad de mercancía colocada con cierto orden y que no constituía más que el momento culminante de todo un proceso de producción de artesanías en los pequeños talleres familiares que operaban, en algunos periodos de manera intensiva, durante el resto de la semana.

Este hecho de incorporación de las familias al trabajo del comerciante artesano en el momento de mayor auge del tianguis de artesanías, tuvo un efecto positivo sobre la valorización y el gusto del vendedor por su trabajo. Por un lado, porque vender artesanías no sólo era una fuente de ingresos para él en lo individual sino porque gradualmente se fue constituyendo en una concreta *alternativa laboral para la subsistencia familiar*. Es decir, aun cuando no fue generada por la unidad doméstica sino sólo por uno de sus miembros, y ante cuya decisión de hacerlo, incluso se expresó una oposición inicial, esta actividad laboral no representó propiamente una *estrategia de sobrevivencia* debido a que, en la experiencia particular del comerciante de artesanías, la decisión de elegir su actividad laboral no fue el resultado de una decisión de *racionalidad colectiva* (De la Peña, 1990), en el que todos los integrantes participaron ‘racionalmente’. En primer lugar, porque la propia estructura jerárquica familiar lo impedía debido a que las decisiones importantes siempre las tomaba el ‘jefe de familia’, en segundo término, y relacionado con lo anterior, porque la actividad de vender fue una decisión individual y contrapuesta a lo dispuesto dentro de la unidad doméstica. Mejor dicho, la ocupación se construyó como una fuente alternativa de trabajo generada por los comerciantes en lo individual y como gremio, a la cual una vez legitimándose socialmente y estructurándose en una dinámica recurrente de producción-distribución-consumo, tuvieron la opción y la necesidad de agregarse otros miembros de la familia, sin que ese fuera el objetivo preestable-

cido. Por ello, se afirma que en esta situación concreta el concepto de *estrategia de sobrevivencia* no es aplicable a la realidad laboral de los comerciantes artesanos y de sus familias, sino que puede hablarse mejor de la generación de una *alternativa laboral para la subsistencia familiar*, la cual no es resultado de un proceso racional, y ni siquiera de consenso entre los integrantes de la unidad doméstica, sino de un proceso de decisiones familiares contradictorias, de conflictos intrafamiliares que son expresión de intereses no sólo de carácter instrumental sino generados sobre códigos subjetivos de tipo emocional, moral y estético y que finalmente dan lugar —en la medida en que la actividad laboral del comerciante se legitima con el paso del tiempo y con el éxito económico y personal—, a la construcción no sólo de una fuente de ingresos, sino en algunos casos, de proyectos laborales y económicos familiares.

Por otro lado, porque al incorporarse diversos integrantes de la unidad doméstica al trabajo, los cuales tuvieron que aprender el oficio y desarrollar diversas habilidades para la hechura de artesanías y el manejo de materiales y de técnicas de fabricación y de venta, éstos le dieron un sentido diferente a lo que inicialmente fue una actividad parcial y sin otro objetivo que el de obtener un ingreso mínimo, pues se convirtió en una actividad laboral con cierto orden, planificada, de tiempo completo, que proporcionó fuentes de empleo y, sobre todo, que al estar basado en la fuerza de trabajo familiar estrechó los vínculos del comerciante con la familia que, en general, en principio desaprobaba su actividad. Lo anterior permitió que el comerciante artesano reafirmara su preferencia ocupacional hacia la venta y fabricación de artesanías, incluso por encima de sus actividades de índole académico, pues de hecho quienes provenían de la Universidad o de la educación media superior tuvieron que suspender sus estudios ante la fuerte demanda que se fue generando en el tianguis de artesanías que les exigía dedicación exclusiva hacia su ocupación. De esta manera, el trabajo del comerciante artesano adquiere un significado especial, distinto al que originalmente tenía como actividad temporal, pues se le empieza a concebir como un *trabajo digno, libre*, y como un *proyecto laboral* que se basa en el esfuerzo propio para un beneficio colectivo, no sólo para los comerciantes sino también para sus familias. Asimismo, el espacio de trabajo se convierte en parte del patrimonio familiar en el que todos participan en su mantenimiento y éxito.

Por otro lado, con el transcurso del tiempo, los jóvenes que impulsan el tianguis de artesanías, al constituir sus propios núcleos familiares, éstos se incorporaron al ambiente social laboral tanto del tianguis como del proceso de fabricación de artesanías. Los hijos, en la mayoría de los casos, han crecido en el ambiente de trabajo de sus padres los fines de semana dentro de los jardines del Centro Histórico de Coyoacán, en contacto con la multiplicidad de gente que se congregaba en torno al tianguis de

artesanías, así como en el ambiente del pequeño taller familiar, entre semana. Así, paralelamente a su educación escolar, el comerciante artesano se ha preocupado por instruir a sus hijos en las técnicas de elaboración de artesanías y en el trabajo específico de venta en el tianguis con el objetivo de incorporarlos a su ambiente laboral, lo cual concuerda con la importancia que reviste para él su trabajo y el sentido que le otorga como una ocupación no vergonzante sino por la que posee un fuerte orgullo y, por ende, deseable para que sus hijos, todos o alguno de ellos, se dediquen a ésta.

En mi familia nos hemos organizado bien para lo que es el trabajo. Yo me dedico a comprar el material, llevo las cosas y [...] le voy mostrando a mis hijos lo básico y ellos lo van haciendo lo que yo les voy pidiendo ¿no? Y en el caso de otros tipos de trabajo que hacemos entre mi chava y yo [...] ella sabe lo que tiene que hacer y yo sé lo que hago y ya nada más, pues, juntamos el trabajo y ya lo damos terminado (Flavio, 24 de octubre de 2009).

En algunos casos, los hijos asisten cotidianamente al tianguis y aprenden lo que es la vendimia, sin que necesariamente dejen de llevar a cabo sus actividades propias de la edad:

El hecho de que mis hijos vengan aquí, se comprometen y se van metiendo a esta onda del trabajo, y también se van a jugar y también se van a dar su rol, o sea que, yo no les detengo aquí de que hay quédate a vender aquí, no, digo ayúdame y me ayudan ¿no? Me dicen voy para allá, pues órale, esa es la manera en que saben que participan y saben que hay dinero y oportunidades para todos gracias a eso (Flavio, 24 de octubre de 2009).

Por ello, para este tipo de comerciantes no es algo negativo el que sus hijos puedan dedicarse a este trabajo, pues, según ellos, ha sido la base y el sustento por medio del cual han podido salir adelante, además de que les ofrece la posibilidad de explotar su creatividad.

Para la mayoría de los compañeros la familia es muy importante, porque esto no lo hace una sola persona. A lo mejor puede estar un titular pero detrás de ti hay todo un trabajo de familia [...] hasta los hijos ¿no? también te apoyan. Mi hijo es pequeño pero de pronto también viene aquí a ayudarme. Yo me doy cuenta, por ejemplo, en familias más grandes, entonces tu ves dos, tres personas que son familiares y que están aquí ¿no?, de hecho la mayoría se maneja como talleres familiares (Diana, 23 de enero de 2010).

No obstante, el que la actividad del comerciante artesano se haya conformado como un trabajo de carácter familiar, y por lo cual algunos vendedores lo denominan con el estatus de *microempresa* que permite que haya una identificación con la actividad laboral basada en este caso concreto en que es un trabajo colectivo, ha implicado hasta cierto punto un repliegue de parte de la mayoría de ellos hacia el

ámbito justamente familiar con menoscabo de la convivencia social con los compañeros del gremio. No significa lo anterior, empero, la ausencia de cualquier tipo de interacción y contacto entre los vendedores, sino que esto se concreta de manera específica a la interacción necesaria y obligatoria de las reuniones de la organización de la que se forma parte, o bien, a la interacción inmediata y cotidiana en el ambiente de trabajo, soslayando en la mayoría de los casos la convivencia propiamente dicha en un ambiente extralaboral. Por lo general, de acuerdo con la investigación realizada, la prioridad en cuanto a esparcimiento y convivencia lúdica se refiere es hacia la familia. Para los comerciantes, al ocupar los fines de semana para vender, siendo el único momento en que podrían convivir con sus hijos como la mayoría de las familias, el tiempo disponible que tienen entre semana prefieren dedicárselo al grupo familiar y, ocasionalmente, a convivir con sus compañeros de trabajo. Lo anterior, aunque en apariencia podría indicar que los comerciantes al optar por la convivencia familiar no se preocupan por construir y reproducir la red de sociabilidad con sus compañeros del gremio, lo cual sería una limitante para que pudiera hablarse de la conformación de una identidad colectiva (Laraña y Gusfield, 1994), en realidad el efecto negativo en relación con esta última es menor considerando que dicha red se actualiza cotidianamente dentro del espacio de trabajo y, más aún, fuera de él a través de la utilización de diversos medios electrónicos de telecomunicación, como el internet, por lo cual el comerciante, hablando en términos generales porque no en todos los casos ocurre así, puede interactuar con sus compañeros de trabajo en ciertos momentos fuera del espacio de trabajo, desde su propio entorno familiar. Es decir, la interacción no necesariamente pasa por el contacto cara a cara para conseguir estrechar los lazos de sociabilidad y construir el sentido de pertenencia (De la Garza, 2005).

De cualquier modo, la interacción social entre vendedores y la constitución de los lazos de apego, condiciones de la identidad colectiva, se da, como ya se indica, dentro del ambiente semanal de trabajo, pero sobre todo se ha construido en dos espacios imprescindibles que han definido su ocupación: la organización y la acción colectiva. De la misma manera, para el más reciente proceso de lucha acontecido en 2008, el apoyo de la red familiar fue fundamental para resistir las medidas impuestas por la autoridad, constituyéndose tanto en base social, como económica y moral. Según una de las comerciantes entrevistadas:

Yo diría que ha sido crucial el apoyo de la familia. Es decir, si no tienes una base de apoyo familiar uno no estaría aquí. En mi caso particular [...] para mí si mi familia no estuviera yo no hubiera estado en el proceso de lucha. El apoyo de la familia ha sido decisivo, y no lo digo nada más en mi caso sino en muchos casos, yo diría en 90% de los compañeros (Frida, 18 de marzo de 2009).

La construcción de la decisión del comerciante artesano para elegir su ocupación

Otro de los elementos importantes en la incorporación de los comerciantes artesanos a su ocupación tiene que ver con el significado que le dan a su trabajo y que difiere, de algún modo, al otorgado por una vasta red de trabajadores sobre todo del sector 'formal', pues aquellos asumen una actitud de oposición, resistencia o al menos de crítica ante el empleo asalariado, cuestionando las condiciones de trabajo que subyacen en él sobre todo en lo referente a la situación de dependencia y control a la que se tienen que someter los trabajadores irremediablemente. Contrario a ello, al trabajo de vender por cuenta propia en el tianguis el comerciante lo significa como una alternativa para la obtención de ingresos, cuyo valor más importante radica en no estar obligado a supeditarse al control de una empresa y, por ende, no rendir cuentas a nadie. De acuerdo con el testimonio de una comerciante:

Comenzó a vender artesanías cuando todavía me encontraba en la Universidad estudiando, y lo hice porque no quería estar sujeta a un empleo fijo, a un horario, no me interesa un trabajo de oficina con un sueldo de miseria [...] y entonces me lanzo a la artesanía pensando que fuera sólo mientras terminaba mi carrera, me gustaba porque veía que era un trabajo cómodo porque yo era mi propia patrona, mi propia trabajadora, de alguna manera iba de acuerdo a mi manera de vivir como estudiante, ¿no? (Blanca, 17 de octubre de 2009).

Por ello, el proceso de decisión sobre la actividad laboral a ejercer por parte del vendedor estuvo mediado por una configuración subjetiva que no sólo expresó un razonamiento de tipo instrumental sino también otros códigos subjetivos de carácter emocional y sentimental como el hecho de *sentirse independiente* al gozar de cierta autonomía en su quehacer laboral: el *sentirse libre y cómodo* por no tener un 'patrón' y no estar supeditado a una jornada estricta de trabajo, circunstancias que de ante mano permitieron soslayar el estrés subsecuente a dicha presión laboral; el *gusto* por desarrollar su actividad en un espacio abierto y no enclaustrado; la sensación de *empoderamiento* al tener un mayor control sobre sus ingresos y los medios para obtenerlos; el *sentimiento de satisfacción* por la posibilidad que tuvieron los trabajadores de contar con un tiempo de ocio mayor al de un empleo asalariado que le ha permitido realizar otro tipo de actividades personales y sociales.

Pero, a la construcción de la decisión para dedicarse al comercio 'independiente' en vía pública, en este caso en un tianguis, se suma la construcción de la decisión para elegir el tipo de mercancía a comercializar. En este sentido, la motivación principal

de los tianguistas del Centro Histórico de Coyoacán para decidirse a vender artesanías es que no son sólo intermediarios o revendedores, sino al mismo tiempo son, aunque en una proporción cada vez menor, fabricantes de ellas. Así, el tianguista no sólo comercia con productos que le son ajenos, fabricados por un sujeto desconocido y utilizándolos como un medio para la obtención de ingresos, sino con sus propias creaciones, que son en diversos casos producciones colectivas, y a través de las cuales existe la posibilidad de expresar sus habilidades, siendo por ello que le otorga a sus productos no sólo un valor de cambio sino también un valor de uso basado en su connotación estética y creativa.

Éste es un trabajo muy noble [...] estoy aquí porque me gusta, es un trabajo bonito, es un trabajo en donde pones a trabajar tu creatividad, elaboras tus propios diseños, como que plasmas parte de lo que eres [...] como que tienes la capacidad de hacer lo que tu quieras; si quieres puedes hacer las piezas que quieras, a lo mejor para otra gente no le es [...] no se identifica, no puede identificar esta pieza como parte de su personalidad, pero en este caso para mi el crear es algo importante, es algo bonito, o sea, me gusta este tipo de trabajo, cuando hay que poner la creatividad en algún lugar (Eduardo, 16 de noviembre de 2009).

A lo anterior se suma cierto conocimiento, basado en la experiencia y en la interacción con el gremio de otros lugares, sobre el mercado del producto que decidieron expendir. La venta de artesanías se focalizaba en la ciudad de México sólo en algunos espacios, por lo que, más que haber una saturación del producto comenzaba a crearse una necesidad social de consumo sin que existieran los espacios suficientes para hacerlo. Constituía, pues, un mercado todavía en ciernes por lo que decidir vender artesanías contenía una visión de posibilidad de éxito, pues la competencia en la comercialización de este tipo de producto era aún escasa y la demanda gradualmente iba en aumento.

Situación la boral y permanencia en la ocupación

Dinámica y eficacia laboral de los tianguistas artesanos

Características del trabajo de fabricar y vender artesanías en la vía pública

En tanto que el tianguis de artesanías operó durante 25 años en el espacio público de los jardines Centenario e Hidalgo, el orden y la distribución de los puestos se fue

estructurando gradualmente en la medida en que la cantidad de comerciantes aumentó y con ello también la necesidad de organizarse. Inicialmente, el lugar para expender tenía que ‘ganarse’ por el vendedor debido que no existían lugares establecidos sino que cada quien ocupaba un espacio libremente conforme arribaba y se mantenía en él de manera recurrente cada semana, ganándose con su trabajo constante el derecho a ocuparlo. Esta práctica se mantuvo hasta que el número de vendedores ascendió y se vieron obligados a poner cierto orden y establecer normas mínimas para que pudieran desarrollar su trabajo cada fin de semana sin tener problemas por el uso del espacio. Esta primera experiencia de venta en el espacio abierto del centro de Coyoacán, sin contar aún con ningún permiso de la autoridad, la denominaron los comerciantes como *sembrarse*, utilizando esta analogía por el hecho de instalarse en un lugar de la vía pública para vender de forma espontánea pero haciéndolo reiteradamente hasta lograr generar una clientela y teniendo que negociar con el personal de la Delegación el pago de una cuota para que su trabajo le fuera permitido o, al menos, tolerado.

Una vez concretándose las primeras negociaciones con la autoridad y bajo el auspicio verbal del delegado en turno, en el periodo de 1988-1989 se llevó a cabo el ordenamiento inicial de los puestos en el Jardín Centenario, aunque todavía la cantidad de comerciantes era menor. Al incrementarse el tianguis con nuevos vendedores y al ampliarse las asociaciones gremiales éstas acuerdan distribuir los espacios respetando los lugares ya ocupados y legitimados ante la clientela. Con ello, la estructuración del tianguis se estableció de acuerdo con los lugares que ocuparon cada una de las organizaciones y los comerciantes independientes. Así, más que una distribución por tipo de producto, como en el caso de otros tianguis como el de El Salado en Iztapalapa en donde el espacio total del tianguis se divide por tipo de producto: la ropa y objetos nuevos en un área, la ropa usada en otra, las *chácharas* en la parte periférica, etcétera, en Coyoacán se concretó por cuotas de acuerdo a las características de cada organización.

Así estructurado el espacio ocupado por los tianguistas, éstos laboraban en el tianguis los días sábados, domingos y días festivos, en una jornada de trabajo de 9am a 10pm. La cantidad de comerciantes que llegó a haber dentro del Jardín Centenario, primero, y después también dentro de la Plaza Hidalgo alrededor del kiosco, hacia 2008 incrementó a 559, de acuerdo con el último padrón actualizado de comerciantes de 2006.¹⁸ Dicha dinámica de trabajo de los comerciantes no ha variado en

¹⁸ Según el documento emitido por el gobierno delegacional en 2006, donde se publica el acuerdo firmado entre autoridades y comerciantes, después de una revisión y actualización del número de oferentes en los jardines Hidalgo y Centenario del Centro Histórico de Coyoacán, la cantidad de inte-

lo fundamental a partir de su reubicación en septiembre de 2009, tanto en el Bazar Artesanal Mexicano y en la Casa del Artesano como en el patio de la delegación.

Anterior al desalojo de los jardines, los tianguistas tenían una dinámica de trabajo bastante metódica: durante los días de la semana en que no vendían en el tianguis dedicaban su tiempo a proveerse en unos casos; y en otros, los fabricantes lo utilizaban justamente en la elaboración de artesanías en sus pequeños talleres familiares, tarea que les ocupaba una jornada de trabajo de alrededor de nueve a 10 horas, dependiendo de la demanda de producto que tuvieran. Previo al fin de semana preparaban la mercancía que llevarían al tianguis, tarea en la que participaban todos los miembros de la unidad doméstica.

Esa rutina laboral, en general, se sigue manteniendo actualmente. La situación a partir de la reubicación de los tianguistas a tres espacios cerrados y diferentes modificó sólo parcialmente sus condiciones de trabajo, sobre todo, en lo referido a las desventajas de trabajar en un espacio abierto: las inclemencias del tiempo y el esfuerzo de colocar y dismantelar el puesto. Pero, aspectos como la jornada de trabajo, la falta de seguridad social, y la incertidumbre legal del espacio que ocupan siguen estando vigentes.

De cualquier forma, aun ahora dentro de los lugares en que han sido reubicados¹⁹ los comerciantes artesanos no descansan de la visita de una gran cantidad de personas los fines de semana, constituyéndose como un espacio público de convivencia social bastante heterogéneo. Por ello, algunos tianguistas afirman que:

Antes se hablaba que la lucha era por la defensa del espacio de trabajo y entonces peleamos por defender el tianguis, pero después nos dimos cuenta que el tianguis no nada más es nuestro trabajo, que nosotros estamos aquí sólo vendiendo mercancías, sino que tenemos una interacción social con miles de personas que cada fin de semana vienen a ver lo que estamos haciendo. Entonces nos dimos cuenta que, en primer término, es por la defensa de nuestro espacio de trabajo, pero también es por la defensa de un espacio de convivencia social, que no hay en el D.F. (*Rebeldía*, 2008)

grantes era la siguiente: 1) comerciantes con permiso: 502; 2) comerciantes con antecedentes pendientes de regular: 17; 3) comerciantes sin permiso: 40; total: 559.

¹⁹ Aun cuando los comerciantes se encuentran en el espacio cerrado del bazar, ellos siguen denominando a ese espacio de venta como tianguis de artesanías, pues como afirma un vendedor: “el ambiente de tianguis lo hace la gente, lo hacen los comerciantes y lo hace la gente que asiste a comprar” (Flavio, 24 de octubre de 2009).

Ocio y trabajo en el tianguista artesano

La cantidad de tiempo disponible para desarrollar otras actividades, tanto personales como de convivencia social, que le brinda el dedicarse a vender artesanías en el tianguis es uno de los factores con los que el vendedor justifica la elección y permanencia en su ocupación.

Yo creo que éste es un trabajo que te puede dejar entre semana hacer un montón de cosas ¿no?; desde seguir creando ¿no?, hacer tu trabajo, como dedicarte a otra cosa ¿no?, digo, el trabajo de mamá es toda una profesión ¿no?, puedes estar al pendiente de los hijos... no sé... yo siento que si hay mucho tiempo para hacer otras cosas, y eso es lo bonito de este trabajo (Tiburcio Luna, 7 de noviembre de 2009).

Y con respecto a la convivencia durante el tiempo de ocio:

Aquí se da una buena convivencia con los compañeros, sobre todo con los que tienes a lado. Lo típico ¿no?, de me cuidas el espacio de venta un rato y mi mercancía y ya sabes los precios, porque voy a tal lado y me voy a demorar, hasta compartir el desayuno o la comida, yo creo que serían esas dos las formas en que convivimos y nos apoyamos mutuamente durante el tiempo que tenemos libre (Sergio, 12 de diciembre de 2009).

Por tanto, en esta actividad los trabajadores poseen tiempo libre amplio gracias a las características de la venta en vía pública, y el cual es utilizado de diversas maneras: en actividades personales de descanso, formativas o de convivencia familiar o con los compañeros de trabajo, lo cual permite la interacción y el conocimiento mutuos, es decir, las actividades concretadas implican utilizar el tiempo libre como tiempo de ocio.²⁰ Tradicionalmente se ha concebido al ocio como un acto realizado fuera y en oposición al tiempo de trabajo (Veblen, 1995; Lanfant, 1978; Dumazedier, 1971), sin embargo, en la ocupación del vendedor de tianguis, tiempo de trabajo y tiempo de ocio se presentan de manera intermitente tanto dentro de su jornada de trabajo como durante el tiempo disponible fuera del espacio de venta.

El ocio constituye una parte inherente a este tipo de ocupación debido a los intersticios de tiempo que tiene el comerciante, pues la clientela no se encuentra de manera permanente en su puesto de venta como en una cadena de montaje sino que los periodos entre un cliente y otro, sobre todo, en ciertas horas del día y en fechas

²⁰ De acuerdo con la definición de *ocio* elaborada por R. Sue: “el ocio sería, ante todo, el tiempo libre, independientemente de las actividades en las que se emplee ese tiempo disponible [...] Pero el tiempo de ocio no es lo mismo [...] que el tiempo fuera del trabajo” (Sue, 1980).

específicas, suelen ser bastante irregulares. Esto le permite al vendedor dedicarse a realizar actividades adicionales, no estrictamente relacionadas con su ocupación, dependiendo el interés de cada uno de ellos. Por lo general, por ejemplo, las vendedoras mujeres que son madres de familia se encargan de realizar actividades de reproducción como atender a sus hijos, alimentarlos e interactuar con ellos; en el caso de los vendedores fabricantes, el periodo de tiempo que transcurre entre un cliente y otro no representa tiempo de ocio disponible sino la continuación de su jornada de trabajo al dedicarse a elaborar diversas artesanías, lo cual incluso sirve como un factor de atracción para aumentar la clientela. Algunos comerciantes utilizan el tiempo 'libre' para realizar actividades de entretenimiento como leer algún libro o el periódico, o para relacionarse con sus colegas de los puestos contiguos compartiendo la comida del día o alguna bebida, siendo esta última la forma más recurrente de interacción entre los compañeros de trabajo.²¹

De acuerdo con lo anterior, entonces, el tiempo de no venta o de no atención al cliente no implica necesariamente interrupción de la jornada de trabajo para realizar actividades de ocio, sino, en algunos casos importantes, este trabajo implica tanto a la actividad de vender como a la actividad de fabricar, por lo que una y otra se traslapan durante toda la jornada de trabajo sin opción a disponer de tiempo para algo más. Aunque, en la mayoría de los comerciantes, ciertamente, el tiempo de trabajo se combina con el tiempo de ocio en el cual la interacción entre pares se pone en funcionamiento y se aprovecha debido a que es el único espacio, de tiempo y físico, en que se reproduce y actualiza la relación con los compañeros de trabajo, pues fuera de la jornada de trabajo el tiempo de ocio disponible es ocupado para actividades personales o familiares casi por completo.

Por otro lado, fuera del espacio de venta los fines de semana el comerciante, en el tiempo en que aparentemente no se encuentra trabajando, las actividades de esparcimiento, de descanso o formativas también se entremezclan con actividades relacionadas con la ocupación como lo es el proveerse de las mercancías, la fabricación de artesanías, la actualización a través de diversos medios en cuanto a las novedades artesanales; de tal manera que, nuevamente, tiempo de trabajo y tiempo de ocio se alternan sin que, para poder realizar una de ellas, abandone por completo el otro tipo de actividades: el tiempo de trabajo es parte del tiempo de ocio y el tiempo de ocio es parte del tiempo de trabajo.

Por tanto, la realidad de la ocupación del vendedor en cuanto a la disposición del tiempo de trabajo y del tiempo de ocio expresan no una oposición entre ambos sino

²¹ Información obtenida por medio de observación participante durante de los meses de diciembre de 2008 a marzo de 2009.

una conjugación que es posible alternar debido al carácter del propio trabajo, el cual no se concibe, únicamente, como un acto de sacrificio, pesado y desagradable sino también como un trabajo *lúdico, interesante y satisfactorio*. La conjugación de ambas actividades, laborales y de ocio, es posible aquí, entonces, porque se supera, de algún modo, la noción de tiempo de trabajo como tiempo de estrés y de desgaste físico, y la noción del ocio como tiempo de alivio y opuesto a dicho malestar (Sue, 1980).

Para el comerciante artesano el contar con ese tiempo de ocio, que puede consistir en esparcimiento o en actividades formativas, le da un sentido positivo a su trabajo debido a que representa el no sentirse *esclavizado* a una tarea monótona y fija durante una cantidad de tiempo establecido de forma permanente (8 ó 10 horas al día) como en los empleos formales. Y, al contrario, le permite, durante la misma jornada de trabajo, realizar otras actividades además de la estrictamente laboral, lo cual confiere a su ocupación de un sentimiento de gratitud: no únicamente por ser una fuente de ingresos económicos sino porque *gracias* a ella el comerciante puede disponer de tiempo para realizar otras actividades que en otro trabajo —por ejemplo, en una empresa— no podría realizar. Disponer, entonces, de ese tiempo de ocio propicia también la generación de un fuerte *sentido de apego y satisfacción* hacia el trabajo, al mismo tiempo que al utilizarlo para interactuar con sus compañeros se fomenta y estrechan los lazos de sociabilidad.

La eficacia en el desarrollo de la actividad de vender y fabricar artesanías

La mayor parte de los comerciantes artesanos que fundaron el tianguis ha permanecido vendiendo en él hasta la actualidad. Los comerciantes refieren que su permanencia se explica debido al éxito que han tenido con la venta de este tipo de productos. Gracias a esta actividad, según afirman algunos artesanos, han podido mejorar sus condiciones de vida obteniendo ingresos que no tendrían en un trabajo formal. Es decir, en primer lugar su permanencia se explica por haber cumplido un objetivo de tipo instrumental. Pero, adicionalmente a esto, la permanencia del comerciante artesano también puede explicarse por el abanico de posibilidades que le ofrece su actividad, debido a diferentes situaciones favorables. Sobre todo, el gozar con un tiempo de ocio, como se explica en el apartado anterior, que le permite impulsar otro tipo de actividades de carácter personal o profesional. Aunado a lo anterior, un factor importante en esto lo constituye el hecho de que el comerciante encuentra agradable su trabajo debido a que representa a su espacio laboral como un lugar de

múltiples interacciones sociales que lo convierten en un espacio de encuentro y convivencia social permanente. Además, a su trabajo lo dota de un sentido de libertad y autonomía en el que tiene la posibilidad de que, al crear sus propias artesanías, despierta también su creatividad y la plasma en el producto que elabora.

Sin embargo, paralelamente de las cuestiones personales de satisfacción con su trabajo la permanencia en la ocupación ha dependido en gran medida de la característica que asume la situación del mercado del producto, pues existe una demanda recurrente del tipo de artesanía que se comercializa, por parte de una clientela cautiva y nuevos clientes sobre todo turistas nacionales y extranjeros, quienes asisten al tianguis a consumir suvenires. No obstante, continúa existiendo un mercado limitado en cuanto a la venta de artesanías urbanas, los espacios de comercialización de artesanías están focalizados en diferentes partes del D.F. y en general su venta está muy dispersa. Por ello, lejos de disminuir la clientela en el espacio de venta de Coyoacán ésta se mantiene.

Pero, para poder mantenerse en la ocupación el comerciante artesano ha tenido que atraer y mantener a la clientela que consume sus productos de manera recurrente; a la par ha sido fundamental para la permanencia del comerciante artesano en su trabajo el que haya construido en torno a su actividad un sentido positivo en cuanto a representarlo como una fuente de realización personal, es decir, que, en el periodo de tiempo que llevan en la venta de artesanías, los comerciantes han logrado percibir y significar a su actividad como algo necesario y útil al constituirlo como una forma de promover la tradición cultural y artesanal del país que conlleva prácticas de consumo alternativas al consumismo capitalista industrial.

Particularmente, el consumo de artículos artesanales, al no ser productos de primera necesidad, no es tan recurrente y masivo, sino que se circunscribe a una clientela muy particular. Lo anterior no permite que cualquier espacio de la ciudad pueda albergar centros de comercialización de artesanías, sino exclusivamente aquellos lugares que son turísticos, como zonas arqueológicas o en donde subsisten construcciones coloniales, o espacios como los centros de educación superior y medio superior; es decir, en los espacios a los cuales recurren el tipo de población arriba mencionada. Por ello, quienes fundan el tianguis de artesanías, basaron su decisión en la experiencia que tenían como comerciantes para pronosticar un posible éxito en Coyoacán; es decir, fue una decisión más basada en la esperanza de tener éxito que en la certeza de efectivamente lograrlo.

A mediados de los años ochenta, que es cuando se instaura el tianguis de artesanías, no era tan común todavía ver que se vendieran artesanías en cualquier lugar. La gente que estaba interesada en este tipo de artesanías, que se determina como artesanía urbana, eran estudiantes, en particular a nivel universidad [...] mucha gente dentro del ámbito intelectual y artístico eran nuestros principales compradores. En sus inicios, nos importaba

además de vender que la gente observara nuestras artesanías, por lo cual requeríamos de un espacio abierto como la plaza o la calle, pues nos daba la sensación de libertad no sólo económica sino también en cuanto a la creación, por lo que la venta se tornaba a la vez una especie de exposición de obras de arte, y esto no en cualquier lugar se iba a poder hacer, sino sólo aquí en Coyoacán donde lo mismo venían Juan María Alponze, María Rojo, Ofelia Medina, que chavos universitarios (Lourdes, 6 de octubre de 2009).

En relación con lo anterior, el vendedor no sólo ha buscado satisfacer las necesidades de consumo de la clientela sino que, al mismo tiempo, trata de hacer atractiva la mercancía que él elabora tratando de plasmar su creatividad en ella. Un factor adicional en el éxito de muchos de los comerciantes también ha sido la innovación en la fabricación de artesanías así como la venta de objetos artesanales con una amplia demanda en otros espacios de consumo. Esto último soslaya el carácter creativo de la fabricación de artesanías y lo convierte en una especie de trabajo a la medida, es decir, lo que el cliente pida, sean o no, piezas únicas, sino artesanías con cierto grado de estandarización que se pueden consumir masivamente, ante lo cual el artesano no necesita ya elaborarlas sino solamente acudir a donde pueda proveerse de ellas.

La permanente asistencia de la clientela al espacio de venta de artesanías se ha dado, igualmente, gracias al empleo de parte de los comerciantes de algunas técnicas específicas de venta y de mercadotecnia. Las principales técnicas de venta han sido, en primer lugar, darle al puesto una imagen agradable para el cliente, ordenando las mercancías con el fin de que atraigan la atención, saturando el puesto con mercancía para crear en el cliente un sentido de abundancia y no de austeridad, ya que así el cliente tiene más opciones de productos que consumir; otra ha consistido en el voceo constante para llamar la atención de la clientela así como poner música y colocando propaganda en distintos lugares del lugar en donde se encuentra la venta de artesanías. En síntesis, el comerciante artesano paralelamente de lo que ha significado personalmente su trabajo, tanto en términos materiales como subjetivos, se ha sostenido en su empleo gracias a que ha logrado desarrollar una habilidad y ha aprendido con su experiencia y la de sus compañeros de trabajo, ha conducirse bajo la presión latente de estructuras que han condicionado su quehacer laboral, particularmente, la política gubernamental sobre el uso del espacio así como la dinámica del mercado del producto que decidieron comercializar.

Otro ámbito, dentro del proceso laboral del comerciante artesano, que le ha permitido desarrollar su trabajo y así poder mantenerse en él, es la manera en que se proveen tanto de los productos ya elaborados como de la materia prima que les permite realizar por su cuenta las artesanías.

Los proveedores son de dos tipos: por un lado, aquellos que proveen de los productos ya elaborados, éstos se encuentran en centros de comercialización de artesanías

en el D.F., sobre todo, en el Centro Histórico. Otras fuentes de donde se proveen los comerciantes son las zonas de venta de artesanías tradicionales en distintas regiones del país, incluso del extranjero. Dentro del país las zonas más visitadas para surtirse de artesanías son: Chiapas, Oaxaca, Guerrero, San Luis Potosí, Estado de México. En estos lugares, por lo general, los encargados de proveerse de mercancía tienen contacto directo con los productores de tal forma que el costo de cada artesanía es muy bajo.

Por otro lado, otra forma de proveerse es con materias primas, sobre todo, en aquellos casos de comerciantes que son también artesanos fabricantes. Las materias primas para la elaboración de artesanías son por lo general adquiridas en espacios regionales específicos y a través de una red social comercial ya construida y mantenida desde hace varios años. Luego entonces, puede hablarse de toda una cadena de comercialización que va desde el productor directo, tanto de materias primas como de artesanías ya elaboradas, hasta la fabricación y venta de las artesanías ya en el espacio urbano del tianguis de artesanías por parte de los comerciantes. La cadena de comercialización es pues, altamente funcional, aunque en general las relaciones que se establecen son de carácter desigual ya sea por parte del proveedor que vende más caro o del comerciante que le consume a un bajo costo.

En suma, los rasgos que han influido en el comerciante de artesanías para sostenerse en su trabajo descritos arriba, además de las de tipo estructural que condicionan el espacio de posibilidades de los vendedores, convergen en su subjetividad para dotar de un sentido de apego e identificación tanto hacia el producto que comercializa como hacia la actividad misma de vender en un espacio público abierto. De esta manera, las habilidades y conocimientos que el comerciante posee para realizar eficazmente su trabajo, así como las condiciones positivas que lo hacen diferente respecto a otro tipo de actividades laborales, típicas o no, le dotan de un sentimiento de orgullo y le generan una valoración importante de la labor que realiza, lo que se traduce, finalmente, en la identificación hacia su trabajo como vendedor de artesanías.

Formas de control sobre el trabajo del comerciante artesano

Control sobre el trabajo y control sobre el espacio

El control sobre el trabajo observado desde su noción clásica²² ha sido fundamental para garantizar el sostenimiento de la producción en la empresa capitalista. Dicho

²² Es decir, aquella generada y sostenida por la Sociología del Trabajo clásica.

control se concreta con el objetivo de garantizar en el *workplace* la intensificación permanente y planificada de la producción paralelamente a la subordinación de la fuerza de trabajo al capital, es decir, el control se concibe tanto desde el punto de vista técnico, como acatamiento por parte del trabajador de los procedimientos y regulaciones para el cumplimiento racional del proceso productivo, como desde el punto de vista político, como dominación y subordinación del poseedor de la fuerza de trabajo al capitalista. Los estudiosos sobre esta forma de sometimiento técnico y político sobre el proceso de trabajo y el trabajador han considerado diversos elementos que lo han hecho posible históricamente; por un lado, la descualificación de la fuerza de trabajo impulsada por el capital (Braverman, 1984) propició el paso del autocontrol obrero sobre el proceso productivo al control ejercido por la empresa sobre el trabajador; por otro lado, durante el proceso de sometimiento de la fuerza de trabajo se desarrollan diversas formas de control como el control simple, el técnico y el burocrático (Edwards, 1983), en el que el control ya no es sólo en la parte operativa y técnica del proceso de trabajo sino en un nivel normativo e impersonal. Dicho sistema de control coordina tres elementos: la dirección, la evaluación y la disciplina. En tercer lugar, en el proceso de instrumentación del control, no solamente interviene la empresa y sus cuadros de dirección sino también la propia base trabajadora pues tanto las normas como los procedimientos para el desarrollo de la producción así como las sanciones subsecuentes ante la falta de cumplimiento de éstos, suelen ser reconocidas y validadas por ambas partes (Burawoy, 1989). Es decir, se ejerce una especie de control consensado, partiendo del hecho de que no sólo la dirección obtiene beneficios sino los trabajadores también (Burawoy, 1989).

De acuerdo con los lineamientos teóricos arriba mencionados, la forma en que se utiliza aquí el concepto de control sobre el trabajo para nuestro caso de estudio en particular, es considerando los rasgos específicos que se encuentran en la ocupación del tianguista, entre ellos estar basado en la interacción social a través de la apropiación y utilización de los espacios públicos, y ser un trabajo por cuenta propia.

En nuestro caso, es posible visualizar una dinámica de control sobre la actividad laboral de los tianguistas aunque no focalizada a una relación social de carácter dual, como en el caso de la relación obrero-patronal, sino heterogénea en donde interviene más de un actor en la implementación del control, y sin que el objetivo de ello sea necesariamente la obtención de una plusvalía a través de la intensificación del proceso productivo, sino la obtención de otra serie de ganancias y beneficios para quien pretende controlar el trabajo del comerciante, y de manera importante el espacio público en el cual desarrolla su ocupación.

Con respecto a este último punto cabe señalar que, justamente, el espacio público representa el factor *sine qua non* para el control laboral de los comerciantes de vía

pública, por tanto, a la apropiación social del espacio se contraponen la expropiación legal e institucional del mismo por parte del gobierno para los usos que él determine, aún cuando sean usos contrarios a su carácter público. En este sentido, la privatización del espacio público urbano se ha convertido en un aspecto recurrente de diversas ciudades del mundo donde el gobierno y las elites urbanas colaboran en el desarrollo de espacios públicos comerciales en los que las actividades e interacciones cotidianas están cuidadosamente planeadas para permitir que las actividades empresariales y de consumo se lleven a cabo con libertad y seguridad (MacLeod, 2001). Muchos especialistas argumentan que los espacios públicos urbanos están siendo controlados (Fyfe, 1998; Norris y Armstrong, 1999), privatizados (Christopherson, 1994; Mitchell, 1995, 1996 y 2001; Zukin, 1995), y depurados por medio de la implementación de políticas fundamentalmente de exclusión. Según McCann (1999), por ejemplo, la producción de estos espacios “semi-públicos” se hacen con el objetivo de prohibir la libre expresión de la heterogeneidad urbana. Desde esta perspectiva, los espacios públicos urbanos no son únicamente espacios físicos como calles, plazas y parques, sino también espacios sociales. Es decir, el espacio público constituye y es constituido por prácticas e interacciones sociales y, como se ha señalado, es sujeto de la lucha por el control entre grupos sociales que hacen de él su medio de trabajo, —como los artesanos de Coyoacán— y los gobiernos locales comprometidos con las elites empresariales quienes buscan usufructuar dichos espacios. Por tanto, el control del espacio público es estratégico para la consecución de los objetivos económicos que supone otorgar su usufructo a manos privadas, aunque para ello sea imprescindible el control primero y la exclusión, después, de aquellos grupos que se lo han apropiado como espacio de trabajo, como es el caso de los tianguistas y los comerciantes de la vía pública en general.²³

De las relaciones sociales que el tianguista entabla, particularmente con la autoridad, la clientela y las estructuras organizativas, los cuales intervienen directamente en su quehacer laboral, se expresan diversas formas de control que lo condicionan así como influyen en la forma de utilizar el espacio público. Asimismo, es posible inferir varias formas de autocontrol,²⁴ o de gestión y autogestión del trabajo realizado por los tianguistas: la gestión socialmente instituida por la comunidad de tian-

²³ Una muestra de ello es la reciente implementación en mayo de 2010 por parte del gobernante capitalino, Marcelo Ebrard, de no permitir la venta “ambulante” en las inmediaciones del Centro Histórico del D.F., consignando ante la autoridad a quien soslaye dicha medida.

²⁴ Aquí más que de control externo y coercitivo se trata de una voluntad y capacidad de gestionar por cuenta propia, independiente, el trabajo del tianguista, como gremio o comunidad laboral, o de manera personal. Por ello, para diferenciar la gestión impositiva y con intención de someter, denominada

guistas o gremial —de forma independiente a la organización y que constituye una forma de autocontrol colectivo—, la gestión ejercida por el tianguista propietario o titular sobre el tianguista empleado o auxiliar,²⁵ y la autogestión propiamente dicha del tianguista sobre su trabajo.

La relación con otros actores: entre la disputa y la negociación

La Autoridad

El tipo de relación establecida entre autoridades y comerciantes generalmente ha estado caracterizada por ser una relación de poder que, de acuerdo a la correlación de fuerzas existente, ha oscilado entre la negociación y el conflicto abierto. Por un lado la autoridad, desde el personal operativo hasta los altos funcionarios, previamente a la llegada de Marcelo Ebrard como jefe de gobierno capitalino y de Heberto Castillo como delegado de Coyoacán, toleraban el comercio en los jardines a cambio del pago de una cuota y del cumplimiento de ciertas normas de control sobre su trabajo, que, en la mayoría de los casos, fueron resultado de negociaciones entre ambos actores.

En este caso podemos considerar este tipo de control como un control *burocrático* que, según Edwards, se distingue por el establecimiento de normas de carácter institucional, aunque en este caso particular no se trate de un control burocrático por parte de la empresa, sino un *control burocrático gubernamental*, y no enfocado a la operación técnica del trabajo sino al espacio laboral, el cual es público, al registro institucional de los trabajadores, y al ordenamiento en la operación del centro de trabajo.

Debido a que, en términos generales, el primer contacto entre los tianguistas y las autoridades gubernamentales se establece una vez ya instalado el tianguis por los primeros, y no de manera previa ni simultánea, los comerciantes son colocados por la autoridad en una situación de ilegalidad por transgredir la normatividad sobre el uso del espacio público al instalar el tianguis sin su consentimiento ni apegándose a las disposiciones oficiales sobre el comercio en vía pública. Esto conlleva, en un

control, en este caso se propone se hable justamente de gestión gremial, y autogestión laboral del tianguista.

²⁵ Se distingue entre el vendedor que es empleado y al cual se le paga un sueldo, y el vendedor que auxilia al dueño del puesto sin que tenga una relación laboral estricta, sino más bien de índole familiar y que, por tanto, carece de un salario fijo.

segundo momento, a que las gestiones por parte de los representantes del tianguis con la autoridad para lograr que sea, al menos, tolerada su operación cada semana impliquen un condicionamiento normativo casi absoluto hacia los tianguistas desde el lado gubernamental. Y sólo bajo el compromiso de su cumplimiento, es permitida la operación del tianguis so pena de utilizar la fuerza pública para su desalojo.

Con ello la autoridad pretende ejercer un control sobre los tianguis y sus trabajadores en diferentes aspectos concernientes a su operación, aunque en la mayoría de los casos no exista una relación completamente formal entre tianguistas y gobierno, sino una relación política de tipo clientelar para lo cual a la autoridad le basta con el conocimiento de la cantidad de comerciantes que cada organización aglutina, concibiendo a los actores como capital político, más allá de si se está cumpliendo o no con la normatividad existente para la venta en la vía pública.

Aun así, desde el lado institucional, la autoridad tiene el derecho y la obligación de llevar a cabo un control detallado de todo lo concerniente con la puesta en marcha de los tianguis y quienes los integran, situación amparada por diversos documentos oficiales de carácter normativo creadas por el Gobierno Federal para tal fin, específicamente el Programa de Reordenamiento del Comercio en Vía Pública, elaborado en 1998, y el Reglamento de Operación de Mercados para el Distrito Federal.²⁶

Los ámbitos de control más específicos que el Programa de Reordenamiento establece con respecto al comercio en vía pública, incluidos los tianguis son: *a)* Registro necesario ante la autoridad, tanto del tianguis en su conjunto como de cada uno de los comerciantes; *b)* Permisos para poder laborar; *c)* Temporalidad de los permisos: los permisos son temporales, revocables, personales e intransferibles, con una duración de tres meses, teniendo el comerciante que solicitar una prórroga o renovación del permiso (*Gaceta Oficial del Distrito Federal*, 1998: 3).

Estos puntos centrales del programa de reordenamiento buscan controlar, en primer lugar, a la *población trabajadora* de los tianguis registrándola, emitiendo permisos institucionales temporales, y delimitando el número de comerciantes por tianguis estableciendo mecanismos para acceder a él y normas que sancionan al tianguista con la cancelación del permiso en caso de que no acate la normatividad en general.

En segundo término, otro ámbito de control gubernamental es con respecto al uso del espacio público. Para ello, restringe el área de operación de los tianguis así como las zonas que deben quedar completamente libres de puestos, sobre todo,

²⁶ El Reglamento de Mercados no ha sufrido modificación alguna desde su elaboración en 1951, por lo que muchas de sus disposiciones han quedado rebasadas por la realidad actual, simplemente el comercio en vía pública no tenía en esa época las dimensiones que ha llegado a tener en los años recientes.

aquellas que son de uso común como banquetas, plazas, parques y avenidas. Además, la autoridad también busca controlar el espacio público en donde los tianguis operan con el fin de mejorar la imagen del espacio urbano, para lo cual, en el caso del Centro Histórico de Coyoacán, intentó ordenar y homogeneizar los puestos en donde los comerciantes expendían sus productos con un objetivo de índole estético como lo es el de mostrar una imagen ‘agradable’ y en correspondencia con la estructura arquitectónica colonial del lugar.

No obstante, la implementación de estos mecanismos de control y ordenamiento se ha cumplido de manera discreta y —dada la fuerza social y política que ha logrado constituir el gremio de tianguistas en la ciudad de México— su aplicación ha estado sujeta, en la mayoría de los casos, a una previa negociación con las organizaciones gremiales.

En el caso específico de los tianguistas-artesanos de Coyoacán, la relación entre éstos y la autoridad ha estado marcada, desde un inicio, por la lucha por el uso del espacio y la definición de diversos acuerdos que han implicado la permisión de normas de control hacia el trabajo del comerciante artesano, es decir, lo que ha privado es un proceso de relaciones de poder basadas en conflictos diversos entre ambos actores pero también en subsecuentes negociaciones.

A partir de 1997, después de un primer intento gubernamental por desalojarlos y tras una serie de acciones colectivas llevadas a cabo por éstos, se establecen diversas disposiciones de manera consensada entre representantes del tianguis con la autoridad para que a cambio de otorgarle a los comerciantes la personalidad de permisionarios de sus espacios de venta éstos acaten una serie de normas cuyo objetivo es que la autoridad mantenga un control sobre la operación del tianguis.

Cuando sale este Programa de Reordenamiento le cogemos el guante a la autoridad y nos ingresamos a este Programa [...] Entonces ya todos teníamos un espacio, ya nadie agarraba, aunque hubiera, lo que quisiera, ya cada quien agarraba lo que le tocaba porque se pusieron los límites, se delimitaron las dimensiones de cada permiso, se delimitaron los horarios y los días, se delimitaron los giros, se delimitó el comportamiento en relación a la basura, a la seguridad, al compromiso que tiene el comerciante-artesano de frente a las autoridades y a los deberes que la autoridad tiene (Tiburcio, 5 de diciembre de 2009).

Es decir, que en primera instancia la mayoría de los comerciantes del tianguis de Coyoacán consideraron benéfica la decisión de regular y controlar aspectos importantes de ese espacio por parte de la autoridad, pues concebían como un peligro para su propia permanencia el crecimiento desordenado del tianguis, ante la nula intervención de la autoridad previo a la puesta en marcha del Programa de Reordenamiento

en la delegación. El significado que le otorgaron los comerciantes al control por parte de la autoridad fue el que brindaba beneficios también para ellos, esto es, una buena parte de los comerciantes estaba convencida de que debería de existir cierto orden en el tianguis para poder realizar su actividad laboral en mejores condiciones.

En general, los aspectos en que la autoridad gubernamental ejerció algún tipo de control fueron: la delimitación máxima de los espacios de venta; el tamaño de cada uno de los puestos; la cantidad máxima de integrantes del tianguis; el tipo de producto comercializable; la duración de la jornada de venta y los días de operación del tianguis, principalmente.²⁷

Gradualmente el proceso de control sobre el trabajo de los tianguistas se amplía y en 2000 se intenta, por parte de la ex delegada María Rojo, reubicar el tianguis en una casa remodelada para tal fin, hecho que suscitó la movilización de los vendedores obligando a la autoridad a ceder en su objetivo de reubicación.

María Rojo pretendía reubicar al tianguis en una casona que está en el Jardín Centenario donde [...] compró la casa como propiedad de gobierno y a su vez mandó a modificar la propiedad de a lado, para que se adecuara, para que entraran puestos, ¿si? [...] En el cambio de uso de suelo hubo algo anómalo y bueno, en esa fecha pretendían meter ahí a cuatrocientas y tantas personas, y decías ¿pero en dónde van a caber, no?; y más allá de que cupieran los artesanos, los visitantes ¿por dónde pasarían? (Lourdes, 6 de octubre de 2009).

No obstante, los mecanismos de control sobre la operación del tianguis se continuaron implementando y en 2001 se establece, como parte de un acuerdo llevado a cabo después de diversas mesas de trabajo entre autoridades y organizaciones gremiales, la disposición de los días en que el tianguis podría instalarse:

Todos los artesanos y oferentes que se encuentren reconocidos en los padrones oficiales de la delegación podrán exponer y vender todos los sábados y domingos del año y el calendario autorizado para laborar días festivos será el que a continuación se detalla [...] En caso de que los oferentes y/o artesanos no retiren la estructura metálica de sus puestos, de un día para otro, la delegación procederá al retiro inmediato de los mismos, y se les sancionará conforme a lo establecido en los ordenamientos aplicables.²⁸

²⁷ “Todos los comerciantes y artesanos se comprometen a modificar sus puestos en cuanto a dimensiones, estructuras y lonas. Los comerciantes y artesanos de Jardín Hidalgo aceptan la reorganización de algunos puestos para liberar los pasillos. Vía pública reforzará la vigilancia en Parque Centenario para impedir la instalación de vendedores a partir de las 8pm. Se acuerda un horario de operación de 9 a 22:30 horas máximo (Concentrado de acuerdos entre autoridades y comerciantes durante los meses de noviembre y diciembre de 1998).

²⁸ Minuta de la reunión celebrada en mesas de trabajo con las organizaciones de artesanos y oferentes del Jardín Hidalgo y Plaza Centenario, celebrada el 6 de marzo de 2001.

Dándole continuidad al proceso de implementación del PRCVP, en 2006 la autoridad delegacional dirigida por Heberto Castillo establece aparentemente después de un acuerdo con los representantes del gremio, normas adicionales sobre la imagen y ordenamiento del tianguis: se homogeneiza el material y color de los puestos, se regulariza el consumo de energía eléctrica, se ordena la colocación de los puestos ampliando los espacios para el paso peatonal.

El proyecto era reordenar y reubicar aquí para que no nos colgáramos de la luz y la cuestión de la imagen; eran los puntos centrales y llegar a un convenio, dentro de este cúmulo de puntos a tratar que era la recolección de basura, los horarios, los giros, el comportamiento ordenado al interior, las mesas de trabajo, cómo se decidía lo que era para la plaza [...] pero los dos puntos centrales eran la imagen y formalizar el contacto de la energía eléctrica (Blanca, 13 de diciembre de 2009).

De esta manera, en septiembre de 2006 se crea un Acuerdo de Coordinación y Operación para el tianguis artesanal del Centro Histórico de Coyoacán, siendo resultado de acuerdos previos con las organizaciones gremiales y tomando como base, particularmente, el establecido en 1998. En este documento se fija un Reglamento de Operación para el tianguis cuyos puntos expresan un aumento del control sobre diversos ámbitos de la actividad de los tianguistas artesanos, entre ellos: la ocupación de áreas verdes o de uso común, el uso ilegal de energía eléctrica, la instalación de comerciantes sin autorización, las dimensiones de los lugares y los puestos, la limitación de la jornada de venta, la limitación de los giros comerciales.²⁹

Las normas establecidas en el acuerdo delinean una completa injerencia de la autoridad en la operación del tianguis de artesanías soslayando medidas en donde ambos actores, autoridades y comerciantes, se vieran beneficiados puesto que, para que eso ocurriera, se hubieran tenido que establecer obligaciones y derechos recíprocos, cuestión que de ninguna manera se concretó. Por tanto, aunque se definen diversos ámbitos que restringen y controlan el trabajo del tianguista artesano, en ninguna parte del documento se fija algún punto que esté referido al mejoramiento en las condiciones de trabajo del comerciante. De hecho, los “compromisos” que la autoridad establece con los representantes, no son otra cosa que más medidas de coerción:

Realizar supervisiones y recorridos conjuntos; exhortar a los comerciantes dar cumplimiento cabal del Reglamento de Operación; evitar la proliferación de aquellos comerciantes

²⁹ Acuerdo de Coordinación y Operación. Padrón de Comerciantes de la Plaza Hidalgo y Jardín Centenario, 2006.

conocidos como toreros; no permitir el crecimiento del número de comerciantes; sancionar aquellos comerciantes que no cumplan con la norma mínima, o que ocasionen conflictos y desorden, hasta con la reubicación o revocación definitiva del permiso.³⁰

Con ello, la intromisión de la autoridad en la operación de los comerciantes artesanos de Coyoacán llegó a ser muy amplia en comparación con otro tipo de tianguis de la ciudad de México y, en general, en relación con todo el comercio en vía pública debido, por un lado, a la disposición para negociar por parte de los representantes del tianguis: “la parte radical no admitía negociación alguna, era la plaza o la muerte ¿no?, nosotros decimos, hay que estar negociando siempre con el gobierno, en las circunstancias que sean hay que estar negociando, a ver que se puede negociar” (Tiburcio, 2 de diciembre de 2009).

Y, por otro, a las particulares condiciones sociales del espacio en donde operaba el tianguis: el Centro Histórico de Coyoacán, lo cual ha definido en gran parte la manera en que tanto autoridad como tianguistas se han conducido uno con respecto al otro. Las normas de control del documento arriba mencionado fueron las que se implementaron hasta el momento del desalojo del tianguis de los jardines Centenario e Hidalgo en 2008 con lo cual se denota que —aun cediendo los comerciantes a través de sus representantes para que se implementara un ordenamiento y control muy amplio sobre el tianguis—, la autoridad finalmente al no encontrar una oposición que limitara sus medidas dio el siguiente paso para obtener el control total sobre el espacio público ocupado por los vendedores, que fue la reubicación definitiva del tianguis de artesanías. Control sobre el espacio que, enmarcado en un contexto de lucha política y social por su apropiación, tuvo la intención final de cumplir con objetivos de carácter económico otorgando el usufructo del Centro Histórico de Coyoacán a diversas empresas privadas: restaurantes, antros, transporte turístico, empresas de televisión.

Hasta aquí puede hablarse de que el control que ejerció la autoridad fue, como se decía, muy amplio pero con la situación particular de que fue un control hasta cierto punto acordado con los propios comerciantes. Es decir, se puede considerar como un *control consensado* sobre el trabajo de los tianguistas artesanos y no absolutamente impuesto desde el aparato gubernamental. Situación que al modificarse, en 2008, debido a la acción autoritaria de parte del entonces jefe delegacional quien impuso con el uso de la fuerza pública la reubicación del espacio de comercialización de los artesanos, lo que provocó una pérdida del equilibrio político que hasta entonces se mantenía y dio lugar a un movimiento de resistencia por parte de los comerciantes (Quintero, 2008).

³⁰ *Idem.*

Actualmente, después de que la autoridad finalmente lograra llevar a cabo la reubicación espacial de los comerciantes, el control sobre éstos es más definido a tal punto de mantener una vigilancia constante del espacio actual de venta por parte de la delegación. Pero, hablar de *control consensado*, no implica hacer referencia a que haya existido un acatamiento absoluto por parte de todos los tianguistas a las medidas impuestas por la autoridad sino, más bien, dicho consenso se da entre funcionarios gubernamentales y dirigentes quienes, una vez llegado a un acuerdo, vertían la información y las disposiciones que se tenían que cumplir, lo que no se traducía directamente en una aceptación implícita por parte de los comerciantes, sino que, al contrario, en diversos momentos se generaron prácticas de rechazo o resistencia a las medidas de control impuestas, aunque fueran de carácter simbólico como hablar mal del representante en las pláticas cotidianas entre comerciantes, hacer caso omiso de las indicaciones a cumplir como ampliar su puesto algunos centímetros, vender productos no artesanales, asistir con desgano a las asambleas de la organización o asumir una actitud crítica o de franca apatía.

Los Clientes

Un segundo tipo de relación social que el tianguista establece en su espacio de trabajo, como parte *fundamental* de su ocupación, es con el cliente. La interacción entre ambos actores representa la piedra angular que caracteriza este tipo de trabajo y, por ende, es la que se concreta constantemente y se recrea durante cada jornada de trabajo.

En la interrelación recurrente el cliente pretende ejercer cierto control sobre el trabajo del comerciante con el objetivo de satisfacer sus necesidades de consumo, pero también ciertas necesidades afectivas y estéticas. Dicha relación, al definirse como una *relación social contradictoria*, en la que puede generarse reciprocidad pero también oposición de intereses, negociación pero también disputas, no existe un control absoluto y único de parte del cliente, sino que, es un control compartido y negociado en el que en ciertos momentos y en ciertas prácticas, el cliente posee dicho control, pero en otros es el vendedor quien lo ejerce. Así, lo que nos interesa por ahora, es explicar en qué momento y de qué forma controla el cliente el trabajo del tianguista.

A diferencia de los mecanismos de control directos mantenidos sobre el comerciante, ya sea sobre su espacio o la actividad laboral en sí, ejercidos tanto por la autoridad como por los organismos gremiales, en el caso del control por parte del cliente, éste es más bien indirecto y en una buena parte de tipo simbólico. La relación cliente-tianguista, se caracteriza por contar con cierto equilibrio de fuerza debido a

la fuerte necesidad mutua entre ambos actores. Esto motiva que ninguno de los dos pueda ser completamente tajante en su pretensión de controlar tanto la dinámica de trabajo, por un lado, como el proceso de intercambio, por otro. Más bien, las formas para controlar son más sutiles e implícitas, lo cual conlleva la utilización de un lenguaje simbólico, aunque sin descartar en ciertos casos un tipo de comunicación más directo.

Tal como se indica, la motivación principal del cliente por la cual intenta controlar ciertos aspectos del trabajo del comerciante es poder sentirse satisfecho, tanto en la mercancía que consume como en la forma en que lo hace, lo que implica no sólo consumir un producto con cierta calidad, más o menos económico y que responda a su interés, sino igualmente sentirse en un ambiente agradable por la manera en que es tratado por el vendedor: “venir aquí es otra onda ¿no?, es como entrar a un museo, en donde cualquier duda que tienes sobre las artesanías te la responden amablemente los artesanos, siempre hay un buen trato de su parte, te da gusto venir aquí” (Mario, visitante, 31 de octubre de 2009).

Lo anterior podría afirmarse que es aplicable de manera general a la dinámica relacional llevada a cabo en los tianguis por sus actores fundamentales, no obstante, en casos particulares las formas de concretarse el control sobre la actividad del comerciante por parte del cliente pueden ser diversas debido a las condiciones sociales específicas, sobre todo, por el perfil histórico y socioeconómico del espacio público utilizado, el tipo de clientela que asiste a consumir; la formación académica y laboral del comerciante, el tipo de organización gremial existente, así como el papel de la autoridad en el cumplimiento de las normas institucionales.

Así, en el tianguis de artesanías de Coyoacán, el control del cliente hacia el comerciante artesano se concreta en diversos aspectos. En primer lugar, el cliente marca la pauta del tipo de producto que desea consumir. Básicamente, por caracterizarse como un “tianguis de artesanías”, la población que asiste a este centro de comercialización lo hace con el fin, precisamente, de consumir productos artesanales. De hecho, la decisión de los primeros comerciantes de vender exclusivamente artesanías estuvo condicionada por los intereses de consumo de la clientela potencial del tianguis, y no determinada voluntaristamente por el vendedor, cuestión que hasta la fecha prevalece: “la opinión del cliente es muy importante, siempre que nos hace alguna sugerencia o nos solicita alguna artesanía, algún modelo en particular, tratamos de cumplirle, o sea que [...] aquí si aplicamos eso de ‘al cliente lo que pida’ ¿no?, gracias a él podemos tener un ingreso para nuestras familias” (José Luis, 7 de febrero de 2010).

Actualmente, el tipo de población que asiste a consumir en los espacios de venta de artesanías está conformado sobre todo por familias, jóvenes —estudiantes y

pertenecientes a diversas *tribus urbanas*—, la mayoría de clase media, turistas nacionales y extranjeros, e intelectuales, es decir, una clientela con una capacidad de consumo importante. Lo cual provoca dos cuestiones: 1) en efecto, el cliente posea un control importante sobre el tipo de producto que desea consumir, a tal grado de motivar que el comerciante introduzca mercancía muy diversa y adecue su producción de artesanías a las necesidades de los clientes, en muchos de los casos, en periodos de tiempo muy cortos.³¹ “Ellos me piden colores como este [...] entonces a eso me voy apegando más o menos y veo los colores que ellos me van pidiendo ¿no?, la gente me va pidiendo, les gusta mucho el turquesa [...] cosas así que ellos me van diciendo [...] yo les pregunto ¿cómo qué colores más o menos te gusta? Negro con rojo o morado, y así lo voy haciendo” (Yolanda, 5 de marzo de 2010). Y, 2) considerando el tipo de clientela y el grado de exigencia y control sobre su trabajo, el comerciante cancela la posibilidad de bajar el precio a sus productos en lo que se denomina como *regateo*. Es decir, el comerciante asume la presión y el control del cliente sobre el producto que comercia, abriendo la posibilidad de adecuarlo a sus necesidades, siempre y cuando pague el valor preestablecido por él.

Este mismo perfil social de la clientela del tianguis de artesanías, posibilita un control adicional con respecto al trabajo del comerciante: el control sobre el trato recibido. El vendedor de artesanías, en general, establece un trato amable con su clientela, cuestión que es reconocida por su parte de diversas formas, siendo una de ellas el amplio apoyo otorgado a los comerciantes en su más reciente proceso de lucha —más de 250 mil firmas de apoyo al movimiento de comerciantes artesanos. Considerar a cada visitante, como un potencial comprador, estando conscientes de que sólo en raras excepciones asisten personas provenientes de zonas populares que conlleva un consumo a bajo precio y sujeto al regateo, práctica que sí se lleva a cabo en los demás tianguis de las zonas populares de la ciudad de México, el comerciante artesano de Coyoacán se preocupa por dar una buena imagen en el trato que le da a quienes se acercan a preguntar por sus productos, cuando, en ocasiones, el cliente decida no comprar el producto, pues justamente lo que éste busca es que se le atienda y sirva tal y como es costumbre en otros espacios a los que frecuenta, sea un restaurante o un centro comercial, hecho que es reconocido y aceptado por el vendedor; pues, en última instancia, al momento en que se concreta la compra venta del producto éste contiene ya el valor global, no sólo del valor de uso del objeto como tal sino también

³¹ Esto es, el cliente puede requerir de una semana a otra un tipo de artesanía con características específicas de acuerdo a su interés, que implique una modificación parcial o un cambio total del producto original en ese periodo de tiempo, obligando al comerciante a trabajar en marchas forzadas, ya sea para producir él mismo el producto o mandarlo hacer con algún otro artesano.

el costo del buen trato y atención hacia el cliente. Es decir, cada actor, reconociendo el valor de su objeto de intercambio (el dinero en un caso y el producto en el otro) impone ciertas condiciones. De un lado, el cliente implementa un control sobre la forma en que debe ser tratado por el comerciante, de manera simbólica por medio de su lenguaje verbal (tono de voz, tipo de palabras con las que se comunica con el vendedor); por medio de su lenguaje corporal (la manera en que se para frente al vendedor, los ademanes que hace, la expresión manual de lo que dice) y, también, por medio de la forma en que viste —ropa de paseo, que suponga que se trate de un turista, ropa de moda utilizada por jóvenes con tendencia hacia el consumo del folclore tradicional: vestidos y blusas de manta, playeras estampadas, collares, calzado tradicional, entre otros. Pero también de manera directa llamándole la atención al vendedor en el caso de que esté recibiendo un trato no deseado o simplemente marchándose de su lugar de venta sin consumir. Estos aspectos que implican en el cliente una expresión simbólica que conlleva la intención de ser tratado de manera específica por parte del vendedor, son en general, reconocidos por éste último, propiciando la aceptación del control para generar un buen servicio y un buen trato hacia el cliente. Lo anterior no implica suponer que la relación cliente-vendedor esté basada únicamente en un objetivo instrumental sino que dicha interacción puede constituir una relación social genuina, en el que se rebase sólo el intercambio comercial y se pongan en marcha códigos subjetivos que expresen emociones, sentimientos, sentido de lo estético y aspectos morales que dotan de un contenido específico a la interacción social.

Es decir, la interacción vendedor-cliente va más allá del intercambio exclusivamente comercial, definiéndose como una interacción simbólica en donde los actores protagonistas se encuentran en una situación permanente de intersubjetividad. Y sólo si esta lógica interactiva, basada en la reciprocidad pero también orientada en ocasiones por una afán de imponer las condiciones de uno sobre el otro, es consistente cada quien puede concretar su objetivo inmediato pues, en caso contrario ni uno ni otro actor lograría obtener lo que busca. Es decir, en este caso particular se estaría hablando de un tipo de *control negociado*, basado en la interacción social, la cual no está ya determinada sino que se actualiza en la cotidianidad y, por tanto, se recrea al momento del intercambio comercial que es en sí un intercambio simbólico y sujeto no sólo a un comportamiento recíproco sino también a una relación de oposición como ya se indica.

Otro de los aspectos importantes en donde está presente la intención del cliente por controlar la forma de trabajo del comerciante, es el relacionado con la estética del puesto en donde expende sus productos.

Ve cómo ¿no?, por ejemplo, ese guante ya lo voy a quitar de ahí porque va pasando la temporada y ya no se vende, entonces hay que meter cosas que se venden más ahí; es de acuerdo a la temporada [...] porque me he dado también que la gente luego muchas veces no vemos hacia arriba ¿no? No buscamos, entonces hay que poner las cosas que más se venden, más a la vista, más cerca y así igual todo lo de collar que me piden (Yolanda, 31 de enero de 2008).

Generalmente, una de las cuestiones tomadas en cuenta por el comprador es la percepción de abundancia y variedad de productos, por lo cual, el vendedor, reconociendo esta necesidad del cliente busca satisfacerla actuando de acuerdo a lo dispuesto por él:

Digamos que, si no sabes cómo acomodar tu mercancía, entonces no has aprendido el oficio, ¿no? Hay que saberle, tu mismo vas aprendiendo a colocar las cosas de acuerdo a como le gusta a la gente, lo más vistoso adelante, lo más grande y que puede tapar otras cosas hasta atrás; el chiste es que quien se pare en el puesto observe en todas las direcciones cosas que le pueden interesar, aunque generalmente la mayoría que se acerca concentra su mirada hacia abajo que es donde se pone aquello que se puede consumir más fácil (Mario, 7 de noviembre de 2009).

En este aspecto, entonces, el comerciante no puede darse el lujo de colocar sus productos como él desea o piensa que es correcto, de una manera “libre”, sino acatando las exigencias de quien le puede consumir, para lo cual prácticamente satura todo los espacios disponibles de su puesto con las artesanías llegando incluso a tener una imagen del puesto con características barrocas, hablando en términos artísticos, es decir, en donde lo que predomina es el exceso, lo rebuscado, una estructuración estética que niega cualquier imagen de austeridad.

Adicionalmente, otro ámbito que el cliente condiciona es la pulcritud e imagen del puesto. En lo que fuera el tianguis de Coyoacán y lo que actualmente son los tres diferentes espacios de venta, esta cuestión se centra en el material en donde se colocan las artesanías, así como en la forma en que se organiza el puesto, aspecto muy cuidado por los comerciantes. Asimismo, es escasa la propaganda dentro del lugar de venta, a diferencia de otro tipo de espacios de comercialización popular. Más bien, lo que aquí prevalece es la interacción basada, además del intercambio económico y social, en el intercambio de conocimientos en relación con el tipo de producto que se expende, sobre todo: el lugar de origen, el material con el que se elaboran, las técnicas de producción, cómo se utilizan, entre otros aspectos.

Dicha situación, como ya se mencionó con anterioridad, sólo es posible en un contexto como en el que se inserta el tianguis de artesanías de Coyoacán, en el que

tanto vendedor como cliente se conocen y reconocen su valor mutuamente y, en el caso particular del primero, éste es uno de los factores que motivan una fuerte identificación con su ocupación; entonces, si bien el cliente tiene el control sobre diversos aspectos del trabajo del comerciante, no es un control vertical e impositivo sino un control sujeto a ser negociado y por el que, quien lo ejerce, ofrece también no sólo un pago monetario sino también una gama de símbolos que pueden implicar agrado, amistad, reconocimiento y respeto, es decir, en este caso, el control no implica sumisión ni dominación de un actor sobre el otro necesariamente, como sí ocurre con mayor frecuencia en otros tipos de relaciones de trabajo.

El papel de las organizaciones gremiales en la defensa y el control sobre el espacio de trabajo

Como ya se ha comentado, la organización gremial cumple un papel importante en la estructuración del trabajo del tianguista, constituyéndose en la instancia inmediata de gestión y control laboral del comerciante, que en la mayoría de los espacios de venta callejeros que aglutinan a grandes contingentes de vendedores, representa también el mecanismo de dominación política por parte de liderazgos perpetuos. De tal forma que control y dominación van de la mano en este tipo de organizaciones gremiales, aunque asumiendo características particulares de acuerdo con el espacio de comercialización y al tipo de organización específica que se trate. De hecho, el control operado por las organizaciones sobre el espacio y el trabajo de sus agremiados, tiene como fundamento la forma en que se ejerce la dominación por parte de los dirigentes, que no implica una gestión basada de forma absoluta en la coerción y el uso de la fuerza como medio para mantener la dirección de las organizaciones y el control sobre diversos aspectos del trabajo del comerciante sino en la generación de un consenso con la base representada, lo cual se detallará más adelante.

El control corporativo ejercido por las organizaciones hacia la dinámica laboral de los comerciantes artesanos se encuentra bastante definido y formalizado. Cada organización cuenta con estatutos y un reglamento interno en los que se expone, en diversos puntos, las normas de control que el vendedor tiene que acatar para poder desarrollar su trabajo sin hacerse acreedor de alguna sanción. El control que las organizaciones han mantenido en el tianguis dio lugar, en principio, a que éste tuviera un perfil particular con respecto al producto que se expendía y a la forma en que se ofrecía al público visitante. De esta manera, las organizaciones (en su momento más de 20) se concentraban en ejercer un control sobre el tamaño de los espacios de venta: ningún comerciante podría sobrepasar las dimensiones establecidas; la forma de

incorporación de nuevos comerciantes: la organización en asamblea decidía, después de poner a prueba al aspirante, si éste podía ingresar o no; el tipo de producto que se podía expender: prácticamente todas las organizaciones originales únicamente permitían la venta de artesanías, urbanas o tradicionales, ya sea que fueran elaboradas por el propio comerciante o las comprara para revender; pero, en general, las organizaciones se encargaban de operacionalizar y de vigilar que se cumplieran las normas de control sancionadas por la autoridad, una vez que ambas instancias llegaban a un acuerdo. Así, medidas de control de la autoridad como la delimitación de los espacios, la jornada y los días de venta, el tipo de giro comercial permisible, la cantidad de comerciantes, entre otras, cada organización se encargaba de darlas a conocer, vigilar y sancionar directamente, pues de ello dependía el respeto de los acuerdos establecidos con el gobierno local en turno.

No obstante, la forma de control que las organizaciones llevaban a cabo, y que aún ejercen, de manera compartimentada en cada una de ellas y teniendo como punto medular de acuerdo que cada una sería responsable del acatamiento de las normas al interior de su agrupamiento, provocó una fragmentación del tianguis en su conjunto pues, si bien, cada organismo se concentró en el control hacia dentro, se soslayó un control integral, sobre todo, el tianguis abriendo la posibilidad para que, aprovechando la descoordinación general y el ensimismamiento de cada una de las organizaciones, la autoridad en contubernio con asociaciones de comerciantes ambulantes vinculados a partidos políticos, comenzaran a incorporar nuevos vendedores haciendo aumentar su número de 300 hasta 550 para 2007, sin que los nuevos integrantes se apegaran al carácter del tianguis de expender sólo artesanías introduciendo productos comerciales de otra índole. En resumen, las organizaciones gremiales de comerciantes artesanos, han ejercido un control importante sobre la dinámica laboral de sus miembros, pero la diversidad y fragmentación existente entre ellas dio lugar a una falta de control general sobre el tianguis, lo cual las ha llevado a la situación desfavorable que ahora experimentan.

Actualmente, después de que las diversas organizaciones en lucha aceptaran finalmente la propuesta de reubicación hecha por el gobierno de Heberto Castillo en el espacio denominado Bazar del artesano mexicano, de las 20 organizaciones que fueron hasta 2008, permanecen en dicho lugar únicamente seis asociaciones, las cuales, por supuesto, siguen manteniendo el control tanto sobre el espacio de trabajo como de la dinámica laboral en general, incluso cuando las limitaciones espaciales del bazar son bastas. En la Casa del Artesano operan alrededor de cinco organizaciones y tres en el patio delegacional, aunque después del movimiento de resistencia quedaron diluidas diversas organizaciones que anteriormente funcionaban dentro del tianguis. Lo que se ha modificado es la relación que mantienen las organizaciones

con la autoridad, pues aunque esta última ha intentado mantener las medidas de control que ya anteriormente ejercía en el tianguis, gracias a la colaboración de las mismas organizaciones, los representantes de los comerciantes se aprestan a asumir el control sobre el espacio, en un conflicto que aún se está dando, argumentando que, en el caso del bazar, éste ya no constituye un espacio público abierto por lo que las normas de control anteriormente establecidas, que en su mayoría se relacionaban con el uso de la vía pública, no pueden seguir operando en un espacio cerrado, teniendo que quedar, entonces, en manos de los encargados directos de la administración del bazar, es decir en las organizaciones gremiales, el control total sobre el espacio y el proceso de venta.

Los comerciantes, al ceder en ciertos aspectos a las intenciones de control de la autoridad han podido mantener cierto margen de maniobra sobre su trabajo en donde la autoridad no ha podido tener injerencia, principalmente referido al contenido del trabajo del comerciante y a la forma en que lo ejerce. Es decir, que el control de la autoridad ha sido enfocado más al uso del espacio que a la dinámica de trabajo en sí de los comerciantes. Ante lo cual, estos últimos a través de sus organizaciones, han cedido finalmente sin antes oponerse para lograr una negociación más ventajosa.

Con ello, el control ejercido por la autoridad y por la organización, al no penetrar propiamente hasta el proceso de trabajo sustancial del comerciante, permite la afirmación del sentido de autonomía laboral de este último al inferir que las medidas de la autoridad por restringir el uso del espacio no implican una pérdida de su capacidad ni como artesano ni como vendedor, no por la falta de intención de la autoridad, sino por la actitud de resistencia por parte del gremio; lo cual implica tanto una confirmación de su identidad laboral al continuar dándole un sentido positivo a su ocupación, de libertad y autonomía pese a las restricciones gubernamentales, como colectiva con sus compañeros de trabajo con quienes comparte un enemigo común porque finalmente, como ellos mencionan: “todos estamos en el mismo barco”.

Formas de autogestión laboral en el tianguis de artesanías: gestión colectiva y autogestión del tianguista sobre su trabajo

Gestión de la comunidad laboral de tianguistas

Otra forma de acotamiento que el comerciante artesano experimenta en su trabajo es el ejercido por los propios compañeros del espacio de venta. Esta forma de control que podría considerársele más que como un control impositivo con una intencionalidad de sometimiento, como un tipo de gestión colectiva sobre el trabajo en general

de los comerciantes, se caracteriza justamente por restringir y ordenar algunas de las prácticas laborales al interior y en la cotidianeidad del espacio de comercialización. Esta manera de gestión, o autogestión colectiva, es importante justamente porque expresa el carácter gremial del trabajo y reafirma, como ya se indica anteriormente, las concepciones de libertad y autonomía laboral que expresan tanto discursivamente como en la práctica de trabajo cotidiana los comerciantes artesanos. Pero a la vez también es expresión de una noción patrimonialista del espacio del trabajo: los lugares donde se vende así como el espacio general, como resultado que son de la lucha y el esfuerzo cotidiano durante dos décadas, son asumidos como una propiedad colectiva, más que de índole personal.

Así, el tipo de control que se lleva a cabo, en este caso, es sobre ciertas dinámicas del trabajo del vendedor de artesanías con el objetivo de resguardar la imagen tanto de los tianguistas como del lugar de trabajo. Restringiendo los actos no apegados a las normas se busca mantener una buena imagen del espacio sobre todo para la clientela que los visita. Dichas normas no en su totalidad son normas escritas sino de carácter consuetudinarias, es decir, validadas por su uso recurrente. Entre ellas se encuentran: mantener orden en el lugar de trabajo; no consumir bebidas alcohólicas, no dejar basura, no agredir a otros compañeros o a los clientes, no ocupar espacios que no son los propios, no rentar o traspasar los lugares, entre otros, y cuya trasgresión implican diversas sanciones no necesariamente establecidas formalmente sino ejercidas de acuerdo al momento, de manera espontánea y con un alto contenido simbólico; es decir, no siempre implica una sanción específica sino una respuesta social de parte de sus compañeros que puede expresarse de múltiples maneras: como soslayarlo y no tener comunicación con él, llevar a cabo burlas y ridiculizaciones, generar rumores en su contra, o simplemente aislarlo de cualquier actividad social, como charlar, convivir, lo cual puede representar sanciones francamente molestas para quienes llevaron a cabo tal o cual acto no aceptado por sus demás compañeros.

De esta manera, se ejerce un autocontrol colectivo que es, en términos estrictos, en sus lugares de trabajo. Más allá del control por parte de la autoridad, cuya orientación es hacia el control sobre el espacio público ocupado por los comerciantes; y apegándose a las reglamentaciones de la organización gremial, aunque actuando con flexibilidad y espontaneidad de acuerdo a la situación concreta del momento, los comerciantes actúan de acuerdo a códigos que han ido construyendo por medio de un proceso de aprendizaje colectivo sobre lo que resulta ser beneficioso para todos e ir de acorde al sentido que se le ha pretendido dar a su espacio de trabajo, pues, aunque pareciera paradójico los comerciantes artesanos de Coyoacán tratan de manera recurrente de diferenciarse de otros espacios de venta y de sus protagonistas, asumiéndose como un tianguis *cultural* en donde además de vender y, en algunos casos,

fabricar sus propias artesanías en el mismo espacio de venta, afirman que su actividad se basa, sobre todo, en la exposición artesanal.

En relación con los códigos que funcionan durante la jornada de trabajo, e incluso fuera de ella éstos cumplen el papel de restringir y controlar la acción de los comerciantes y se enmarcan en un proceso de reciprocidad, el cual ha permitido soslayar disputas personales o laborales durante el tiempo de operación de lo que fue el tianguis. Ahora bien, aunque puede hablarse de normas no escritas generales para los comerciantes, en realidad los códigos utilizados son puestos en función de manera grupal, únicamente entre pequeños grupos de comerciantes, regularmente vecinos que comparten una misma porción del espacio total, o entre los miembros de cada organización, que por lo general se encuentran reunidos en torno a una misma área de venta. En general, puede hablarse de que el contenido de dichos códigos se basa en ciertos valores y normas que el comerciante tiene que cumplir y vigilar que se cumplan para que todo permanezca en orden. Principalmente, se destacan: el *respeto* hacia el lugar de trabajo y hacia los demás compañeros, la *solidaridad* con el colega que se puede expresar desde la ayuda para colocar algún implemento del puesto, hasta cambiar un billete o estar al tanto del puesto mientras el compañero sale de su lugar momentáneamente, la *limpieza*, la *actitud servicial* hacia el cliente, el mantener *un mínimo en el costo* de la mercancía de moda que se vende en más de un puesto para evitar la competencia desleal, la *vigilancia y protección* de los lugares de venta para evitar que se haga un mal uso de ellos, como venderlos o rentarlos a gente ajena al tianguis, el vigilar también que los productos que se expenden sean los que corresponden al carácter del tianguis, es decir, artesanías. La existencia de estos códigos de control colectivo sobre la labor de los comerciantes, ejercidos por ellos mismos, no ha implicado que algunos de los vendedores omitan la medida y lleven a cabo diversos actos que violan la normatividad implícita en el gremio, sin embargo, la sanción, aunque no se lleve a cabo de manera directa, representa un alto costo para el que infringe las reglas pues es sujeto, de entrada, a un escrutinio y señalamiento de los compañeros que lo presionan hasta que finalmente acata o se resiste, generando problemas de índole personal con sus compañeros. Estas formas de controlar colectivamente el desempeño del trabajo en el espacio de venta, aun cuando no son completamente visibles para el visitante ni tampoco están escritas en algún contrato o reglamento, condicionan el comportamiento laboral del vendedor y le orientan para el desarrollo de su actividad a tal grado que puede afirmarse que existe en la mayoría de ellos una internalización de dichos códigos normativos. Lo anterior se comprueba aun en los grupos de comerciantes que quedaron fuera del espacio de venta que albergó a la mayoría de los que trabajaban en el tianguis, tanto en la Casa del Artesano como en el patio del edificio delegacional, se continúan ejerciendo las

medidas de autocontrol colectivo descritas anteriormente, lo cual implica que en realidad se trata de una especie de *códigos de ética laboral* para el gremio de artesanos comerciantes, por lo menos para los que participaron en el tianguis de artesanías, que, como ya se afirma, coadyuva a controlar y orientar el desempeño de los comerciantes en el lugar de trabajo e incluso fuera de él.

Autogestión laboral del comerciante-artesano

No obstante, de que existen diferentes aspectos del trabajo que son controlados tanto por la autoridad como por las diferentes organizaciones y que se han mencionado anteriormente, el comerciante artesano posee el control sobre una gran parte de su dinámica laboral, tanto en lo que se refiere a la venta como, en casos específicos, el proceso de fabricación de artesanías.

En la primera de las actividades, el trabajo de vender, el comerciante tiene la capacidad de disponer sobre diversos ámbitos sin que exista una intervención directa de parte de otros actores, en todo caso, si llega a generarse cierta influencia sobre la forma de ejecutar algunas tareas por parte sobre todo del cliente pues, finalmente, hacia él es a quien orienta su trabajo integral.

De esta manera, el comerciante artesano puede decidir sobre el periodo de su jornada laboral pues, aunque la autoridad establece un horario fijo de operación para vender, al final son los comerciantes quienes establecen su horario de trabajo considerando a sus propias necesidades de asistir a trabajar, a su disciplina para hacerlo así como a su prioridad de ser consistente en el espacio de venta; asimismo, el comerciante puede decidir cuándo no trabajar, siempre y cuando no sobrepase los límites de tiempo resueltos por la comunidad laboral que puede conducir a que su ausencia se interprete como un acto de abandono hacia su lugar, es decir, cuando queda a decisión del vendedor el asistir a vender o no, de cualquier manera está obligado a comunicar este hecho a la organización de la que forma parte, sobre todo cuando las inasistencias son reiteradas. En esta última situación, la organización o los compañeros se encargan de resguardar el lugar hasta el regreso al trabajo del comerciante ausente, vigilando que nadie más lo ocupe.

Un aspecto importante de autocontrol por parte del comerciante es el referido al tipo de mercancía que vende. En este caso, los vendedores y artesanos eligen el tipo de artesanía para vender, siempre y cuando sean productos artesanales. No obstante, la variedad de artesanías que se venden dan muestra de la libre elección del comerciante para decidir los objetos que va a producir o a consumir para su reventa. En la opción de qué tipo de artesanía comercializar se encuentra la intuición, sensibilidad

y experiencia del sujeto para captar las necesidades de su clientela y para innovar en las artesanías así como demostrar su capacidad para ser creativo, lo cual es generalmente reconocido por sus consumidores, pero ello sin que exista una disposición coercitiva que le imponga lo que tiene que producir o revender, pues en última instancia, la decisión de qué tipo de artesanía vender es producto de las múltiples negociaciones que el comerciante tiene con sus clientes pero que no implica una sujeción total de su parte, aun en los artículos hechos sobre pedido, pues incluso en estos casos el fabricante o el revendedor tiene la libertad para considerar la técnica de elaboración que él considere más conveniente para fabricar tal o cual artesanía.

Por otro lado, el comerciante también posee el control sobre la opción en dónde proveerse, ya sea de materias primas para fabricar, en el caso de los artesanos, o de las artesanías ya elaboradas, en el caso de los artesanos revendedores. Esta actividad la realiza el comerciante artesano a voluntad considerando diversos aspectos relacionados con el comprar a un bajo costo así como a la calidad de los insumos, sin que la organización intervenga en ello. El control personal sobre dónde proveerse suele ser, en algunos casos, tan estricto que incluso entre los propios vendedores se mantiene oculta la información sobre los mejores proveedores, es decir, los que venden los productos a bajo costo o a crédito, situación que le otorga ventajas al comerciante sobre sus competidores.

Los comerciantes que son a la vez artesanos poseen, por su parte, el control sobre el proceso de fabricación, lo cual es posible gracias a que la producción es a pequeña escala y a que las técnicas de producción son adoptadas de manera compartimentada por el propio artesano, lo cual implica mantener en secreto dichas técnicas; de esta manera durante el proceso de fabricación el artesano controla sus medios de trabajo, la jornada de producción, la materia prima de la que se provee, la división del trabajo que establece con sus ayudantes que suelen ser familiares y el ritmo de trabajo, aunque este aspecto es relativo porque si bien el artesano dispone el tiempo que ocupa para producir, está también sujeto a la necesidad del cliente que le ha solicitado algún producto en particular.

Otro aspecto en donde el comerciante ejerce su capacidad de autogestión es sobre las técnicas de venta, de acuerdo con las necesidades y a su propio aprendizaje en la ocupación, sobre todo, en cuanto a la organización de la mercancía, la interacción con la clientela y la forma de armar el escenario del puesto.

La actividad de actualización de sus conocimientos sobre las técnicas de elaboración de mercancías, y sobre lo que está de moda en otros espacios similares nacional e internacionalmente, es otro de los aspectos en que el comerciante artesano tiene la capacidad de elegir cuándo, cómo y dónde realizarla. Una gran cantidad de comerciantes artesanos han asistido a diversos cursos sobre técnicas de elaboración de

artesanías con el objetivo de estar al tanto de las novedades con respecto al producto que expenden de forma especializada. En todo este proceso, la decisión última de optar por actualizarse o aprender nuevas técnicas le pertenece únicamente al comerciante sin la intervención de otros actores.

En el caso de los comerciantes que ocupan ayudantes, el comerciante propietario posee el control sobre la jornada de trabajo, las funciones a realizar, las técnicas de trabajo, el sueldo, el grado de enseñanza y gestiona además directamente la supervisión sobre el trabajo. Por último, el control sobre cuándo dejar de trabajar, soslayando los casos en que la autoridad ha intervenido para restringir la venta en la vía pública, en cuyo caso el abandono al trabajo es impuesto, también es decisión del comerciante y, en tanto que se mantenga con la capacidad para llevar a cabo su trabajo, y éste le continúe remunerando ingresos importantes, el comerciante permanece en él, incluso cuando se trate de personas con una edad avanzada. No obstante, en situaciones de crisis, como la generada a partir del desalojo de su espacio tradicional de trabajo, algunos comerciantes optaron por salirse de la ocupación y dedicarse a otra actividad, siendo finalmente una decisión tomada de manera personal aunque en cierta forma condicionada por las circunstancias.

La capacidad de autogestión del comerciante artesano sobre su trabajo, de esta manera, coadyuva a la generación de un sentimiento de apego irrestricto hacia la actividad y refuerza, con ello, el proceso de identidad con su ocupación debido a que no representa para él sólo un medio para solventar sus necesidades económicas sino a la vez un fin de realización personal al confluir en él todo su esfuerzo y creatividad, que finalmente no le son ajenos pues logra obtener directamente el producto de su labor, lo cual permite construir un sentido de orgullo y satisfacción con el trabajo realizado aún con la incertidumbre y las condiciones laborales padecidas.

Yo pienso que lo que le da sentido a mi trabajo es la posibilidad que tengo de plasmar mi creatividad en cada pieza que elaboro; no sólo soy vendedor sino que, al fabricar mis propios productos la gente que me compra se lleva algo de mí, no solamente mi buen trato hacia ella, sino [...] algo más, para mí por eso este trabajo, es un trabajo muy creativo y, por lo tanto, muy satisfactorio no sólo en lo económico (Silvia, 7 de febrero de 2010).

Las organizaciones de los comerciantes artesanos.

Tipos de organización y liderazgos.

Como se mencionó con anterioridad, las estructuras organizativas en el tianguis de artesanías que se gestaron históricamente tienen, en general, como punto de partida

dos diferentes asociaciones: una de carácter gremial y autónoma pero sin registro legal, el Grupo Artesanal Centenario Coyoacán y otra ya constituida previamente a la instalación de los primeros artesanos en el CH de Coyoacán, y que albergaba a este tipo de trabajadores de distintas partes del D.F. y de otras regiones del país: la Anaarmac la cual sí contaba con registro legal como asociación civil. Fue, justamente, bajo esta segunda organización en la cual se congregaron los comerciantes artesanos después de un primer intento de la autoridad por desalojarlos en 1989, debido a que fue necesario para concretar los acuerdos con la delegación que los comerciantes estuvieran representados y constituidos legalmente como asociación gremial, y la única organización que se encontraba registrada era la Anaarmac.

Bajo acrónimo de esta organización, la totalidad de los tianguistas artesanos se mantuvieron varios meses hasta que la intervención de la estructura de dirección de la asociación en la regencia del espacio de venta del Jardín Centenario motivó el que se escindiera un grupo de comerciantes que no estuvo de acuerdo con dicha injerencia de parte de la Anaarmac, y que se autodenominó como UNAI (Unión Nacional de Artesanos Independientes.). De aquí en adelante se irían desprendiendo otros grupos de la Anaarmac, los cuales dieron origen a distintas organizaciones, entre ellas la Asociación Nacional de Artesanos de Coyoacán (ANAC), Expositores de Artesanías y Alimentos Tradicionales de Coyoacán, Artesanos Independientes “Movimiento Manos que hablan”, UNAI 15 de mayo, entre otras.

Paralelamente a este proceso de atomización organizativa y a la conformación de nuevos grupos a partir de la primera de las asociaciones que representó a los comerciantes artesanos, sobre todo del Jardín Centenario, el tianguis al expandirse hacia las orillas de dicho espacio hasta invadir el jardín principal de la delegación que funge a la vez como explanada delegacional: el Jardín Hidalgo, otros nuevos comerciantes y artesanos, a muchos de los cuales no se les solicitaba como requisito que fueran artesanos genuinos, sino que se incorporaban tanto vendedores de alimentos como revendedores de artesanías y de otro tipo de objetos no artesanales, ya no formaban parte de las asociaciones existentes sino que fueron albergados en nuevas asociaciones y, una buena parte, aglutinados en organizaciones de carácter local que poseían integrantes de otros tipos de espacios de venta, tanto tianguis como concentraciones en vía pública y las cuales, además, a diferencia de las asociaciones surgidas en el Jardín Centenario, sí mostraban una orientación política definida y estaban ligadas a partidos políticos, sobre todo al PRD y PRI. Es el caso de la Organización Grupo Político Coyiztla, la Confederación de Comerciantes y Organizaciones Populares (CCOP) y la Alianza de Organizaciones Sociales Sección Coyoacán (AOS). En ellas la estructura organizativa difiere notablemente en comparación a las asociaciones originales de artesanos comerciantes que fundaron el tianguis de artesanías, como se verá a continuación.

La mayoría de las organizaciones de comerciantes artesanos están conformadas y registradas como Asociaciones Civiles, por lo cual su estructura de dirección se apega, precisamente, a ese modelo organizativo: un presidente, un secretario y tres vocales. De esta manera, cuando cada organización, o en conjunto, atienden asuntos relacionados con sus integrantes y tiene un carácter legal, la representación formal es como asociación civil, fungiendo el presidente como representante único; no obstante, paralelamente a esta estructura formal y legal, cada organización ha desarrollado una estructura organizativa cuya característica es su similitud en mayor medida a una organización social popular que a una asociación civil o, incluso, a una corporación gremial o sindical, sobre todo, porque la conformación de este tipo de organizaciones se da de manera espontánea con la libre voluntad de sus integrantes, y, regularmente, bajo el liderazgo de una persona o un pequeño grupo de personas, sin que su operación esté sancionada o reglamentada legalmente, lo cual no implica la inexistencia de una estructura y un orden establecido colectivamente y traducido en una normatividad que oriente las prácticas dentro del grupo.

De esta manera, la estructura organizativa paralela de las asociaciones se basa en el principio de la democracia representativa, en la cual los representantes tienen que ser electos por los demás integrantes por votación universal, no obstante, en cada organización este principio varía y es aplicado de manera particular. La primera organización, de la cual se desprenden la mayoría de las demás organizaciones de comerciantes artesanos de Coyoacán, la Anaurmac, se estructuraba y orientaba de acuerdo a los siguientes principios:

1. Se pretende construir una organización de corte democrático, entendiendo por esto que sus objetivos y logros son por y para sus integrantes en su perspectiva colectiva, y de ninguna manera para beneficio de unos cuantos.”
2. “Las finanzas, cualquiera que sea su volumen, nunca serán manejadas a espaldas de los que las aporten.”
3. “Aparte de conducirse por la línea democrática y no lucrativa, será siempre independiente. Su objetivo es social, y por lo tanto no puede incorporarse a partido político alguno.” “Ninguna organización política o social podrá romper con su autonomía” (*El Urbano*, 1990: 4).

En la etapa actual, la forma de agruparse de los comerciantes artesanos no ha variado significativamente ni tampoco los principios y objetivos arriba mencionados de tal manera que su fundamento organizativo sigue siendo el heredado de la organización ‘madre’ aunque con diversas modificaciones según el momento y caso concreto.

En general, puede afirmarse que existen varias formas de organización y liderazgo dentro del gremio de comerciantes artesanos, que bien pueden sintetizarse en dos tipos: organizaciones verticales con liderazgos autocráticos basados en una dominación de tipo carismático de carácter tradicional y organizaciones horizontales con liderazgos cuasi democráticos basados en una dominación de tipo legal y con un carácter aparentemente progresista. De acuerdo con Weber, la dominación carismática es aquella que “descansa en la entrega extracotidiana a la santidad, heroísmo o ejemplaridad de una persona y a las ordenaciones por ella creadas o reveladas” (Weber, 2004: 172) y la de tipo legal: “descansa en la creencia en la legalidad de ordenaciones estatuidas y de los derechos de mando de los llamados por esas ordenaciones a ejercer la autoridad (autoridad legal)” (Weber, 2004: 172).

En el primero de los casos, que es el que predomina, diversas organizaciones son dirigidas por una sola persona desde su formación, delegándose en ella la capacidad para decidir y disponer amparada en una legitimidad real o supuesta: “en la organización siempre lo hemos apoyado, él ha sido quien dice qué hacer y cómo hacerlo; le tenemos confianza porque fue quien nos empezó a organizar [...] es una persona muy inteligente y, pues, sabe hablar como la mayoría de nosotros no lo hacemos... por eso” (entrevista anónima, 21 de noviembre de 2009).

Las organizaciones de tipo vertical, poseen empero, una aparente estructura democrática, a saber: la asamblea general como órgano rector en donde se toman las decisiones; la comisión política cuya representación es precisamente electa en la asamblea y las demás comisiones que se desprenden de ésta. No obstante detrás de esta estructura se encuentra orientando y dirigiendo, incluso a la asamblea, el líder histórico y carismático.

Hubo ocasiones que discutíamos por que yo no estaba de acuerdo en como se estaban manejando las cosas ¿no?, yo veía que otras organizaciones tenían mejores condiciones y nosotros siempre estábamos mal, sin luz, sin información, así que externaba mi opinión pero inmediatamente nuestro representante empezaba a hablar y me daba argumentos que yo no entendía porque simplemente no tenía la información con la que él si contaba, así que todos los demás me empezaban a criticar... y echar grilla ¿no?... No tenía caso” (Claudia, 24 de octubre de 2009).

La forma de conducirse en las asambleas es un rasgo distintivo de la contradicción existente entre el discurso hegemónico de las asociaciones y sus prácticas político gremiales. Por un lado, se asumen como completamente democráticas y representativas pero, por otro, son sistemáticas sus prácticas caudillistas, ya que, todos los designios de los dirigentes son efectuados y legitimados en dichos actos utilizando el grado y tipo de consenso que poseen.

Lo mismo ocurre en las negociaciones con la autoridad. Para considerar quien es el encargado de asistir a las reuniones pocas veces se pide la opinión de los integrantes, pues de facto, el líder es quien se encarga de esa tarea de forma unipersonal o apoyado en su selecto grupo de representantes.

Es inevitable que sobresalga alguien, siempre hay el que habla más, el que grita más fuerte o el más alto o el menos chiviado ¿no?, de lo que se tratará aquí, o al menos lo hemos intentado es que ese que quiera chamber, o el más arrojado, intente llevar la voz colectiva, es decir, que rinda cuentas, un poco retomando, primitivamente pues, el mandar obedeciendo ¿no?, decir órale tu quieres ser nuestro representante, eres nuestro representante... este... pero sí te vamos a pedir cuentas... pero lo otro es inevitable, creo que en México existe una cultura caudillista históricamente (Antonio, 6 de febrero de 2010).³²

En el segundo de los casos, las organizaciones que intentan conducirse de forma democrática, se encuentran algunas diferencias. De igual manera, la personalidad que mantienen, jurídicamente, es la de una Asociación civil, pero de facto su estructura organizativa es otra: la asamblea general, la comisión política central y las subcomisiones, a las cuales están obligados a participar todos los miembros de la organización.

En este caso, sí existe elección por voto directo de los representantes, los cuales tienen que elegirse cada año, no pudiendo reelegirse para el periodo posterior inmediato, salvo que la asamblea excepcionalmente así lo determine. Al término del mandato de un representante, la asamblea está obligada a elegir un nuevo integrante de la Comisión Política y de las demás comisiones.

Se considera un liderazgo legal, siguiendo la definición weberiana, porque se basa en la creencia colectiva de la legalidad, o en su caso legitimidad, de las ordenaciones dispuestas en los estatutos de la organización, los cuales se intentan llevar a cabo al pie de la letra: “como asociación siempre hemos tenido estatutos, reglamentos, algo que nos regule y cuando la gente no cumplía eran expulsados de la asociación, lo cual era igual a dejar el espacio de trabajo ahí” (Enrique, 6 de febrero de 2010).

Con el objeto de detallar el análisis de las organizaciones de comerciantes artesanos, consideramos tres de las más importantes agrupaciones hasta el momento, tanto por la cantidad de sus miembros como por el grado de protagonismo en el proceso de lucha y negociación con la autoridad llevado a cabo por los tianguistas en 2008-2009, para explicar la forma en que se estructuran, el tipo de liderazgos existentes, los mecanismos de dominación, las relaciones de poder establecidas, sus estrategias y el grado de influencia que ello ha tenido para la constitución o no de la

³² Fundador y representante de la UNAI, 18 de agosto (QEPD).

identidad de sus miembros con la organización. Estas tres organizaciones son ANAC, UNAI 18 de Agosto y Artesanos Independientes Manos que hablan.

1) La ANAC surge como un desprendimiento de la Anaurmac, como ya se hizo referencia, a mediados de los años noventa. La forma en que se estructura es a través de comisiones: la comisión política, de finanzas, de propaganda, de cultura, siendo la Asamblea general la instancia superior de dirección y de toma de decisiones. En los estatutos de la asociación se establece que la elección de los representantes deberá de ser anual y se llevará a cabo por elecciones directas, una vez elegidos los candidatos en asamblea general. Como principio organizativo todos los integrantes de la Asociación están obligados a participar en las comisiones así como asistir de manera puntual a las reuniones y asambleas que la organización a través de la comisión política establezca.

El acceso de nuevos integrantes a la organización está restringido y sujeto a la aprobación de cada uno de los miembros, además de condicionar su aprobación demostrando tener conocimientos de técnicas sobre la fabricación de artesanías aún cuando no sea algo obligatorio el que se venda exclusivamente artesanías elaboradas sino que pueden ser de reventa. Esta asociación ha modificado sus formas de organizarse de acuerdo con la situación que establecen las condiciones de su trabajo, o la coyuntura política específica sobre todo en lo concerniente a la relación con la autoridad. En algunos casos, la elección de los representantes se ha llevado a cabo tal y como se establece en sus estatutos: cada año, sin embargo, en situaciones particulares, como lo fue el proceso de lucha vivido desde 2008 hasta finales de 2009, se ha prolongado el tiempo del actual representante debido a la necesidades de mantenerse de manera permanente en negociación con las autoridades y en coordinación con las demás organizaciones, por lo que se le ha otorgado por más tiempo la representación. En esta asociación la participación de sus integrantes ha sido fundamental para mantener una estructura horizontal en cuanto a la toma de decisiones. Ello debido, en parte, a que lejos de propiciar el crecimiento en cuanto al número de integrantes ha priorizado la consolidación del colectivo en cuanto a ser un organismo unido, cohesionado y lo suficientemente informado para generar alternativas de manera grupal, inhibiendo el surgimiento de liderazgos de tipo caudillista que monopolicen la gestión o el manejo de información relevante. Aunado a ello, existen mecanismos de enseñanza aprendizaje sobre los asuntos relacionados tanto con la gestión y la manera de negociar con la autoridad o con las otras organizaciones como en cuestiones de índole operativo, hacia los integrantes que en un momento dado son susceptibles de incorporarse a la dirección de la asociación, llevados a cabo por quienes son titulares en el momento previo a la nueva elección. Debido entonces al seguimiento de la reglamentación estatutaria de la asociación, al grado elevado de participación de los

integrantes, a la rotación de los representantes que como principio organizativo se plantean, establecimiento de mecanismos para la rendición de cuentas e información, asimismo del consenso como forma de tomar decisiones y no únicamente a través de votación, puede afirmarse que el tipo de liderazgo que existe de manera regular en esta asociación es de carácter legal, pues se basa en la creencia en la legalidad, expresado en el respeto a los estatutos y principios de la organización. El representante, entonces, logra mantener el consenso de la base de comerciantes siempre y cuando cumpla con las exigencias y requerimientos del colectivo y apegándose a sus normas fundamentales. En la medida en que, contrariamente a lo anterior, el representante se aparta de los principios de la organización, con prácticas no apoyadas por la colectividad, éste es susceptible de ser revocado. Es decir, se trata de un *consenso condicionado*: se genera sólo en la medida en que el representante cumple con las necesidades y principios del conjunto de los integrantes de la asociación, llegando a conformarse en un respaldo casi total, solamente matizado por la permanencia de una práctica arraigada en esta asociación como lo es la vigilancia colectiva hacia los representantes. Todo ello posee una implicación importante con respecto a la identificación que los miembros tienen hacia la organización. A ésta se le concibe como una 'familia', a la cual se tiene que proteger, desarrollar y vigilar constantemente; la organización no es algo ajeno sino parte importante del mismo mundo de vida laboral y social; es además el instrumento por el cual se garantiza el sostenimiento del espacio de trabajo y su defensa, por ende, participar en ella es una obligación no sólo normativa o sancionada, sino una obligación moral. De esta forma, la identidad colectiva en relación con la organización, en este caso concreto, se ha construido debido a la participación de todo el conjunto de integrantes en la toma de decisiones así como en la conducción del organismo, prácticas que han reforzado el sentimiento de pertenencia, pues lejos de concebirse como un ente externo y subordinante, se le significa como un medio necesario para el logro de las metas establecidas colectivamente y en las que la mayoría acordado y ayudado a generar. Lo cual no implica un seguimiento inconsciente hacia los líderes pues, justamente por la capacidad participativa de sus miembros, éstos se encuentran en un espacio de posibilidades para actuar de manera crítica ante una posible conducta autoritaria de los dirigentes utilizando la instancia de dirección máxima como lo es la asamblea, la cual asume la connotación de un *parlamento gremial*, más que de un estrado de legitimación de liderazgos autárquicos.

2) La Unión Nacional de Artesanos Independientes 18 de Agosto (UNAI) no es directamente un desprendimiento de la Anaurmac sino de la primera UNAI (15 de mayo) que si surge a partir de un rompimiento con aquella asociación. El núcleo principal de la organización es un grupo de antiguos estudiantes del CCH y la UNAM cuya

relación surge a partir del Movimiento Estudiantil de CU, por ello el grado de politización en este grupo es mayor que en otro tipo de organizaciones. Su orientación aunque es asumida de izquierda no supone una relación directa con partidos políticos como el PRD, de hecho mantienen una posición bastante crítica de los gobiernos surgidos de ese partido. Aunque, igual que en el caso de la ANAC, su estructura organizativa se basa en la horizontalidad en la toma de decisiones y en la facultad omnipotente de la asamblea general, la elección de los representantes no es necesariamente rotativa, sino que un mismo representante puede continuar en el cargo siempre y cuando la militancia esté de acuerdo y haya evaluado favorablemente su función. Desde su formación, atendiendo a esta posibilidad de reelección, la UNAI ha mantenido un dirigente principal y únicamente ha habido rotación de cargos de representación secundarios, como el de las comisiones. En el caso de esta organización se llevan a cabo reuniones y asambleas periódicas aunque en su mayoría son de carácter informativo, pues las decisiones fundamentales son tomadas por la dirigencia previamente y sólo se proponen y validan en las asambleas al conjunto de los integrantes quienes, en la mayoría de las veces, están de acuerdo con ellas pues el peso del dirigente único es fundamental. La conducción es vertical a tal grado que, integrantes que han criticado esa forma de actuar han sido expulsados de la asociación. Los comerciantes de base de la organización se refieren al dirigente como una persona altamente *capaz, inteligente y combativa* otorgándole su respaldo plenamente y negando que exista alguien con capacidades similares para suplirlo. Al tipo de dominación que sobresale en este caso puede atribuírsele el carácter de autárquico pues lo ejerce una sola persona aún cuando se apoye en un grupo elitista para llevar a cabo el control. Siendo, en este caso, un liderazgo fundamentalmente de tipo carismático, es decir, un liderazgo investido de “fuerzas o propiedades extraordinarias” (Weber, 2004), pero a la vez revestido con un carácter patrimonialista debido a que la organización es representada por quien la dirige y por los integrantes más cercanos a él como de su propiedad debido a que fueron “los fundadores”, y por lo cual el líder es el único capaz de orientar la acción de los demás integrantes quienes, en cambio, aceptan la conducción en tanto la gestión y seguridad de su actividad laboral permanezca intacta o por lo menos con el menor costo posible. De esta manera, puede afirmarse que el consenso generado está basado justamente en la creencia colectiva de que el dirigente histórico es el único capaz de conducir en buenos términos, con eficacia, la organización y nadie más podría llevarlo a cabo, es decir, se trata de un *consenso pasivo o delegatorio*, el dirigente posee el consenso de sus representados debido a que él es el único capaz de dirigir la organización, su voz y su decisión es la voz y decisión de la colectividad, se tome en cuenta o no a ésta; la base delega entonces la capacidad de decisión y de gestión al dirigente carismático.

Sin embargo, atrás del discurso de enaltecimiento hacia quien dirige por parte de los subalternos se esconden actitudes personales de tipo individualista, conformistas y de franca apatía de los asuntos relacionados con la organización, concentrándose únicamente en sus actividades estrictamente laborales, soslayando el quehacer organizativo al dirigente todopoderoso y a su séquito perpetuado en la representación. Aquí, más que hablar de identificación con la organización se expresa una identificación con el dirigente; a la organización se le concibe solamente de una manera utilitaria y pragmática, lo cual fue sintomático durante el proceso de lucha de los comerciantes en 2008, pues el grado de participación de la mayoría de los integrantes de esta organización fue minoritaria. En general, como ya se indica, se asume una actitud de apatía con relación a los asuntos relacionados con la organización, por parte de la mayoría de sus integrantes.

3 La Organización Artesanos Independientes ‘Manos que hablan’, surge de la división de la Asociación de Artesanos Xiutecutli, desprendimiento a su vez, al igual que las asociaciones anteriores, de la Anaurmac. Su característica es que únicamente aglutina a comerciantes que son artesanos. Uno de sus principios es, precisamente, que quienes integran la asociación tienen que ser fabricantes y manejar técnicas de elaboración de artesanías. Esta organización plantea una crítica incesante a los revendedores de artesanías a quienes se les considera como personas que desvirtúan la esencia del tianguis. Otra de sus características es que está conformada en 40% por artesanos originarios de diferentes regiones y etnias del país, principalmente huicholes, otomíes y mazahuas. Su estructura organizativa, aunque similar a las dos anteriores, es decir, la asamblea general como órgano rector y la división de la representación en comisiones, de facto, es únicamente una persona quien dirige y controla la organización, siendo tomadas por él todas las decisiones relacionadas con el espacio de trabajo, llevando a las reuniones con la base la información sobre las decisiones tomadas pero sin realizar una consulta previa. El dirigente posee educación universitaria y se asume como heredero de la contracultura de los años setenta. Éste es ampliamente reconocido como el líder de la asociación por los demás integrantes y su liderazgo no tiene aparentemente oposición sino que su representación goza del consenso total de los integrantes. La dirección asume una actitud paternalista hacia sus representados, por lo cual tiene la potestad de otorgar favores y resolver los problemas de quienes acuden a él. Por poseer ciertas habilidades para negociar y contar con algún grado de carisma sus representados se subordinan de manera casi absoluta a lo que él dispone, sobre todo reforzado esto último a partir de que se separan de la primera organización. El tipo de dominación que aquí se encuentra es igualmente de carácter autárquico, es decir, basado en una representación única y el tipo de liderazgo que se asume es una combinación entre el tipo tradicional y el carismático,

pues no sólo se le atribuyen capacidades extraordinarias, imposibles de que alguien más las tenga, sino también se le reconoce como el líder moral e histórico, el patriarca del grupo, sin necesidad de esforzarse por consensar de manera recurrente la legitimidad de su representación con la base. De esta forma se genera un tipo de consenso basado en la aceptación y subordinación tácita hacia quien dirige, pues se le concibe como el único realmente capaz para realizar las tareas de gestión. Así, el tipo de identificación que los miembros tienen con la organización se relaciona directamente con el tipo de consenso existente, y aunque se asuman como parte de la asociación ésta se relaciona más como un producto de quien la dirige que como una construcción colectiva. Con ello, la subordinación hacia el dirigente ha conllevado cierto grado de lealtad e identificación con la asociación, debido a que, mostrando sentido de pertenencia al organismo, se expresa al mismo tiempo lealtad hacia el líder. Por ello, podría afirmarse que el tipo de consenso en que se basa la legitimidad del dirigente es, igual que en el caso anterior un *consenso pasivo*.

Coordinación y relaciones de poder entre las organizaciones gremiales

Como ya se refiere, los comerciantes artesanos desde su etapa inicial en el Centro Histórico de Coyoacán desarrollaron estructuras organizativas para defender sus intereses y promover la actividad de venta y fabricación de artesanías de diversas formas. No obstante, el proceso de organización no ha sido homogéneo y sin contradicciones sino que estos actores han protagonizado diversos momentos de ruptura y conflictividad interna, que han dado lugar a la conformación de una heterogeneidad de organizaciones con lineamientos y estrategias diferentes que, sin embargo, en momentos coyunturales no ha sido impedimento para establecer una coordinación general entre ellas, por lo menos con la participación de la mayoría, lo cual puede expresar cierto grado de identificación colectiva de tipo gremialista que se ha ido construyendo para fines muy concretos y respondiendo a problemáticas o eventos específicos.

Durante la etapa de venta en los jardines, en los periodos no conflictivos con la autoridad, las organizaciones de comerciantes lograban coordinarse para realizar actividades de difusión del tianguis y de los productos que en él se expendían. Es decir, la coordinación, en este caso, tenía el objetivo de legitimar públicamente el espacio de venta, cuestión que beneficiaba, por supuesto, a todos los integrantes del tianguis, fueran de cualquier organización. Por ello, con regularidad los colectivos se reunían y coordinaban para realizar diversas actividades culturales y conmemorativas que lograba atraer un número mayor de visitantes.

Pero, además de este tipo de coordinación, de carácter operativo, en periodos de conflicto con la delegación las diferentes agrupaciones hacían reuniones plenarias para establecer las estrategias de respuesta a la autoridad como gremio. En este sentido, en el reciente proceso de lucha, las organizaciones se coordinaron a través de dos instancias, una, que fue la que dirigió y mantuvo el movimiento de resistencia ejecutando diversas acciones colectivas, en la que participaron la mayoría de las organizaciones existentes, y otra que fue la que asumió desde un inicio una posición conciliadora y negociadora con la autoridad aceptando tácitamente la reubicación de sus espacios de venta, en ésta confluyeron sólo algunas organizaciones sobre todo de los autodenominados como *artesanos puros*. El porqué optar por la división como gremio, en lugar de enfrentar el conflicto de manera unida y cohesionada, lo explica de algún modo la posición que había mantenido el último grupo históricamente de presentarse ante el público y ante la autoridad, haciendo manifiesta la disputa con sus demás compañeros del tianguis, como los *verdaderos artesanos* de Coyoacán. Es decir, dieron muestra de una *ruptura identitaria* que ya existía previamente con respecto a los otros comerciantes, aunque hubieran compartido el mismo espacio durante 25 años y aunque, en otros momentos, hubieran establecido alguna coordinación con ellos. De esta manera, este último grupo aceptó desde un inicio la propuesta de parte de la autoridad de trasladar el espacio de venta a la Alameda Sur y, posteriormente, negoció con la autoridad la ocupación de la Casa del Artesano, recinto que se remodeló para albergar, en 2001 a los comerciantes del tianguis de artesanías en lo que fue el primer intento de desalojo y reubicación de la autoridad delegacional, en este caso, encabezada por María Rojo.

De parte de la otra Coordinadora de Organizaciones por la Defensa del tianguis de Artesanías de Coyoacán, como se autodenominó, se concretaron formas de trabajo conjuntas para enfrentar el conflicto, aunque sin perder cada una de las asociaciones su propia identidad como grupo, sobre todo en la etapa inicial del proceso de lucha. No obstante, dicho proceso vino a poner a prueba el grado de consolidación de las organizaciones y el carácter supuestamente democrático de las mismas. Y una de las formas en que se reflejó lo anterior fue en el nivel de participación en la acción colectiva de parte de sus integrantes. De hecho, una gran parte de las organizaciones reunidas en torno a esta coordinadora se fragmentaron apenas iniciado el conflicto, por un lado, algunos de sus miembros decidieron no enfrentar a la autoridad y comenzar a buscar espacios alternativos para poder continuar desarrollando su trabajo de venta, por otro, diversos comerciantes pertenecientes a algunas organizaciones, en la medida en que se desarrolló el proceso de lucha, pasaron a formar parte, o por lo menos a coordinarse, de manera personal, con las asociaciones que, hasta entonces, habían mostrado mayor capacidad estratégica, mayor grado de participación de sus

integrantes y mayor coherencia con el discurso que manejaban, principalmente la ANAC, la UNAI 18 de agosto y la Asociación Manos que hablan. Estas organizaciones, junto con otras de menor tamaño, se mantuvieron unidas hasta la culminación del movimiento de resistencia y, posteriormente, definieron en conjunto la reubicación de los agremiados en el nuevo espacio denominado Bazar Artesanal Mexicano, el cual albergó a la mayoría de los comerciantes del tianguis de artesanías en el primer piso, y en la planta baja a los artesanos comerciantes que ya de por sí ocupaban dicho espacio anteriormente.

Empero, aunque se hable de una coordinación entre las distintas organizaciones por medio de sus representantes, no se puede omitir la existencia de diferentes disputas internas por la representación del movimiento en contra del desalojo llevado a cabo por los diferentes líderes de cada organización. De esta manera, la forma en que se expresó la tendencia al protagonismo por parte de los líderes fue en las negociaciones con la autoridad y en el ocupar a los diversos medios de comunicación que estuvieron cubriendo el conflicto. Las diferencias en cuanto a las tácticas a recurrir y una manifiesta incapacidad para consensar entre los diferentes liderazgos dieron lugar, sobre todo después de un año de iniciado el conflicto, a que las acciones emprendidas como movimiento por la defensa del espacio de trabajo, fueran bastante débiles no sólo en cuanto al número de comerciantes que participaron en ellas sino también en cuanto a su efectividad por el nulo alcance político y mediático de las movilizaciones. A esta falta de capacidad de las organizaciones para concretar una coordinación efectiva, que implicaba soslayar actitudes voluntaristas y caudillistas, se aunó la existencia de un principio normativo esencial dentro de la mayoría de las organizaciones de comerciantes artesanos de Coyoacán y el cual han albergado desde su conformación hasta la fecha: la regla de excluir cualquier tipo de intervención por parte de organizaciones, grupos o partidos políticos ajenos al gremio de artesanos urbanos, incluso cuando fuera para solidarizarse con el movimiento que estaban emprendiendo. Con ello, a diversas agrupaciones sociales de izquierda, principalmente, se les relegó el apoyo que ofrecieron en distintos momentos del proceso de lucha, no sólo numéricamente —por ejemplo en las movilizaciones—, sino incluso en cuestiones de logística y recursos para llevar a cabo actividades de propaganda. Lo anterior fue justificado por parte de los líderes mencionando que otras fuerzas políticas podían utilizar el movimiento para conseguir objetivos particulares y diferentes a los que realmente se buscaban. Así pues, la coordinación de las agrupaciones de comerciantes terminó en una situación bastante endeble y con una clara tendencia a la ruptura total en la última etapa del movimiento, justo meses antes de que optaran por ceder y aceptar la reubicación de su espacio de venta.

De hecho, la situación actual de las organizaciones que ocupan el recinto del Bazar Artesanal Mexicano, es de una carencia explícita de consenso y, nuevamente, una incapacidad para coordinarse y plantear una demanda colectiva a la autoridad en cuanto a las condiciones de trabajo que experimentan. Finalmente, lo que expresa la imposibilidad, hasta el momento, de constituirse en un frente común es el carácter mismo de las organizaciones, las cuales han sido orientadas por liderazgos caudillistas y patrimonialistas, como ya se indica anteriormente, que impiden que la decisión en cuanto a organizarse como gremio, más que como grupos con lazos familiares o amistosos, sea tomada no de manera unipersonal o grupal sino colectivamente por parte de todos los sujetos que integran el espacio de trabajo.

Empero, la falta de coordinación eficaz y la unidad gremial para la acción colectiva que se ha demostrado por parte de los comerciantes artesanos no indica, necesariamente, una falta de identificación colectiva como gremio. En todo caso, lo que expresa es el peso que tienen los líderes en la toma de decisiones y lo antidemocrático de las mismas, pues la disputa por el poder de la representación gremial, que ha devenido en conflictos incluso de carácter personal, obstaculizan un proceso de organización y unidad como gremio que prescindiera de la atomización que ha existido y que, en la situación actual, se manifiesta de forma más definida, al grado de que espacialmente se encuentren fragmentados en distintos lugares de trabajo. Lo anterior no deja de ser contradictorio con el sentimiento de pertenencia que como grupo de comerciantes artesanos mantienen la mayoría de ellos, aun estando en diferentes organizaciones e incluso vendiendo en diferentes espacios.

La acción colectiva de los comerciantes artesanos por la defensa de su espacio de trabajo

Si bien la acción colectiva, como se demuestra en diferentes estudios, no se circunscribe necesariamente a la acción pública en las calles y a manifestaciones masivas, sino que también implica a las acciones más inmediatas de los sujetos o que no impliquen grandes demostraciones públicas del sentir de diferentes movimientos colectivos, como las acciones de resistencia dentro del entorno laboral cotidiano de los sujetos como el tortuguismo, el boicot, entre otros, en el caso concreto de los comerciantes artesanos de Coyoacán quienes generaron un movimiento social de resistencia por la defensa de su espacio de trabajo, si es posible hablar de una acción colectiva ‘tradicional’, es decir, pública y expresamente manifiesta del sentir colectivo, así como una acción de lucha gremial contra un enemigo común, el gobierno delegacional de Coyoacán y el gobierno central encabezado por Marcelo Ebrard.

Durante los 25 años de existencia del tianguis de Artesanías de Coyoacán, como se ha mencionado a lo largo del texto, los comerciantes artesanos a través de sus organizaciones lograron contener los primeros intentos de desalojo por parte de la autoridad, primero resistiendo y movilizándose y enseguida dando pie a la negociación con las autoridades en turno. Con el fin de poder mantenerse en su espacio de trabajo las organizaciones optaron por dialogar con el gobierno, tanto en el nivel delegacional como con el gobierno central de la capital, a fin de garantizar la operación del tianguis, aún cuando se vieron obligados a ceder en aspectos importantes el control sobre el espacio de trabajo hacia la misma autoridad.

Lo que ha caracterizado la historia de los comerciantes artesanos en el espacio público de Coyoacán ha sido justamente la tendencia a dialogar y aceptar las regulaciones gubernamentales sobre la operación del tianguis. Hecho que pudieron seguir llevando a cabo hasta 2008 con Heberto Castillo. Con esta persona como delegado, los comerciantes firmaron al menos un convenio que se basaba en los concretados por sus antecesores, para acordar las normas mínimas que se tenían que cumplir con objeto de que el tianguis pudiera seguir operando sin ningún problema. No obstante, justo cuando los comerciantes se disponían a cumplir con dichos requerimientos, la autoridad decidió soslayar el acuerdo y desalojar a los tianguistas el 24 de marzo de 2008, aduciendo un cierre temporal de los jardines Centenario e Hidalgo para el mejoramiento de su imagen.

Empero, el acto que fue determinante para que los comerciantes iniciaran un movimiento de resistencia, no fue propiamente el cierre de los jardines pues, previamente, los representantes de los comerciantes intentaron negociar con la autoridad la colocación del tianguis en las calles adyacentes en tanto se terminaban las obras de restauración en el CH de Coyoacán, sino sobre todo la actitud autoritaria de Heberto Castillo expresada en la colocación a lo largo de las plazas de cientos de granaderos y en su negativa de dialogar con los vendedores. Este singular hecho fue el *punto de ignición* que causó diversas reacciones en los comerciantes, pues, no es totalmente posible hablar de la generación de un sentimiento colectivo de agravio, sino que se configuraron diversos elementos de carácter subjetivo como sentimientos de miedo, impotencia, confusión y razonamientos basados en un pensamiento fatalista y de desesperación y, en algunos casos, actitudes de obediencia y subordinación a las disposiciones de la autoridad por más impositivas que éstas hayan sido. Esta configuración subjetiva contradictoria generada en torno al desalojo influyó, en buena medida, a la disposición para la acción colectiva por parte de los integrantes del tianguis. En la mayoría, el sentimiento de agravio se fue construyendo colectivamente en la medida en que el gobierno se mantuvo en su posición autoritaria, teniendo que soslayar el miedo y la confusión iniciales originando a su vez, una regia voluntad

a actuar para defender su espacio de trabajo. Pero, en casos específicos como en algunas organizaciones de artesanos, no fue así, sino que prevaleció en ellos un pensamiento de aceptación a su situación de pérdida definitiva del espacio de trabajo y de obediencia a fin de mostrar disposición hacia la autoridad y así poder conseguir algunas otras prerrogativas, entre ellas, la de poder vender en otro espacio y organizar exposiciones en algunas otras plazas de la capital, sin ninguna intención de participar en la lucha iniciada por sus compañeros.

Así pues, la voluntad para actuar por parte de la mayoría de los comerciantes fue un recurso que los representantes con mayor claridad política administraron para orientar al movimiento a ejercer una fuerte presión hacia la autoridad. Aunque es importante señalar que, al menos dentro de cada organización que participó activamente, siempre se mantuvieron en funcionamiento los códigos normativos relacionados con el tipo de acciones que se tenían que realizar; es decir, acciones colectivas firmes pero pacíficas, rechazando la violencia tanto la propia como la de la fuerza pública y la demanda permanente de diálogo antes que el enfrentamiento. De hecho, puede afirmarse que ambos códigos de ética para la acción: el pacifismo y el diálogo, fueron los que orientaron la estrategia del movimiento de resistencia de los comerciantes artesanos y que fue evidente hasta el último momento de dicho proceso. Esas orientaciones fueron las que impidieron que se desbordara el coraje sentido de muchos de los tianguistas en diversos momentos en que la fuerza pública amenazaba con reprimirlos abiertamente.

La noche del domingo 23 de marzo de 2008, una vez que los comerciantes artesanos se habían retirado de su espacio de trabajo en los jardines Centenario e Hidalgo del CH de Coyoacán, decenas de granaderos se encontraban apostados sobre las inmediaciones de la plaza central de la delegación y alrededor de los jardines, personal de obras públicas colocó malla ciclónica para impedir el paso. Con esta acción, la autoridad encabezada por Heberto Castillo da inicio a su decisión de acabar de una vez por todas y de una forma unilateral con el tianguis de artesanías que se instalaba en el CH desde hacía más de veinticinco años.³³

Pero, a su vez, también comenzó la primera etapa del movimiento de comerciantes artesanos por la defensa de su espacio tradicional de trabajo. De hecho, de manera

³³ En el periódico *La Jornada* del día 26 de marzo se comentó en relación con el desalojo: “Para asombro de los paseantes, el ingreso a los jardines del centro histórico de Coyoacán quedó cerrado. Con taladros, las losas de cemento fueron levantadas y sobre la malla metálica que se levantó, un sinnúmero de carteles de protesta fueron colocados por artesanos y comerciantes del Tianguis Cultural de Coyoacán, en los cuales demandan a las autoridades de la ciudad y delegacional ser reubicados” Josefina Quintero, *La Jornada*, 2008, sección Capital.

inmediata, ante una acción por parte de la autoridad que los comerciantes a través de sus representantes ya veían venir desde semanas antes, un grupo representativo de tianguistas se reunió el 24 de febrero con el titular de programas delegacionales, Héctor Serrano, para tratar la problemática generada tras el cierre de su espacio de trabajo (*La Jornada*, 2008). Meses antes, los comerciantes se habían reunido en diversas ocasiones con funcionarios del gobierno delegacional con el fin de llegar a un acuerdo con respecto a su salida temporal de los jardines ante el proyecto de restauración de los mismos que la autoridad ya había declarado como inminente, sin llegar a ningún arreglo. Todavía a finales de 2007, la representación gremial de los tianguistas había elaborado en conjunto con la autoridad un proyecto de ordenamiento del tianguis, en el se planteaban diversas acciones para regularizar el número de comerciantes y mejorar la imagen urbana de dicho centro de comercialización de artesanías. Este acuerdo llevó a que los vendedores comenzaran a modificar la imagen de los puestos, con el fin de mostrar más orden y homogeneidad, con una imagen distinta a la que comúnmente tienen los tianguis de otras partes de la ciudad;³⁴ empero, las acciones de mejoramiento del tianguis, ya emprendidas por los tianguistas, sirvieron de muy poco para inhibir la intención de Castillo por desalojar completamente los jardines del comercio de artesanías, aun con el desacuerdo no sólo de los trabajadores sino también del público consumidor.

Desde el primer día, posterior al inicio de la ofensiva de las autoridades delegacionales contra el tianguis de artesanías, los comerciantes comenzaron un plantón permanente dentro de la plaza con el objetivo tanto de informar sobre lo sucedido a los visitantes como de presionar a la autoridad para dialogar.³⁵ Esta primera etapa de ofensiva gubernamental y repliegue táctico defensivo con el objetivo de organizarse por parte del gremio de comerciantes artesanos abarcó las primeras semanas del conflicto, en las cuales, la autoridad mantuvo cerrada cualquier posibilidad de llegar a un acuerdo con los tianguistas y su discurso giraba en torno a la pertinencia y legalidad de sus acciones pues se trataba, según afirmaban públicamente, de un hecho de gobierno que beneficiaría tanto a habitantes como a visitantes de la plaza central de Coyoacán, por lo cual se justificaba el desplazamiento de los vendedores aunque

³⁴ El acuerdo fue firmado entre la representación de comerciantes y la subdelegada jurídica y de gobierno licenciada Rosario Tapía Medina.

³⁵ “Sin un acuerdo para la reubicación de cerca de 500 artesanos y comerciantes que instalan los fines de semana el tianguis cultural en el centro de Coyoacán, se iniciaron las obras de rehabilitación en los jardines Hidalgo y Centenario, lo que motivó protestas de los afectados, quienes desde ayer instalaron un plantón que mantendrán hasta no contar con una respuesta de las autoridades capitalinas” (González, 2008).

no pudieran ejercer su trabajo y, por tanto, percibir los ingresos que cada semana con su actividad lograban obtener. Por su parte, los comerciantes, a través de las organizaciones gremiales, además de las acciones de resistencia concretadas en el plantón permanente, iniciaron la solicitud de múltiples amparos contra la acción gubernamental que como permisionarios del espacio de venta tenían derecho por haber sido reconocidos y validados oficialmente por la delegación durante, por lo menos, diez años, así como una queja ante la Comisión de Derechos Humanos del Distrito Federal (CDHDF).³⁶

Como respuesta a las acciones de los comerciantes, el gobierno propone reubicar a los tianguistas pero en la Alameda Sur, propuesta que es aceptada sólo por una parte minúscula de las asociaciones de artesanos, sin embargo, la mayoría se mantiene en el plantón en el centro de Coyoacán como rechazo a la reubicación argumentando que la clientela que usualmente los visitaba difícilmente lo haría en otro espacio diferente.

El logro que obtuvieron los comerciantes por los amparos interpuestos³⁷ provocó el cambio de estrategia por parte del gobierno, pues su acción de desalojo se vio obstaculizada por un proceso legal entablado por los artesanos que definitivamente no esperaba. Asimismo, lejos de que los comerciantes respondieran a la disposición de una mayor cantidad de granaderos en sus espacios de trabajo de una manera violenta, aquellos mantuvieron la organización y acciones pacíficas que se concretaron en una campaña permanente de propaganda de su movimiento de resistencia y en la realización de diversas actividades político culturales, así como la recolección de firmas de toda la gente que seguía visitando la plaza en busca del tianguis de artesanías.

El apoyo masivo de visitantes y clientela cautiva hacia el tianguis de Artesanías fue un hecho que el gobierno había soslayado en su proyecto inicial de desalojo de los comerciantes artesanos, pues su análisis estuvo basado en los argumentos vertidos por un grupo de vecinos contrarios al tianguis, los cuales afirmaban que el espacio de venta de artesanías en el Centro Histórico inhibía el turismo, pues afeaba la imagen del “patrimonio arquitectónico colonial”.³⁸ Sin embargo, lejos del pronóstico

³⁶ La queja ante la CDHDF fue por “violación a las garantías individuales”, así como por coartar su “libertad de expresión”, en contra del delegado Heberto Castillo.

³⁷ Para el domingo 30 de marzo, la Suprema Corte de Justicia Federal había concedido seis amparos a comerciantes para que pudieran seguir laborando en sus espacios de trabajo, considerando que su actividad se encontraba dentro de la ley al haber cumplido con todos los requisitos que la autoridad les había solicitado para poder vender en la vía pública, entre ellos el pago de derecho por el uso de suelo, el pago de energía eléctrica, el registro ante el Programa de reordenamiento como permisionarios.

³⁸ El desalojo del tianguis fue promovido y apoyado por el Patronato “Amigos de Coyoacán”, encabezado por Alejandro Martí, dueño de las tiendas deportivas Martí y conformado por 14 empresarios,

tanto de Heberto Castillo como de aquel grupo vecinal, la gran mayoría de visitantes, turistas nacionales y extranjeros, volcaron su apoyo hacia los comerciantes, a los cuales se sumó una cantidad importante de organizaciones sociales y políticas de izquierda, sobre todo afines al zapatismo. Así, pues, lo que para el gobierno, haciendo eco de lo acontecido en el Centro Histórico de la capital con los vendedores ambulantes, pretendía fuera un desalojo sin problemas y sin una respuesta contundente por parte de los tianguistas, ocurrió exactamente lo contrario. Ello debido, en parte, a la existencia en el tianguis de una estructura organizativa mas o menos consistente y cuyo logro mayor había sido, hasta ese momento, soslayar su incorporación al aparato corporativo partidista o gubernamental que hubiera podido encauzar el movimiento de resistencia hacia una situación más favorable al gobierno delegacional. Aunado a ello, el soporte básico de los comerciantes que decidieron emprender el movimiento de resistencia antes que sólo obedecer y conformarse con la propuesta inicial de reubicación del gobierno, fue la familia. En una cantidad importante de comerciantes, sus familias constituyeron una fuente de reserva estratégica, moral y económica que hizo posible la disposición prolongada del accionar colectivo.

De esta manera, a la ofensiva inicial del gobierno los comerciantes opusieron una ampliación y difusión de su movimiento con lo cual lograron equilibrar la correlación de fuerzas, obligando al gobierno delegacional a dialogar debido a la presencia inmediata en los medios de comunicación del conflicto por el desalojo del tianguis. Producto de esta aceptación al diálogo, con lo cual se inicia la segunda etapa del conflicto en diciembre de 2008, ambas partes acuerdan la extensión de permisos temporales para vender en la zona no ocupada por la policía y el personal de obras públicas, es decir alrededor de los jardines. Este hecho, aunque no supuso en ninguna forma la victoria del movimiento, representó en ese momento un respiro para los comerciantes, pues habían permanecido más de medio año sin ningún tipo de ingreso por la imposibilidad de vender en sus espacios de trabajo.³⁹ Es en este periodo también cuando los autodenominados como “artesanos puros”, quienes habían aceptado la oferta gubernamental de trasladarse a la Alameda Sur, deciden una parte de ellos

intelectuales, artistas y vecinos como Carmen Aguilar Zinser, descendiente de Miguel Ángel de Quevedo. El Patronato fue creado justamente para impulsar el “rescate del centro histórico de Coyoacán” *Reforma*, 2008.

³⁹ “Con la resistencia (nueve meses de plantón, varias marchas y diversos eventos culturales de protesta) llegamos a una tregua con el gobierno y actualmente hemos reinstalado el tianguis, pero aún persiste la amenaza de las autoridades de desaparecer el tianguis artesanal y cultural de Coyoacán. Por esta razón solicitamos tu apoyo para expresar el rechazo de esta decisión arbitraria que atenta contra la cultura y tradiciones de los mexicanos” (hoja volante, diciembre 2008).

regresar al Centro de Coyoacán en lo que la mayoría de los comerciantes que si persistieron en este lugar desde un inicio calificaron como “acción oportunista”. Aunado a la emisión de permisos se comenzaron a llevar a cabo mesas de negociación permanentes con el fin de buscar una solución al conflicto que, para este momento, había ya rebasado la capacidad política de Heberto Castillo y su gobierno. Sin embargo, dichas mesas de negociación lo que realmente produjeron fue un alargamiento del conflicto más que su solución, debido a que la actitud de las autoridades no varió de su posición inicial. Los portavoces de la delegación en las diversas mesas que se realizaban semanalmente lo único que pretendían negociar con los comerciantes era el lugar de la reubicación del tianguis no, como lo demandaban los representantes del gremio, las condiciones para el regreso a su espacio de trabajo en los jardines Centenario e Hidalgo. Lo anterior, si bien no ofrecía ningún resultado concreto, al menos la situación de interlocución entre autoridades y vendedores hacia posible que estos últimos pudieran seguir comercializando sus artesanías aun dentro del Plantón que realizaban como una forma de protesta ‘pacífica’, según los propios comerciantes.

Paralelamente a las negociaciones, empero, ambos actores intentaban presionarse mutuamente de diversas maneras. El gobierno, por un lado, proseguía con los trabajos de ‘mejoramiento’ de los jardines, pero alargando su culminación hasta el punto de mantener la maquinaria estacionada sin que se realizara ninguna labor durante semanas enteras, además de manera sistemática se acosaba persistentemente a quienes se mantenían en el plantón, impidiéndoles colocarse o confiscando el material que utilizaban para difundir su movimiento, esto como una acción adicional al sostenimiento de la Policía a lo largo de los Jardines. Por otro lado, las organizaciones de comerciantes continuaban realizando diversas acciones colectivas, además del plantón permanente, sobre todo para buscar el apoyo de la población, entre ellas: enviar cartas de denuncia a los periódicos, emitir comunicados a diversos medios fijando la posición de quienes encabezaban el movimiento, difundir un boletín elaborado expresamente para el proceso de lucha,⁴⁰ informar del proceso por medio de la *web* en un *blog* que se había creado para tal fin, realizar diversos foros y actos culturales. Dichas acciones, aunque eran realizadas por la mayoría de las organizaciones, algunas de ellas llevaban a cabo otras actividades por su cuenta sin la intención de coordinarse con las demás si no para lo más esencial, hecho que a la larga fue totalmente negativo para el movimiento en su conjunto. Lo que se comenzaba ya a expresar en este momento era cierto debilitamiento de la voluntad de actuar por parte de una cantidad importante

⁴⁰ El boletín tenía el título de *Artesanas por la defensa del espacio público*.

de comerciantes, quienes, al poder seguir vendiendo gracias a los permisos temporales emitidos por el gobierno privó en ellos una actitud individualista y de pasividad con respecto a las actividades de quienes pretendían mantener con vida el proceso de lucha.

En enero de 2009, Heberto Castillo emite una nueva propuesta al contingente de comerciantes artesanos en lucha, la cual consistió en ofrecerles la reubicación del tianguis a un espacio cerrado dentro del mismo Centro Histórico de Coyoacán, dejando atrás su primer planteamiento de reubicarlo hacia otro lugar. Este espacio sería el antiguo estacionamiento de la Delegación que otro grupo de artesanos ya ocupaba desde hacía veinte años, motivo por el cual estuvieron en principio en contra de la medida proyectada por Castillo argumentando que quienes deberían decidir el futuro de dicho lugar eran ellos dada su antigüedad en él. Sin embargo, la propuesta fue inmediatamente rechazada por los tianguistas.⁴¹

Para marzo, un año después del desalojo, los comerciantes artesanos realizan una movilización hacia la oficina central del jefe de gobierno Marcelo Ebrard partiendo del edificio de programas delegacionales con el fin de demandar el respeto a su derecho al trabajo, así como al convenio establecido con Heberto Castillo meses antes de que iniciara los trabajos de remodelación de los jardines.⁴² Sin embargo, el delegado de Coyoacán mantiene su postura de reubicar al tianguis de artesanías con el objetivo de que las áreas que ocupaba quedaran libres de cualquier acto de venta ambulante. La situación entonces se encontraba en un *impasse* aún cuando la coyuntura electoral para elegir al nuevo delegado estaba a punto de alcanzar su punto más álgido en julio. Lo anterior, representaba una medida de presión adicional para el gobierno de Heberto Castillo quien pretendió culminar el conflicto con los vendedores meses antes de iniciar las campañas políticas de los aspirantes a delegados.

La correlación de fuerzas para este momento llegó a una situación ampliamente favorable para los artesanos debido al contexto político electoral, pues el objetivo del gobierno central del D.F. era que el próximo delegado arribara sin la problemática del tianguis a costas. El alargamiento del conflicto lo que provocó en la esfera gubernamental fue la pérdida de legitimidad de Heberto Castillo tanto por parte de un amplio número de habitantes del valle de Coyoacán, como del gobierno central y el

⁴¹ “Rechazan artesanos de Coyoacán ser reubicados. El punto conflictivo es que solo podrán ingresar 250 de 500 comerciantes que se instalaban cada fin de semana en ambas plazas (*El Universal*, 2009)..

⁴² En general el pliego petitorio de los comerciantes era: *a)* reinstalación del tianguis; *b)* reconocer los convenios anteriores; *c)* rechazo total al proyecto del bazar artesanal; *d)* reconocimiento de todos los permisionarios del programa; *e)* instalación de mesas de trabajo con la delegación.

sector hegemónico en la capital del PRD. Sin embargo, aun con el debilitamiento político evidente de Heberto Castillo, los comerciantes artesanos no tuvieron la capacidad para realizar un movimiento más contundente y con la fuerza suficiente para aprovechar la oportunidad que le brindaba el contexto político en el que se encontraban inmersos y ello, entre otras cosas, debido a que, para entonces, los comerciantes se encontraban ya bastante desgastados económica y moralmente, y en el plano organizativo estaban en un proceso de división profunda debido a la falta de acuerdos sobre la orientación que debería de tomar el movimiento de resistencia y la clara actitud caudillista de diversos representantes de las organizaciones participantes, es decir, comenzó a decantarse la identidad colectiva que en principio se había configurado en función de la acción colectiva para defender su espacio de trabajo. Ello aunado a cierta actitud de conformismo de la base de comerciantes quienes, ante la falta de claridad de la situación real del espacio de posibilidades para que su movimiento triunfara, actuaban más en función de su situación emocional que de un análisis concreto de las cosas. Así, la configuración subjetiva de la base osciló entre el fatalismo y el conformismo hasta el coraje y la desesperación que llevaban a idear acciones más radicales que, sin embargo, no tuvieron eco en el conjunto del movimiento. Un factor adicional que impidió acciones colectivas determinantes a favor del movimiento fue la negativa sistemática, concebida como principio organizativo, de prescindir de la ayuda moral, económica y política de cualquier otro tipo de organizaciones externas al tianguis, con el objetivo, afirmaban, de no “contaminar” el proceso emprendido por ellos.

La situación de ambos actores impide que cualquiera de ellos actúe de manera ofensiva trasladando el conflicto a las mesas de negociación en donde el debate se encuentra ahora más abierto por ambas partes. De esta manera, en mayo, en vísperas de la culminación del proceso electoral el gobierno de Heberto Castillo decide replantear la propuesta de reinstalación de los comerciantes artesanos en el Bazar Artesanal Mexicano, una vez habiendo negociado el gobierno delegacional con el grupo de comerciantes inconformes que tradicionalmente habían ocupado dicho espacio.

Sin embargo, quienes sí se continuaron oponiendo fueron los comerciantes del tianguis de artesanías, argumentando que su espacio natural era, justamente, el que tenían en los jardines. Así, con el permiso temporal para vender otorgado por la delegación a punto de llegar a la fecha de vencimiento, los comerciantes comienzan a ver como una opción real el aceptar la reubicación en el Bazar, aunque la mayoría de las organizaciones siguen demandando la reinstalación en los jardines una vez que terminaran las obras de remodelación.

Las elecciones llevadas a cabo en julio en las cuales triunfa el candidato del PRD, Raúl Flores, ex funcionario de la delegación bajo la administración de María Rojo y

por ello conceder de la problemática del tianguis de artesanías, le otorgan al gobierno saliente de Castillo una nueva posibilidad para concluir con el conflicto en los términos en los que lo había proyectado inicialmente, es decir, sacando al tianguis de artesanías de la plaza central de manera definitiva. Para los artesanos, la llegada de Raúl Flores abría la posibilidad de negociar en mejores términos, debido sobre todo a que en diversos encuentros que habían sostenido con él cuando se encontraba en campaña les había asegurado resolver favorablemente el conflicto para ellos.

La situación del momento representa, entonces, la tercera etapa del movimiento en la que aun con el desgaste de más de un año de resistencia los comerciantes se aprestan a un nuevo periodo de movilizaciones y, al mismo tiempo, de diálogo con el gobierno de Castillo, con el objetivo, más que de llegar a un acuerdo definitivo, de alargar el conflicto hasta la toma de posesión de la nueva administración. Empero, en las semanas subsecuentes los hechos ocurridos modificaron por completo la tendencia aparente de prolongación del conflicto hasta el arribo del nuevo delegado electo. En agosto de 2009, las mesas de negociación continuaban pero con una actitud autoritaria renovada de parte de los funcionarios gubernamentales hacia los tianguistas a tal grado de amenazar veladamente a distintos representantes de solicitar órdenes de aprehensión en su contra por ‘invasión’ del espacio público. Con los permisos temporales para vender vencidos desde meses atrás, los comerciantes de base se encontraban bastante diezmados en lo económico y desgastados física y emocionalmente para mantener el plantón en el zócalo de Coyoacán, y mucho menos, para concretar nuevas acciones colectivas, lo cual se expresó en una disminución importante de su presencia en las actividades de propaganda que llevaban a cabo desde que inició el conflicto en marzo de 2008. Y es que, así como inicialmente los comerciantes contaron con el apoyo irrestricto de sus familias con la prolongación del conflicto y el subsecuente desgaste económico, la subjetividad de los grupos familiares mostraba contradicciones que repercutieron desfavorablemente para la acción de los sujetos. En efecto, entre la emoción manifiesta de coraje por la injusticia cometida por el gobierno en contra de los vendedores y sus familias, se generaban ya sentimientos de impotencia y desesperanza por la falta de resultados que alentaban la creencia en una solución favorable, que a su vez hiciera valer el *sacrificio* experimentado hasta entonces. Debido a ello, una cantidad importante de vendedores dejó de asistir a las actividades de protesta y comenzó a buscar formas alternativas para obtener algún ingreso económico. Sólo en una cantidad menor de vendedores el problema económico lo tuvieron parcialmente resuelto gracias a que contaban con un empleo o actividad adicional del cual pudieron sostenerse en el movimiento todo el tiempo en que éste se extendió.

De esta forma, para entonces, de los 350 comerciantes que originalmente participaron en el movimiento de resistencia, sólo continuaban actuando de forma persistente menos de 100; y de ellos, la gran parte pertenecían a la ANAC que logró obtener la hegemonía política sobre las demás agrupaciones debido a la fuerte voluntad para la acción dispuesta por los integrantes de dicha organización. Por su parte, el gobierno de Heberto Castillo emprendió una nueva y última ofensiva, a unas cuantas semanas para dejar el mando, que consistió en otorgar un ultimátum a los vendedores para presentar la documentación que los acreditara como permisionarios cuyo incumplimiento motivaría que el gobierno delegacional ofreciera los espacios de venta del bazar a concurso para quien si cumpliera con los requisitos.⁴³ Lo anterior, con el objetivo de lograr finalmente lo que su gobierno se había planteado desde 2007: desalojar al tianguis de artesanías de los jardines del Centro de Coyoacán, tal y como el gobernante capitalino Marcelo Ebrard lo hizo en el Centro Histórico del D.F. con los vendedores ambulantes. Aunque, definitivamente, como se ha expuesto, las condiciones en Coyoacán fueron totalmente distintas, entre otros factores, por la especificidad en el tipo de organizaciones gremiales conformadas por los comerciantes artesanos y la existencia de una fuerte identidad colectiva construida con base en la experiencia en común de trabajo, convivencia y de lucha durante más de 25 años en el tianguis, cuyo sentido se alimentó justamente por la memoria histórica de sus integrantes expresada tanto discursivamente como en los símbolos utilizados recurrentemente en sus espacios de venta.

Sin embargo, en la última semana de agosto comienza la cuarta y última etapa del conflicto iniciado, manifiestamente, en marzo de 2008. El gobierno delegacional utiliza sus últimos recursos para provocar el debilitamiento del movimiento de comerciantes: el recrudecimiento de la represión a través del uso de la fuerza pública y la negociación selectiva con los representantes más protagonistas. El 27 de agosto, decenas de granaderos fueron apostados alrededor de los jardines Hidalgo y Centenario aún en remodelación, ante el anuncio del delegado para que el 29 de agosto las plazas deberían estar libres de vendedores ambulantes, aun sin haber llegado a un acuerdo con los comerciantes para que éstos fueran reinstalados en el Bazar Artesanal (*La Jornada*, 2009). El 30 de agosto, ante las plazas repletas de granaderos, los comerciantes artesanos en resistencia deciden llevar a cabo una manifestación “pacífica” sobre la calle de Carrillo Puerto como respuesta a la decisión de las autoridades de dar por terminado el diálogo y desalojar al tianguis de artesanías de manera permanente. Los siguientes días aunque los comerciantes continuaron con

⁴³ “Artesanos de Coyoacán rechazan llamado de la delegación a acreditar su actividad. No existe acuerdo para ser reubicados al nuevo Bazar, aseguran” (*La Jornada*, 2009).

diversos actos de protesta, éstos se mostraban ya bastante disminuidos tanto moralmente como en el número de participantes.

De esta manera, días antes del 15 de septiembre, en vísperas de la conmemoración del grito de independencia en cuyo acto el delegado saliente se mostraría públicamente por última ocasión, la fuerza pública desalojó el plantón permanente que los comerciantes habían sostenido durante más de un año y medio sin que éstos opusieran resistencia alguna. El temor a la franca represión, física y jurídica, contra los comerciantes provocó que éstos se replegaran y terminaran por ceder en el ofrecimiento gubernamental de reubicación de su lugar de trabajo, aceptando con ello, días después, entrar al Bazar Artesanal que se había inaugurado un mes antes. Con ello, el gobierno da por terminado el conflicto con los tianguistas artesanos, y éstos, a través de sus dirigentes, anuncian el hecho como una *victoria* del movimiento pues, finalmente, según ellos, habían logrado mantenerse en el corazón del Centro Histórico de Coyoacán, aunque ya no en el espacio público de los jardines sino en un espacio cerrado y sin contar con las mínimas condiciones para laborar.

Conclusiones

Como se pudo explicar a lo largo del texto, los comerciantes artesanos dentro de sus muy específicas condiciones laborales y socioculturales, lograron constituir diversas formas de identificación y organización colectiva, pese a la tendencia natural de prácticas de competencia existente entre aquellos sujetos que se dedican a la actividad comercial. La competencia comercial por sí misma no es una limitante para la construcción de la identidad colectiva, si bien establece las condiciones para fortalecer cierta actitud de individualismo del trabajador con la comunidad laboral de la que forma parte. No obstante, como desde un principio se establece, la concepción de identidad utilizada para explicar dicho fenómeno en el sujeto laboral comerciante artesano, no corresponde a aquella que la define como esencia o con una connotación de carácter psicologista, existente *per se* en el sujeto, dadas ciertas condiciones estructurales y que, por tanto, modificándose éstas el sentido de identidad tiende a diluirse o fragmentarse, sino que la identidad se concibe como un proceso de construcción social y generada siempre en relación con un objetivo específico de la colectividad dentro de ciertos límites estructurales, tanto materiales como subjetivos, en un tiempo y espacio concretos. Así, el comerciante artesano, amén de poseer una personalidad ocupacional dual, como artesano y como vendedor de la vía pública, construye el sentido de pertenencia en tres diferentes ámbitos relacionados con la ocupación, con la comunidad laboral de comerciantes artesanos urbanos, y con la organización gremial.

La identidad con la ocupación se basa en la existencia de un sentido de orgullo del trabajo de vender artesanías debido a la connotación de creatividad, tradición y autogestión laboral que ésta conlleva. Lo anterior se engarza con el sentido de pertenencia hacia el espacio de trabajo debido a las características socioculturales e históricas contenidas en el espacio público de Coyoacán. Igualmente se entrelaza con una identificación con el objeto de comercialización: la artesanía, cuya creación y promoción comercial representa para el comerciante salvaguardar y reproducir una tradición y un estilo de vida alternativo; por lo cual dicha actividad se encuentra revestida por los comerciantes artesanos, con las nociones de nobleza y encomio. Los códigos subjetivos contenidos y expresados en la construcción del sentido de pertenencia hacia la ocupación manifiestan además del sentimiento de orgullo, y las creencias de ser una actividad que le otorgan libertad e independencia, emociones y sentimientos tales como alegría y agrado en la realización del trabajo por el acto productivo como tal, pero también por la parte de interacción social que conlleva la actividad de vender pues representa su parte lúdica debido al proceso de convivencia social que se genera, lo cual permite que paralelamente al intercambio comercial exista también un intercambio simbólico importante entre los actores que dota de un sentido emotivo al acto de trabajo y no sólo de un sentido instrumental. Empero estos códigos señalados anteriormente se conjuntan con una configuración subjetiva más amplia que contiene códigos de tipo moral, que se expresa en la existencia de una ética laboral del tianguista artesano basada en el respeto, la solidaridad, la convivencia, el compañerismo que dan lugar a su vez al surgimiento de un sentido de satisfacción y realización laboral con respecto a la ocupación realizada. Un código adicional, pero no menos importante, es aquél referido a lo estético que se encuentra enmarcando la actividad laboral sobre todo porque se le denota a esta con un carácter de tipo cultural, por ser no sólo una actividad productiva sino también de expresión artesanal. Por ello, el sentido del gusto, la creatividad, la belleza y complejidad que se le atribuyen a la artesanía creada, el propio carácter artesanal que convierte al objeto en algo único y diferente, sea esto real o sólo parte de la estrategia de venta, dan cuenta de un sentido de lo estético muy particular que es expresado no solamente a través de los objetos que se comercializan sino también a través de la forma de vestir y comunicarse por parte de los comerciantes artesanos, un sentido de lo estético apegado a lo contracultural. Entonces, los códigos subjetivos de lo moral y de lo estético son la base sobre los cuales los demás códigos de carácter emocional, sentimental, y de tipo racional instrumental, se manifiestan y que dan pie al surgimiento de un sentido de pertenencia con su ocupación por parte del comerciante artesano, fundamentada en dicha configuración subjetiva. Pero a la vez coexisten dentro de ésta, sentimientos contradictorios de coraje e incertidumbre por la intervención de la

autoridad en su espacio de trabajo con la intención de controlar su actividad, lo cual si bien no afecta significativamente el apego hacia su ocupación, si coadyuvan a la generación de una situación de inseguridad y carencia de expectativas favorables para el desarrollo de su trabajo. Es decir, para el comerciante artesano la falta de certidumbre sobre el espacio de trabajo, con quien detenta el poder de decisión sobre su uso, es decir, con la autoridad local, representa el estrechamiento del espacio de posibilidades para sostenerse en su trabajo en el futuro inmediato.

Resumiendo, el comerciante artesano aun cuando posee una fuerte identidad con su ocupación, que conlleva en este caso concreto apego hacia el producto y, de manera importante, hacia el espacio público particular en donde labora, subsiste en su trabajo en un ambiente de inseguridad por la incertidumbre de poder continuar haciendo usufructo del lugar tradicional de venta, lo cual sólo sería posible superar fortaleciendo la identificación gremial y logrando constituir una estructura organizativa general incluyente y con capacidad auténtica de dirección, con el fin de poder negociar en mejores términos con la autoridad su permanencia en dicho espacio.

Durante el conflicto más reciente de los comerciantes con el gobierno delegacional, como se explicó anteriormente, la adhesión a la acción colectiva se fue construyendo por parte de los primeros, en la medida en que la voluntad de acción se generó debido sobre todo a la actitud autoritaria del delegado Heberto Castillo, que fue concebida por los comerciantes como una especie de traición a los acuerdos tomados entre las dos partes. La falta de cumplimiento y la forma en que se utilizó la fuerza pública en contra del comerciante artesano motivo que éste, en general, se sintiera *burlado* y defraudado por la autoridad, que semanas antes había accedido a que el tianguis prosiguiera en operación cumpliendo con los requisitos que se habían propuesto como necesarios para un mejoramiento y mayor orden en el espacio de venta. La autoconcepción que los comerciantes fueron construyendo como trabajadores artesanos se fue dando a partir de expresar una diferencia crucial con el resto de los comerciantes de la vía pública, sobre todo por el hecho de que su actividad laboral la definen no sólo por ser un proceso de compra venta sino porque el intercambio asume un carácter simbólico cultural cuyo valor no solamente es de tipo monetario sino también expresa un importante valor estético. Es decir, los vendedores del tianguis de artesanías se conciben como creadores y promotores culturales y no sólo como comerciantes ambulantes al margen de la legalidad debido al tipo de producto que venden y a la forma en que ocupan el espacio público. Por ello, el uso de la fuerza pública para desalojarlos provocó una fuerte contradicción con aquella autoconcepción como vendedores artesanos, respetados y demandados por el turismo nacional e internacional, pues en el imaginario del gremio se concebía que el tianguis también representaba para la autoridad una parte importante de los símbolos característicos

del folclore del Centro Histórico de Coyoacán; y por ello, que era su obligación no sólo tolerar sino incluso promocionar. De esta manera, al darse cuenta de que esto último carecía de sustento real, provocó un sentimiento de agravio por la forma en que habían sido tratados por parte del gobierno de la delegación, lo cual fue fundamental para actualizar y poner en funcionamiento los códigos subjetivos que alentaron el sentimiento de pertenencia colectiva y para que fuera posible el fortalecimiento de la voluntad de actuar. Fue un hecho que diluyó, o al menos soslayó las diferencias existentes entre comerciantes y entre organizaciones gremiales, es decir, se hizo *abstracción de las diferencias* para priorizar los factores que los hacían similares y que coadyuvaron al fortalecimiento de la identidad colectiva, y a la unidad y disposición para la acción en contra del enemigo en común: la delegación y el gobierno central de Marcelo Ebrard.

No obstante, a la configuración subjetiva inicial le sucedió un nuevo ordenamiento de códigos, para dar sentido a la situación que comenzó a prevalecer de desgaste y desesperanza en relación con el posible triunfo del movimiento de defensa del espacio ocupado por el tianguis de artesanías. Así, dadas las condiciones objetivas o materiales del proceso de lucha contra el desalojo en las que la correlación de fuerzas se inclinó parcialmente de lado de la autoridad debido sobre todo a la fragmentación de la estructura coordinadora del movimiento, y al desgaste económico, físico y emocional de los comerciantes, éstos le dieron sentido a sus acciones a partir de lo dispuesto discursivamente por el gremio que les permitió ocultar códigos emocionales y de sentimientos como el temor a la represión, el miedo y la incertidumbre de perder definitivamente el espacio de trabajo, conjuntamente con un pensamiento pragmático instrumental ante las fuertes necesidades económicas que muchos de ellos y sus familias tenían, lo cual hizo empatar dicha subjetividad con las orientaciones normativas del gremio sobre todo en aspectos tales como otorgarle prioridad al diálogo y la negociación, y a criticar el uso de la violencia propia y por parte de la autoridad. Con ello se quiere dar cuenta de que, aunque lo que sobresale discursivamente son los códigos de tipo moral construidos colectivamente por el gremio a través de las diferentes organizaciones existentes, en realidad lo que le dio sentido a su pertinencia y sujeción por parte del movimiento de comerciantes, que de algún modo impidió que se desbordase hacia una situación de acciones colectivas violentas, fue la propia subjetividad de los comerciantes basada en el *temor* a una represión más franca por parte de la autoridad y a la generalización de un sentimiento de *desesperanza* con relación a la victoria posible del movimiento, entre otros factores por el alargamiento del conflicto y la falta de respuestas satisfactorias por parte, tanto del gobierno central como del delegacional, hecho que alimentó el proceso de debilitamiento de la identidad colectiva manifestada al inicio de las acciones colectivas.

Dicha situación propició que un sector de la dirigencia de los comerciantes negociaran la culminación del movimiento de resistencia cediendo al ofrecimiento gubernamental de reubicación, decisión que, por lo explicado anteriormente, fue finalmente apoyada por la mayoría de los trabajadores pues se concebía como la única opción para evitar un mayor desgaste y una actitud todavía más autoritaria del gobernante delegacional. Al final, entonces, el conformismo, construido en base al temor y el desgaste, y la falta de una voluntad mayor para actuar colectivamente por parte de los comerciantes, que se expresó en un divisionismo acentuado, permitió una negociación de los representantes con la autoridad sumamente ventajosa para ésta última y, pretendidamente, también para los primeros a costa del abandono definitivo del espacio tradicional de venta de artesanías y del recrudescimiento en las condiciones de trabajo de los comerciantes artesanos.

Dadas estas condiciones, las expectativas laborales de dichos sujetos son bastante limitadas debido a la intención gubernamental de extremar el control de este tipo de prácticas laborales en el espacio público y a la falta de unidad gremial motivada por la exacerbación de las diferencias y la existencia de un afán protagonista y caudillista por parte de los dirigentes; no obstante, la capacidad de agencia de los comerciantes artesanos ha sido demostrada históricamente, pues, en diversos momentos lograron finalmente hacer prevalecer su sentido de identificación gremial por encima, o paralelamente, a las estructuras organizativas, las cuales, por el momento, no han demostrado tener la capacidad ni la voluntad para atender satisfactoriamente las necesidades de sus agremiados.

Bibliografía

- Agustín, José (1996), *La contracultura en México*, México, Grijalbo.
- Braverman, Harry (1975), *Trabajo y Capital monopolista*, México, Nuestro Tiempo.
- Burawoy, M. (1989), *El consentimiento en la producción*, España, Ministerio del Trabajo y Seguridad Social.
- Canaco (1987), *El comercio ambulante en la ciudad de México*, México, Cámara Nacional de Comercio.
- Christopherson, S. (1994), "The fortress city: privatized spaces, consumer citizenship", en A. Amin (ed.), *Post-fordism: a reader*, Oxford, Blackwell Publishers.
- De la Garza, Enrique y otros (2008a), "Crítica de la razón paraposmoderna", *Revista Latinoamericana de Estudios del Trabajo*, año 13, núm. 19, México, Alast.
- _____ (comp.) (2005), *Sindicatos y nuevos movimientos sociales en América Latina*, Buenos Aires, Clacso.

- _____, Gayosso, J. L. y Moreno, S. (2008b), *La querrela de la identidad ¿Pasado sistémico, presente fragmentario?*, México, UAM-I, mimeo.
- De la Peña, Guillermo y Juan Manuel Durán (comp.) (1990), *Crisis, conflicto y sobrevivencia. Estudios sobre la sociedad urbana en México*, Guadalajara, Universidad de Guadalajara, Ciesas.
- De Soto, Hernando (1987), *El otro sendero*, México, Instituto Libertad y democracia.
- Dumazedier, J. y otros (1971), *Ocio y sociedad de clases*, Barcelona, Fontanella.
- Edwards, R. (1983), “Conflicto y control en el lugar de trabajo” en Luis Tohaira (comp.), *El mercado de trabajo: teorías y aplicaciones*, Madrid, Alianza, pp. 141-155.
- Fyfe, N. (1998), “Introduction: reading the street” en N. Fyfe (ed.), *Images of the street: planning, identity and control in public space*, Nueva York, Routledge.
- _____ y J. Bannister (1998), “The eyes upon the street: closed-circuit television surveillance and the city” en N. Fyfe (ed.), *Images of the street: planning, identity and control in public space*, Nueva York, Routledge.
- González de la Rocha, Mercedes y Agustín Escobar Latapí (2006), “Familia, trabajo y sociedad: el caso de México” en Enrique de la Garza (coord.), *Teorías sociales y estudios del trabajo: Nuevos enfoques*, México, Anthropos, UAM-I.
- Lanfant, M.F. (1978), *Sociología del ocio*, Madrid, Península.
- Lefebvre, H. (1974), *La producción del espacio*, Madrid, Anthropos.
- Lindón, Alicia (2006), “Geografía urbana: Una mirada desde América Latina” en Alicia Lindón y Daniel Hiernaux, *Tratado de Geografía humana*, México, Anthropos.
- Lomnitz, Larissa Adler (1994), *Redes sociales, cultura y poder: ensayos de antropología latinoamericana*, México, Flacso, Miguel Ángel Porrúa
- MacLeod, G. (2001), “Renaissanciation, homelessness and exclusionary citizenship: Unraveling the contours of a ‘revanchist’ urbanism”, Paper presented for session 3.1 in the *97th Annual Meeting of the Association of American Geographers*, February 27-March 3, 2001.
- McCann, E. (1999), “Race, protest and public space: contextualizing Lefebvre in the US city”, *Antipode*, num. 31, pp. 163-184.
- Mitchell, D. (1995), “The end of public space? People’s park, definitions of the public and democracy”, *Annals of the Association of American Geographers*, vol. 85, num. 1, pp. 108-133.
- Mitchell, D. (1996), “Political violence, order and the legal construction of public space: power and the public forum doctrine”, *Urban Geography*, num. 17, pp. 152-178.
- Mitchell, D. (2001), “The annihilation of space by law: the roots and implications of anti-homeless laws in the United States”, en N. Blomley, D. Delaney y R. Ford (eds.), *The legal geographies reader*, Oxford, Blackwell Publishers.

- Montañez, Gustavo; y otros (1997), *Geografía y Ambiente: Enfoques y Perspectivas*. Santafé de Bogotá, Universidad de la Sabana.
- Nivón, Eduardo (1998), *Cultura urbana y movimientos sociales*, México, Conaculta, UAM.
- Norris, C. y G. Armstrong (1999), *The maximum surveillance society: the rise of CCTV*, Oxford, Berg.
- Pérez Toledo, Sonia (1996), *Los hijos del trabajo. Los artesanos de la ciudad de México, 1780-1853*, México, UAM-I, Colmex.
- Portes, Alejandro (1995), *En torno a la informalidad: ensayos sobre teoría y medición de la economía no regulada*, México, Porrúa, Flacso.
- Gobierno del Distrito Federal (1998), *Programa de Reordenamiento del Comercio en la Vía Pública*, México.
- Ramírez Kuri (2005), *Ciudadanía y participación en el espacio local de la ciudad de México. Una mirada a la delegación Coyoacán*, México, IV Congreso de IGLOM Retos de modernización del municipio mexicano, noviembre de 2005.
- _____, Patricia y Miguel A. Aguilar Díaz (coords.) (2006), *Pensar y habitar la ciudad. Afectividad, memoria y significado en el espacio urbano contemporáneo*. México, Anthropos, UAM.
- Diario Oficial de la Federación* (1951), Reglamento de Mercados del Distrito Federal, México, 1 de junio de 1951.
- Reyes D., G (1996), "Comercio callejero y espacio urbano", *Revista Alternidades*, México, UAM-I.
- Santos, Milton (1997), *Técnica, Espaço, Tempo. Globalização e meio técnico científico informacional*, Sao Paulo, Hucitec.
- Savater, Fernando y Luis A. de Villena (1989), *Heterodoxias y contracultura*, Barcelona, Montesinos.
- Selby, Henry A., Arthur D. Murphy y Stephen A. Lorenzen (1994), *La familia en el México urbano. Mecanismos de defensa ante la crisis (1978-1992)*, México, CNCA.
- Silva, Diana (2006), *Espacio Urbano y Comercio en Vía Pública. Reglas, Redes y Uso del Espacio Público en la ciudad de México*, Tesis de maestría en Ciencias Sociales, México, Flacso.
- Solís, C. (1997), *Comercio en la vía pública y conflicto urbano: el caso del centro histórico de la ciudad de México*, Tesis de maestría en Desarrollo Urbano, México, El Colegio de México.
- Sue, Roger (1980), *El ocio*, México, Fondo de Cultura Económica.
- Tuan, Yi-Fu (1977), *Space and Place: The perspective of experience*, Minneapolis, University of Minnesota.

- Tokman, V. E. (1990), "Sector informal en América Latina: De subterráneo a legal" en Prealc. *Más allá de la regulación. El sector informal en América Latina*, Santiago de Chile, Prealc.
- Veblen, T. (1995), *Teoría de la clase ociosa*, México, FCE.
- Weber, Max (2004), *Economía y sociedad*, México, FCE.
- Zermeño, Sergio y Gustavo Galicia (2002), *La Seguridad pública y comercio informal en la colonia Ajusco, Coyoacán, D.F.*, diagnóstico realizado para la delegación Coyoacán, México, Programa Universitario de Estudios de la Ciudad (PUEC), Instituto de Investigaciones Sociales, UNAM.

Hemerografía

Periódico *La Jornada*.

Periódico *El Universal*.

Periódico *Tribuna*, martes 16 de mayo de 1995, sección Distrito Federal, p. 4M.

Revista *Rebeldía*, año 5, núm. 60, 2008.

Boletín *El Urbano*, órgano de difusión de la Anaurmac, diciembre de 1990, año 2, núm. 3.

La problemática del trabajo, la identidad y la organización colectiva en los taxistas en la ciudad de México

Leticia Pogliaghi

El taxi en la ciudad de México

En la ciudad de México, los medios de transporte terrestres han crecido a la par que la urbanización de la ciudad y con una misma característica: de manera irregular. A la fecha, el transporte público de pasajeros se trata de un sistema complejo que se compone de dos tipos de servicios principales. El primero es el colectivo: integrado por el metro, el tren suburbano, la Red de Transporte de Pasajeros (RTP), el trolebús, el tren ligero, el metrobús, y los micros y autobuses concesionados. El segundo tipo se trata del individual, constituido por el taxi.

Según la Secretaría de Transporte y Vialidad del Gobierno de la Ciudad (Setravi), para la década de 1940, el número de taxis que se encontraban registrados era de 4 689 taxis (*Manual Administrativo de la Secretaría de Transportes y Vialidad*, 2003). En la década siguiente, comenzaron a circular los taxis conocidos como *cocodrilos*, característicos por el diseño y colores con que estaban pintados: una serie de triángulos blancos y el resto del coche en colores verde y negro. Este taxi se conserva en la memoria de los ciudadanos, incluso ha sido motivo de referencia por el grupo musical popular Maldita Vecindad, que en 1998, muchos años después de la desaparición de ese modelo, le ha dedicado a ese taxi una canción y dice en su letra “El cocodrilo en la calle es la memoria y las historias de la gran ciudad”. Estos vehículos circularon hasta 1970 cuando se decide unificar la cromática al amarillo con otro medio de transporte, las *cotorras*.

La expansión del servicio de taxis ha mostrado incrementos en épocas de desocupación y crisis económicas. Fue a partir de la ocurrida en la década de 1970 y el ajuste económico realizado en México, que el servicio de taxis ha oficiado como receptor de desocupados del sector formal. Navarro Benítez realiza una precisión al respecto “muchas de las liquidaciones de empleados públicos o privados fueron a ‘invertirse’ en vehículos, ‘permisos’ o placas de taxis que permitieron emplear a los múltiples desplazados por el reajuste económico” (2004: 21). Este mismo proceso, se da entre los años 1994 y 1997 cuando se incrementaron la destrucción de puestos de trabajo y los despidos de trabajadores. Para 1996, se encontraban registradas 90 mil unidades y se incorporarían 18 mil más durante la gestión de gobierno de esa época (*Manual Administrativo de la Secretaría de Transportes y Vialidad*, 2003).

El aumento de taxis llevó a una sobreoferta del servicio que redundó en “diversos problemas en la operación del servicio presionando a la baja los ingresos de los taxistas e incrementando sus tiempos de circulación ‘en vacío’ para la búsqueda de pasaje” (Navarro, 2004: 23). Es posible apreciar un movimiento similar a partir de 2008, donde también en época de crisis económica y desempleo se ha visto incrementado el número de taxis. De este modo, podemos afirmar que muchos de los hoy choferes hayan destinado la indemnización obtenida ante la expulsión de su trabajo anterior a la compra de un vehículo y/o de placas. Incluso esto ha ocurrido, según sostienen dirigentes de organizaciones de taxistas, entre algunos ex trabajadores de la compañía eléctrica Luz y Fuerza del Centro liquidada en 2009.

En otro orden, dentro del transporte público de pasajeros, el servicio de taxis es el sector con el mayor número de unidades en funcionamiento. Hace seis años superaba en cuatro veces el número de colectivos y “el número de taxis por habitante registrados y en servicio [...] supera las proporciones de ciudades como Madrid y París [...] Sao Paulo y Nueva York” (Navarro, 2004: 11). La extensión del servicio de taxis en la ciudad de México importa no sólo por la cantidad de unidades *per se*, sino también por sus efectos: las condiciones obsoletas de la mayoría de los vehículos y las formas particulares de organización y operación impactan de manera negativa —sobre todo contaminando— el medio ambiente. A pesar de que la flota de taxis en la ciudad sólo representa 2.91% de los vehículos totales, aporta “8.82% de las principales emisiones contaminantes del aire generadas por todo el sector del auto-transporte metropolitano” (Navarro, 2004: 78).

Según una síntesis de la Encuesta 2007 de Origen Destino, que ofrece información sobre la movilidad de los residentes de zona metropolitana del Valle de México, realizada por la Setravi, en el periodo de relevamiento —del 12 de mayo al 16 de junio de 2007— más de la mitad de los viajes que se realizaban en el área conurbada, se efectuaban por medio de transporte público y la mayoría quedaban dentro del

Distrito Federal. Dentro del transporte público, el servicio de taxi representaba un porcentaje limitado (17%) de los viajes realizados. Por tanto, los taxis, aún proveyendo una reducida cantidad de viajes y movilidad en relación con otros medios de transporte público, son los que representan el mayor número de vehículos dentro del transporte público de pasajeros y el que mayor número de trabajadores incorpora dentro del sector.

¿Qué es el transporte individual de pasajeros?

El servicio público de transporte individual de pasajeros, el taxi, consiste en el traslado de uno o más pasajeros en vehículos denominados taxis, que se ofrece al público, a través del pago de una tarifa que se establece, en general, por medio de un taxímetro. Éste es encendido por el taxista al comenzar el trayecto y una vez concluido, el aparato calcula el precio del viaje, sumando una parte fija —llamada bajada de bandera o *banderazo*— y una variable según la distancia recorrida o tiempo de espera si el vehículo no se encuentra en movimiento pero con el pasajero abordo —cada 250 metros de recorrido se suma una ficha.

La encuesta citada muestra que para 2007 se producían en la ciudad alrededor de 1 300 000 viajes diarios en taxis. El servicio de taxis es utilizado por personas de distintos estratos sociales, a diferencia de lo que sucede en la mayoría de los países en desarrollo, donde el taxi es utilizado por personas con ingresos medios o altos que pudiendo tener un vehículo particular, deciden no tenerlo o que aún contando con uno, prefieren utilizar un taxi por comodidad (Lowitt, 2006). Quizá México escape a lo que el autor sugiere porque las tarifas del servicio son relativamente bajas. El taxi frecuentemente es complemento de otros medios de transporte para llegar a destino. Además tiene la característica de que la mayoría de los trayectos que realizan son cortos, por ejemplo, desde la salida del metro al lugar de trabajo o para llevar a los niños desde el hogar a la escuela. Además, en muchas ocasiones suelen hacer uso de él personas que cuentan con vehículo propio que prefieren el uso del servicio de taxi al coche particular puesto que les resulta más económico que sacar el particular, gastar en gasolina y luego pagar en un estacionamiento o a un cuidador en la calle. Asimismo, les reduce el tiempo que necesitan para llegar a destino, ya que no deben sacar su vehículo, buscar lugar para aparcar o llevarlo hasta un estacionamiento y luego realizar a pie la distancia entre donde dejan el coche y el lugar a donde se dirigen. En México, como en la mayoría de los países del mundo, el taxi es un servicio regulado. ¿Qué es lo que se regula? La cantidad de taxis, por medio del otorgamiento de concesiones, y las tarifas. En la ciudad, las tarifas son fijadas por

el Jefe de Gobierno a propuesta del Secretario de Transportes y son publicadas en la *Gaceta Oficial*. En el caso del otorgamiento de concesiones, la Setravi propone al Jefe de Gobierno y a la Asamblea la necesidad de otorgar nuevas —o como sucedió hace pocos años, la regularización del total de unidades en funcionamiento—, y la Asamblea es el organismo encargado de sancionar la norma con las condiciones para su realización. Además de estas materias fundamentales, también se establecen las obligaciones y derechos de los concesionarios; las zonas y formas de circulación; las sanciones; los tipos, cromáticas, antigüedad de los vehículos; y las modalidades bajo las cuales opera el servicio, entre otras. La Setravi a través de su Dirección General de Transporte Individual de Pasajeros es la encargada de regular, vigilar y desarrollar las relaciones entre el concesionario, el pasajero y las dependencias del gobierno involucradas. Es decir, es el organismo que se ocupa de regular, ordenar y garantizar el funcionamiento cotidiano del servicio.

Los taxis hoy

Entre 2007 y 2009, en la ciudad se llevó a cabo la regularización de los taxis en circulación, a través del Programa Integral para la Atención y Mejoramiento del Servicio de Transporte Público Individual de Pasajeros. Involucró, por un lado, a los taxis regulares que no contaban con los requisitos vigentes al día y, por el otro, a taxis tolerados que redujo el número de los mismos en la ciudad. Para mediados de 2010, el padrón de taxis se compone de 130 mil regulares.

Sin embargo, 130 mil no es la cantidad de coches que circula diariamente, ya que algunos no salen debido a que no trabajan los siete días de la semana, por estar sustituyendo la unidad, porque el concesionario¹ no cuenta con los choferes para manejar los vehículos, porque los vehículos se encuentran en refacción, porque deben realizar trámites vinculados a su labor como taxista, porque dependiendo de la antigüedad del coche puede ser que un día a la semana entre las 10 y 22 horas no circule, entre otros. Según la estimación de un dirigente de una organización y de un funcionario público, son alrededor de 90 mil taxis los que diariamente trabajan en el Distrito Federal.

¹ Una persona que tiene a su nombre las placas es un concesionario. Un concesionario puede tener hasta cinco placas a su nombre, pero en la práctica puede tener más a través de prestanombres. Muchos de ellos rentan sus placas a operadores, con lo que quienes conducen el vehículo no son sus propietarios de las mismas, ni tienen la figura de concesionario.

Pero además de éstos, otros prestan servicio en la ciudad, taxis que no cuentan con concesión oficial: los llamados *piratas*. Pese a la propuesta de eliminación de taxis tolerados a través del Programa que recién hicimos referencia, se calcula que aún circulan entre 10 y 30 mil irregulares —las cifras varían según las informa la Autoridad Pública u organizaciones de taxistas respectivamente.

También existen empresas que ofrecen el servicio de “taxi ejecutivo”. Consiste en compañías que reciben vía telefónica la solicitud de un vehículo para transporte y lo envía al lugar indicado por el cliente. De allí lo transportan a destino y calculan la tarifa en función de los kilómetros recorridos —por lo menos teóricamente, porque suele realizarse “a ojo”— y no por medio de taxímetro. Además, como no cuentan con la concesión otorgada por la Setravi, los vehículos no cuentan con la cromática oficial de taxi sino que parecen ser particulares.

Recién hablábamos de la cromática de los taxis. En 2009 se decidió unificarla. A partir del mes de junio de ese año, los taxis deben estar pintados de los colores dorado y candy, con las inscripciones y dibujo del Ángel de la Independencia en blanco. Sin embargo, los taxis turísticos pueden contar con una cromática diferente, plateada o negra, y los de montaña son blancos con dos franjas en los laterales, dorado y candy. Asimismo, las agrupaciones de radiotaxis y taxis de sitio pueden solicitar a la Setravi, una cromática especial: color blanco, con dos franjas en la parte inferior lateral del coche, dorada y candy. Esta condición, la cromática diferenciada para radio taxis y taxis de sitio, no fue prevista desde un principio por las autoridades, sino que a partir de la demanda de las organizaciones, se inició un proceso de negociación y se llegó a un acuerdo respecto de esta cromática especial.

En otro orden, con el fin de tratar de reducir la inseguridad en los servicios de taxis, a partir de julio de 2009 se implementa el Programa Taxi Seguro. La secretaría está entregando a los taxistas un nuevo tarjetón que deben colocar de manera obligatoria en el vidrio de la puerta trasera del acompañante donde figuran datos del automóvil y del chofer, con fotografía. El objetivo es que el pasajero antes de abordar el vehículo pueda verificar que quien conduce es la misma persona que figura en el tarjetón y es chofer asignado a ese taxi. Un año después de la entrada en vigencia del Programa, ya se han entregado más de 186 mil tarjetones.

Por último, se encuentra vigente un Programa de Sustitución Vehicular de la Setravi, que busca sacar de circulación vehículos del año 1998 y anteriores que ya no deberían estar funcionando como taxis. El mismo consiste en que se entrega al concesionario \$15 000 para la compra de un coche nuevo a cambio de la chatarrización del viejo. Un número importante de taxistas se han apuntado al Programa y entre la acción estatal y de los concesionarios, se han sustituido más de 68 000 vehículos (Secretaría de Transporte y Vialidad, 2010).

El mapa de los taxis: multiplicidad de modalidades en la prestación del servicio

Existen en la actualidad distintas modalidades bajo las cuales opera el servicio. La mayor parte de los taxistas trabajan de manera libre, es decir, se movilizan buscando pasaje y transportando sin un recorrido fijo ni una vinculación a alguna base para el ejercicio de la actividad.

Luego, se encuentran los taxis de base o de sitio que prestan el servicio a través de espacios físicos autorizados donde el taxista recoge al pasajero. Dentro de esta categoría se encuentra un grupo especial, los taxis que laboran en el aeropuerto y centrales de ómnibus que fijan una tarifa fija por distancia que se abona en la base antes del viaje. Los sitios o bases son autorizados por la Setravi a organizaciones debidamente inscriptas. A mediados de 2010, son 1 943 las bases y los sitios autorizados (Setravi, 2010). Para la habilitación la organización debe realizar, además de los pagos, presentar su acta constitutiva y padrón de asociados, un estudio de factibilidad, otro de impacto ambiental, contar con la autorización de la Delegación y del Comité Vecinal de la colonia. Existen además bases que se encuentran en funcionamiento pero no tienen el permiso legal.

Además, contamos con los radio taxis, que son aquellos que perteneciendo a una base, a una terminal o alguna otra área autorizada, cuentan con un sistema de comunicación a través de cual los usuarios pueden conectarse a una base para solicitar el servicio y el taxista recoge al pasajero donde éste lo indique.

Por último, los taxis turísticos son los que prestan servicio de manera exclusiva en centros de atracción turística previamente autorizados, como hoteles, restaurantes, museos y lugares recreativos. Suelen no utilizar taxímetro y sus tarifas se ajustan según la distancia a recorrer y tienen la particularidad de ser sensiblemente más caros que las otras modalidades mencionadas.

Según una estimación realizada en el estudio de Navarro Benítez, para 2004 cerca de 90% de los taxis que prestan servicios en el Distrito Federal lo hacen de manera libre, mientras que 10% restante adopta alguna de las otras modalidades mencionadas: de base, radio o turístico. Sin embargo, con la apertura de nuevas bases y sitios es posible que la proporción haya ido modificándose. Según un funcionario de la Setravi y algunos dirigentes de organizaciones de taxistas, entre 70 y 80% sería el porcentaje de taxis libres en la actualidad.

Sumado a estas modalidades, siguiendo una experiencia llevada a cabo en la ciudad de Puebla, se están incorporando al servicio los *taxis rosas*. La idea fue impulsada por un grupo de taxistas, y la Setravi acordó su implementación. Los

vehículos a utilizar tienen como distintivo su color (el rosa), son manejados por mujeres y los pasajeros que pueden hacer uso de ellas son exclusivamente también mujeres. El objeto de incorporar esta forma de prestación es garantizar mayor seguridad en especial para las pasajeras, aunque también para las conductoras.

El trabajo de los taxistas

El perfil del taxista

Los trabajadores del taxi son en su mayoría personas de sexo masculino. Según un cuestionario propio aplicado en 2009 a taxistas de la ciudad, las mujeres que prestan el servicio son casos excepcionales. Resultados similares arroja la Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo (ENOE), que establece que para 2006, 99.5% de los taxistas pertenecían al sexo masculino.² Según un informe de la Setravi en 2009, 72% de los de concesionarios³ eran hombres y 28% mujeres. Es posible que la diferencia entre lo que nosotros hayamos y lo relevado por la ENOE, por un lado, y los datos de la Setravi, por el otro, se deba a que mujeres adquieran concesiones de taxi para luego rentarlas o prestarlas para que otro sujeto oficie de operador.

Siguiendo los datos arrojados por el cuestionario que aplicamos, el rango etario va desde los 18 hasta los 79 años, mostrando una concentración importante, más de la mitad, entre los 30 y 50 años de edad. Por otro lado, si analizamos el nivel de estudios que han alcanzado los taxistas, resalta que es sumamente heterogéneo. Se encuentran casos que no cuentan con estudios formales, mientras otros tienen hasta universitarios completos. A pesar de ello, la mayor parte, ha culminado sus estudios secundarios, seguido por quienes han cursado la preparatoria. En otro orden, la mayoría de los taxistas han tenido una cantidad de trabajos previos al ingreso de la actividad. Son pocos los choferes que manifiestan que la ocupación en el taxi ha sido su primera ocupación remunerada, menos de 7 por ciento. En efecto, más de la mitad

² Los datos corresponden a la zona metropolitana de la ciudad de México y fueron relevados en 2006 por el Instituto Nacional de Estadística y Geografía a través de la ENOE. Los datos de taxistas provienen del grupo unitario correspondiente a conductores de autobuses, camiones, camionetas y automóviles de pasajeros.

³ Una persona que tiene a su nombre las placas es un concesionario. Un concesionario puede tener hasta cinco placas a su nombre, pero en la práctica puede tener más de prestanombres. Muchos de ellos rentan sus placas a operadores, con lo que quienes conducen el vehículo no son sus propietarios de las mismas, ni tienen la figura de concesionario.

antes de desempeñarse como taxista había trabajado en un empleo en empresa privada, casi 21% había trabajado de manera autónoma y 12% como empleado estatal. La dispersión de ocupaciones que desarrollaban de manera previa es notable. Sin embargo, resaltan quienes provenían de una ocupación como comerciante o vendedor, 13.62% de los que habían tenido un trabajo anterior, y, como chofer, casi el 16 por ciento. Del total de trabajadores que tienen experiencia laboral anterior, 61%, se desempeñó en algún momento de su vida como chofer de camión de carga, autobús, microbús u otro tipo de vehículo.

¿Cómo es el trabajo del taxista?

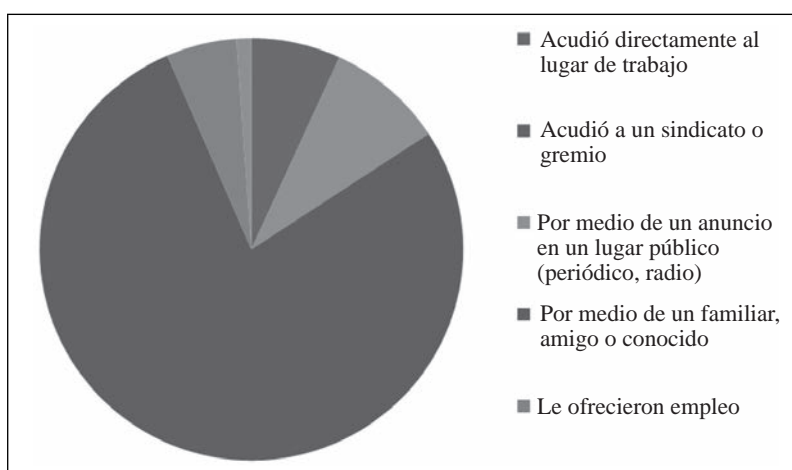
Comenzar a trabajar como taxista es relativamente sencillo. Actualmente, la Setravi no entrega nuevas placas a quienes quieren iniciar la actividad, la forma de hacerlo (de manera legal) es comprando placas a un particular que cuente con alguna en su poder. Luego, debe realizar ante la autoridad pública el cambio de titularidad. También pueden rentarse las placas a algún concesionario. Aunque esto está prohibido, es una práctica muy habitual.

Entonces, en principio, basta con pintar el coche propio con los colores del taxi y comprar las placas por un monto que varía entre 80 y 100 mil pesos aproximadamente o rentarlas mensualmente por un monto de alrededor de 2 mil pesos. Si no se cuenta con coche, puede alquilarse uno también. En este caso el concesionario además cobra una fianza. Por ello, es que muchas personas al ser despedidas de un trabajo anterior, se integran al servicio de taxis invirtiendo la indemnización en la compra de un taxi y/o placas. Si se va a rentar el coche, se debe conseguir un dinero adicional para pagar una fianza. A veces además los concesionarios piden alguna carta de recomendación, que se cuente con un estacionamiento para guardar el coche y conocer donde vive el postulante. Son éstas estrategias que idean los concesionarios para tratar de garantizarse que el arrendador no desaparecerá sin pagar la cuenta o devolver el vehículo.

La forma de ingreso al trabajo es en general por medio de influencia y recomendación un familiar, amigo, ex compañero de trabajo o conocido. Según la ENOE, 42% del total de taxistas ha ingresado a su trabajo de esta manera. En no pocos casos, otro miembro de la familia también es taxista y su influencia es decisiva para hacerse taxista. Otras formas son utilizadas, como por ejemplo, al informarse por medio de un anuncio en un lugar público (periódico, radio) o directamente acudiendo al lugar de trabajo. Estas últimas formas son en general utilizadas por quienes rentarán el vehículo. Ocasionalmente, los concesionarios suelen colocar avisos solicitando

choferes en algún periódico, en internet o en las bases, sitios u oficinas de las organizaciones de taxistas. Sin embargo, la importancia de estas formas es mucho menor: 4.87 y 3.72% respectivamente. A continuación se presentan las vías utilizadas por los taxistas para ingresar a la actividad (gráfica 1).

Gráfica 1. Forma de ingreso a la actividad



Fuente: elaboración propia con base en datos de la ENOE.

En efecto, las relaciones personales ya sean familiares, de amistad o de vecindad desempeñan un rol fundamental en la actividad del taxi, donde no existen canales formales establecidos para el acceso y la información, o el acceso a ella suele estar limitado. Por lo tanto, las recomendaciones y experiencias de personas cercanas suelen ser o bien el incentivo para el ingreso, la fuente que provea el “saber cómo” realizarlo y en ocasiones también, el contacto con quien pueda officiar como arrendador del vehículo o quien facilite los recursos económicos necesarios para comenzar a trabajar. Un taxista nos cuenta cómo lo ayudaron sus tíos y amigos al momento de empezar a trabajar: “Me orientaron. Me dijeron ‘¿sabes qué...?’ Más que nada la orientación que me dieron fue por dónde evitar las zonas más congestionadas y aparte cómo tratar al cliente. Y así fue como yo empecé” (Daniel, taxista, junio de 2010).

La facilidad para el ingreso y el desempeño de la actividad explica en parte que muchos de los taxistas no sean choferes de oficio y que puedan encontrarse entre ellos personas ajenas al volante, como por ejemplo, los profesionistas. Sin embargo, es usual que aquellos con una formación formal mayor que ingresaron a la actividad

como alternativa a no estar desocupados, la abandonen en poco tiempo. Esto sucede debido a que los ingresos que pueden generar no son demasiado altos —o al menos no en el nivel al que estaban acostumbrados—, la jornada laboral es extensa y, muchas veces, el trabajo les resulta estresante.

Se visualiza una cierta regularidad en cuanto al motivo que lleva a ingresar a la actividad, expresado por ellos como “necesidad”. Regularmente no se encontraban desempleados, sino que estaban desarrollando alguna otra ocupación pero que no les brindaba el dinero necesario para cubrir sus gastos o que si los cubría, para ellos no eran suficientes para el estándar de vida que se quería llevar. En algunos otros casos, no contaban con un trabajo, pero con la indemnización obtenida deciden incorporarse a la actividad del taxi. Al inicio algunos pensaban en que trabajar en el taxi iba a ser una actividad transitoria, pero con el tiempo se fue convirtiendo en permanente.

Como decíamos, el ingreso a la actividad es sencillo y en principio no requiere una formación específica más que saber manejar, esto no quiere decir que los choferes no generen saberes específicos que, como veremos más adelante, sirve como diferenciador entre ellos. Incluso cuando puede ser cierto que para realizar la actividad basta con saber conducir y esto es acreditado en la posesión de una licencia, no es menos cierto que para desempeñarse otros saberes son necesarios. Éstos son generados por los choferes en la práctica diaria de su trabajo. Entonces la calificación puede pasar, por ejemplo, por el conocer la ciudad —sus calles, cuáles se encuentran cerradas y por lo tanto no se puede circular, cuáles son los caminos más rápidos o cortos para llegar a destino, distinguir zonas peligrosas para no pasar por ellas o cómo debe manejarse allí para no ser víctima de algún delito—; saber la dinámica del pasaje —horarios y lugares donde es posible conseguir pasajeros o identificar aquellos que pueden convertirse en clientes habituales y generar con ellos una relación que les permita consolidarlos como tales—, o incluso el saber reparar el vehículo propio, ya que se ahorra dinero en refacciones.

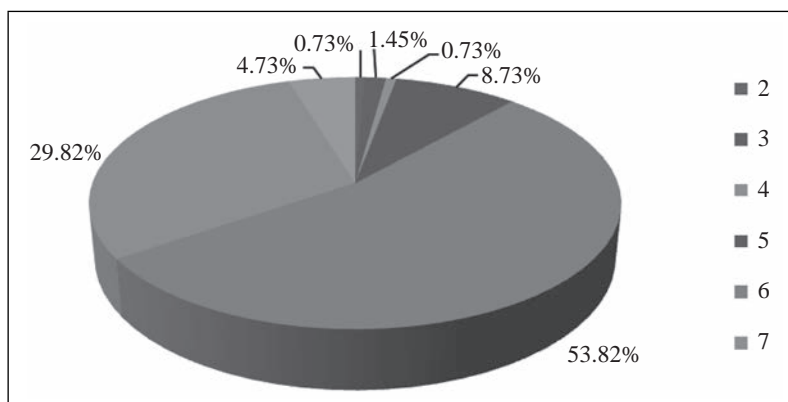
Como mencionábamos el vehículo utilizado puede o no ser de propiedad de quien lo maneja. Los datos obtenidos a partir de nuestro cuestionario muestran que poco más de la mitad de los operadores son dueños de su coche, mientras que el resto lo rentan. Algunos manejan un auto prestado, especialmente cuando más de un miembro de la familia trabaja el mismo automóvil.

Entre quienes rentan el coche, casi la totalidad lo realiza por día, mientras que los menos lo hacen de manera mensual. El monto promedio de renta diaria es de 216.33 pesos y el más pagado con frecuencia es de 200 pesos —aunque puede variar entre 150 y 300 pesos. La renta mensual promedio es de 3 795.45 pesos, y la más usualmente abonada de 4 mil pesos. Sin embargo, en el caso de las rentas mensuales hay mayor diferencia entre los mínimos y máximos, siendo los primeros de 1 500 y

los segundos de 7 mil pesos. Si tomamos los valores promedio de ambas modalidades, resulta que quienes rentan de manera mensual pagan un monto un poco menor que quienes lo hacen diariamente. Se suele trabajar seis días a la semana, lo que serían 24 días al mes aproximadamente. Si dividimos la renta mensual por 24 días de trabajo, resulta que estarían pagando el equivalente a 158.13 diarios, es decir, 27% menos que si se pagara diariamente. Cobrar de manera diaria es una decisión tomada por los concesionarios para asegurarse la entrega de la cuota. En general, el chofer —en la jerga del taxi, cuando se dice *chofer* se hace referencia a quien conduce el vehículo, pero no es su propietario— debe acudir a la residencia o lugar del trabajo del concesionario para efectivizar el pago.

Decíamos, más de la mitad de los taxistas trabajan seis jornadas a la semana. Pero si a ellos sumamos los que lo realizan siete días semanales, representan a casi 90% del total (gráfica 2).

Gráfica 2. Días de trabajo a la semana



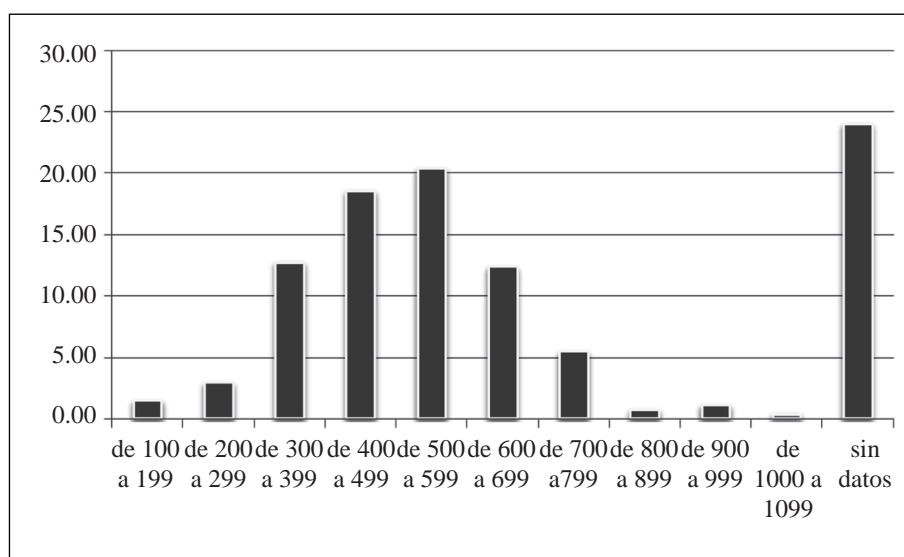
Fuente: elaboración propia con base en cuestionarios aplicados a taxistas entre junio y agosto de 2009.

Podemos decir entonces que quienes se dedican a esta actividad lo realizan casi, si no todos los días de la semana. Debemos tener en cuenta que, puesto que algunos vehículos son antiguos, hay un día a la semana en el que aquéllos no pueden circular. Por lo que, incluso, cuando quisieran trabajar una jornada adicional no pueden hacerlo. No obstante, algunos en esos días trabajan en un horario reducido, en aquel que les es permitido transitar por la ciudad.

Además, la jornada laboral suele ser extensa. En efecto, la mayor proporción trabajan 12 horas diarias. Pero es importante resaltar también que quienes lo hacen

ocho horas o menos suman menos de 14% del total. Es decir, las jornadas laborales de los taxistas exceden la jornada considerada “normal” por la legislación mexicana. Respecto de los ingresos obtenidos por los operadores, los analizamos de dos maneras diferentes. Por un lado, como ingreso total —el dinero obtenido por pasajes en una jornada de trabajo. Por el otro, como ingreso neto —lo que le queda al chofer para él luego de pagar los costos de trabajar: gasolina, refacciones, impuestos, limpieza, y en su caso, renta de coche y/o placas, y/o cuota a la organización. En ambos casos, ya sea en ingresos totales o netos, existe una gran dispersión, yendo desde quienes dicen obtener al día 100 y 80 pesos hasta mil y 800 pesos respectivamente. A pesar de estas diferencias, en el caso de ingresos totales se muestra una concentración de ingresos en el medio de entre ambos extremos (gráfica 3).

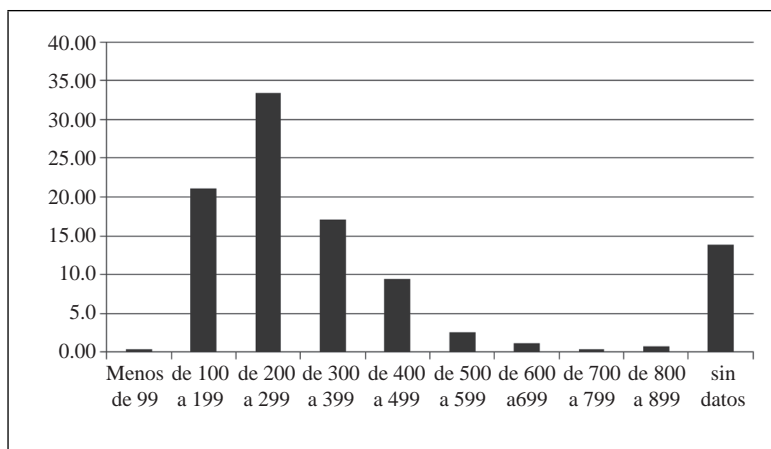
Gráfica 3. Ingreso total diario



Fuente: elaboración propia con base en entrevistas a taxistas entre junio y agosto de 2009.
 Nota: en la columna figuran los porcentajes, mientras que los datos de la fila corresponden a los rangos de dinero obtenidos.

Para los ingresos netos, 33.45% dice obtener entre 200 y 299 pesos diarios, seguido por quienes obtienen entre 100 y 199 pesos (21.09%) y por quienes sacan entre 300 y 399 pesos (17.09 por ciento). Es decir, entre estas tres frecuencias representan más de 71% del total (gráfica 4).

Gráfico 4. Ingreso neto diario



Fuente: elaboración propia con base en entrevistas a taxistas entre junio y agosto de 2009.

Nota: en la columna figuran los porcentajes, mientras que los datos de la fila corresponden a los rangos de dinero obtenidos.

Más allá de la fuente y de los valores nominales exactos de los ingresos, se observan niveles más altos en los taxistas de sitio respecto de los libres, aunque cuando entrevistamos a los taxistas, algunos dicen que se saca más trabajando libre que en una base o sitio. Dentro de los taxistas de base o sitio, también se reconocen variaciones importantes. En un sitio bien ubicado —“bien” a decir de los actores involucrados—, como en el parque México en la colonia Hipódromo, delegación Cuauhtémoc, o en la zona de Santa Fe, delegaciones Álvaro Obregón y Cuajimalpa de Morelos, los taxistas obtienen en promedio 500 pesos diarios para ellos. Además, hay que tener en cuenta que los taxis de sitio cobran pasajes mayor que los libres o los de base —que tienen la misma tarifa que los libres—, lo que puede influir en los ingresos obtenidos. El ser taxista de sitio no es definitorio para obtener más dinero, ya que dependerá también de la cantidad de viajes realizados.

Si tomamos la frecuencia más importante, aquellos que obtienen entre 200 y 299 pesos para sí, el ingreso promedio para esta franja es de 219.67 pesos. Si calculamos los ingresos mensuales según la jornada usual semanal —como dijimos, de seis días—, al mes obtendrían 5 272.08 pesos aproximadamente.

Ahora bien, más de 60% de quienes contestaron el cuestionario dice no encontrarse satisfecho con sus ingresos. Debido a la estrecha relación entre los ingresos y las tarifas vigentes del pasaje, se preguntó a los choferes su satisfacción respecto a

las mismas. En ese sentido, más de 65% dice no estarlo. Queremos hacer en este punto una aclaración. Como vimos aquí los ingresos se encuentran íntimamente ligados a la tarifa y a los viajes realizados. La tarifa vigente se encuentra congelada desde 2004, es decir, que por un mismo viaje se cobraba lo mismo en dicho año que en la actualidad. Sin embargo, los ingresos netos se ven mermados ante cada aumento constante del precio de la gasolina y refacciones. Todo esto implica que al taxista o bien que le quede menos o que deba trabajar más horas para mantener el nivel anterior. La otra posibilidad, por supuesto de manera ilegal, es alterar el taxímetro para que corra más rápido o cobrar una tarifa fija que sería mayor a la que marcaría el reloj.

Respecto de la cobertura de protección social, los choferes de taxis no cuentan con ninguna asociada a su trabajo. En ese sentido, más de la mitad declara no estar protegido. Sin embargo, otros tienen algún tipo de seguro, como el Seguro Popular o figura como dependiente en el seguro (Instituto Mexicano del Seguro Social o Instituto del Seguridad y Servicios Sociales de los Trabajadores del Estado) de algún familiar. Decíamos que en términos generales, realizan su trabajo como cuentapropistas. Sin embargo, la figura del concesionario y la relación de renta de vehículo y placas, hace pensar en que no se trata estrictamente de un trabajo por cuenta propia. Podría pensarse como una relación comercial pero es una relación laboral encubierta o como una figura híbrida.

Existe una gran rotación de choferes en la renta de un mismo vehículo. Según lo descrito, los choferes no suelen durar más de ocho meses con el mismo concesionario. Comentan que incluso pueden durar sólo un día, dos, una semana. Las causas para dejar de rentar un vehículo a un concesionario determinado pueden ser, por ejemplo, la inconformidad con las exigencias que el concesionario pone para la renta —por ejemplo, pago de fianza, frecuencia de pago, estacionamiento para el coche—, exigencias de mantenimiento del vehículo, disconformidad con el monto de la renta. Pero también puede pasar que sea el concesionario quien decida poner fin a la relación: si el chofer no hace los pagos a tiempo, si desaparece por días, si ha maltratado el vehículo. En general, cuando surgen conflictos entre ellos, su resolución suele realizarse entre los actores y suelen culminar en la ruptura del vínculo. Es decir, terminar la relación es la manera de resolver el conflicto.

Entre quienes llevan varios años en la actividad, suele presentarse una trayectoria común vinculada a la experiencia laboral en el taxi. Al ingresar en la actividad se renta el vehículo. Con el tiempo se logra realizar un ahorro y comprar un auto propio y luego obtener las placas —esto si se encuentra abierta la entrega por la autoridad— o comprarlas a algún particular. Con el tiempo, algunos continúan capitalizando y compran uno o más coches y/o concesiones para rentarlos a nuevos choferes.

Los inconvenientes fundamentales que identifican los taxistas vinculados al ejercicio de su trabajo son: la inseguridad (delincuencia, robos y violencia), las bajas tarifas de pasaje, el alto precio de la gasolina y de las refacciones. En pocos casos, identifican como problema el no contar con prestaciones laborales como un seguro social o el no ser escuchados por las autoridades. Dentro de los problemas que mencionábamos, el principal o el más referido con frecuencia es la inseguridad. Trabajar solos en contacto directo con un público al que no conocen, en ocasiones durante la noche, en zonas que pueden tener altos índices de criminalidad y portar dinero en efectivo, lo que convierte a los taxistas en sujetos propensos a sufrir situaciones de violencia (Essenberg, 2003). Pero además son escasas las medidas de prevención contra ellos con las que cuentan los choferes y, aún menos, la disposición de recursos para quienes han sido sujetos de actos de violencia. Por otro lado, la sensación de inseguridad y la posibilidad de ser víctima de un acto violento o delictuoso también puede estar presente en el pasajero por el número de delitos que se producen a diario en la ciudad, la forma en que los medios de comunicación los publican, el aumento real de violencia, miedo y sentimiento de indefensión (Briceño-León y Zubillaga, 2002).

En efecto, en el ejercicio diario de la actividad es frecuente la ocurrencia de casos de violencia, robos, violaciones de algunos choferes a pasajeros y también de pasajeros hacia los choferes. Todos los actores entrevistados reconocen este hecho, aunque también lo matizan teniendo en cuenta la cantidad de delitos en relación con los vehículos y viajes diarios.

El trabajo para los taxistas

¿Empresario o trabajador? ¿Patrón o...?

Llegados a este punto y para comprender qué significa su trabajo para los taxistas, debemos reflexionar sobre una tensión permanente que existe entre “ser trabajador” o “ser empresario” para quienes son propietarios del taxi. Para ellos existe un sentido de patrimonio sobre su vehículo. Tener coche significa propiedad y, en ese sentido, son los propietarios del medio de producción. No depende de nadie para trabajar y entonces no se siente, al menos en principio, propiamente un “trabajador”, al asociar a este último con un empleado. Pero además, si cuentan con más de un vehículo y además de trabajar uno, los otros se rentan, surge la posibilidad de identificarse como empresario, un “empresario del taxi”.

Entre quienes rentan también existe una tensión, el ser un trabajador por cuenta propia, ya que más allá de las limitaciones existentes para el ejercicio de la actividad, él se considera autónomo o propietario de su trabajo. Esto porque él organiza su trabajo y no recibe un sueldo, sino que renta el medio de producción (el vehículo) para desarrollar su actividad laboral. Sin embargo, en ocasiones, varios choferes cuando se refieren o piensan en la persona a quien rentan el coche, lo nominan como “patrón”. Como patrón y no simplemente como “el dueño del vehículo”. Muchas veces sin darse cuenta, realizan esta connotación haciendo un paralelismo con la relación laboral tradicional, la asalariada. De este modo, aparece la figura de un “empleador”, alguien diferente a los choferes que son los trabajadores. Ahora bien, siguiendo este razonamiento, la otra cara de la moneda mostraría que los choferes son los empleados del patrón y estarían entonces de alguna manera subordinados a aquéllos. Pero entre los choferes no sólo no hay una conciencia de esta implicancia de que si hay un patrón debería haber un empleado, sino que aún más, hay un rechazo abierto a considerarse de tal manera ante la mínima insinuación de que eso pudiera ser posible.

Y entre los “patrones” la negación a ser un empleador, es aún mayor. Los argumentos para sostener esta postura suelen sustentarse en la comparación de la relación laboral en una empresa formal con la que se da entre el dueño del taxi y el chofer. Podríamos nosotros decir que a pesar de la existencia de diferencias, puede pensarse en que existiría algún tipo de relación laboral. Pero para los actores implicados, subjetivamente esto no es así.

Entonces, para los choferes existe una suerte de contradicción en la definición propia, en su identificación. Por un lado, son cuentapropistas, trabajadores autónomos; pero, por otro lado, tienen un patrón. Las referencias para realizar tales afirmaciones también son construidas a partir de la puesta en relación de sus situaciones cotidianas con la imagen que tienen de la relación laboral en la empresa formal.

Al compararse con los asalariados, se rescatan los elementos negativos de la relación laboral tradicional en una empresa. Para el trabajador, la existencia de un patrón. Para los propietarios de los vehículos, hacerse cargo de las obligaciones —traducidas en dinero: pagar un sueldo fijo, realizar los aportes a la seguridad social, la no generación de ingresos del taxi parado en los días de vacaciones que le corresponderían al chofer—, que implica a un empresario la relación de dependencia. De este modo, el taxi ofrece ventajas que en la relación de dependencia no podrían tenerse: salir a trabajar y volver con su cuenta, poder conocer gente de todo tipo, platicar de cualquier tema con ellos, en fin, sentirse libres. En efecto, la referencia a la libertad es más que frecuente. En palabras de un ex taxista: “Me gustaba hablar con gente, puede ser interesante desde que sube el indígena o el empresario, o el

artista, la diversidad de gente y la cantidad de historias que escuchas. No estar en un punto todo el tiempo, poderte desplazar” (Pedro, ex taxista, mayo de 2010).

La identificación como cuentapropista y la distancia que observan respecto de los trabajadores asalariados, tanto en el caso de los choferes como de quienes son propietarios de vehículo y lo manejan, tienen otra implicancia importante. En la gran mayoría de los taxistas no hay una consideración de que los derechos laborales pudieran serles aplicables. Además, como decíamos, las trayectorias laborales de la mayoría de los taxistas muestran una gran cantidad de ocupaciones previas tanto en adultos como en jóvenes. En varias ocasiones, el hecho de haber ocupado puestos de trabajo mal remunerados, que exigían realizar tareas que no les agradaban, que eran inestables, que tenían jefes poco agradables, hacen que reconozcan en el trabajo en el taxi aspectos positivos y sientan satisfacción por él. En efecto, los derechos y deberes que garantiza la legislación nacional son vistos como privativos de los asalariados y, por tanto, allí los taxistas no merecen ser incluidos. Esto vale tanto en el nivel individual, como por ejemplo para el acceso al goce de un seguro de salud —que aunque dicen sería deseable tener una protección “el Seguro Social es para los otros”—, como en el nivel colectivo, es decir, desde su perspectiva los taxistas no podrían tener un sindicato que los represente a todos. Hemos encontrado algunos taxistas que si bien plantean la necesidad de la conformación de un gremio que incluya a una cantidad mayor de taxistas que las agrupaciones actuales, en general se piensa en la conformación de una Asociación Civil o una Federación que aglutine a agrupaciones de base, pero siempre pensando en una organización civil y no sindical. Es cierto que las normas vigentes obstaculizan la posible conformación de un sindicato para trabajadores por cuentapropia. Pero como sabemos aquéllas son construcciones sociales que se transforman en el tiempo, se crean nuevas y derogan anteriores según los intereses y relación de fuerza de los actores en juego. Pero si los interesados, los taxistas, no consideran que la conformación de una organización sindical a nivel local, estatal o nacional sería un mecanismo válido para la representación de los intereses colectivos del gremio, difícilmente se ponga en discusión el cuerpo legal vigente y su consecuente modificación que los habilite a otras formas de representación.

Hasta cierto punto las tensiones o diferentes definiciones propias que mencionábamos se matizan por una identificación distinta: todos son taxistas. Más allá de la relación con el vehículo, trabajar solo, con algún familiar, en una organización, la ocupación los unifica. Ellos son taxistas y, en sentido positivo o negativo, así se presentan ante los demás. Más aún, en un nivel de abstracción diferente, hay una afirmación como trabajador, como miembro de la clase trabajadora. Es probable que algunos concesionarios que poseen empresas constituidas formalmente o no de

taxis, puedan considerarse miembros de una clase empresarial. Pero al menos entre todos aquellos a quienes al menos nosotros hemos podido acceder, sean propietarios o no del vehículo, pero que trabajen al volante en el transporte individual de pasajeros, se consideran trabajadores. Esta identificación resalta al ponerse en relación con los otros: los empresarios son los dueños del capital —de los grandes capitales—, ellos no deben laborar tantas horas y en las condiciones en las que está obligada la clase trabajadora a hacerlo. Y aparece también al identificar a otro actor como diferente, al Gobierno, que es en general visto como el responsable, a través de las políticas económicas que implementa, de esa división de clases y de las condiciones de vida y laborales de los trabajadores.

Entre la libertad y el control del trabajo

Que los taxistas se consideren autónomos y que esto en general sea considerado por ellos como algo positivo, por poder organizar su trabajo, no significa que no existan controles a su trabajo, y éstos provienen de distintas fuentes. En primer lugar, como vimos antes, las regulaciones estatales al transporte y al tránsito definen quién puede trabajar y quién no —al menos legalmente—, las tarifas, por dónde y cómo se puede circular, las sanciones en caso de incumplimiento, entre otras cuestiones.

En segundo lugar, los pasajeros también controlan de cierta manera el trabajo. Primero, la afluencia en determinadas zonas y horarios hacen que los taxistas deban seguir esa afluencia si quieren tener mayor posibilidad y volumen de trabajo. Segundo, muchas veces los pasajeros le dicen al taxista el camino a seguir para llegar a destino. Más allá de que este último esté de acuerdo o no y pueda sugerir una opción diferente, quien termina definiendo es el cliente.

En tercer lugar, la dinámica de movilidad también imprime algunos controles al trabajo. El tránsito vehicular, las formas de manejar de particulares y de otros transportistas hace que un taxista no pueda circular a la velocidad y el lugar por donde le gustaría. En todo caso, él tiene que generar las habilidades necesarias para sortear los obstáculos, poder trabajar de una manera aceptable. Los controles no son absolutos, no definen la forma de trabajar aunque la limitan, porque los taxistas siempre tienen un margen de acción y buscan la manera de arreglárselas para minimizarlos y pasar ellos a ser quienes ganen espacio de control. ¿De qué manera? Por ejemplo, ya lo mencionamos para el caso de las tarifas. Éstas se encuentran fijas hace años, los taxistas a diario ven mermados sus ingresos netos por esa fijación y por el aumento de los costos de trabajar. Para mantener el nivel de ingresos, los taxistas alteran el taxímetro o colocan tarifas fijas para recorrer una distancia. Esto es ilegal y ellos son

conscientes de ello, pero como lo explicita un entrevistado: “si el Gobierno no las cambia, lo hago yo” (Jorge, taxista, enero de 2010).

Pero las formas de control son diferentes según el tipo de servicio de taxi que se preste. No es igual el caso de un taxi libre que elige por dónde circular por la ciudad, en qué horario y de la manera que él decide hacerlo, que un taxi de base o sitio donde la agrupación a la que pertenece organiza cómo se presta el servicio o en qué horario se debe ingresar. Pero además las organizaciones pueden ejercer control sobre otras materias como la calidad del servicio, la pulcritud que deben reflejar el coche y el taxista, pueden también inculcar en los operadores ciertos valores e incentivos para que presten el servicio de una manera determinada.

Además, en el caso de los taxis rentados aparecerá la figura del arrendador que también ejerce algún tipo de control—especialmente a través de la cuota diaria que cobra y las condiciones en que debe mantenerse el vehículo—, que en aquellos choferes propietarios de sus vehículos no se presenta.

El hecho de que existan estos controles más allá de las limitaciones prácticas al ejercicio laboral, influyen en la manera en que los taxistas significan a su ocupación y a ellos mismos como trabajadores. Es notorio que a pesar de este cúmulo de limitantes y que los taxistas pueden tener conciencia de ellas, se definan como trabajadores “libres” y esto es considerado como algo positivo.

Por otro lado, las calificaciones que deben desarrollar, como conocer la estructura urbana, la dinámica de movilidad de los ciudadanos, dominar el vehículo y sentir que éste es una prolongación del propio cuerpo al movilizarse, manejar, ocupar espacios, son por un lado, la forma de sortear los controles, por el otro, fuentes de orgullo para los taxistas. Esos saberes otorgan además satisfacción por el trabajo que contrarrestan en alguna medida los aspectos negativos del trabajo: las condiciones de trabajo (largas jornadas, pocas o ninguna prestación, ingresos en continua baja); la exposición continua a posibles situaciones de inseguridad y violencia; el desprecio de algunos conductores particulares y pasajeros.

En efecto, suelen ser considerados como mal educados, violentos, delincuentes, entre otras calificaciones, a pesar de que ellos dicen tratar a sus clientes con cordialidad, amabilidad y respeto. Pero más allá de lo que los otros piensan de ellos, los taxistas pueden sentir orgullo de su trabajo, ya que esas concepciones negativas también pueden reforzar la constitución identitaria de los taxistas. En el rechazo, en no aceptarlas, crean un sentimiento de pertenencia entre a quienes se les asignan esas propiedades. Esos son juicios que los otros les atribuyen y que para ellos no les son aplicables. Algunos taxistas pueden ser así, pero no la mayoría. Cuando conversamos con los taxistas, ellos jamás se reconocen como portadores de esos atributos. Tampoco los taxistas cercanos. Siempre quienes las portan, son los más lejanos.

Pero en todo caso, todos son taxistas. El presidente de una organización lo sintetizaba de la siguiente manera: “Y de los compañeros, ¿qué te voy a decir? Unos son buenos, otros son malos, otros son regulares, pero... pues todos convivimos y trabajamos en el taxi con ellos, ¿no? Que son personas que, que se ponen su uniforme y se convierten en servidores, pues, del público, ¿no?” (Luis, dirigente taxista, junio de 2009).

Otro estereotipo común entre los taxistas es el de Don Juan, que significa que los taxistas cuentan con más de una mujer o que suelen enamorar a las pasajeras. Según los entrevistados, no son pocos los casos en que los choferes tienen más de una pareja, pero también en muchas ocasiones es una imagen que crean los propios taxistas. Y además es una imagen que los otros tienen por sobre los taxistas. Una pasajera, por ejemplo, nos relataba: “No, si ni les hablo. Si le dices ‘qué calor’, ya te quieren llevar por la chela. Son bien lanzados los taxistas” (Martha, pasajera, octubre 2010).

En el trabajo hay lugar para el “amor, juegos, competiciones, desafíos, pequeñas tiranías, visitas” (de Grazia, 1966: 43), que forman parte del mismo trabajo. En el taxi la imbricación de estas cuestiones que podrían pensarse como “extralaborales” pasan a formar parte del mismo trabajo. Por ejemplo, escuchar la radio o música mientras manejan, conversar con los pasajeros, compartir la comida con otros taxistas, o juntarse a escuchar la radio, platicar o compartir una bebida mientras aguardan al pasaje, prácticas habituales entre los taxistas, hacen que el trabajo sea algo más que el transporte de personas de un punto de la ciudad a otro.

Buena parte de los choferes comparte actividades extralaborales con otros taxistas. En estos casos, suelen juntarse a comer, a beber o se reúnen con sus familias. Encontramos un grupo que ha conformado un equipo de fútbol entre taxistas y compiten en un campeonato contra trabajadores de otras empresas. El nombre del equipo es el de la organización a la que pertenecen.

En general, los taxistas manifiestan llevarse bien entre ellos, son compañeros, solidarios y, a veces, amigos. Existe un mayor compañerismo y se llegan a generar relaciones de amistad entre quienes trabajan en una base o sitio. Esto no es común que suceda con quienes no pertenecen a la misma organización, ni tampoco entre quienes trabajan de manera libre. Por supuesto, que puede ocurrir que se genere algún tipo de relación con estos últimos dos casos, por ejemplo, cuando se encuentran a diario en el mismo lugar donde comen o expresiones de solidaridad ante la necesidad como veremos más adelante. Pero estas situaciones son menos frecuentes que las primeras. No obstante, suelen ocasionarse conflictos entre los choferes, pero que no suelen ir más allá de algún insulto. Las causas principales que identifican los choferes de estos conflictos son: la falta de ética y la competencia por el pasaje.

La satisfacción por el trabajo

A las condiciones en que los taxistas trabajan pueden considerárselas precarias y no sólo en sentido objetivo, por ejemplo, no contar con protección social. La precariedad, como plantea Paugam (2000) entraña una dimensión subjetiva. No son pocos los taxistas que pese a esas condiciones se encuentran satisfechos con su trabajo. ¿Es esto una contradicción? ¿Por qué y cómo aún cuando las condiciones de trabajo no se consideren como las óptimas o deseables, pueden los sujetos tener una concepción positiva de su trabajo?

En principio debemos tener en cuenta el contexto del mercado de trabajo general. Otros trabajos a los que los taxistas pudieran llegar a acceder, con contrato, un salario fijo y alguna protección, pueden estar peor pagados. Esto les brinda una apreciación positiva sobre la ocupación en el taxi al ponerla en relación con otras. A su vez influyen las opiniones familiares, valores sociales, experiencias pasadas. La inestabilidad de ingresos que obtenían en trabajos anteriores, por ejemplo, hace que en ocasiones el taxista y su familia vean con buenos ojos poder contar de cada noche con efectivo para cubrir sus necesidades. Pero para otros, los ingresos no son simplemente de subsistencia, sino que les permiten capitalizar y vivir cómodamente o mejor que como lo hacían previo al ingreso al taxi. En general, esto sucede entre quienes son propietarios. Un taxista nos explica por qué le gusta su trabajo y es sobre todo, por los ingresos que le genera:

Porque trabajando bien, deja el taxi. Hay compañeros que dicen que no es negocio, no es negocio para ellos porque son muy flojos, porque este trabajo si eres flojo te vas a hacer más flojo. Pero si en este trabajo te gusta progresar, eres ambicioso para tu trabajo, te gusta progresar, eres ambicioso para tu trabajo, si eres ambicioso para poder progresar, te vas para arriba. Pero si no, te vas para abajo (Ignacio, taxista, junio de 2010).

Así, existen quienes están muy conformes con su trabajo, les gusta, no harían otra cosa; tienen proyectado seguir en la actividad, los aspectos positivos predominan y alguna inconveniencia se considera menor. Pero del otro lado, están los disconformes, los que no les gusta para nada su trabajo y no encuentran nada positivo en él, más que les brinde unos pesos para a penas mantenerse. Otros se encuentran entre ambos extremos. Pero no hemos encontrado sujetos que el trabajo les resulte indiferente o que es lo mismo éste que cualquier otro.

Decíamos que el saber trabajar, contar con las habilidades requeridas para prestar el servicio de taxi es fuente de orgullo y confiere también satisfacción a los sujetos al sentir que dominan su trabajo. Sin embargo, no existe una consideración compartida

de cuáles son esas habilidades. Para algunos, es conocer la ciudad para saber por dónde conviene circular o dónde se puede conseguir pasajeros. Para otros es conocer los horarios en los cuales conviene trabajar. Pero incluso no hay consenso de cuáles son los horarios más apropiados, porque en esa definición entran en juego consideraciones subjetivas de los distintos taxistas. Por ejemplo, para algunos el mejor horario es cuando hay más pasajeros, pero para otros es durante la noche o en domingo, ya que si bien hay menos gente en búsqueda de un taxi, se maneja más tranquilo y rápido porque es menor el tránsito vehicular. Entonces quizá prefieren trabajar más horas en un horario tranquilo, que menos tiempo en hora pico.

El ingreso de profesionales y/o personas ajenas a la actividad del taxi es percibido por varios dirigentes y taxistas como una pérdida del oficio, de la profesionalidad del taxista, de su educación, del don de servicio, “del espíritu del trabajador al volante”. Esto último es repetido por muchos, sobre todo entre los agremiados, donde aparece un discurso de orgullo sobre su trabajo. Un dirigente taxista lo manifestaba de la siguiente manera:

El taxista es, o el transportista es la espina dorsal de cualquier ciudad del mundo. Sin nosotros los transportistas, sin nosotros no se mueve, nosotros hablamos de taxis, hablamos de microbuses, hablamos del metro, hablamos de aviones, hablamos de carros de carga. Ese es el transporte público en general, el que mueve a todo (Luis, dirigente taxista, junio de 2009).

Trabajar en la calle

Un elemento que no podemos dejar de considerar al analizar cómo significan su trabajo los taxistas es su lugar de trabajo, el espacio urbano, el espacio público, “la calle”. Asimismo, cómo el taxi imprime particularidades a la ciudad. Así como en los otros medios de transporte, en el caso de los taxistas, es directa la relación del trabajo con la construcción social de la ciudad. El uso del espacio público para su trabajo implica que el mismo trabajo da connotaciones particulares al espacio urbano. El número de taxis en circulación y su forma de trabajo afecta la congestión vehicular. Sus maneras de manejar muchas veces producen una reacción negativa por parte de otros conductores.

Los colores de los coches también influyen en la imagen del paisaje que los transeúntes se forjan de la ciudad. Por ejemplo, el cambio de la cromática, específicamente su unificación, ha resultado en la reducción de los colores que podían apreciarse en la vía pública. Para algunos ciudadanos, esto es percibido como positivo

porque unifica y de alguna manera reduce la contaminación visual. Otros creen que es bueno porque permite la identificación rápida y sencilla de los taxis. Para otros, eliminar los coches de color verde fue quitarle a la ciudad parte de lo que le era distintivo, parte de su identidad. En todo caso son significados que se construyen, que implican no sólo códigos estéticos —“lo que es más bonito a la vista”—, sino también cognitivos —“es preferible que sean todos del mismo color para que sea más sencillo identificarlos”—, o emocionales —“es orgullo de los habitantes de la ciudad los taxis verdes porque son el símbolo de la preocupación ecológica”.

Las distintas percepciones provienen de actores diferentes y muestran las contradicciones que existen en una ciudad donde convergen personas y organizaciones con intereses diversos. Algunos son transeúntes, otros trabajan, otros utilizan y/u ocupan el espacio público para laborar. Confluyen necesidades e intereses divergentes y a veces opuestos que pueden llegar a convertirse en un conflicto. Las fuerzas con las que cuentan, su capacidad de presión sobre la Administración Pública, de resistencia hará que determinados actores hagan prevalecer sus intereses por sobre los de los otros. En estas interacciones sociales, por lo tanto, también se construye el espacio urbano. Entonces éste no es simplemente el contenedor de relaciones, sino que esas relaciones lo configuran. En esa configuración los trabajadores que se desempeñan en el espacio público, tienen una participación importante.

Y los taxistas no desconocen esa situación y en ocasiones es fuente también de orgullo y de importancia, ya que se consideran por ejemplo, “la primera imagen que un turista tiene de la ciudad”. Son ellos, no otros sujetos, los que introducen al foráneo en la estructura urbana y cultura de la ciudad de México. Pero el trabajar en el espacio público tiene su cara negativa. Los problemas urbanos que para los ciudadanos existen por el hecho de residir en ella, a los taxistas además los apremia en su trabajo y muchas veces en la visión que tienen de éste se encuentran impresos esos problemas. En ese sentido, nos parece interesante analizar los dos problemas urbanos principales que afectan a los taxistas —principales al menos desde su punto de vista— y cómo ellos los significan.

Un primer problema es la congestión de tránsito, que es el ámbito cotidiano en el que los taxistas desarrollan su actividad laboral. Por supuesto, varía según los horarios y zonas de trabajo, pero para los taxistas es un obstáculo a sortear de manera constante. Los embotellamientos pueden producirse porque no se controla de manera adecuada el uso del suelo, y por ejemplo, algunos vehículos no autorizados circulan por donde no corresponde, como puede ser el caso de camiones de carga que transita por vías de circulación rápida. Pero también pueden ocasionarse en la cantidad de vehículos que transitan por la ciudad y esto puede obedecer a que la red de transporte público de pasajeros —en especial, el colectivo— sea

deficiente y/o que las personas opten por utilizar el vehículo particular porque por otros medios no podrían llegar a destino, o les implica realizar demasiados transbordos o viajar en condiciones que no las consideran adecuadas. Aunado a ello, una deficiente red de transporte por ella misma puede generar congestión cuando el número de unidades de transporte público vehicular sobrepasa al que debiera, cuando se superponen rutas, cuando no existen zonas de ascenso y descenso de pasajeros o si existen no se respetan.

Pero a la estructura existente se le suman las percepciones que tienen los ciudadanos sobre el transporte, en especial sobre el transporte público y específicamente sobre el colectivo. El coche propio suele ser considerado —al menos en buena parte de la sociedad— como símbolo de estatus, mientras que la utilización del transporte público colectivo “es cosa de pobres”. Según un estudio sobre el transporte en la ciudad de México, entre 1994 y 2003 el número de vehículos particulares que circulan a diario por la ciudad no ha dejado de crecer. Para ese último año, “el automóvil privado ocupa más de cuatro quintas partes del espacio público vial y muestra un índice de ocupación menor a dos personas por vehículo” (Quiroz, 2007: 85). Esto muestra la preferencia de los ciudadanos por utilizar su vehículo particular cuando se cuenta con él. Estas concepciones influyen en que las personas prefieran desplazarse en el automóvil particular —en caso de contar con él— o tratar de obtenerlo.

El taxi suele ser considerado por los ciudadanos como un medio de transporte público de mayor estatus que el colectivo. Y esta visión suele imprimirse también entre los taxistas que se ven a sí mismos como de un estatus mayor que los conductores de los transportes colectivos. En no pocas ocasiones, el taxi es la culminación de una trayectoria laboral como conductor de distintos tipos de vehículos y es el final en el sentido de que se logra la deseada autonomía, ya que es desde su perspectiva el medio de transporte con menos controles y donde existen mayores probabilidades de llegar a ser dueño del vehículo, con las connotaciones del ser propietario que ya mencionamos.

El segundo problema al que queremos hacer referencia es la inseguridad. Los taxistas suelen sentir que el trabajar es peligroso debido a la cantidad de delitos que a diario ocurren en la ciudad. Laborar en un espacio abierto como es la calle hace que se sientan expuestos continuamente a la inseguridad, aunque ésta sea una imagen que ellos crean puesto que en no pocas ocasiones no han sido víctimas de un acto delictivo. No obstante, la influencia que ejercen los relatos de otros taxistas, de los medios de comunicación, de las familias, de los ciudadanos en general, llevan a que los choferes conformen esa imagen, así como que elaboren estrategias para llevar a cabo en caso de en algún momento se conviertan en víctimas. Incluso, algunos prefieren trabajar bajo una modalidad particular —en bases o sitios— porque les brinda

un mínimo de seguridad, al tener la base o el sitio el registro de a dónde se dirige. Aún más, con el mismo fin, algunos de estos taxistas prefieren no tomar pasajeros por la calle y perder el ingreso que pudieran obtener. Y si lo hacen, es necesario desplegar una serie de habilidades para tratar de limitar las posibilidades de ser víctima de un delito. Lo dice un taxista:

Casi por lo regular no [levanto pasajeros por la calle]. No te digo que no, hay ocasiones que sí. Sí he llegado a levantar gente de la calle, a veces porque veo la necesidad ¿no? Uno nota a la gente cuando está desesperada, aun así tienes que estudiar a la gente. Tal vez está mal, pero la situación que vivimos tú ves a la gente y haces tú juicio ¿no? Por lo menos si es que te han asaltado. Me han asaltado bastantes veces (Daniel, taxista, junio de 2010).

Esto nos lleva a preguntarnos: ¿por qué cuando se pudiera trabajar de manera un poco más seguro —en una base o sitio—, la mayor parte de los taxistas prefiere hacerlo de manera libre? En el análisis de costo beneficio de trabajar en una base o sitio, la inseguridad pasa a segundo plano. Es preferible esa exposición a tener que pagar una cuota, a estar parado y tener menos viajes, al enriquecimiento del líder a costa del trabajo de los taxistas, a que se lo utilice a uno con propósitos políticos. Estas afirmaciones son las que realizan los sujetos y son las que en general prevalecen en sus aseveraciones, muchas veces construidas imaginariamente a partir “de lo que se dice de”; “de lo que me contaron”; “de cómo funciona todo en este país”; ya que muchas veces los taxistas libres nunca han pertenecido a una organización de taxistas.

Las dos problemáticas hacen que cuando se les pregunta a los taxistas cómo consideran que es su trabajo, suele aparecer la respuesta de que es inseguro y estresante. Son los efectos directos de la ciudad que ellos visualizan en su actividad y que pasan a definir al trabajo mismo.

La organización colectiva de los taxistas

Que los taxistas trabajen por cuenta propia no significa que no se organicen de manera colectiva. En efecto, como veremos, a pesar de que muchas de las características mencionadas de este servicio y forma de trabajo, su ejercicio de manera autónoma, la dispersión geográfica en que se desempeñan, la carga horaria diaria y semanal de trabajo, entre otras, no impide la conformación de colectivos de choferes de taxis.

Las organizaciones de taxistas

En la ciudad existen más de 300 organizaciones de choferes de taxis de sitio o base, turísticos, radiotaxis o de montaña.⁴ Según una base de datos propia elaborada a partir de aquellas que cuentan con bases o sitios habilitados 2010, el número asciende a 344. Pero a este número deben sumarse las que agrupan a los taxis ejecutivos y es posible que otras estén en operación sin contar con bases o sitios con permiso vigente o que éste se encuentre en trámite. Entre el total de organizaciones se reparten las aproximadamente 1 943 bases y sitios habilitados (Setravi, 2010), aunque existen también otros no registrados. No hemos encontrado agrupaciones de taxistas que circulan de manera libre, aunque el dirigente de una organización manifestó que entre sus miembros hay algunos taxistas libres agremiados. Según la Setravi y algunos dirigentes, las organizaciones agrupan entre 20 y 30% de los taxistas. Es decir, la mayoría no se encuentra afiliada a ningún tipo de organización gremial. Un dirigente opina que los taxistas que no se afilian a organizaciones lo hacen porque:

Están cansados de dirigentes así comunes y corrientes, dirigentes líricos [...] Ellos nunca se han subido a un taxi porque no han tenido la necesidad [...] Para que tú puedas ser dirigente de un gremio tienes que haber pertenecido primero y haber vivido lo que vive una persona al abordar un taxi. Desde no tener para nada. Desde no ser dueño de placas, desde no ser dueño de coches, empezar de cero, empezar de suelo, pagar renta o cuenta por trabajar un carro e irte formando arriba del carro en esta jungla de asfalto (Juan, dirigente taxista, septiembre de 2009).

Según él, cuando el dirigente empieza a ver las ganancias que deja la actividad, abandona al gremio, se benefician, roban, realizan fraudes. Y aquí se encuentra una de las razones por las que los taxistas libres prefieren no agruparse. Uno que trabajaba en esta modalidad lo dice así: “Es tirar a la basura tu dinero con el sitio, sólo te utilizan [...] Todas las organizaciones en México, me atrevo a decir que todas son vendidas, sólo buscan sus intereses. No era necesario, no sentí nunca la necesidad de pertenecer a ninguna asociación” (Pedro, ex taxista, mayo de 2010).

La mayor parte de las organizaciones a las que hemos tenido oportunidad de estudiar nacieron durante la década de 1990, con excepción de dos. Una de creación reciente,

⁴ En este escrito, en adelante, cuando nos refiramos a las organizaciones, a los sitios o bases estaremos incluyendo a estos cuatro tipos de taxi. Esto, debido a que si bien de manera estricta el taxi de sitio es un tipo, los otros tres también cuentan con bases y la dinámica de funcionamiento del servicio y de la agrupación es relativamente similar.

la cual comenzó sus actividades en 2008. La otra, unos años antes, pero que ya venía trabajando previamente como organización social y reconocieron la necesidad de conformarse como organización de transporte. En general, las agrupaciones nacen a partir de la necesidad de consolidar el espacio de trabajo o de gestionar determinadas garantías para choferes miembros de una organización más amplia. Por ejemplo, una de las organizaciones más antiguas que hemos visitado y que opera en la zona de Indios Verdes, se consolida con el fin de lograr instalar su base en la bahía frente a la estación de metro. En palabras de su presidente, la organización: “nace en 1991 a causa de que empieza a escasear el pasaje, empieza una etapa en la que más escasear el pasaje, las devaluaciones afectaron los bolsillos de los usuarios y en especial a la del obrero. El que más tomaba taxi era el obrero” (Luis, dirigente taxista, junio de 2009).

Otras nacen como agrupación de taxis irregulares para conseguir un amparo y así poder trabajar, porque o bien no se les otorgaban placas o porque las que tenían habían sido proporcionadas por la misma Setravi o por terceros en condiciones fraudulentas —placas clonadas—, con lo que sin el amparo no podían trabajar sin tener problemas con las autoridades. Los taxistas afiliados son asignados a alguna base particular y —salvo algunos “corridos” que se mueven según las necesidades de las distintas bases— no pueden cambiarse a otra según su voluntad, aún cuando los sitios pertenezcan a la misma organización. En ocasiones, cuando en alguna base son necesarios más coches por su volumen de trabajo, taxis de la misma organización que pertenecen a otra son llamados para prestar servicio donde se los requiere. Incluso hemos visto que en alguna base, cuando no hay taxis disponibles, el checador para a algún taxi libre que circula por allí y hace subir a los pasajeros, incluso cuando el taxista no forma de la parte de la organización. Esta práctica la realizan con el fin de satisfacer al cliente y que ellos sigan acudiendo a la base a utilizar sus servicios. Existen distintos tipos de organizaciones según la estructura y forma jurídica que adoptan, entre las que encontramos:

- Sociedades mercantiles.
- Cooperativas.
- Sindicatos.
- Asociaciones o sociedades civiles.

Además, dentro de la última forma, la de asociación civil, encontramos que había dos subtipos, diferentes entre sí según las actividades que desarrollan. A saber:

- Asociaciones civiles como “corporación de oficio”.
- Asociaciones civiles como “organización social”.

Sin embargo, cuando cada una de estas formas presenta particularidades, en general, representan a los choferes bajo la premisa de su consideración de trabajadores por cuentapropia, que realizan su actividad de manera relativamente autónoma y cuya vinculación con la organización es como tales. Queremos decir con esto que para el caso de las empresas —al menos en todos los casos a los que hemos podido acceder— la relación no es laboral en el sentido tradicional y para los sindicatos, no representan a sus afiliados frente a un patrón. El hecho de que los taxistas no se encuentren organizados de manera sindical, no debe sorprendernos, si tal como dice Héctor Lucena (2006) las formas en que se organizan los trabajadores se derivan de momentos históricos nacionales y de cómo se organiza el capital. En este caso, si el capital no se representa en una empresa, sería posible pensar que la forma de organización será más parecida a una corporación de oficio como las que conformaron hace siglos los artesanos. Asimismo, ya no sorprende que existan organizaciones de trabajadores diferentes a los sindicatos. El autor recién citado comenta que la necesidad de unirse para enfrentar problemas comunes, ha impulsado el surgimiento de asociaciones civiles, asociaciones voluntarias, cooperativas o alguna otra. Sin embargo, en la práctica es posible encontrar contradicciones. Por un lado, existen casos en que efectivamente hay empresas capitalistas que brindan el servicio de taxi, pero con la particularidad que no contratan trabajadores asalariados. Por otro lado, existen algunos sindicatos que agrupan a taxistas, pero su representación no es frente a una empresa, sino funcionan de manera similar a las asociaciones civiles que representan a trabajadores independientes. Lo mismo sucede en el caso de las cooperativas.

El tamaño de las organizaciones —entendido en función de la cantidad de afiliados— es heterogéneo. Existen organizaciones pequeñas que agrupan entre 40 y 60 choferes, hasta otras que agrupan más de 200, 500 o mil. Debemos tener en cuenta que los números varían según los informe de Setravi o la propia organización. Incluso dentro de la misma agrupación distintos informantes han manifestado cantidades de afiliados diferentes. Es oportuno mencionar que a partir del Programa de Regularización que implementó dicha secretaría, muchas de las organizaciones vieron mermar el número de afiliados. Esto sucedió, sobre todo, en aquellas que representaban a taxis tolerados. Una vez que hubieron conseguido la concesión para circular de manera regular, no necesitaron el amparo que les brindaba la asociación a la que pertenecían y la abandonaron. Según algunos dirigentes, ese Programa apuntó directamente a desmembrarlas.

Sin importar el tipo de servicio que presten o que pertenezcan o no a alguna agrupación, casi todos los taxistas consideran que debieran unirse. Un dirigente cree que “el día que los taxistas nos unamos, ese día se va a evitar muchas cosas del Gobierno, muchos errores que en el Gobierno se comete”. En general, aparece la

necesidad de unión para combatir lo que consideran arbitrariedades por parte de la autoridad pública. Las demandas principales de las organizaciones ante ella suelen ser: la no entrega de concesiones a tiempo, la no resolución de los conflictos de manera pronta, peleas en bases entre líderes y choferes o entre líderes de la misma organización. Pero en estos dos últimos casos la autoridad no tiene potestad de resolución porque no puede intervenir dentro de la vida interna de las organizaciones.

Las organizaciones que adoptan la figura de asociación o sociedad civil, que son la mayoría sobre el total, cuentan con un órgano directivo compuesto por un presidente, un secretario y un tesorero, y dependiendo de las distintas organizaciones, tienen vocales u otros cargos. En la mayoría de los casos, las autoridades se eligen por medio de elecciones periódicas, otros asumieron vía eleccionaria y quedó en su cargo sin haber habido reelección oficial y en otros casos, se eligen en asamblea. Los dirigentes de las organizaciones suelen ocupar cargos como presidentes o secretarios por varios años (por ejemplo, nueve, 11, 18 años y continúan). Para un líder que hace poco tiempo ocupa el puesto de presidente en una organización de reciente nacimiento, la permanencia de los dirigentes por largos periodos se justifica así:

Lo que pasa es que hay algo [...] en nuestro país, que es algo... que la continuidad es algo que nos lleva al éxito, cuando no hay continuidad... son procesos que se detienen o se truncan y siguen nuevos y nuevos [...] si quitamos a alguien *puzz*. Es alguien que ya conoce, que sabe, porque ya tiene trato con los políticos, gobernación, ya lo conocen. Y si viene otro, pues, ese para que tenga que hacer todo eso ya le va a costar trabajo es un proceso de tiempo y después se detiene esto (José, dirigente taxista, septiembre de 2009).

Es decir, desde su punto de vista, ser dirigente implica un saber y experiencia que no cualquiera tiene o puede adquirir de manera rápida. Entonces, el que los dirigentes se mantengan por periodos más prolongados que los oficiales o no se realicen los actos eleccionarios para la renovación y entonces no se respeten las regulaciones, a veces significa una acción despótica o autoritaria por parte de las dirigencias, pero no necesariamente siempre es así. Hemos encontrado casos en que existe legitimidad para la prolongación porque los agremiados consideran que el desempeño del líder es correcto, porque sienten afecto por él, por costumbre o simplemente por poco interés de cumplir con los mecanismos institucionalizados para la renovación o la ratificación. En efecto, en ocasiones, se encuentra una gran admiración de los taxistas hacia sus dirigentes. Un taxista lo expresa claramente:

Este [dirigente] es inteligente. Este [dirigente], él es nuestro dirigente, es el que gracias a Dios ahorita ha estado levantando la oficina. Nosotros éramos en aquel tiempo, hace año y medio más o menos [...] éramos los peores, los chismosos, los revoltosos [...] Entonces [el dirigente] estaba adentro de la organización. Comenzó a jalar a la gente que nosotros

estábamos con él y hasta ahorita. Él se lo dijo, éramos ocho bases hasta ayer, si no es que ahora hay más bases de la cantidad que le dijo, ahorita hay más bases 40 bases, ya regularizó él. Y le vuelvo a repetir esto va para arriba, para arriba, para arriba, para arriba (Ignacio, taxista, junio de 2010).

La organización se representa entre los taxistas en la figura del líder. Éste es la organización. En ese marco, los agremiados se encuentran agradecidos o al menos satisfechos con su desempeño y por ello no se plantean la renovación de la dirigencia. Otra fuente de legitimidad de los líderes es cuando aún ocupando cargos directivos, continúan trabajando al volante. En general, los dirigentes comienzan trabajando como choferes, ocupando alguna función dentro de la organización o heredan el cargo que antes ocupaba un familiar o amigo. En uno de los casos, el actual presidente de una de las organizaciones era en quien residía la responsabilidad del funcionamiento cotidiano de las bases, organizarlas, solucionar problemas, recopilar gente, y cuando falleció el presidente anterior, los choferes votaron en asamblea por él y ocupa su cargo desde hace 18 años.

En las asociaciones se realiza una asamblea anual para rendir cuentas, discutir temas generales, las problemáticas cotidianas en el trabajo, donde suele resaltar la polémica sobre el cambio de tarifas. En caso de algún problema, puede llamarse a una asamblea extraordinaria. Algunas agrupaciones realizan además asambleas de manera periódica. En algunos de los casos a los que hemos tenido acceso, se efectúan asambleas o reuniones semanales donde —además de ser el momento en que se realiza el pago de la cuota semanal— los líderes brindan información y/o se discuten temas presentados por los choferes. El hecho de que la gran mayoría de las organizaciones de taxistas sean sociedades civiles donde todos los que las componen tienen igualdad de derechos para participar en ellas, no quiere decir que dicha situación siempre ocurra. Y no sólo porque quienes las dirigen acostumbren desarrollar prácticas poco democráticas, sino que muchas veces los taxistas no tienen la voluntad o interés de participar.

Y algunas organizaciones generan actividades extralaborales para que los conductores y sus familias socialicen. Por ejemplo, una realiza de vez en cuando comidas u organiza una jornada de salida a un club deportivo. Estos ámbitos suelen convertirse en espacio de socialización y de construcción de confianza y compañerismo entre los taxistas. Algunas organizaciones se nuclean en otras de oficio de nivel superior como en el Consejo Nacional del Transporte o forman parte de una organización o movimiento social más amplio, como del Frente Popular Francisco Villa o de la Confederación de Trabajadores de México. Han existido y existen experiencias o iniciativas de conformar agrupaciones de un nivel más amplio que el local.

Por otro lado, algunas organizaciones se encuentran adheridas a partidos políticos; en otras los líderes pertenecen a algún partido, pero de manera individual y a título personal, no como organización; otras se declaran apartidarias, pero a veces pueden realizar actividades políticas hacia dentro y fuera de la agrupación; otras se manifiestan independientes sin ninguna participación o relación política —aunque en algunas declaradas independientes si algún “amigo” del dirigente se presenta como candidato, la organización puede apoyarlo. En este último caso, un dirigente lo explica de manera clara: “en este momento no, mejor me convierto en gobiernista. Trabajo con el Gobierno nada más [...] Con el de turno, o sea no me involucro ya con ningún partido. Si apoyo, apoyo algún amigo, no a un partido en especial [...] Yo lo manejo a nivel organización. No... si hay algún amigo ahí, lo apoyamos y ahí”. (Luis, dirigente taxista, junio de 2009).

Incluso cuando el apoyo es de toda la organización, la decisión la toma el líder. Ante nuestra pregunta de si la adhesión se decide entre los miembros, la respuesta fue negativa justificándose en que el político estará de manera circunstancial en su cargo y que además no dicen la verdad. Por ello, ese apoyo es instrumental, si un amigo puede ocupar un cargo, los beneficiará y esa es razón para brindarle el apoyo. Él lo explicaba así:

¡No!, la verdad es una decisión... porque la verdad, el político miente. Son mentirosos, cuando necesitan ahí están, pero ya cuando están donde los pusimos, se olvidan. Lo que se les olvida ahí es que ellos van de paso. Yo transportista lo voy a ser toda la vida y me voy a morir transportista. Ellos no, ellos van de paso. Y también a los servidores públicos se les olvida que ellos van de paso, nada más. Los lugares donde ellos están nosotros los ponemos. Pero nada más duran de tres a seis años y se acabó (Luis, dirigente taxista, junio de 2009).

Para algunos, las definiciones político partidarias son las que impiden una unión y mejora en la definición de políticas que favorezcan al sector y a los choferes. Además, el pertenecer a un partido determinado puede dificultar las relaciones con una gestión de un partido diferente. Por ejemplo, un dirigente de una organización que adhiere al PRD comentaba que:

El asunto partidista es un virus para mí. Antes de que trates con una persona, te están preguntando el color de tu partido. ¡No puede ser! [...] Yo me he encontrado con que vamos a hacer un trámite a una Delegación como Benito Juárez que es panista y te bloquean para hacer un trámite. Eso es imposible, o sea, no puede ser (Juan, dirigente taxista, septiembre de 2009).

Las principales actividades que realizan las organizaciones son habilitar y mantener las bases y sitios —lo que implica mantener relaciones con la Setravi y/o con las autoridades delegacionales—, asesorar a los choferes en temas de trámites vinculados al taxi (sustitución de vehículos, revista, licencia tarjetón, titularidad), revisar que los choferes lleven tarjetón, seguro y, en ocasiones, la vestimenta adecuada. Una de las organizaciones entrevistadas comentó realizar alguna actividad solidaria, como transportar ida y vuelta a su domicilio, de manera gratuita, a ancianos y discapacitados a sus entrevistas médicas. Una de las organizaciones publica una revista para sus miembros. El número que tuvimos oportunidad de ver tenía un servicio especial para los choferes: presentaba a cada uno de los inspectores de Servicios Públicos con el fin de que los conozcan y se puedan defender.

Las organizaciones cuentan, en general, con un local. Algunas que tienen representación en zonas lejanas de la ciudad, cuentan con más de uno. Son similares todos, una casa o local, con una o dos oficinas y, en casi todas, una recepción donde hay una secretaria o secretario. Suele haber fotografías colgadas del dirigente con otros líderes de organizaciones, con algún funcionario público, de los taxis, y en algún caso de alguna marcha o manifestación. En algunos locales, los choferes pueden entrar, quedarse y circular por todos los espacios. En otros, hay espacios —como la oficina del dirigente— donde no ingresan sin previa autorización de la secretaria o secretario. Incluso en una, ni siquiera entran para el pago de la cuota, sino que éste se realiza a través de una ventana enrejada que da a la calle. La relación entre choferes dentro del local de la agrupación también es variable. En alguna organización, llegan a pagar, a penas si se saludan entre ellos y se van; en otras se visualiza el compañerismo y amistad, el buen humor y el aprovechamiento del momento del pago de cuota para el intercambio, para platicar, para compartir una bebida.

La incorporación de los taxistas a la organización difiere según la agrupación. En algunas cuando uno quiere ingresar, se presenta, pide la afiliación y se discute en Asamblea si es conveniente o no el ingreso de un nuevo chofer. En otros casos, cualquiera puede ingresar, basta con que se pague la cuota de ingreso y luego se define en qué base trabajará el conductor. En otras, simplemente el deseo de participar en la organización. Puede también ocurrir que sólo se puede acceder si hay una vacante, es decir, si alguien se fue y dejó un lugar puede entrar uno nuevo. En una organización, por ejemplo, si el chofer anterior dejó una deuda, el nuevo debe hacerse cargo de ella y pagarla para poder empezar a trabajar.

En todas las organizaciones existe la obligación del pago de una cuota semanal, cada 10 días o quincenal. Esta cuota habilita a los choferes trabajar en el sitio que se le asigne. Según la organización —y según lo manifestado por los dirigentes—, ese dinero se utiliza para hacer los pagos correspondientes por la vigencia legal

(revalidación) del sitio, el mantenimiento del local, al secretario que trabaja en él, a los despachadores, checadores y puerteros de la base (dependiendo del sitio, existen alguno o todos estos cargos) y a los dirigentes y para destinarlo en caso de alguna situación de necesidad extraordinaria de algún taxista, por ejemplo en caso de accidente. En no todas las organizaciones manifestaron que el dinero recaudado de la cuota se destine al pago de los dirigentes. En algunas, por ejemplo, los dirigentes dicen no recibir ningún dinero por su rol, razón por la cual tienen otros trabajos remunerados. En una organización, en ocasiones, parte del dinero recaudado en concepto de cuota, se utiliza para brindar apoyos políticos. El monto de las cuotas varía según la organización. Hemos registrado que la mínima que se abona es de 100 pesos semanales y la mayor de 300 pesos, aunque según un taxista se puede llegar a tener que pagar 800 pesos semanales. Un dirigente nos comentaba que no todos pagan las cuotas, al contrario, dice que más de la mitad no lo hace.

Además del pago de la cuota, en algunas agrupaciones los choferes consideran una obligación participar de asambleas, mítines y, en ciertos casos, en medidas de acción directa. Muy pocos consideran un deber la elección de las autoridades. En general, no es común que los choferes asistan de manera regular a las asambleas, ni que participen en la toma de decisiones, ni que participen de medidas de acción directa. Cuando esto último sucede, la mayoría considera que debe participar para mostrar apoyo a los compañeros, porque ser miembro de la organización implica formar parte de este tipo de acciones, y, en menor medida, porque las demandas lo justifican. Algunos lo hacen porque lo ordena el líder y de no participar podría haber sanciones o castigos. A diferencia de la mayoría, en algunas organizaciones particulares, muchos de los choferes manifiestan que siempre o casi siempre asisten a las asambleas y participan en la toma de decisiones.

Varía no sólo entre organizaciones, sino también hacia dentro de ellas, la percepción de los choferes sobre si la agrupación a la que pertenecen defiende sus intereses. Pero en general, aún cuando opinen de manera negativa, ante la pregunta de si abandonarían la organización si pudiera, contestan que no. La relación de los dirigentes con los otros miembros de la organización es variable. En algunos se nota distancia entre ambos; en otros, de respeto hacia el líder; unos más de cordialidad. Los dirigentes manifiestan que en general no suele haber conflictos hacia dentro de la organización, aunque según un funcionario de la Setravi y algunos miembros de base de las agrupaciones, suelen ocurrir entre algún líder y taxistas o cuando surge alguien que quiere disputar el liderazgo actual a quien lo detenta. Un dirigente comentaba que si bien no es usual que estas cuestiones sucedan, si ocurre lo resuelven entre ellos.

En los discursos de los dirigentes resaltan diferencias en la apreciación que tienen sobre la organización y el resto de los asociados. En algunas, prima el uso del

nosotros. En otras, pareciera que la agrupación es propiedad del líder. Cuando indagamos en quiénes son los enemigos de los taxistas y las organizaciones aparecen todos aquellos que “les sacan dinero”, en especial los inspectores de la Setravi y la policía. Parece haber una visión negativa mayor respecto de la administración pública encargada de regular la actividad entre los taxistas que se encuentran agremiados. No quiere decir esto que los libres tengan una visión positiva sobre ellos, pero las quejas sobre su funcionamiento son menores y éstas suelen referirse más a los inspectores de dicha institución, que por la gestión administrativa misma. En cambio, los organizados —no todos, pero sí un número considerable— suelen conocer cómo es el funcionamiento interno de la secretaría, los nombres de los funcionarios, quién trabaja y quién no, qué intereses tiene cada uno, son más propensos a realizar reclamos —aunque ese reclamo no pase de la simple queja en la cara del funcionario y luego no se sigan los canales institucionales o medidas de acción directa como medios para intentar resolver la situación.

La acción colectiva entre los taxistas

Entre los taxistas y sus organizaciones se desarrollan formas de acción colectiva, que escapan a la forma tradicional de manifestación del movimiento obrero organizado, al menos en México, la huelga (de la Garza Toledo, 1992b) y que son más cercanas a los repertorios de acción colectiva de los movimientos sociales como movilizaciones físicas personales y de los vehículos, cortes de calles en la ciudad, plantones, ocupaciones de espacios públicos, entre otros (Tilly, 1978). Entonces al pensar la acción colectiva, es necesario que la veamos no sólo en su acepción más usual, la de la movilización o formas similares, sino también la desarrollada de maneras menos visibles en espacios de negociación y de creación de consensos. Si bien para el ejercicio de la acción colectiva no es necesario que los taxistas pertenezcan a una agrupación, ya que pueden darse acciones espontáneas, sobre todo, solidarias entre ellos, las acciones más visibles se desarrollan por una o varias organizaciones.

Entre las acciones espontáneas o no planificadas por agrupaciones podemos mencionar algunos ejemplos. Cada 28 de diciembre se reúnen en la Basílica de Guadalupe taxistas para agradecer a la virgen por un año más de trabajo y pedir su protección para el año siguiente. Es el 28 de diciembre, el día de los Santos Inocentes que algunos lo han instituido como el “Día del taxista”. Según un taxista se realiza ese día debido a que hace años se calificaba a los taxistas como inocentes y así se convirtió en tradición.

Otras acciones espontáneas suelen realizarse cuando un taxista se encuentra en algún problema. Incluso cuando los otros no lo conozcan, paran en la calle para brindarle auxilio. Por ejemplo, un entrevistado nos contaba que: “El apoyo a veces entre los taxistas es que si te ven parado en la calle con una llanta ponchada o que se te para tu carro algunas veces te ayudan y es bueno” (Pedro, ex taxista, mayo de 2010).

Se notan expresiones de solidaridad ante alguna avería del vehículo, como en el caso anterior, o de que inspectores o policía acosen al taxista. Esto se da entre taxistas aún cuando no se conozcan, no sean amigos, ni compañeros. Pero son expresiones individuales y espontáneas, más que colectivas o planificadas. En los casos de conflicto suelen llevarse a cabo en algunos casos medidas de acción de tipo legal, administrativa, en otras de acción directa y, en ocasiones, combinación de las anteriores.

Las medidas de acción legal significan la realización de denuncias ante la justicia. Por la vía administrativa, por lo general, ante Setravi. También suelen realizar denuncias ante la Comisión de Derechos Humanos. Las medidas de acción directa suelen tratarse de manifestaciones, de ocupación del espacio de trabajo mediante la instalación de un campamento y estancia por medio de guardias en el lugar, de enfrentamientos, choques y golpes entre choferes o con la autoridad pública.

A veces se dan conflictos entre organizaciones que pueden llevar a la movilización de los actores. Los problemas suelen aparecer por la disputa por el lugar de trabajo. En general, ocurren cuando una agrupación invade la zona donde se ubica la base de otra. En un conflicto particular por el espacio de trabajo entre dos organizaciones, una de ellas recibió el apoyo de vecinos y comerciantes de la colonia. Comentaba el dirigente que todos los miembros de la base participaron en la lucha:

La gente como nunca se ha visto en el transporte, ni creo que se vea, lo hizo tipo fábricas, velaban su trabajo. Aquí venían a dormir. Inclusive muchas esposas se vinieron con sus esposos, porque no les creían, por decir así, que venían a cuidar la base. Ellas se hacían sus hogueras, sus fogatas, tiempos de frío ahí los pasaron, ahí estuvieron. Habían guardias permanentes y durante esos casi tres años estuvieron así. A mí me enorgullece, me me... satisfizo el hecho de la gente respondiera de esa manera. Que la gente realmente supiera que estaba peleando lo que es de ellos, porque es de ellos. En cambio, las otras personas las que vinieron a invadir, no podían pelear porque no le tenían amor al lugar. El amor que todos le sienten a este lugar, porque aquí siempre han trabajado aquí siempre han pertenecido a ORETI, por eso se peleó con todo (Luis, dirigente taxista, junio de 2009).

En varios dirigentes y choferes aparece un fuerte sentimiento de referencia hacia el lugar de trabajo —la base o sitio—, su pertenencia. Incluso un líder de una organización de creación reciente, que se desprendió de otra organización que opera en la misma colonia, nos comentaba que algunos choferes volvieron a la organización anterior. Explica que de quienes las fundaron, ya se fueron:

Como cinco o seis, porque, porque pues la gente está donde, donde se acostumbra. Aquí vamos a arraigarnos a nuestro espacio, ¿no? ¡Vamos a vivir cosas nuevas! [...] Aquí somos muy arraigados a la familia, a los este... a las costumbres, a nuestra tierra... ¡Todo eso! Y nos sentimos bien así, vamos a otro lado y como que nos sentimos así, *estee* como que fuera de lugar [...] Regresaron exactamente a su organización, porque allá se sienten bien” (José, dirigente taxista, septiembre de 2009).

En los últimos años, especialmente a partir del Plan de Regularización, han merado acciones colectivas más visibles como manifestaciones o plantones, excepto alguna protesta esporádica por invasión (porque los taxis de montaña levantan pasajeros en otras zonas de la ciudad o porque una organización quiere ocupar la base de otra, también en la montaña). Pero incluso organizaciones que en momentos anteriores habían realizado grandes movilizaciones, plantones, bloqueo de calles, hoy aun reconociendo los serios problemas en los que trabajan los taxistas, optan por no realizarlas. Por ejemplo, en una de ellas comentaban que ellos se movilizaron mucho, fueron mal connotados por esa razón y con su acción se beneficiaron todos los taxistas que no habían hecho nada. Por lo que hoy plantean que es momento de que esos otros se movilen, que ellos hoy tienen que trabajar y no pueden dedicar tiempo a la acción colectiva, porque si no trabajan, no comen. Sin embargo, este hecho no los limitó a actuar en otro momento.

Pareciera que se recurre a la acción colectiva en casos de extrema necesidad o para conseguir la situación de mínima para poder trabajar: obtener concesiones (pasar de ser tolerado a regular), o para mantener el lugar de trabajo (garantizar que la base o sitio no sea ocupada por otra organización). Algunos, como por ejemplo en el caso presentado más arriba, han ocupado y vivido en la base para que el espacio de trabajo no fuera ocupado por otros. Otros realizaban manifestaciones masivas de taxis circulando por las arterias de la ciudad o bloqueaban alguna vía principal obstaculizando el tránsito urbano.

Pero incluso todo eso era en otro momento, no hoy. Existen casos de organizaciones que aún tienen taxis tolerados y otras a las que se les ha quitado la habilitación del sitio o de la base que no realizan medidas como las que en otra época sí se practicaban. En general, se prefiere el diálogo, la negociación directa entre los líderes y algún funcionario público, o el pedido siguiendo los lineamientos administrativos, aunque realizar este tipo de medidas no significa que las situaciones lleguen a una resolución favorable para los trabajadores. Incluso cuando no se soluciona, en estos últimos años, no se han implementado medidas alternativas.

El grado de participación en las medidas varía según las organizaciones y las formas de persuasión u obligación que se despliegan. Encontramos casos en que el

líder dice “hay que ir”, y la mayoría asiste. ¿Por qué? Aquí tampoco hay uniformidad. Puede haber una conciencia compartida colectivamente de la necesidad de ser muchos, de que la unidad y la cantidad muestran la fortaleza de la medida. En otras, el no participar puede implicar sanciones. Un taxista nos comentaba que hace años pertenecía a una organización de taxis tolerados y: “Nos decían hay que ir con López Obrador y había que ir, porque si no ibas te sacaban el amparo. Y si no tenías el amparo y te paraban, ellos no te iban a sacar. Te sacaban el amparo por tres días, entonces no podías trabajar” (Julio, taxista, noviembre de 2009).

Quizá a la fecha la manifestación más visible está siendo llevada a cabo por un grupo de organizaciones que han conformado un movimiento llamado “Pacto Nacional de Organizaciones por un transporte sustentable” en demanda por el aumento de las tarifas. La medida consiste en que los vehículos pertenecientes a dichas agrupaciones han colocado carteles sobre los vidrios y pegado calcomanías con la leyenda: “Y LA TARIFA ¿CUÁNDO?” con motivo de los seis años que han transcurrido sin una actualización de las tarifas. Además, se hicieron encuentros de los taxis con los rótulos en distintos puntos de la ciudad repartiendo las calcomanías taxis libres. Estas medidas además de poner la tarifa en discusión, hace visible a los ciudadanos la problemática. Cualquier transeúnte puede leer la inscripción sobre los taxis.

Es difícil hacer un análisis sobre este movimiento cuando ha comenzado pocos días antes de la escritura de este artículo, pero continuaremos su investigación y los resultados esperamos compartirlos en trabajos futuros. No obstante, queremos hacer dos apreciaciones. En primer lugar, el surgimiento de esta acción colectiva muestra que una situación conflictiva, quizá la más importante en este momento para los taxistas, puede llevar a que los actores se movilicen para tratar de modificar el estado de las cosas. Aún más, ha logrado alinear tras un objetivo común a organizaciones muy diferentes ideológicamente y en sus prácticas cotidianas. En segundo lugar, visibiliza que los sujetos no son indiferentes a las condiciones en que se presta el servicio y trabaja y, que a pesar de la relativa pasividad del sector durante algunos años, éste cuenta con la posibilidad de reunión y lucha por sus intereses.

Reflexiones finales

Los contenidos de las páginas previas nos dejan entrever que el mundo del trabajo de los taxistas es sumamente complejo y heterogéneo. Hemos visto cómo es su trabajo, su identidad y su organización colectiva dando cuenta de una realidad con continuidades, pero también con contradicciones y con diversidades. El proceso de construcción de identidad entre los taxistas refiere, por un lado, a la significación

que pueden otorgar a su trabajo, a los otros taxistas y/o las organizaciones en el momento histórico actual en que se desempeñan laboralmente como taxistas, en el que sus pares laborales son taxistas y en el que pertenecen o no a tal o cual organización. Por el otro, la significación que generan tiene en cuenta también a experiencias laborales pasadas, que en ocasiones pueden ser idealizadas o despreciadas, puesto que se las considera a luz de la realidad que hoy están viviendo. Muchas veces se las interpreta de manera diferente a como lo hacían en el pasado. Todo este proceso sirve a los taxistas para afirmar de manera positiva o negativa su identidad.

Podemos visualizar disparidad en los significados otorgados al trabajo, hacia los pares y las organizaciones entre diferentes sujetos. Las cuestiones estructurales no impactan a todos por igual, de hecho no todos comparten las mismas estructuras. La situación socioeconómica, familiar, de sus trabajos previos, por un lado; y de las formas en que se desarrolla el trabajo, de la condición de propietario del vehículo o de chofer, con quiénes se comparte el día laboral, de las zonas donde se trabaja, de los pasajeros que suele transportarse; por el otro, hacen aparecer una variedad de significaciones a veces convergentes, homogéneas, y otras veces desiguales u opuestas entre sí.

Si la identidad se construye no sólo en la identificación, sino también en la alteridad, en la diferenciación con otros. ¿Quiénes son esos “otros”? Todos aquéllos que obstaculizan la realización del trabajo o los culpables de que la actividad no se pueda desarrollar en las condiciones deseadas. Esas condiciones serían mayores ingresos, mayor seguridad, trabajar menos horas al día, menor “persecución” o mayor estima por parte de la ciudadanía. Son entonces los gobernantes —casi siempre aquellos que tienen vínculo directo con la prestación del servicio de taxi—, la policía, los inspectores. Sin embargo, entre aquellos taxistas más politizados a los anteriores, suman a los responsables políticos y empresariales del modelo económico nacional e incluso internacional. En síntesis, los “otros” son los culpables de que a los taxistas no les vaya bien como les gustaría.

Es cierto que la mayoría de los taxistas no forman parte de algún tipo de colectivo. Es probable que la organización actual del servicio de taxis en la ciudad, favorezca la atomización de los trabajadores, lo que dificulta hasta cierto punto la conformación de un colectivo. Además, el desprecio general de los ciudadanos hacia las organizaciones colectivas de trabajadores y sus dirigencias, favorece que los sujetos prefieran la individualidad a la colectivización. Pero tampoco es menos cierto que muchos choferes sí optan por adherir a algún tipo de organización.

El hecho de pertenecer habilita al chofer a trabajar en alguna de las bases que posee la agrupación o, en épocas anteriores cuando operaban los amparos donde los taxis tolerados, éstos al portar una copia de él podían circular sin ser sancionados por

la autoridad, el formar parte de la organización les permitía trabajar tal como si fueran regulares. No obstante, en algunos casos identificamos que la decisión de pertenecer no es simplemente porque permite trabajar. Aun cuando en ocasiones ésa fue la razón de ingreso, el haber compartido con los otros miembros la experiencia de la agrupación, lleva a que la signifiquen como algo más que la habilitadora al trabajo. En especial, esto puede visualizarse entre algunos choferes pertenecientes a organizaciones que previo al programa de regularización representaba a tolerados. Algunos choferes comentaban que a pesar de hoy ser regulares se han quedado en una organización —a diferencia de la gran mayoría que la abandonó luego de haber obtenido sus placas—, porque reconocen que las mejoras se obtuvieron de manera colectiva por la lucha de todos y que sólo de esa manera es como podrán ayudar a nuevos ingresantes, o afrontar problemas futuros. Pero no podemos dejar de mencionar que casos como éstos, al menos hasta lo que hemos podido explorar hasta la fecha, son pocos. En efecto, la mayoría busca en la constitución, adhesión o permanencia en la organización reside en que ésta ofrece determinadas condiciones de trabajo que el chofer considera merecen ser tenidas contra las obligaciones que aquella impone.

Bibliografía

- Briceño-León, R., & Zubillaga, V. (2002), “Violence and Globalization in Latin America”, *Current Sociology*, 50 (1), pp. 19–37, disponible en <http://csi.sagepub.com/cgi/content/abstract/50/1/19>; consultado el 3 de abril de 2009.
- De Grazia, S. (1966), *Tiempo, trabajo y ocio*, Madrid, Tecnos.
- De la Garza Toledo, E. (1992), “Reestructuración productiva, estatal y de los sujetos obreros en México” en De la Garza Toledo, E. (coord.), *Crisis y sujetos sociales en México*, México, Miguel Ángel Porrúa, pp. 53-106).
- Essenberg, B. (2003), *Violence and stress at work in the transport sector*, Sectorial Activities Programme, Working Paper 205, Génova, International Labour Office.
- Lowitt, S. (2006), *The Job-creating Potential of the Metered Taxi Industry in South Africa’s Urban Areas: Some Preliminary Findings*, disponible en <http://www.taxi-library.org/metered-taxi-growth-south-africa.pdf>; consultado el 3 de noviembre de 2009.
- Lucena, H. (2006), “Las nuevas Relaciones Industriales” en De la Garza Toledo E. (coord.), *Teorías Sociales y Estudios del Trabajo: Nuevos Enfoques*, Barcelona, Anthropos, Universidad Autónoma Metropolitana-Iztapalapa, pp. 207-221.
- Navarro Benítez, B. (2004), *Los taxis en la Ciudad de México*, México, Universidad Autónoma Metropolitana-Xochimilco.

- Paugam, S. (2000), *Le salarié de la precarité. Les nouvelles formes de l'integration professionnelle*, París, PUF.
- Quiroz López (2007), "¿Planeación del transporte o gestión de la movilidad en la Ciudad de México?" en R. Majoral i Moliné, *Territorios y sociedades. Diferentes dimensiones de analisis*, Barcelona, Publicacions i Edicions de la Universitat de Barcelona, pp. 83-103.
- Tilly, C. (1978), *From mobilization to revolution*, Nueva York, Random House.

Fuentes

- Acuerdo por el que se determina la cromática, rótulos y medios de identificación que deberán aplicarse a los vehículos que prestan el Servicio de Transporte Público Individual de Pasajeros "Taxi" en el Distrito Federal, en sitios autorizados, los radiotaxis y los que operan en hoteles y centros turísticos (12 de mayo de 2009), *Gaceta Oficial del Distrito Federal*, 587, 13 de mayo de 2009.
- Aviso a los concesionarios del Servicio de Transporte Público Individual de Pasajeros "Taxi" para la sustitución obligatoria de los vehículos que se destinan a dicho servicio, modelos 1998 y de años anteriores (12 de febrero de 2008), *Gaceta Oficial del Distrito Federal*, 272, 12 de febrero de 2008.
- Aviso por el que se determina la cromática oficial, rótulos y medios de identificación que deberán aplicarse a la totalidad de los vehículos que prestan el Servicio de Transporte Público Individual de Pasajeros "Taxi" en el Distrito Federal. (2008, 12 de febrero). *Gaceta Oficial del Distrito Federal*, 272, 12 de febrero de 2008.
- Aviso por el que se determina la obligatoriedad de la cromática oficial, rótulos y medios de identificación que deberán aplicarse a la totalidad de los vehículos que prestan el Servicio de Transporte Público Individual de Pasajeros "Taxi" en el Distrito Federal (30 de septiembre de 2008), *Gaceta Oficial del Distrito Federal*, 432, 1 de octubre de 2008.
- Instituto Nacional de Información Estadística y Geográfica. (2006). Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo.
- Manual Administrativo de la Secretaría de Transportes y Vialidad. (17 de febrero de 2003), *Oficial del Distrito Federal*, 21 bis, 13a. época, 11 de marzo de 2003.
- Maldita Vecindad (1998), *El cocodrilo*, en *Mostros* [CD], ciudad de México, RCA International.
- Secretaría de Transportes y Vialidad del Gobierno de la Ciudad de México (2007), *Encuesta 2007 Origen Destino*, disponible en <http://www.setravi.df.gob.mx/index.html>; consultado el 25 de noviembre de 2008.

Secretaría de Transporte y Vialidad (2009), *3er Informe 2009*, disponible en <http://www.setravi.df.gob.mx/informes/2009/presentacion.html>; consultado el 27 de octubre de 2009.

Secretaría de Transporte y Vialidad (2010), *4to Informe 2010*, disponible en http://www.setravi.df.gob.mx/wb/stv/4o_informe_setravi; consultado el 9 de noviembre de 2010.

El trabajo en la transición del microbús al metrobús: identidad y movimiento social

Carlos Clemente Martínez Trejo¹

El transporte público. Tejido de experiencias diversas

En 2010, el Distrito Federal es una ciudad de aproximadamente 8.6 millones de habitantes con una conurbación de 56 municipios del Estado de México en el que viven 9.3 millones de habitantes. Un aproximado de 17.9 millones de habitantes viven en la zona metropolitana del Valle de México. En ella se realizan casi 22 millones de viajes por día hábil, donde el Distrito Federal concentra 59% del total de éstos. Cerca de 15 millones de viajes se realizan en transporte público y 65% de ellos utilizan como principal modo de transporte el colectivo-microbús. Con un porcentaje inicial de 0.05%, el sistema de transporte público de carriles confinados, mejor conocido como metrobús, aumenta su presencia como un modo de transporte moderno que ha trasladado a más de 336 millones de pasajeros (450 mil por día) durante los cuatro años que lleva de funcionamiento (Encuesta Origen-Destino, 2007). Con ello las expectativas de su expansión crecen.

El medio de transporte público más utilizado desde hace ya más de diez años sigue siendo el transporte concesionado, conocido por la gran mayoría de los habitantes

¹ Egresado de maestría en el posgrado en Estudios Sociales en su línea de Estudios Laborales de la Universidad Autónoma Metropolitana-Iztapalapa. Quiero agradecer a mis asesores el Dr. Mario Bassols Ricardez y al Dr. Enrique de la Garza Toledo por las observaciones que dedicaron a mi tesis de maestría, cuyos resultados se concretan en buena parte, en el presente trabajo. Agradezco enormemente el testimonio de cada una de las personas que aparecen en esta investigación. A los trabajadores del transporte público, mi más profundo respeto y admiración.

de esta ciudad como el transporte de microbús. En su extensa red, con muy diversos recorridos de origen y destino, el servicio de transporte inicia y se consume diariamente de acuerdo a dinámicas sociales muy complejas que la Ciudad posee tanto como estructura y como proceso. A juicio de los usuarios, este servicio de transporte otorga ventajas únicas que ningún otro posee. Por ejemplo, el bajo costo del pasaje, la facilidad de poder abordar y descender de las unidades casi en cualquier momento y lugar de la calle, entre otras.

El transporte de los microbuseros es bueno... no es ningún servicio de lujo, pero siempre encuentras un microbús que te lleva al lugar que tienes que ir o te acerca mucho a tu destino. Es práctico y te hace la parada en cualquier lugar y te baja donde sea. En nada se compara con un taxi, pero por los tres pesos que pagamos, preferimos ir un poco apretados y sacudidos si tú quieres, pero es preferible. Además no tenemos mucho de dónde escoger... o quizá también es que ya nos acostumbramos (Ernesto, usuario frecuente del transporte de microbús, 23 de febrero de 2010).

De acuerdo con la opinión del jefe de la Academia de Transporte del Instituto Politécnico Nacional (IPN), Javier Hernández, comenta que: “El principal valor que los usuarios de la ciudad de México buscan es el tiempo, y ese es el primer valor [...] el segundo es la seguridad y el tercero es la reducción del impacto ambiental” (*Milenio*, 2010). Sin embargo, el comentario valioso de un ex trabajador de la Red de Transporte de Pasajeros (RTP) de la ciudad de México, nos muestra una observación fundamental:

Lo que la gente quiere del transporte es, sobre todo, que la tarifa la puedan pagar. En mis muchos recorridos, lo que yo siempre vi, fue que la gente se llega a esperar hasta más de una hora con el fin de ahorrarse un peso para llegar a su casa [...] Lo que realmente pasa es que la gente de esta ciudad en su mayoría es pobre, y no pueden pagar el transporte, por eso llegan a esperarse aunque sea hasta muy tarde esperando el último camión y viajar todo apretado, por la necesidad de no gastar ese peso que será la diferencia para el día de mañana de llegar o no a su casa (Juan Pablo, ex trabajador de RTP, 23 de marzo de 2010).

De acuerdo con los resultados de nuestra investigación, al entrevistar a distintos usuarios frecuentes de dicho servicio, principalmente sobresalen las valoraciones sobre costo del servicio, el factor tiempo de traslado, el trato humano y la seguridad. Sin embargo, las valoraciones del servicio no deben considerarse como factores independientes, sino son códigos que están articulados entre sí, basados en la experiencia cotidiana en constante resignificación. Por ejemplo, hay valoraciones que mutuamente se construyen entre sí, como es el tiempo de traslado y el costo del

servicio. Para unos usuarios es en verdad una gran ventaja que exista el servicio de microbuses con una tarifa mínima de tres pesos, aunque el tiempo de traslado no sea el óptimo, pues a juicio de los usuarios, el problema del tiempo en el viaje no depende del servicio de microbuses, sino es un problema propio de la ciudad, ya que al existir una cantidad muy alta de automóviles particulares, ello influye en que el servicio de los microbuses sea lento. Por otra parte, existen valoraciones articuladas por la contradicción. Por ejemplo, hay usuarios que valoran altamente que el costo del pasaje sea bajo (a comparación del transporte en el Estado de México),² sin embargo, el trato cotidiano con los conductores y la falta de seguridad en el servicio hacen repudiar enormemente el servicio de los microbuses. Así, de un lado se considera como una gran ventaja que el costo del viaje sea económico y por el otro, que el servicio preste una atención tan mala que puede llegar incluso a poner en riesgo la vida de usuario. Sirva de ejemplo el siguiente testimonio:

Yo odio a los microbuses [...] cada día que me subo en uno de ellos me da mucho miedo. Me da miedo el chofer, me da miedo cómo conducen, cómo te tratan (en especial a nosotras las mujeres), me da miedo la gente que se sube, porque pueden ser rateros o violadores [...] No falta el que siempre se te acerca y se pone detrás de una [...] A mí al menos me han asaltado como cinco veces [...] Yo no tengo dinero para viajar en taxi y no me queda otra que irme en microbús y luego al metro [...] Hay ocasiones en que me han sacado de apuros. Una vez yo tenía mucha prisa para llegar al trabajo, y había mucho tráfico en Zaragoza. Gracias a que le microbusero se fue por varias callecitas y cortó por en medio de una gasolinera e hizo piruetas, yo pude llegar bien a mi trabajo. Ese día tenía que estar puntual, y gracias a ese “microbusero intrépido” yo llegué y le di gracias a Dios. No todos los microbuseros son malos [...] Sí, el problema de los microbuses es también por el tráfico que se hace en esta ciudad todos los días en la mañana y en la noche, aunque ya a todas horas es lo mismo (Jessica, usuaria frecuente de microbús, 25 de abril de 2010).

Las valoraciones por parte de los usuarios respecto al servicio son diversas, porque son construidas en la experiencia de la vida cotidiana que los actores sociales viven a diario en el transporte público. Así, las interacciones son innumerables. Sin embargo, a nuestro juicio y de acuerdo a los testimonios obtenidos, hay siempre un

² En el Distrito Federal, la tarifa vigente de microbuses es de 3 pesos para una distancia de hasta 5 km; 3.50 pesos para una distancia de 5 a 12 km; y 4.50 pesos para una distancia de más de 12 kilómetros. En autobuses es de 4 pesos y 5 pesos para las diferentes distancias autorizadas de hasta 5 km y de más de 5 km, respectivamente. Información disponible en http://www.setravi.df.gob.mx/wb/stv/tarifas_autorizadas_tp; consultado el 31 de enero de 2009. Para el Estado de México la tarifa oficial mínima de transporte colectivo es de 7 pesos por los primeros 5 km con un incremento en 0.16 centavos por cada km. Información disponible en <http://www.edomex.gob.mx/transporte>

elemento que compone o caracteriza al servicio de transporte colectivo en esta ciudad, y no sólo al concesionario. Ese elemento frecuente y cotidiano que acompaña siempre a la experiencia de los usuarios es el sufrimiento. La experiencia del sufrimiento por parte de los usuarios en el transporte público se ha convertido en modo generalizado de vivir socialmente el viaje en los modos de transporte en esta ciudad. Es una experiencia que se ha objetivado culturalmente por los ciudadanos de la capital cuyos signos más evidentes son el estrés y el miedo. Los millones de usuarios que utilizan el transporte público colectivo, se enfrentan diariamente a los efectos de una práctica urbana colectiva, es decir, al traslado diario del hogar al lugar de trabajo o escuela y de nueva cuenta al hogar. Esta práctica a nivel colectivo, se ha objetivado en la cultura capitalina como una característica propia y distintiva de la ciudad de México y sus residentes. El sufrimiento del usuario es una realidad que desde tiempo atrás se ha ido construyendo, donde sus intensidades están aumentando notablemente mientras la ciudad crece en complejidad y desorden.

Todos los días en esta ciudad, se sufre cuando se viaja. Desde que sales de tu casa para ir trabajar ya sabes lo que te espera. Antes yo me levantaba a las siete de la mañana para bañarme, prepararme, desayunar e ir saliendo de mi casa a las ocho en punto para llegar a mi trabajo a las nueve. Después me levantaba a las seis y media para salir a las siete y media y poder llegar a mi trabajo. Ahora me estoy despertando a las seis de la mañana para salir de mi casa a las siete o siete y cuarto más tardar para llegar a las nueve a mi trabajo. Me he dado cuenta de que antes no estaba tan saturado el transporte y podía llegar en una hora a mi trabajo. Todos los días, desde la seis de la mañana ya hay mucha gente. Yo me acuerdo que los horarios más difíciles eran entre las ocho y nueve de mañana. Ahora desde la seis de la mañana ya hay un buen de tráfico, los microbuses ya van llenos y no puedes entrar al metro. Antes yo dormía más... y ahora tengo que sacrificar mi sueño para levantarme más temprano porque si no, no llego [...] Yo creo que todo esto que está pasando es porque ya somos muchos en la ciudad, todos vamos para el mismo lugar en la mañana y de regreso todos también vamos a la casa. Lo que hago yo, pienso, lo están haciendo muchas personas al mismo tiempo. Si antes no llegabas a tu trabajo pues te levantabas más temprano, y así... yo creo que más adelante me tendré que levantar aún más temprano para llegar a mi empleo [...] Porque no puedo dejar trabajar (Víctor, usuario frecuente de transporte público, 14 de mayo de 2010).

Cuando viajas en el metro o en el microbús, lo más difícil es aguantar a tanta *pinche* gente. La gente no te deja subir, te empuja, te escupe, te tlaquea, o sea... te hace de todo. Te manosea... ya hasta a los hombres nos toca. La otra vez me tocó un *pinche joto* y que le digo: ¡qué traes *pendejo!* O sea, todos los días es igual [...] Yo lo que hago es que me pongo mis audífonos y no oigo nada. Que si hay una bronca, me vale madre, que si alguien se cayó... hay háganse bolas [...] Lo que quiero es llegar a mi trabajo y luego a mi casa [...] Todo el transporte es así (Izmael, usuario frecuente de transporte público, 14 de mayo de 2010).

La experiencia del sufrimiento de los usuarios se vive fundamentalmente en el espacio vital que desaparece al interior de las unidades del transporte. En estos espacios internos, los usuarios son contenidos con distintas características y limitaciones según sea el modo de transporte público como microbús, combi o vagoneta, metrobús o metro. Cada una de estas modalidades, tiene distintas características y estructuras espaciales que contribuyen a que la experiencia del viaje sea diferente en cada una de ellas. Cuando se superan las limitantes en capacidad de las unidades, cuando se violentan los usos ergonómicamente aceptables o no se cumple un cierto orden de distribución y organización al interior de los espacios concretos,³ el sufrimiento de los usuarios aflora fácilmente, pues es una experiencia que impacta primeramente a la relación vital del cuerpo con el espacio.

Así, el sufrimiento de los usuarios es un significado que se construye cotidianamente de manera constante y sin la esperanza de que la situación en la experiencia

³ Las capacidades formales de las unidades de transporte y formas de uso, no son una regla a seguir en la práctica cotidiana en el servicio del transporte. De manera frecuente, muchas de ellas se violentan reiterada y hasta sistemáticamente. Sírvase de ejemplos los siguientes. Las capacidades en número de usuarios y características ergonómicas para el servicio de transporte en un microbús, no son especificaciones que refieran al seguimiento de normas de calidad y seguridad. La fabricación de las unidades estuvo en buena parte a cargo de distintas ensambladoras (muchas de ellas clandestinas) que fabricaban distintas partes de las unidades para poder armar o adaptar algún vehículo. El proceso de fabricación como el mantenimiento físico-mecánico de las unidades, se han caracterizado por no poseer normativas puntuales de calidad, donde buena parte del trabajo objetivado en la unidad de transporte es de carácter artesanal. Otro ejemplo cotidiano es la adaptación de los interiores de las vagonetas o combis, que con el objetivo de maximizar la capacidad, se sacrifica enormemente la comodidad de los usuarios. Por ejemplo, para un vehículo *Hiace* fabricado por Toyota, que cuenta con una capacidad de 13 pasajeros, con una modificación “hechiza” que viole la comodidad y seguridad de los usuarios, los conductores están transportando hasta 17 usuarios en una unidad. O bien, como es el caso de las combis (unidades de transporte más viejas), se están transportando hasta 15 personas donde la capacidad es de 11. Inclusive, para estos modos de transporte, los conductores de las unidades permiten el abordaje de usuarios sentados o hincados en el piso de la unidad, que sumado a la alta velocidad con que operan, se convierten en factores de inestabilidad de los propios vehículos que propician frecuentemente accidentes en este servicio. Un último ejemplo de violación reiterada o sistemática no controlada es la propia práctica de ascenso y descenso a las unidades de transporte. En el caso del servicio concesionado de microbuses, las situaciones más frecuentes son la sobresaturación de las unidades, donde los pasajeros van colgados (incluso con un solo pie) en los accesos de entrada y salida. A pesar de ello, los usuarios pagan por el viaje. Un ejemplo extremo que es más cotidiano de lo que se cree, es el ascenso y descenso de los usuarios por las ventanillas de los vehículos. Puede verse ejemplos de ello en distintos videos en la red como: <http://www.youtube.com/watch?v=KubTyKtJTY0&NR=1&feature=fvwp>; o bien viajar cotidianamente en transporte público en horarios de alta demanda.

cotidiana del viaje en transporte público cambie. Las valoraciones de los apuntan de manera pesimista a que el transporte en la ciudad de México sea una experiencia cada más difícil de sobrellevar. Pensando desde las ideas Irvin Goffman (1979) cuando menciona las distintas modalidades en que se sobrepasan los límites propios de los individuos, el delito clave que explica las interacciones en la intrusión, la invasión, la presunción, la calumnia, el ensuciamiento, la contaminación, es de manera general, la infracción. Desde esta perspectiva al pensar la experiencia en el transporte público, existe una reiterada violación que infringe las limitantes corporales, personales y sociales de los cuerpos en distintas modalidades que sobrepasan las distancias de proximidad permisible, social e íntima —como la agresión en la mirada, la interferencia de los sonidos, la forma de dirigir la palabra, las diversas formas de ensuciamiento, hasta la propia agresión sexual o vital.

La voluntad del usuario en la práctica cotidiana del traslado en el transporte público, está siendo doblegada por dos fuerzas importantes. La primera es por la presión de las estructuras que tienen los distintos modos del transporte en la ciudad. Estas estructuras y regulaciones que construyen día a día el servicio, se están caracterizando por transgredir cotidiana y hasta sistemáticamente los espacios sociales colectivos e íntimos de los usuarios que viajan en el transporte. Su impacto, que tiene tanto efectos económicos como sociales, está influyendo de manera preocupante a la estabilidad subjetiva tanto individual y colectiva de los pasajeros. Una violación fundamental es la transgresión de la limitante básica de la intimidad y libertad para el cuerpo y la personalidad. Las deficientes regulaciones en el transporte, o bien, la ausencia casi total de éstas, permeadas de corrupción e inseguridad, está objetivando en la cultura e identidad urbana, un malestar generalizado que crece amplia y rápidamente.⁴

La segunda fuente que está doblegando la voluntad del usuario a tener derecho a un transporte cómodo y eficiente, es la propia dinámica que los usuarios, en relación con distintos agentes sociales, construyen la vida social cotidiana en el transporte. Es decir, existe una fuerza compleja que se construye de manera cuantitativa, como un agregado constante de interminables flujos de personas con la intensión de dirigirse a un mismo punto de la ciudad. Está dinámica ciudadana está configurando socio-espacialmente, fuertes conflictos en el desplazamiento y en la experiencia de

⁴ Muestra de ello, son las distintas acciones concretas que los usuarios, de forma cada vez más colectiva y contundente, ejercen en contra de los transportistas y autoridades. Ejemplos de ello, son el incremento de las quejas y denuncias frecuentes por el maltrato hacia los usuarios, hasta agresiones físicas a conductores y unidades de microbús como respuesta al agravio que sufren. Un ejemplo extremo son los intentos de linchamiento hacia los conductores.

la vida ciudadana. Con una gran fuerza social, millones de personas se trasladan diariamente a una misma zona en la ciudad. Ello, en parte, también provoca una gran respuesta a ese enorme flujo de usuarios que es aprovechada por otros actores sociales que dependen de su existencia.⁵ Esta dinámica social que nace cuantitativamente a través del agregado constante de usuarios con la intención de llegar diariamente a sus destinos, crean fuertes flujos de desplazamiento que promueven otras dinámicas que a su vez los alimentan. Sin embargo, es necesario indicar que el límite del estado de la concordia al de la violencia, es un límite que día a día se está redefiniendo colectivamente.

Una vez sí sentí que me iba a morir en el metro. Estaba yo en la esquina cerca de la puerta junto al tubo... ¡Y que se deja venir por la otra puerta toda la gente! ¡Y que me apachurran toda! El tubo que está a una lado del asiento se me atravesó a la altura de mi espalda y con la presión de todos se me fue el aire. Yo sentí que mi espalda me la iban a fracturar (Erika, usuaria frecuente del sistema de Transporte Colectivo Metro, 15 de diciembre de 2009). Vi como una señora se desmayó... Creo que se estaba convulsionando porque los ojos se le movían así... rápido. La cargamos y la pusimos en el asiento e íbamos a jalar la palanca cuando todos los demás nos dijeron: ¡No jalen la palanca! ¡¿Qué van hacer?! ¡Qué se queda ahí! ¡Vamos a llegar tarde! ¡No jalen la palanca chingada madre! Y que la jalamos... y a mí me dio un miedo que se me vinieran todos encima [...] Cuando llegamos a la estación simplemente bajaron a la señora, la pusieron ahí en el andén, subieron la palanca y luego luego nos fuimos [...] Y ahí se quedó la mujer... tirada en el piso (Gumersinda, usuaria frecuente del sistema de Transporte Colectivo Metro, 27 de diciembre de 2009). La otra vez en el microbús, no sé porque, pero se estaban peleando el microbusero con un señor. ¡O sea... me dio tanto coraje! Porque el chofer era un chavo y se estaba haciendo de palabras con un viejito y le iba pegar ¡Me dio tanto coraje y a varios también que le dijeron a microbusero: ¡o te calmas o vamos a ser nosotros quienes te vamos a partir la madre! [...] Y ya no dijo nada. En otras veces, pasan también cosas pero nadie dice nada [...] pero siempre los estamos viendo (Beatriz, usuaria frecuente de microbús, 15 de marzo de 2010).

De manera cualitativa, el movimiento de los usuarios, el flujo de la colectividad, ciertas estructuras, situaciones y significados colectivos, pueden llegar a configurar posibilidades muy concretas donde la emergencia, en forma de violencia, puede ser

⁵ Ejemplo de ello, son las diversas actividades comerciales que se crean durante el traslado de los usuarios hacia sus lugares de trabajo u hogar al terminar la jornada. Muchas de estas actividades comerciales son de orden informal y dependen fundamentalmente del viaje que los usuarios hacen diariamente. Este es el caso de los innumerables puestos de comida cerca de las estaciones, paraderos y diversas avenidas en la ciudad.

una realidad cada vez más frecuente. Con esto, nace la necesidad de poner atención a las posibilidades de su concreción. Hay que dar cuenta de aquellos posibles espacios para la acción para evitar futuros problemas que atenten a la civilidad y al bienestar colectivo.⁶ Sin intentar responder ampliamente y en profundidad a estos grandes problemas, nuestro propósito es tan sólo indicar algunos elementos que pudieran estar articulando la experiencia del viaje de los usuarios en el transporte público. Un elemento claro en la experiencia del viaje por parte de los usuarios es el sufrimiento. Este elemento es una valorización que, tanto los expertos en planeación urbana y del transporte, como las autoridades y sujetos sociales relacionados con la prestación del servicio, deben considerar seriamente como uno de los factores propios que debe atender el transporte público, y no sólo el factor tiempo o el impacto ambiental. Por ejemplo, de acuerdo a los resultados de la Consulta Verde (2007) sobre la pregunta de si está o no de acuerdo con que se sustituyan todos los microbuses que circulan en el Distrito Federal por vehículos nuevos antes de 2012, es muy posible que la respuesta afirmativa de 93% de los consultados, esté vinculada por valoraciones cualitativas que relacionen códigos que estén orientados por la necesidad y el derecho que tienen los ciudadanos de tener una experiencia de vida favorable al viajar colectivamente. Es necesario, por tanto, descifrar las complejas redes que vinculan la cultura urbana respecto al uso del transporte público, pues este servicio debe contribuir a la articulación y promoción de la vida social colectiva de la ciudad.

El trabajo en el transporte concesionado de microbuses. Un trabajo no clásico que no podemos dejar de vivir

Como mencionábamos con anterioridad, la problemática social del transporte es muy compleja, pues en ella intervienen distintas estructuras, acciones humanas, procesos históricos y subjetivos de orden colectivo que articulan el servicio diario del transporte público en la ciudad. Una de esas importantes fuentes que configuran

⁶ No estamos diciendo que el transporte público en esta ciudad sea un promotor de futuras olas generalizadas de violencia, donde hordas de terrorismo puedan aparecer tras la frustración o colapso del servicio de transporte. De hecho, el gobierno de la ciudad está tomando medidas muy importantes para mejorar la movilidad y el servicio del transporte en sus distintas modalidades, así como el mejoramiento de nuevas vialidades y la operación de nuevos modos de transporte como el sistema BRT. Aquí solo indicamos algunos puntos conflictivos muy importantes y de saturación muy seria en los distintos modos del transporte. Muchos de estas problemáticas tiene su articulación tanto en la práctica y experiencia cotidiana, como en la memoria histórica de los usuarios del transporte que llevan toda su vida viajando en ellos.

el actual contexto en que se ubica el transporte concesionado de microbuses es el trabajo como actividad social productora y reproductora de realidad social y de cambio. El proceso del trabajo, su regulación y construcción social, son los amplios ejes que ayudan a dar cuenta de procesos concretos. La acción humana del trabajo construida en relación con distintos sujetos intervinientes configura, por tanto de manera fundamental, importantes dinámicas urbanas; por ejemplo, el servicio del transporte.

La concreción del servicio del transporte concesionado de microbuses, implica la puesta en marcha de múltiples fuentes y procesos sociales que contribuyen a que este servicio sea una realidad. En este breve espacio tan sólo nos enfocaremos a tres de sus elementos que lo componen. Desde una visión amplia que se enfoque en dar cuenta de la acción social del trabajo, su significado, experiencia, identidad y acción colectiva, se pretende abordar al sujeto laboral (chofer, conductor o conocido ampliamente como *microbusero*), su medio de trabajo (la unidad o vehículo) y a los usuarios que usan cotidianamente este modo de transporte.

La génesis social del microbusero de la ciudad de México.

¿Estigma y precariedad permanentes?

La palabra *microbusero* refiere a un significado bastante objetivado en la cultura capitalina cuyo contenido está fuertemente articulado por el sentido del estigma. Ser *microbusero* en la ciudad de México, no sólo se refiere a aquel hombre o mujer que trabaja conduciendo unidades de transporte llamadas microbuses o camiones de transporte colectivo concesionado. Su contenido va más allá del mero conducir. El microbusero ha nacido y se ha construido, desde un ámbito cotidiano basado en el trabajo que se articula por el tejido social de la calles de esta ciudad. La experiencia que ha acumulado, se ha constituido por generaciones, donde al tiempo actual, existen fuertes condiciones que están obligando a que tal ocupación desaparezca o cambie permanentemente: “Ser microbusero significa... yo lo veo como un trabajo donde tienes que chingarle mucho, pero que también te regresa dependiendo de cuanto le trabajes [...] Mientras más te fletas más le sacas. Es chido... pero también si no te la llevas tranquila, te come el trabajo y el medio” (Arturo, chofer de microbús de la ruta 49, 25 de abril de 2010).

Los microbuseros son una lacra en esta ciudad [...] Son unos nacos que no tienen la mínima pizca de educación para lo que hacen [...] Son unos mugrosos y transas [...] Dan un servicio pésimo [...] Ya van varias veces que me peleo con ellos, ya sea por el cambio, o por que conducen de la fregada o por la *pinche* música de mierda que siempre llevan a

todo volumen [...] Son unos cuates que no van a cambiar, así son ellos. Donde los pongas van ser siempre unos hijos de la *chingada* [...] Lo que nosotros como usuarios tenemos que hacer, es no permitir que gente como esa haga lo que quiera [...] Si no nos defendemos éstos pasan sobre nosotros (Omar, usuario frecuente de microbús, 28 de abril de 2010).

Nos dicen que somos manchados... la neta pues sí, pero no es culpa nuestra nomás. O sea, sí tenemos un chingo de defectos, no sé si de educación o no sé, lo que tú quieras, pero lo que pasa es que mucha gente piensa que esto es muy fácil y la neta no. Haber, chíngele desde la cinco para que vean [...] La gente se sube muy comodina y dicen que quiere que uno los trate bien. Pues sí, pero no se ve a ellos mismos que también tienen defectos y algunos son bien desgraciados [...] Nos dicen mugrosos, no nos dan las gracias... yo me siento bien cuando me agradecen [...] La gente con cualquier cosita que uno les diga como recórranse, la bajada es por atrás... se enojan con uno que porque les hablamos feo y que no se qué. A ver, todo el día les estoy diciendo lo mismo y no hacen caso. O sea, yo también me canso de repetirles lo mismo [...] Hay unos que si se manchan con el pasaje, pero uno que lleva aquí varios años, veo todos los días esto (Raúl, conductor de microbús de la ruta 78, 4 de mayo de 2010).

Yo estoy los fines de semana. Me prestan el micro y me echo como cinco vueltas... depende, si se arma el desmadre por otro lado pues le caigo [...] Si hay una fiesta o vamos a chupar pues nos vamos, le aviso a mi jefe y pues se lo da a otro [...] Se enoja conmigo cuando no le aviso o cuando echo desmadre en el micro [...] Sólo lo uso los fines porque trabajo en la semana en una fábrica [...] Pues el ser microbusero es como... cualquier trabajo ¿no? [...] No sé a qué me voy a dedicar, si a microbusero o vender algo, si es microbusero pues microbusero seré o estudiaré para algo... la neta no sé [...] Sí hay unos que se pasan de pendejos. Unos son *pinches* ratas [...] Los que vez que roban en los micros, los choferes ya saben qué pedo. Son *pinches* cómplices [...] La neta yo no le he entrado. Si he hecho mis desmadres adentro del micro ¿no?, pero nunca me he chingado a nadie... ninguno de nosotros [...] O sea, sí chupamos y todo ¿no?, hasta cogemos y desmadre y medio, pero no chingamos a la gente [...] pues de ellos vivimos ¿no? (Alberto, 22 años, chofer de ruta 1, 25 de abril de 2010).

En la actualidad, el trabajo del microbusero es un trabajo en extinción. Durante mucho tiempo fue muy bueno y ahora ya no me deja como antes, y con el alza de precios y gastos de la unidad, cada vez me rinde menos [...] Yo trabajé como chofer muchos años, y con el tiempo empecé a comprar otros microbuses y así [...] Después hasta compré camiones, ya ves que con esto de la modernización vehicular tenía uno que entrarle, y dije: ¡Va! ¡Cámara! yo le voy entrar, con la idea de que me iba a ir mejor [...] Pues ni *madres*, como invertí en los camiones la ganancia que sacaba no era mucha. Ahora gasto más... Todo esto fue más una pérdida que una inversión [...] Decidí ya ir vendiendo todo esto y dedicarme a otra cosa. Además de todo el apoyo que teníamos de nuestros dirigentes, se fue acabando [...] Ahora estoy construyendo unos cuartitos para rentárselos a estudiantes y unos negocios para también rentarlos [...] El microbusero está destinado a desaparecer (Alejandro, ex conductor de microbús de la ruta 2, 15 de septiembre de 2009).

Desde los ocho años yo recuerdo que trabajaba con mi papá de *chalán*, de ayudante mecánico, empujaba las combis, mi papá me decía quítale el clutch y las empujaba para formarlas. Mi papá junto con mi hermano compraron un microbús y yo era el que lo lavaba y ahí me daba un 20. Después seguí estudiando la prepa y trabajando, pero el estudio nunca se me dio. Así me soltaban el microbús unos días y empecé aprender [...] Estando en la ruta yo lo tenía todo, tenía dinero, mujeres, relajo, fiesta, carreritas, música, todo lo tenía... yo era muy feliz. De ahí me hice de un taxi, y luego compré un camión. Del trabajo salía para todo, me casé, puse mi casa, todo. Tenía las amiguitas que yo quisiera, el radio que yo quisiera con la música que yo quisiera, pero obviamente sí era una friega. Había una buena relación con el concesionario, sí había mucho orden, digamos que en la forma de trabajar del microbusero siempre hay desorden, pero en ese desorden había orden. Tratábamos de mantener las unidades en buen estado, nos poníamos de acuerdo entre nosotros para que el compañero fuera allá y ahora le tocaba trabajar acá... había orden y reconocimiento. Uno cuidaba su chamba, uno cuidaba su unidad, yo creo que el éxito de la ruta era por qué era una ruta corta, había mucho pasaje, dábamos un buen servicio y eso se nos regresaba en satisfacción y en dinero. Pero desgraciadamente llegó el metrobús y me quitó todo lo que había sido mi *chamba*. Yo de solamente publicidad ganaba el mes 5 500 más lo que yo ganaba como operador y de la renta de mi camión, eran cinco veces más.” (Pedro, ex conductor de microbús de la ruta 1 derivación rey Cuauhtémoc y exoperador de unidad articulada BRT, 28 de marzo de 2010).

La actividad laboral del trabajador del transporte público concesionado de microbús, se ha ido construyendo con base en fuertes estructuras y dinámicas que han reproducido la precariedad de su trabajo, hasta otros ámbitos de la vida cotidiana como el de la organización, la familia y el uso del tiempo libre. Desde una articulación que vincula la corrupción, la informalidad, la falta de regulación y control, y el interés económico y político de muchos, los efectos sociales negativos han impactado fundamentalmente a los trabajadores y a los usuarios de este modo de transporte.

De acuerdo con la descripción de Salazar (2010) sobre el perfil socioeconómico de estos trabajadores, se puede hacer un acercamiento a las condiciones de sociolaborales que cotidianamente enfrentan durante el ejercicio de su trabajo. Sobresale entre éstas, un tipo de ingreso en su mayoría por comisión, ingresos bajos e irregulares, largas jornadas de trabajo, y distintas carencias en prestaciones laborales, todo, en una relación contractual no formal.

Sin embargo, surge la interrogante del porqué se han reproducido durante tanto tiempo, estas condiciones informales y precarias que hasta hoy día, no hay pretensión alguna de que desaparezcan. Razón de ello, en parte se debe a la presión de diversas estructuras que a lo largo del tiempo han ayudado a reproducir la precariedad cotidiana en la vida de los trabajadores. Por una parte, las instituciones de gobierno han

contribuido enormemente a que las políticas urbanas enfocadas al transporte, no aterricen cabalmente en el plexo de la vida social urbana. Las diversas pugnas políticas e intereses, han obstaculizado enormemente a lo largo del tiempo, la aplicación de regulaciones al transporte, a tal grado, que se ha desatendido del interés por la condición laboral de los trabajadores del transporte. Reduciendo su ámbito de acción a cierta regulación pública y administrativa, que refiere al cumplimiento de revista vehicular, evaluación, planeación y diseño de proyectos de movilidad. Todo lo anterior, en un plexo caracterizado por luchas de poder político al interior de las instituciones y en relación a distintas organizaciones. Por otra parte, las estructuras, la forma de organización y el ejercicio del poder al interior de las organizaciones del transporte, son otros importantes factores que ha ayudado a reproducir la condición laboral actual que tienen los trabajadores.

El servicio de microbús se ha caracterizado como una forma de explotación cuasiartesanal, en forma fragmentada, donde prevalecen relaciones de subordinación hacia los liderazgos, que son quienes poseen unilateralmente los vehículos con las autoridades y controlan la información. Esta situación otorga poder político, de gestión, y económico a los líderes, y también ha ocurrido, a algunas autoridades (Bacelis, 2003). El complejo de las relaciones político sociales históricamente establecidas, ha determinado que en el servicio prevalezca una lógica de reproducción económica mercantil simple, específicamente significa la lógica de la consecución de un excedente sobre “la cuenta” por parte del chofer. Esto provoca la operación de un mecanismo económico combinado entre el mercantil y el de la renta del suelo, donde prevalece la consecución por los choferes de “una cuenta promedio” jalaba hacia los más ineficientes, pero no determina del todo por estos últimos. Esto provoca marcadas desigualdades de ingresos entre los distintos transportistas y los diversos propietarios (Navarro, 2005). Las desigualdades se agudizan también por los factores de monopolio, muchas veces extraeconómicos provocados por el control de rutas, ramales y por el manejo preferencial cotidiano del servicio. Esta diferencia se profundiza aún más por la naturaleza imperfecta del mercado de este servicio.

Lo fundamental en las relaciones sociales de este servicio consiste en el establecimiento de una cadena que parte del propietario-concesionario, quien sobreexplotar al chofer y él a su vez hace lo mismo con el vehículo y, lo que es más importante, impacta al usuario no sólo a partir del pésimo servicio sino también de las exacciones complementarias como la no entrega del “cambio” y la sistemática alteración de la tarifa. El otro componente fundamental en el complejo de relaciones sociales de este servicio, es que el Estado, haya influido a manera de herencia de una relación perversa de corporativismo hacia los transportistas y de desatención para con los usuarios y ciudadanos en general (Navarro, 2005).

El trabajo de microbusero como constructor de identidad

El chofer tiene una actividad laboral incierta, indefinida... no sabe si es comisionista, asalariado [...] por la forma fragmentada en cómo ellos trabajan [...] Es una relación sadomasoquista entre concesionario y el chofer [...] Eso hace difícil que se organicen entre ellos [...] La mayoría de los choferes no saben qué son... [...] ellos no tienen identidad colectiva [...] Hay demandas individuales de algunos operadores, choferes, que han sido desplazados por los corredores, los metrobuses, ellos han optado por demandar ante la Junta de Conciliación y Arbitraje [...]

Sólo uno, un movimiento fuerte que se dio a finales de 2007 y 2008 de la ruta de operadores de la Ruta 1 Rey Cuauhtémoc. Esa es la única de la que yo tengo conocimiento. Los de Rey Cuauhtémoc, sí formaron su unión de operadores por la fuente de su trabajo [...] desde lo que yo pude apreciar, una característica importante en este caso fue su liderazgo. Hubo un chofer que ya venía luchando por los derechos de los operadores. El tenía más una concientización más como de asalariado, cosas que en los otros no he visto. La mayoría de los choferes no saben qué son [...] ellos no tienen identidad colectiva [...] Sería muy importante recuperar la experiencia de Rey Cuauhtémoc (Entrevista a Mateo Noé Figueroa, Director Técnico y de Fomento al Transporte, Dirección General de Transporte, Setravi, 25 de abril de 2010).

Existe una falta de tradición organizativa propia, la hay pero como alienación. No hay organización de los trabajadores, los que están organizados son los concesionarios, no los choferes. Estos últimos jalan con los concesionarios en la medida que les conviene. Un elemento importante es la concentración de la propiedad [...] Lo que la ley permite es que un propietario tenga hasta cinco concesiones. En la medida en que se está más cerca del uno-uno o del uno-cinco, hace que haya una posición de clase muy importante. El propietario que maneja tan sólo su propia unidad, es más fácil que se identifique con intereses de los trabajadores, que con los de los concesionarios. Desde mi juicio, yo creo que la situación que hay en la relación de concentración de propiedad que va de uno a cinco, es una característica muy importante [...] que provoca niveles de organización de acuerdo con lo que se posee. Así, los más organizados son los que tienen más posibilidad de negociar que los que están pulverizados. Una de las características básicas es la fragmentación del proceso de trabajo. Son choferes, pero están separados en la ciudad... segregados en su vehículo. Pero sí hay elementos que los unen, más que la convivencia cotidiana, son los intereses de los choferes. Por ejemplo, la defensa frente a las autoridades de tránsito, frente a los inspectores, frente a los usuarios. Ellos están organizados por ramales, rutas, donde la remuneración es distinta, porque al concesionario no le conviene que su chofer sepa que el de otra ruta gane más dinero del que le paga, aunque sean de la misma ruta. Segundo, su proceso de trabajo es fragmentado, por ejemplo, no salen

todos en las mismas condiciones y siempre, hay castigos, descansos... una serie de condiciones que se imponen con bastante grado de arbitrariedad, o permeado de razones políticas, económicas, de parentesco o de amistad, que no pasan por relaciones objetivas que fomenten la solidaridad o la coincidencia, sino la diferencia. En resumen, el propio carácter artesanal fragmentado e individualista, construye vías que dificulta la identificación de los intereses. Sólo existe la solidaridad en el campo de batalla [...] Que yo recuerde, con la excepción de la reivindicación del metrobús línea uno, nunca he visto un movimiento de choferes (Entrevista a Dr. Bernardo Navarro Benítez, secretario técnico de la Comisión Metropolitana de Transporte y Vialidad, Setravi, 4 de mayo de 2010).

Estas dos declaraciones de los especialistas en transporte público, son muy valiosas para alentar la reflexión sobre la posible identidad colectiva de trabajadores del transporte microbús, y del sentido de sus acciones colectivas a pesar de su fragmentación. Podemos empezar con la propia estructura y con el ejercicio de poder que habitualmente las caracteriza. Este ejercicio en las organizaciones del transporte, básicamente, se ejerce mediante el reparto de permisos, concesiones y amparos a sus distintos agremiados ya que ningún permisionario puede obtenerlos de las autoridades en forma individual, pues esto sólo se logra a través de las agrupaciones. Esta es una característica estructural muy relevante al interior de las organizaciones de transportistas en el esquema concesionado, pues refiere a aquellas estructuras jerárquicas y prácticas sedimentadas que ayudan a ubicar y explicar cuál es el papel de los trabajadores dentro de estas organizaciones.⁷ Aunque existan características específicas para cada organización que los principales actores sociales involucrados en la prestación del servicio de transporte concesionado son básicamente tres. El primero es el concesionario(s) que es el dueño de las placas y los permisos para circular y operar el servicio de transporte público de pasajeros; el segundo es el dueño de unidad que no necesariamente son los dueños de la concesión y las placas; y por último, los choferes o conductores de las unidades. Para estos tres actores, al interior de las organizaciones, se presentan distintas variantes que componen una organización específica. De acuerdo con la tipología presentada por Nava y Ramírez (2008) mencionamos las siguientes combinaciones:

⁷ La unidad es también un elemento concreto como simbólico de control del concesionario respecto a sus trabajadores, ya que en muchos casos, la unidad queda a responsabilidad entera del chofer, donde cualquier contrariedad —ya sea un choque, un asalto, un robo o hasta el llenado de gasolina de la unidad— es asumida por el chofer sin plena responsabilidad del dueño; otro ejemplo es el significado de poseer múltiples unidades de microbuses, pues eso se traduce en parte, que existe una fuerte presencia de poder político y económico del concesionario en las organizaciones de transporte y en su relación con las autoridades del gobierno.

1. El dueño de la concesión y placas que solamente es arrendador de las mismas.
2. El dueño de la concesión y las placas, así como de la unidad de transporte que no es chofer de la misma y que contrata a un tercero para conducirla.
3. El dueño de la concesión y placas, así como de la unidad de transporte que también conduce y es chofer.
4. El dueño de la unidad que renta las placas y que no conduce su unidad de transporte, sino que contrata a un tercero para ser chofer.
5. El dueño de la unidad que renta placas y opera su unidad de transporte como chofer.
6. El chofer que no es dueño de nada y que únicamente se emplea como operador de la unidad de transporte público.

De acuerdo con las anteriores combinaciones y sus relaciones concretas, en las organizaciones de transportes se construyen distintas relaciones sociales que día a día constituyen el servicio de transporte en la ciudad e impactan el ámbito laboral de sus integrantes. Aunado a esto, se encuentra el grado de concentración de la propiedad que mencionaba el Dr. Navarro. En este espectro, de acuerdo con el número de concesiones que puede tener el propietario que va de uno a cinco, la proximidad hacia el número mayor implicaría la existencia de una identificación más acorde con los intereses de los concesionarios y la organización; por el contrario, con una proximidad hacia uno, la identificación se estaría orientando hacia los propios intereses de los trabajadores de la ruta como choferes, cacharpos, etcétera.

A nuestro juicio, el mayor número de trabajadores del transporte público se concentra básicamente en el rango de cuatro a seis en la tipología presentada y de dos a una en grado de concentración de la propiedad. Es decir, de los aproximadamente 49 mil choferes que se tienen registrados de manera ambigua ante Setravi, aunado a ello una gran cantidad de choferes que trabajan de manera clandestina y sin reconocimiento, una gran mayoría de los trabajadores del volante carecen de materialmente de los medios para realizar su trabajo. Las unidades del transporte en una gran proporción, están fundamentalmente en manos de redes familiares y organizacionales, que se encuentran fuertemente articuladas por razones de amistad e interés político, donde su articulación muchas veces tiene orígenes de corrupción desde el adentro de las instituciones, partidos políticos y organizaciones diversas.

Los trabajadores del transporte público concesionado de microbuses, en su mayoría, están desprovistos material y simbólicamente de los medios que articulan su trabajo. El medio de producción básico, que es la unidad de transporte, es un elemento fundamental de la cual, la mayoría de los choferes no dispone como suyo. Esta situación está basada muy importantemente, en que el transporte público de

microbuses al ser concesionado, ha permitido en lo concreto, articularlo desde el fundamento que la propiedad individual y su derecho a disponer de ella han construido. Es decir, este transporte público fue de origen constituido con vistas a la promoción de intereses particulares en un entramado de redes políticas y complicidades. Con ello, el medio básico de producción del servicio, como es la unidad de transporte, ha permanecido en manos de pocos, donde a través del tiempo, son éstos los que han configurado en su mayoría, los causes de su historia y, sobre todo, hacerse escuchar y promocionar sus distintas demandas y problemáticas concretas. Es por ello en parte, que los choferes, en su mayoría, han estado a la sombra o en un papel no protagónico en la arena política. Sin embargo, en un apartado posterior de este capítulo, mencionaremos los ámbitos concretos de lucha por el trabajo que los trabajadores del transporte tienen.

De lo anterior surge una cuestión por demás interesante. ¿Cuál es el interés o proyección laboral subjetiva de los choferes al encontrarse en un contexto que en gran medida, se ha ido construyendo para que no se promuevan o restrinjan las posibilidades y sus campos de acción? ¿Cuál es su aspiración laboral futura?

Pues no sé cuánto tiempo más esté en esto. Mira yo ya soy grande, no tengo estudios, ya nadie me va a contratar... ¿pues qué hago? Eso de poner un negocio pues está muy difícil [...] Ya tengo mucho tiempo conduciendo. Mis chavos están estudiando, mi esposa también trabaja vendiendo comidas [...] No puedo dejar de trabajar [...] Voy a dejar de trabajar hasta que Dios diga: pues ya... hasta ahí [...] Lo veo como algo normal. No puedo dejar de estar haciendo algo. ¿Qué hago? ¿Me quedo en mi casa y no hago nada? ¿O nada más le ayudo a mi mujer? [...] Si no me pongo activo, el medio me come [...] No quiero ser inútil [...] Ya si mis hijos quieren dedicarse a otra casa, pues mejor, por eso están estudiando (Ricardo, conductor de microbús de ruta 49, 3 de abril de 2010).

¿Qué, qué voy a hacer? Pues seguirle en esto. Ahorita lo que quiero es juntarme una lana más y comprarme otro microbús y ponerlo a *chambiar* y así... luego comprar otro y otro [...] Esto de los microbuses no es cierto que ya se va a acabar [...] O sea, mientras la gente siga necesitando de alguien que lo transporte, pues ahí vamos a estar nosotros [...] El microbús y el metro no van a llegar arriba del cerro ¿verdad? ¿O sí? ¿Pues claro que no! [...] siempre vamos estar aquí, ya sea conduciendo el microbús o camión o lo que sea. A menos de que construyan un *pinche* tren volador ¿no?, que viaje por todas partes, jajaja... pues no [...] Eso del microbús... pues quién sabe. Yo tengo entendido que no aceptan a cualquiera, y los que entran son muy pocos (Edmundo, conductor de microbús de la Ruta 2, 23 de febrero de 2010).

Yo estoy en el transporte desde que era chavo, mi papá tenía varias combis y luego microbuses y camiones, y todo eso después me lo pasó [...] Es lo mismo que yo les digo a mis hijos, éste es tu patrimonio, yo hago esto para ellos, ya si se quieren dedicar a estudiar o a otra cosa que lo hagan, pero que no dejen esto. Que lo tengan siempre, porque

esto más adelante les dará un patrimonio como lo fue conmigo (Héctor Nájera, ex concesionario y ahora director de la empresa de transporte BRT Rey Cuauhtémoc S.A. 17 de abril de 2010).

Lo del microbús lo agarro como te digo, nada más los fines [...] Cuando no tengo chamba si me he tenido que fletar más ¿no?... y pues ni modo [...] Ser microbusero sí me [ha] sacado de broncas [...] ¿Ser microbusero? ¿Cómo? ¿Toda la vida? Pues... no sé. Quiero cambiarle un rato, estudiar, poner un negocio chido. No sé... ¿sabes que estaría chido? Poner tu puesto de películas o de lo que quieras o decirle a mi jefa: ¿sabes qué? Cámara tu negocio de comida lo vamos a volver un restaurante así chingón [...] Como sea, siempre hay que chingarle (Luis, 21 años, conductor de microbús de la Ruta 1, 2 de febrero de 2010). A mí siempre me ha gustado esto de la mecánica automotriz [...] toda mi vida siempre he estado manejando que camiones, microbuses, taxis, o sea todo eso [...] Como se acabó lo de la ruta y después me salí de metrobús, ahora tengo un negocio propio con unas camionetas (Pedro, ex conductor de microbús de la ruta 1 derivación Rey Cuauhtémoc y ex operador de unidad articulada BRT, 28 de marzo de 2010).

Cuando se acabó la ruta y el metrobús nos quitó todo lo que hicimos, pues tuve que seguirle trabajando, ya no como microbusero, sino en otra cosa [...] Si me las vi duras, yo tenía mi propio departamento y todo muy bien... luego tuve que venir con unos familiares y ellos me apoyaron [...] Ahora estoy con mi negocio de buceo y pues ahí la llevo [...] Muchos compañeros no saben qué hacer cuando les quitan su trabajo [...] Yo lo que he hecho, siempre lo hice con sentido social, compromiso de compañeros, de amigos, de compadres que tengo ahí en la ruta, de gente que me estima y los estimo. [...] Yo creo que lo que me ayudó a seguir adelante es el estudio que tuve (Juan Manuel Hernández, ex conductor de microbús y presidente de la mesa directiva de trabajadores organizados de la Ruta 1 derivación Rey Cuauhtémoc, 5 de marzo de 2010).

El futuro de los trabajadores de transporte no es tan incierto como parece, o aseguran, algunos observadores interesados en el tema. La ocupación del transportista estará siempre presente en la vida urbana de la capital. Aunque se pretenda desaparecer los microbuses para 2012, según los objetivos del actual gobierno de la ciudad, la forma de vida que entreteje socialmente el servicio, no desaparecerá porque está cimentado en la práctica más básica de los sujetos sociales: el trabajo, como forma de promoción de la vida personal y colectiva. Cuando llegase a existir la plena sustitución de las unidades, los choferes microbuseros, estarán entonces articulando el mismo servicio de transporte pero con unidades diferentes: “Yo veo que siguen siendo los mismos [...] Ahora traen camiones grandotes... eso sí, más cómodos. Pero siguen siendo los mismos salvajes de siempre” (Gumersinda, usuaria frecuente del transporte de microbús, 27 de diciembre de 2009). “Sí, estos operadores son los mismos. Digamos que su alma de microbusero no ha desaparecido” (Juan, supervisor de metrobús, 12 de mayo de 2010).

La diferencia notable, es que al reducirse el parque vehicular de microbuses tras ser sustituidos por camiones, estructuralmente, la oferta de choferes se reduce necesaria y considerablemente. Lo mismo pasa con la puesta en marcha del sistema Bus Rapid Transit (BRT). Tras articular importantes ejes o avenidas de la ciudad para una circulación exclusiva de unidades articuladas, y dejando atrás la sustitución de microbuses por estas nuevas unidades, necesariamente las organizaciones han prescindido del servicio de muchos conductores. Pero como mencionábamos, con la sustitución de microbuses por camiones colectivos, el mercado de trabajo se reduce tras la reducción de la fuerza de trabajo. Aunado a ello, la concentración de los medios de producción, es decir, las unidades de transporte, se reduce aún más en un número cada vez más reducido de propietarios.⁸

La permanencia de la ocupación del microbusero está articulada por la viabilidad concreta que los sujetos sociales puedan y estén dispuestos a seguir reproduciendo. Son distintos los factores que intervienen en este proceso. Por ejemplo, de acuerdo con esta investigación, fue muy notable que el factor edad fuera un elemento cualitativo que diera razón de las posibles proyecciones que los trabajadores otorgaban a su propio futuro. Las personas de mayor edad, tienen una valoración distinta a los jóvenes en lo que se refiere al sentido de su trabajo. Los primeros, con base en una larga experiencia, han tenido desde jóvenes, la necesidad de dedicarse al trabajo y no al estudio o capacitación extra alguna. En su gran mayoría, son personas que siempre han estado en relación con alguna actividad vinculada al transporte, ya sea a través de la práctica y aprendizaje informal de la mecánica-automotriz, la conducción de camiones de carga o de taxis, o bien, por herencia o vínculos afectivos y familiares. Ser microbusero ha implicado para los sujetos mayores, una respuesta concreta y benéfica de poder laborar en un ámbito que tiene amplias recompensas —como la retribución económica y simbólica, como el sentido de libertad— pero también con fuertes sacrificios —jornadas laborales extensas, problemas de salud física y emocional, y altos riesgos en el trabajo. La ocupación del microbusero se ha convertido en una opción real de poder dedicarse a una actividad que retribuye,

⁸ Con el llamado bono de chatarrización se ha perseguido el objetivo de “invitar” a los concesionarios a adquirir nuevo parque vehicular que produzca menos contaminación y tenga mayor capacidad de traslado de usuarios que los propios microbuses. Esta disposición, tiene como característica central, que en lo concreto, sólo aquellos concesionarios o dueños de unidades que tengan el suficiente capital económico para poder adquirir unidades de alrededor de un millón de pesos, puedan aún permanecer y seguir prestando en el servicio. Esto, por necesidad, deja de lado a las aspiraciones de pequeños propietarios por su limitación económica, y favorece a los grupos de concesionarios y de dueños que tienen mayor factibilidad financiera.

tanto ganancias materiales como experiencias altamente valiosas en la construcción social de los trabajadores. A través de su trabajo, han puesto en marcha proyectos diversos que han contribuido a su patrimonio familiar. Han podido financiar negocios propios y familiares, proyectos de diversa índole que han contribuido a su estabilidad económica, emocional y en salud; construir espacios propios para la vivienda y el comercio, hacerse de otras unidades, financiar la educación de sus hijos, vincularse políticamente con su organización del transporte, entre otras. También, hay con ello, una ganancia valiosamente rica en experiencia vital, como una escuela de la vida que ha contribuido a significar el mundo y habitarlo. Esto ha configurado preferencias, gustos, emociones, formas de vida y visiones del mundo, que articulan una vida social basada en la experiencia que la pobreza construye.⁹

De no ser microbusero... no sé que hubiera hecho [...] No tengo ni la edad, ni la habilidad para dedicarme a otro trabajo. Lo que hago, lo he hecho toda mi vida [...] Yo soy microbusero y no sé hacer otra cosa. Estar trabajando en una fábrica... pues está cabrón. ¿Para que me den un sueldo miserable y estar todo el tiempo encerrado? Ni madres. Aquí, yo más o menos controlo lo que hago, lo que sé y lo que no sé [...] Esto ni te imaginas, me ha dado una experiencia que yo creo en pocos trabajos te puedes encontrar [...] Que el trato con la gente, con el tráfico, que con los agentes, que los cuates, que las viejas, las broncas... ¡uhh!... ni te imaginas [...] La gente no tiene ni idea de por lo que pasamos [...] Tampoco les interesa. A nadie le interesa. Por eso me extraña que me preguntes [...] Lo que veo es que...pues sí, seguimos estando jodidos. Eso siempre (Manuel, conductor de microbús de la Ruta 1 1, 25 de febrero de 2010).

Los jóvenes trabajadores del transporte público concesionado de microbuses, tienen otras valoraciones y proyecciones diferentes a los adultos. Básicamente, su proyección futura está orientada hacia lo desconocido, la indecisión y la posibilidad de hacer proyectos futuros que sean mayores a los de sus padres. No todo es indecisión. Existe la conciencia de que el trabajo promueve tanto realización personal como familiar. Sin embargo, son conscientes que las oportunidades que ofrece el mercado laboral son cada vez más reducidas e injustas. En su caso, opera una característica muy común que parece compartir muchos jóvenes actualmente: indecisión

⁹ Esto explica, en buena parte, la ausencia de estudios sociales y laborales que den cuenta del trabajo, como una acción social compleja que se articula desde la propia base que la experiencia de la pobreza alimenta. Es por ello que las investigaciones actuales que parten desde una visión amplia de sujeto social y laboral, son tan valiosos. Pues contribuyen a la generación de conocimiento sobre las condiciones, formas, experiencias e historia de las clases sociales oprimidas. El ámbito académico y sus investigadores tienen una gran deuda social y ética con ellos.

sobre el futuro, cambio de la personalidad de la etapa de la juventud a la edad madura, una idea del tiempo de vida con una duración extensa, el dilema de las definiciones concretas sobre metas que impactarán el futuro, entre otras muchas. Los jóvenes microbuseros, no necesariamente están dispuestos a seguir los pasos de los padres. Pretenden iniciar, retomar y concluir sus estudios con perfiles que estén enfocados a la retribución monetaria, imaginar y poner a prueba negocios que busquen ser redituables. La ocupación de ser microbusero es tan sólo una actividad temporal que los jóvenes, no pretenden llevar a cabo durante la mayor parte de su vida. La aspiración por cosas que consideran mejores esta siempre latente, y con ello también están conscientes de que para conseguir un mejor futuro tendrán que trabajar mucho e incluso padecer en gran parte de su vida. Así, el tiempo en que trabajan conduciendo el microbús, procuran llevar una vida laboral lo más placentera posible en compañía de sus amigos y compañeros de su barrio, con otros operadores y usuarios, en distintas aventuras espaciales que traen consigo nuevas experiencias de vida.

Un elemento que no distingue edad, ya que influye tanto a adultos como a jóvenes, es el grado de concentración propiedad, es decir, si se es dueño o no de la unidad de transporte. Este es un elemento básico que, sumado a otros factores materiales y sociales, se convierten en la gran diferencia de permanecer o no en el trabajo de manera onerosa o miserable. Básicamente, el sujeto que no posee propiedad alguna, es aquel quién más experimenta la precariedad y la presión de las estructuras como yugo y reproducción permanente de la pobreza. Es decir, el chofer que no es dueño de nada y que únicamente se emplea como operador de la unidad de transporte público, es quien más padece de los efectos de la explotación de este tipo de trabajo.

El chofer que no tiene ninguna otra cosa que ofrecer al mercado, más que su fuerza de trabajo, y con ello, su propia vida, es el sujeto social más castigado de la estructura ocupacional y organizativa en el servicio del transporte. No hay estimaciones reales de cuántos hombres y mujeres están en esta condición. Tan sólo aproximaciones. Si existen una cifra cercana a los 49 mil choferes registrados, a nuestro juicio, considerando las diversas irregularidades en que se hacen los convenios o contratos laborales —gran cantidad de ellos acordados sólo de palabra—, la gran cantidad de choferes que laboran los fines de semana (entre ellos muchos jóvenes), los que trabajan regularmente y no están registrados formalmente, los choferes que se incorporan en ramales de reciente creación, unidades pirata que circulan por la ciudad,¹⁰ y choferes que tanto circulan como en el D.F., y área metropolitana —donde Estado de México e Hidalgo también tienen fuertes vacíos en sus registros y formas

¹⁰ Las unidades de transporte público conocidos como piratas, son básicamente aquellas que operan de forma irregular y sin permiso formal por parte del gobierno. En su gran mayoría, estas unidades

de regulación—, la cantidad de trabajadores puede tener dimensiones muy altas, por lo menos, en su doble de acuerdo a la cantidad oficial.¹¹

Otros factores, como las condiciones familiares, el capital social y político, el nivel educativo o la religión (si es el caso), pueden configurar de formas muy complejas la realidad social de los trabajadores del transporte. Sumado a éstos, los elementos cualitativos que intervienen en la experiencia del trabajo, pueden alimentar enormemente la comprensión de la forma de vida individual y colectiva de los sujetos, si es que se busca profundizar en la problemática laboral de los trabajadores y no sólo hacer de ellos mención de manera descriptiva.¹²

Abordar las experiencias laborales de los trabajadores, implican no sólo un reto metodológico cuantitativo sino también cualitativo. Las experiencias de vida y los significados que construyen de éstas, son sumamente bastos. En esta investigación se evidenciaron bastantes, aunque en este breve espacio sólo se mencionen algunos. Por ejemplo, la afinidad por la mecánica automotriz es una experiencia ampliamente compartida por una gran cantidad de trabajadores. Durante gran parte de su vida, el interés por esta técnica, ha sido no sólo una cuestión de un conocimiento orientado de acuerdo a fines, sino un conocimiento que se articula con el campo subjetivo de lo estético, valorativo y sentimental. Todo, en un plexo social que se basa en el reconocimiento de la experiencia y habilidad para resolver problemas concretos vinculados con la mecánica y el reconocimiento social que promueve su dominio.¹³

La afinidad por trabajar en la calle es otro elemento importante. Los trabajadores del transporte consideran que la experiencia construida en la base del trato diario con los problemas cotidianos de la ciudad, da un conocimiento inigualable respecto a

que circulan en Distrito Federal y Zona Metropolitana son principalmente taxis. En segundo lugar son los microbuses y camiones.

¹¹ Sería un gran reto saber, con buena proximidad, cuántos trabajadores del transporte realmente están involucrados en el servicio. El reto metodológico implicaría abordar, necesariamente, a las múltiples organizaciones de transporte para estimar, de acuerdo con sus registros y a la información que quieran comunicar, el número de integrantes y las condiciones sociolaborales en las que trabajan.

¹² Quedó pendiente, en el tratamiento de esta investigación, otros sujetos laborales que son también relevantes en la prestación del servicio, de acuerdo con la actividad laboral que realizan y al grado también muy alto de precariedad que experimentan. Son los trabajadores que habitualmente regulan el transporte a ras de la calle: los despachadores o checadores y los *cacharpos* o *chalanés*. Estos sujetos forman parte de los más ensombrecidos en los estudios sobre el transporte, pues han permanecido al margen de la atención tanto de los análisis gubernamentales, institucionales, organizacionales y académicos.

¹³ Es también muy relevante, para la investigación social futura, el tratamiento de la cultura laboral del mecánico-automotriz como figura simbólica y concreta que opera en lo colectivo, como trabajo y forma de ser de diversos trabajadores.

otros trabajos. A comparación del trabajador que permanece en espacios cerrados como una fábrica o una tienda departamental, la afinidad por los espacios abiertos y el interés por aquellas situaciones sorprendidas, otorgan siempre desde la experiencia desagradable y preocupante, hasta el más valioso detalle que puede dar sentido al trabajo y a la vida.¹⁴ La afinidad por el espacio social también es complejo, pues son diversos los espacios urbanos que los sujetos experimentan día a día en esta complicada ciudad. Los paisajes y los ambientes, promueven también configuraciones subjetivas diversas. No es lo mismo recorrer día con día la avenida Ignacio Zaragoza al oriente de la ciudad, que el camino al Ajusco al sur de ésta. Así, la experiencia de espacios abiertos, cerrados y combinados, todo en movimiento, alimenta la aventura y la interacción al bordarse el tejido de lo social.

Una experiencia compartida de los trabajadores, donde los factores anteriores se combinan, es la precariedad. Su experiencia es ampliamente vivida por la gran mayoría de los trabajadores dedicados a este servicio. Los factores como la edad, educación, ingreso, jornada laboral, entre otros, se recomponen de manera particular para cada caso, configurando una experiencia que es propia pero también ampliamente compartida. Es decir, esta experiencia se configura cuando se vive el proceso de trabajo.

La actividad laboral de conductor, tiene un anclaje concreto y material basado en condiciones estructurantes que de origen inapropiadas, insuficientes y altamente carentes de promoción de la vida social digna. Sus características pueden abordarse desde los espacios sociales en los cuales él trabaja. Primero, la unidad de transporte. El interior de la unidad tiene componentes prácticos y simbólicos caracterizados por la contradicción. La apropiación de la unidad a través de su trabajo, le ha implicado, ocuparse, desde un espacio delimitado, el ejercicio del control y establecimiento de límites y regulaciones que considera pertinentes o necesarios para realizar su actividad. Sin embargo, ese lugar, es también origen de fatiga, estrés, aburrimiento, tedio, desesperación, frustración y enojo. El permanecer sentado y conduciendo durante tantas horas a través de recorridos complejos y todos los días, implica una experiencia de vida bastante castigadora para el propio cuerpo como para la conciencia. Su asiento, muchas veces por diversas razones incómodo, es a la vez espacio de dominio y de conflicto para sí y para con los demás, pues, aparte de soportar las dificultades cotidianas propias de la salud, implica soportar, sobrellevar o afrontar cotidianamente las interacciones recurrentes con los sujetos intervinientes de su trabajo, como usuarios, agentes de tránsito, peatones, demás automovilistas, entre otros.

¹⁴ Por ejemplo, una sonrisa, una mirada a una mujer bella, un coqueteo y una respuesta, un saludo, un agradecimiento, hasta una mentada de madre que puede significar apoyo y compañerismo.

La relación hombre-máquina es, en parte, la consideración de la unidad como una objetivación de distintos códigos que el trabajador transfiere a ella. Por un lado, el microbús puede significar un elemento material como valor de patrimonio, de garantía y de oportunidad para seguir trabajado por su cuenta con base en su propio esfuerzo. Significa la posibilidad de poder administrar y autorregular buena parte del proceso de su trabajo; la unidad, es expresión de trabajo, de manifestación estética, de lugar de convivencia, placer y descanso. Es lugar de conflicto, ejercicio de poder y de culto. Incluso, es objeto en común para el concesionario y su trabajador que puede sobrepasar la mera relación instrumental y económica (del esquema de la cuenta), hasta una relación que no se limita a lo laboral sino que construye vínculos de compañerismo, estima, aprecio, solidaridad y relaciones más profundas, hasta involucrar lazos familiares.

Esta unidad así como la vez de jodida, pues es mi medio de trabajo [...] Aquí hago de todo... la limpio por adentro, por afuera, y como voy pudiendo, que le voy poniendo una luz acá o le cambio el color a ésta [...] Después de un rato tengo que cambiarle cosas, porque aburre. Es como todo. Si siempre estás en una misma cosa, haciendo siempre lo mismo, pues es lógico que te va aburrir y hasta fastidiar [...] A mí me gusta las cumbias y la salsa, la música tranquila y en inglés [...] A otros les gusta otra cosa. Por ejemplo a los chavos les gusta su música, pues está bien, que pongan lo que ellos quieran [...] Luego un compa me presta un disco y lo voy escuchando, luego yo le presto otro, luego escucho el radio un rato y así me le llevo. Ni modo que no oiga nada. Hay unos que llevan su televisión ¿no? Pues esa bien. Uno tiene que hacer o ideárselas para que uno se la lleve tranquilo [...] Sí, el pasaje se enoja que si porque ponemos esto o que vamos con un escándalo ¿no? [...] trato de tener mi musiquita así, tranquilo sin molestar a nadie [...] Cuando se enojan, no digo nada, le bajo y ya [...] No me voy a poner con ellos [...] Es como lo que te dije antes, sino te la llevas tranquila... pues se te va la vida ahí. Hay unos que van desesperados como locos. Sí ganan más pasaje pero... ¿qué? Dónde lo están pagando, pues en su salud y en sus nervios [...] Todo lo que hagas... la vida te lo cobra (José Luis, conductor de microbús de la Ruta 11, 26 de mayo de 2010).

Ahí en el microbús traigo una plaquita [...] cuando estoy sentado [en el asiento del conductor] veo lo que dice: “Si regreso es porque Dios está conmigo, sino, es porque yo ya estoy con él”. Y digo... pues sí, ya cuando Dios dice hasta aquí, hasta aquí [...] Pero pues, afortunadamente gracias a Dios no me ha pasado nada y espero que así siga” [...] “Cada que salgo de la base pues... me persigno y digo: ayúdame Dios mío y adelante... a seguirle dando [...] Cuando estoy más tranquilo esperando que me toque salir [de la base] a veces me relajo un poco y le pido a Dios que me ayude y que me lleve con bien, y que me deje llegar a mi casa. Son en esos momentos cuando rezo, aquí en el micro (Miguel, conductor de microbús de Ruta 11, 11 de febrero de 2010).

El trabajo del conductor de microbús está fuertemente cimentado en condiciones estructurales que reproducen la precariedad. Su base se articula en la propia calle, en

donde no existen en la mayoría de los casos, condiciones que promuevan el trabajo. Es muy común, que se utilice de manera inapropiada, desmedida e ilegal, la infraestructura de la ciudad como elementos que ayuden o faciliten la actividad laboral de los choferes. Por ejemplo, es común apreciar la apropiación de espacios públicos como parques, jardines, ciertas calles, privadas, avenidas, o salidas de transporte masivo como estaciones del metro, o lugares de alta concurrencia como mercados o plazas comerciales. La actividad laboral de trabajadores del transporte, necesita de condiciones materiales y objetivas para poder concretarse. Si bien, las apropiaciones son desmedidas en muchos casos, el problema en su origen viene de la mala planeación, carencia de evaluación y la asignación irregular basada en complicidades, para la asignación de las bases y trayectos de los ramales. Salvo el caso de los centros de transferencia modal, en su mayoría, las bases están ubicadas en lugares estructuralmente no ordenados ni con límites precisos.

Lo bueno es que estamos aquí junto al camellón. Si no hubiera camellón, no sé dónde sacaríamos el agua para lavar los microbuses [...] Si te das cuenta, aquí hay una toma para sacar el agua, además aquí están las bombas. Mejor no se puede [...] De aquí la sacamos [...] Si no existiera la toma, yo creo que la sacaríamos de los vecinos. Así le hacen en otras bases [...] Al baño vamos con una señora que nos hace el favor de cobrarnos tres pesos (Miguel, chofer de microbús de Ruta 11, 11 de febrero de 2010).

Hubo una petición que hicimos para construir un baño cerca del paradero junto a una estación del metro. Nuestro representante no nos hizo caso y después nos comentó que nos cobraría como trescientos cincuenta a cada uno [...] Le dijimos que el baño lo íbamos a construir nosotros pero ya nunca nos dieron respuesta [...] Nuestro representante ya no nos defiende como antes. Ya no se mueve... pensamos que se vendió (Alejandro, ex conductor de microbús de la ruta 2, 15 de septiembre de 2009).

Una característica compartida de los trabajadores, tanto de los jóvenes como de los mayores, es la carencia o la ausencia total de experiencia en trabajos formales. La experiencia de la precariedad ha sido en buena parte, un continuo que ha configurado siempre la forma de vida social de estos sujetos laborales. El hábito en el trabajo, se ha configurado como una forma de vida que ha estado acompañada, entre otras características, de informalidad, inseguridad e incertidumbre, donde la propia salud por ejemplo, como elemento primario para el ejercicio del trabajo, es un bien duradero con un alto grado de incertidumbre: las medidas para promocionar la salud son recetas prácticas e intuitivas basadas en la experiencia cotidiana.¹⁵ El tratamien-

¹⁵ Se ha comentado que el proceso de trabajo de los conductores de microbús y con ello, su identidad laboral, padecen el efecto de la fragmentación. Las malas condiciones en las que los trabajadores labo-

to de padecimientos o enfermedades crónicas en su mayoría no son atendidas seriamente, en parte por la ausencia de seguridad social y por la misma dinámica del trabajo. El permitirse descansar o tomar reposo para mejorar la condición o prevenir futuros padecimientos, no es una opción posible en la vida de muchos trabajadores. La imperante necesidad del trabajo, “sacar la cuenta del día”, “llevar dinero a la casa”, “el sacar para la chuleta diaria”, “la preocupación por que la marimba o el chivo siempre tengan” y la necesidad de “sentirse ocupado y útil para algo”, son expresiones reales de padecimiento frecuente y sufrimiento que hombres y mujeres dedicados al trabajo en el transporte, viven constantemente ante la indiferencia o la descripción caracterizada por el estigma que muchos ciudadanos tienen de ellos:

Cosa que más odio también de este tipo de personas, es... sus costumbres o su forma de ser. Todo eso que son: nacos [...] Una cosa de las que más me molestan como te decía, es su *pinche* música [...] Otra que me *caga* es un programa que siempre ponen en la noche... ¿no has escuchado el *panda-show*? ¿Sí o no es una basura? [...] La otra vez venía de la universidad y tenían puesto ese *pinche* programa [...] A parte de ser insoportable de cómo se burlan de la gente, ahí están todos los del microbús escuchando el mentado programa. Todos riéndose... y todo por culpa del microbusero (Omar, usuario frecuente de microbús, 28 de abril de 2010).

En la presente investigación se logró dar cuenta de dos amplios sentidos del trabajo que los choferes construyen con base en su experiencia cotidiana. El primero, es el

ran, la desigualdad de sus condiciones, la arbitrariedad de sus regulaciones y la incertidumbre de su ocupación han contribuido a que este trabajo sea considerado, desde su génesis, como una actividad fragmentada que impacta determinadamente la subjetividad, creando una identidad también fragmentaria o inexistente. Desde nuestra opinión, la llamada fragmentación se está confundiendo con las condiciones que articulan la precariedad. La fragmentación se está asumiendo como condición laboral característica y propia de nuestros tiempos. E inclusive como un tránsito irremediable que ha traído consigo la caída del Estado de bienestar tras el auge imparable del neoliberalismo. Sin embargo, el abordaje desde la fragmentación al analizar las actividades laborales, no supera un elemento básico de su propia limitante: la predilección por la descripción superficial y la reflexión ensayista que no se compromete a nada.

Considerar el trabajo de los microbuseros como una actividad fragmentada, no contribuye a conocer su articulación real, porque de antemano, basada en una descripción superficial, se asume a la realidad sociolaboral como una condición de hecho y no como una realidad que amerita ser tratada desde sus más básicas composiciones, que pueden estar basadas en la fuente del padecimiento humano y relaciones sociales de injusticia. Así, el trabajo precario, no sólo se puede apreciar como una situación desfavorable, sino como una realidad que promueve indignación ante el padecimiento de los semejantes. Tras la intensión de preservar la “objetividad” de los análisis y el estado de ánimo por discutir todo aquello que sea discutible, se construye un gran impedimento que permite apreciar la inherente relación que conlleva el quehacer profesional y académico: investigación social y compromiso ético.

microbusero como una actividad laboral inestable, precaria y vacilante. En este sentido, existen pocas retribuciones de ser conductor. El trabajo es inestable, se carece de prestaciones, no hay seguridad social alguna, no hay ingresos constantes y siempre se tiene que hacer un esfuerzo demasiado alto para conseguir un ingreso aceptable —pues se considera que se trabaja primero para el dueño y en último lugar para sí. Otra de sus composiciones que existen pocas retribuciones de carácter personal. Esto implica un estilo de vida que siempre atrae problemas o siempre se estar inmerso en distintos conflictos; es insano y no promueve la realización personal —pues no hay conocimiento de nuevas habilidades especializadas como la experiencia de aprender nuevos conocimientos referidos a la mecánica automotriz por ejemplo, entre otros—, no hay formación profesional y poco reconocimiento social o ninguno; no existen condiciones de posibilidad de ascenso en el trabajo pues no hay ningún escalafón. La única vía de prosperar es llegar a convertirse en dueño de varias unidades para tener una vida más segura y plena, pero tal situación es en realidad irrealizable según testimonios, pues la vida no alcanza para ello. Quizá sus efectos se sientan para las generaciones venideras, pero no en el presente. Otra característica de este sentido del trabajo, es la clara conciencia de que se puede ganar más dinero mientras más se trabaje, pero la propia actividad laboral y el plexo social que lo articula, está volcado hacia el despilfarro y al desenfreno. Las ganancias que llegan a obtenerse se desperdician con facilidad y se mal gastan por el propio modo de vida que implica ser microbusero. Otra señalización importante, es que aunque exista cierta libertad de poder organizar su propio trabajo, tal condición promueve el traslape con distintos ámbitos del mundo de la vida que ayudan a reproducir la precariedad no sólo en el trabajo, sino en la propia familia “como un círculo vicioso”. Una reproducción de clase social. Un último elemento es la idea de futuro considerada como incierta, ya que está esperanzada en la idea de conservar la salud para seguir conduciendo, en la decisión de no ser despedido por el patrón y en la posibilidad (si es el caso) de que los hijos continúen con la misma actividad.

El segundo sentido de microbús es su actividad laboral como sostenedora y libertaria. Aquí hay un gran gusto de que el ámbito laboral se traslape con otros distintos ámbitos de la vida cotidiana como la familia, el ocio, el esparcimiento, erotismo o la religión. El trabajo permite a la par, prestar atención a distintas necesidades e involucrase a la vez con nuevas experiencias como actividades que van, desde la atención a la familia y apoyo a las amistades, hasta nuevas aventuras de carácter sexual y experiencias delictivas entre muchas otras. Otro elemento, es que este trabajo tiene fuertes limitantes que impiden construir aspiraciones laborales más altas o profesionales, pero el grado de libertad y las intensidades de las aventuras espaciales, hacen valer en mucho el trabajo de conductor de transporte público. No hay necesidad de ser

reconocido socialmente. Sucede incluso lo contrario, hay significado de auto-reconocimiento como un “mal de la sociedad” pero “necesario al fin de cuentas”. Esta articulación subjetiva descansa por un lado, en la propia necesidad del trabajo, en la retribución económica y simbólica de la ocupación en comparación con alguna otra (trabajar en una fábrica por ejemplo), y satisfacciones propias colectivas de acuerdo con la clase social, por ejemplo, códigos objetivados que refieren a cierto perfil de la masculinidad, interés por los conflictos, orgullo de afrontar y superar condiciones adversas, entre otros.

Reestructuración del transporte urbano. Trabajo, organización, identidad y acción colectiva.

De acuerdo con la política urbana de ordenamiento del transporte público del Distrito Federal y a la puesta en marcha de sus promotores del gobierno, se busca desaparecer a los microbuses para el 2012. Desde antes del inicio de los gobiernos de izquierda electos en el Distrito Federal, la inercia de la desarticulación metropolitana era un proceso que implicaba fuertes conflictos futuros que impedirían el desarrollo territorial de las urbe, por lo que fue necesario buscar estrategias de conducción y ordenación metropolitanas y regionales. Los grandes proyectos urbanos hasta entonces implantados, con excepción de la incorporación de la línea B del metro que concluyeron las gestiones de Cuauhtémoc Cárdenas y Rosario Robles, no lograron contrarrestar la falta de integración de la estructura urbana metropolitana.

Ante tales circunstancias, el gobierno electo del Distrito Federal impulsó un ambicioso programa de vialidades que intenta, hasta el presente, contrarrestar la extrema desarticulación persistente en la metrópolis.

Existe una importante fragmentación en el Distrito Federal, y nace desde la propia ciudad y desde el propio Estado de México, por ejemplo, aquí en la Ciudad el pasaje cuesta tres pesos y allá te cuesta siete pesos con cincuenta. De entrada, se tiene una ciudad dividida, se tiene un norte que está segregado de un sur, y sobre todo un oriente con una gran segregación socioeconómica y urbana. Es de reconocer, que de parte de estos últimos gobiernos electos de esta ciudad, se atiendan estos problemas de desintegración. Por ejemplo, el Hospital de Iztapalapa, Centros de cultura y recreación como el Faro de Oriente, preparatorias universitarias, la propia UACM [...] Se están haciendo una importante serie de esfuerzos para darle mayor integridad, mayor conectividad y menor exclusión social usando al transporte en la infraestructura (entrevista a Dr. Bernardo Navarro Benítez, secretario técnico de la Comisión Metropolitana de Transporte y Vialidad, Setravi, 4 de mayo de 2010).

Frente a la desestructuración vial de la ciudad, el gobierno de López Obrador decidió desarrollar el programa de vías rápidas para la ciudad de México con el fundamento, en un inicio, que consistió en buscar una alternativa de refuerzo al principal corredor vial metropolitano periférico, después, buscar el mayor impacto positivo en la articulación vial al interior del Distrito Federal, impactar positivamente a la circulación e integración vial metropolitanas, usar con mayor racionalidad el limitado presupuesto público disponible, eficientar la fluidez vial en los corredores, contrarrestar la extrema e inequitativa desintegración metropolitana, efectuar las obras con recursos presupuestales del gobierno de la ciudad de México, y no efectuar grandes desalojos o expropiaciones que afectaran a los habitantes y actividades de urbe (Navarro, 2004: 17).

Así, el programa vial del gobierno del Distrito Federal impulsó la ampliación de la conectividad al norponiente de la metrópoli, San Ángel, Tizapán y el corredor Insurgentes, entre otros. Por ejemplo, el programa de desarrollo del Distrito Federal (2000-2006), propuso estrategias de acción encaminadas a la solución de los problemas relacionados con el transporte, como la sustitución de microbuses por camiones con alta tecnología ecológica organizados racional y eficientemente, la creación de esquemas consolidados de organización y financiamiento al interior de las organizaciones de transportistas, modernización del transporte concesionado y una mayor eficiencia de la red vial a través del ordenamiento de los flujos de tránsito. Un elemento importante a mencionar, es que este programa contemplaba generar esquemas de participación para los actores involucrados a fin de clarificar los mecanismos y procedimientos del proceso de sustitución de las unidades de transporte, así como para buscar las fuentes de financiamiento y promover el fortalecimiento de la capacidad administrativa, operativa y financiera de las asociaciones de transportistas mediante la fórmula fideicomiso para estimular el recambio.

Más en concreto, el programa establece lineamientos encaminados a fomentar una estructura de carriles exclusivos y nodos de servicios públicos articulados y alimentados por la red de transporte. En un inicio la propuesta consideró la creación de 33 corredores de transporte, y de acuerdo con el programa integral de transporte y vialidad del Distrito Federal 2001-2006, se proponía el impulso a la infraestructura vial y al fortalecimiento de las organizaciones de transportistas mediante la inversión privada como alternativa para el crecimiento y desarrollo del sector. Entre las metas concretas se propusieron sustituir a 2 mil microbuses por autobuses limpios, la renovación de taxis, el retiro de sitios y bases de microbuses y autobuses colectivos ubicados en ejes viales y vialidades primarias, así como las estaciones del metro. Así, la construcción de los corredores confinados de transporte público estuvo dirigida para atender el ordenamiento de los servicios de transporte, tanto del servicio concesionado como el servicio que ofrecía el propio gobierno de la ciudad.

La finalidad de los dos programas era la inserción de los transportistas y sus organizaciones a la política del transporte en una nueva estructuración ordenada y financieramente viable para un ejercicio de control, supervisión y gestión con instrumentos normativos.

La primera empresa de BRT en la ciudad de México

Antes de la construcción del corredor de metrobús línea 1 que fue inaugurada en febrero de 2005 en la avenida Insurgentes, existían distintas agrupaciones de transportistas que ofrecían el servicio de transporte concesionado. Básicamente, las organizaciones de transporte en el Distrito Federal se integran fundamentalmente por los permisionarios o propietarios de las unidades.

Según describe Nava y Ramírez (2008), el caso de la avenida Insurgentes en la cual se construyó la primera línea de sistema BRT metrobús, las organizaciones de transportistas que operaban en esta avenida estaban constituidas por cuatro organizaciones con composiciones, posturas y número de integrantes puntualmente diferentes. La primera era la empresa Red de Transporte de Pasajeros del Distrito Federal (RTP), Unión de taxistas de Reforma y Ramales A.C., Ruta 2, Ruta 18, Ruta 88, y San Pedro-Sta. Clara. La participación dentro de la operación de transporte en Insurgentes estaba concentrada principalmente por la Ruta 2 que absorbía cerca de 62% del total de la demanda de pasajeros en la avenida Insurgentes (cerca de 250 900 pasajeros) y RTP que se ocupaba del porcentaje restante. Dicha ruta, con número de 262 concesiones operando en Insurgentes fue la principal organización de transportistas que participó en la integración al sistema BRT metrobús que correría sobre Insurgentes.

El 26 de octubre de 2004 se conforma la primera empresa en proporcionar un servicio BRT para la ciudad de México, llamada Corredor Insurgentes Sociedad Anónima (CISA). De los 524 trabajadores que laboraban en las unidades de microbús y autobuses anteriores al metrobús, se recibieron 400 solicitudes para trabajar en el corredor, de los cuales finalmente se contrató a 130, después ascendió a 180 y contemplaba una meta de 200 operadores para solventar el incremento de las unidades. La flota vehicular de microbuses y automóviles que transitaban por Insurgentes, se redujo a 80 camiones articulados para el corredor.

En el proceso de selección y reclutamiento se pidieron como requisitos una escolaridad mínima de secundaria, edad de 25 a 45 años y experiencia de tres a cinco años conduciendo unidades de transporte público o de transporte de carga. El sueldo mensual ofrecido fue alrededor de 7 mil pesos más prestaciones de ley (seguro social, Infonavit, prima vacacional y aguinaldo), con jornadas diarias de ochos horas. Preferentemente

se solicitó conductores con secundaria terminada y/o nivel medio superior y conocimientos respecto al Reglamento de Tránsito del Distrito Federal, Reglamento de Transporte del Distrito Federal, Ley de Transporte y Vialidad, conocimientos y habilidades de mecánica automotriz básica, habilidades que demostraran responsabilidad, capacidad de coordinación psicomotora, buena observación, capacidad de realizar tareas operativas, capacidad de resolución de problemas cotidianos, y actitudes y competencias de conciencia como apego a las normas de calidad, capacidad de trabajo rutinaria, actitud de servicio, conciencia de responsabilidad del servicio, competencia técnica, disciplina y autocontrol.

Entre las funciones generales que desempeñarían los trabajadores-operadores de las unidades articulares figuraban las siguientes:

1. Conducir las unidades respetando la velocidad máxima establecida dentro del carril confinado, la distancia entre autobuses, los recorridos de retorno autorizados y evitar el uso de equipos electrónicos que distraigan su atención.
2. Realizar paradas exclusivamente en las estaciones del corredor, tocando la bocina al entrar y salir, y accionar las puertas de ascenso y descenso en los tiempos establecidos, cuidando la integridad de los usuarios.
3. Respetar el orden de las salidas en terminales atendiendo el cumplimiento de los horarios de los itinerarios de servicio que se le proporcionen para tal efecto, así como las señales de tránsito.
4. Recibir la capacitan periódica que la empresa difunda para su profesionalización.
5. Cumplir con la imagen institucional y de pulcritud establecida por el organismo regulador y la empresa, y portar a la vista las identificaciones que ambas instituciones le proporcionen, así como su licencia-tarjetón.
6. Colaborar en las necesidades de ajustes al servicio y flexibilidades que el mismo requiera.
7. Atender y cumplir toda indicación relacionada con la atención y solución de contingencias, cumplimiento en todo momento de las reglas de uso del equipo de radiocomunicación.
8. Revisar el estado físico y de funcionalidad de los dispositivos del autobús, al inicio, durante su jornada y al encierro de la unidad.
9. Actuar con respuesta inmediata conforme a los procedimientos instruidos en accidentes, fallas y descomposturas mayores de las unidades, amenaza de incendios, o cualquier problema que ponga en riesgo la integridad de los usuarios.

Se consideró a la habilidad de los conductores para la asimilación del funcionamiento del corredor, como un incremento de forma proporcional al tiempo en que

éstos interaccionaran con el medio, usuarios, agentes de tránsito, peatones, automovilistas particulares; por lo que su desempeño mejoraría en cuanto a parámetros de velocidad, acoplamiento y sensibilidad. Así, la habilidad y la experiencia laboral de los conductores se relacionarían con la propia evolución del sistema y con el ajuste nuevos parámetros, considerando importantemente, los siguientes elementos esenciales operativos del servicio:

1. Menor tiempo de recorrido puede incidir en mayor inseguridad e incrementos de velocidad nocivos.
2. La falta de puntos de regulación, pueden incidir en irregularidades de servicio.
3. Los ajustes en la programación deben darse de forma pausada y no radicalmente.

Por lo anterior, de acuerdo con estos elementos operativos básicos, se requería una evaluación teórica y práctica constante a los operadores para evitar la llamada ceguera de taller, es decir, dejar de poner toda su atención a los parámetros de servicio establecidos.

Básicamente, como beneficios generales del nuevo esquema laboral del sistema BRT en relación con el hombre-camión, se contemplaban principalmente: el establecimiento de horarios definidos trabajo bajo una programación regulada, prestaciones de ley, seguimiento de desempeño diario, profesionalización mediante una capacitación constante y dedicada, y la posibilidad de construir la experiencia de un trabajo de conducción definido por procedimientos bien determinados y establecidos.

El proceso de construcción del primer sistema de corredores de transporte público en la ciudad de México fue una dinámica que implicó la transformación no sólo estructural espacial urbana y la desaparición de unidades de transportes que tenían agotada su vida útil, fue la transformación en la composición y en ejercicio de las propias organizaciones del transporte y sus actores. Con ello, las relaciones laborales del esquema hombre-camión cambiaron a una nueva regulación laboral formalizada y distintamente estructurada. El cambio se presentó como una nueva estructura organizacional que pasó del esquema de servicio de transporte concesionado de microbús al empresarial de servicio BRT. Este proceso fue posible porque la composición directiva de la Ruta 2, tras la realización de ajustes internos para consolidar su legitimidad, estuvo a favor del cambio y de tomar todas medidas necesarias para integrar al nuevo esquema de forma privilegiada. Son varios los factores que podrían explicar la consolidación de esta empresa de transporte. Primeramente, porque la Ruta 2 era la principal organización de transportistas afectada por la construcción del corredor, y era la única con la que se negoció para la implantación del corredor, y aunque existían otras organizaciones afectadas en sus ramales (como las rutas 88 y 18)

no fueron incorporadas directamente en la negociación por tener una participación marginal en el corredor y ser organizaciones mucho más pequeñas que la principalmente afectada. Lo que llegó a concretarse para estas organizaciones pequeñas fue la reubicación de sus ramales para que no hicieran competencia al corredor Insurgentes.

Una condición que fue fundamental para el cambio fue que la propia organización de transportistas Ruta 2, tenía amplios recursos financieros para poner en acto el cambio del transporte. La dirigencia que se consolidó fue una cúpula de concesionarios con amplios recursos en capital económico y político. Tras un periodo de más de 20 años de dedicarse a la prestación del servicio, esta cúpula se había convertido en una fuerte red familiar y de amistad que controlaba para entonces, una importante red de transporte de microbuses, camiones y taxis en la ciudad de México. Por ejemplo, dicha ruta, que es una de las más grandes de la ciudad, tenía un número aproximado de ramales de 65 que cubrían una parte considerable de las delegaciones del Distrito Federal, sobre todo Cuauhtémoc, Álvaro Obregón, Miguel Hidalgo y Benito Juárez. Su gran red estructural de transporte, articulada a forma de ramales, permitió con el transcurso de los años, constituir cúpulas organizacionales con amplios recursos financieros, políticos y sociales que operaban como fuertes grupos de negociación que el gobierno de la ciudad en turno tenía siempre que tomar en cuenta para diversas temáticas relacionadas con el transporte. Cuando la constitución del corredor se hizo una realidad, el cambio estructural fue posible porque se contaba con amplios recursos en diversos capitales que se invirtieron en el proyecto y que permitieron conseguir distintos créditos para la adquisición de unidades, capacitación laboral, nuevas instalaciones, entre otros. Con un fuerte respaldo del gobierno de la ciudad, se logró constituir un servicio de transporte BRT operado sólo por dos empresas del transporte: Ruta 2 y BRT.

El cambio de servicio en el transporte necesariamente llevó a la desaparición de los ramales que hasta entonces habían dado servicio en la avenida de los Insurgentes, pero no debilitó en modo alguno las capacidades en distintos capitales que la organización tenía, por el contrario, su fortaleza se incrementó enormemente. De ser una de las más importantes organizaciones de transportistas en la ciudad de México, llegó a convertirse hasta hoy en día —en tanto una organización de transporte concesionado con importantes ramales en la mayor parte de la ciudad— como en la más importante empresa de transporte BRT de México.¹⁶

¹⁶ La empresa CISA actualmente, a sus cinco años de creación, brinda consultoría en las áreas de: formulación, evaluación desarrollo e implementación de proyectos de transporte urbano, en esquemas llave en mano; programación y operación del servicio; gestión y evaluación del servicio; administración

Así, la consolidación de esta importante empresa ha traído para ella un incremento en la participación política en el diseño de políticas urbanas relacionadas con el transporte y movilidad en la ciudad de México y para otros estados de la República. De hecho, de acuerdo con algunos testimonios, se piensa que su actual dirigente prevé crear una empresa similar a la extinta Ruta 100 pero de carácter privado. De acuerdo con las actuales reestructuraciones del transporte en la ciudad y la constante inclusión de CISA en temas de transporte y movilidad, probablemente en el futuro será una empresa de dimensiones y alcances más amplios.

La reestructuración del transporte está alcanzando una magnitud sin precedentes desde dos las últimas administraciones del gobierno de la ciudad de México. Con la creación de una importante empresa de transporte BRT que opera en el corredor de Insurgentes, se fueron articulando las condiciones para el cambio futuro de las organizaciones de transporte a un esquema empresarial. Sin embargo, no todo cambio es homogéneo ni con las mismas magnitudes. El proceso de cambio no afectó de igual modo a todos los integrantes de los ramales implicados sino que, al ser una organización con fuertes cúpulas de concesionarios y dirigentes, sus liderazgos se trasladaron a un nuevo esquema de participación en la toma de decisiones y ejercicio del poder. La fuerza laboral de la organización experimentó cambios distintos durante su constitución empresarial de transporte, afectando de manera muy importante en el control, regulación y ejercicio de su trabajo. Un actor importante del gobierno de la ciudad que desea permanecer anónimo comenta lo siguiente:

La propuesta del gobierno respecto a la creación de corredores de metrobús, planteó un esquema de no perjudicar ni al concesionario ni al chofer, sin embargo, el concesionario que no está acostumbrado a otro modelo que no sea el del hombre-camión, siempre se ha opuesto al metrobús, desde la primera línea, la segunda y la tercera en el eje uno poniente. En las experiencias anteriores, efectivamente lo que encontramos fue que el concesionario, al verse perjudicado su esquema de explotación de la ruta, hecha por delante al chofer por dos razones: una de ellas (con justa razón el chofer) si cambian de microbús a metrobús yo pierdo mi empleo, mi fuente de trabajo. Hay operadores de ya más de 40 años que simplemente ya no caben en el nuevo esquema de transporte masivo como el

de empresas de transporte; capacitación de operadores y personal técnico de operación, supervisión y mantenimiento; mantenimiento preventivo y correctivo de autobuses; gestión del mantenimiento predictivo, preventivo y correctivo de autobuses; gestión y control de accidentes y daño de la flota; diagnóstico, corrección y rediseño de sistemas mecánicos y electrónicos; gestión y administración de almacén, refacciones y componentes de los vehículos; mejoras al producto. Entre sus más relevantes eventos esta la realización de congresos de transporte relacionados con la movilidad y la política urbana. Información disponible en <http://www.ci-sa.com.mx>

BRT, o en los autobuses más largos como los corredores viales. Al momento en que tu sacas un microbús para meter un autobús largo, necesitan reducir su número de concesiones, en lugar de quinientos van a quedar 250 autobuses. ¿Eso qué implica? Que los concesionarios tengan que despedir o dar por concluido el trabajo de chóferes que conducían microbuses. Ahora como empresas, ya no pueden seguir con el esquema de hombre-camión sino que tienen que contratar nuevos operadores. Una contratación que sí los define ya como asalariados. Pero ya sabemos cómo operan las cosas, se generan contratos colectivos antes de tener trabajadores (Anónimo, 30 de abril de 2010).

La experiencia suscitada en CISA,¹⁷ en la transformación del esquema concesionado de transporte al esquema empresarial, marcó la pauta de lo que serían las futuras conformaciones empresariales de transporte. Con la ampliación de la Ruta 1 de metrobús hasta la estación El Caminero, iniciarían nuevas experiencias de transformación para las organizaciones de transportistas involucradas. Lo que a continuación se muestra, es el proceso de constitución empresarial de la Ruta 1 derivación Rey Cuauhtémoc, considerando fundamentalmente, la experiencia laboral en este proceso de cambio en los trabajadores que, de laborar como choferes de microbuses, fueron incorporados como operadores de unidades articuladas para la prolongación de la línea 1 de metrobús.

Los trabajadores de la Ruta 1 derivación Rey Cuauhtémoc. Una historia viva que no termina de escribirse

El 27 de marzo de 2007 en conferencia de prensa, Armando Quintero Martínez, Secretario de Transportes y Vialidad en conjunto con los representantes de las rutas 1, 111 y 76, así como la Red de Transporte de Pasajeros (RTP) firmaron una Carta Intención con la finalidad de integrarse al proyecto del corredor Insurgentes. El propósito, fue el anuncio de la nueva ampliación del corredor de la línea 1 de metrobús el cual crecerá 8.5 km, llegando a un total de 28.5 km, significando la construcción

¹⁷ De acuerdo con información de carácter público, se tiene conocimiento que actualmente opera la Unión Sindical de Trabajadores y Empleados del Autotransporte, Líneas de Camiones y Comercios de la Industria Automotriz, sus Derivados, Similares y Conexos de la República Mexicana, como sindicato en la relación laboral frente a la empresa CISA. El secretario es Cecilio Padilla Alonso y con la fecha de depósito de un CCT del 8 de febrero de 2008, tiene una afiliación de 270 trabajadores con salarios de categoría con un mínimo de 100 pesos por día hasta 320 pesos. Información disponible en http://www.juntalocal.df.gob.mx/contratos1/consulta_contratos_campo.html; consultada el 23 de agosto de 2010.

de ocho nuevas estaciones. El corredor comprendería desde la estación Doctor Gálvez hasta el monumento al Caminero.¹⁸

En esta conferencia de prensa asistieron Fernando Ruano Bolaños, presidente de Transportes y Servicios Terrestres “G”, quien señaló que la Ruta 111 de manera voluntaria había decidido apoyar al gobierno del Distrito Federal en las políticas del transporte público de pasajeros, manifestando siempre su interés y preocupación por la población de la ciudad de México. Declaró que desde hace 10 años gracias a la unión de los trabajadores, se habían constituido en una empresa, motivo por el cual “veían con buenos ojos” integrarse a la prolongación del metrobús. Tal opinión fue compartida por el presidente de la Ruta 1 Francisco Aguirre de la Ruta 1 que debido a problemas de salud no pudo asistir, sin embargo, envió su Carta Intención con opiniones similares de apoyo. Por su parte José Luis Mota Islas, presidente de la Organización Nacional de Transportistas Libertadores Unidos Ruta 76, manifestó en su Carta Intención que, conscientes de mejorar el Sistema de Transporte y Vialidad por ser causa del interés público, apoyaban de forma libre y voluntaria la adhesión al programa del Corredor Insurgentes (DGCS, 2007).

Yo trabajaba como chofer en la Ruta 1 derivación Rey Cuauhtémoc. Nosotros nos enteramos del proyecto de metrobús porque nos empezaron a afectar desde la construcción de las estaciones de Doctor Gálvez a Indios Verdes. Nos afectó de manera totalmente radical, porque todo el día había tráfico en Insurgentes [...] si antes te hacías 20 minutos de la Joya a San Ángel, ahora eran horas, dos horas una vuelta en llegar, era así de caótico desde que empezaron las obras. Desde ahí el impacto a nosotros. Había el rumor de que se iba a ampliar hasta nuestra ruta, y que nos iba afectar de manera directa. Nosotros tratamos en ese momento de tener un acercamiento, nosotros como operadores, con nuestros dirigentes, en este caso el que era nuestro delegado de esa delegación era Joel Juárez y Arturo Escalera. En ningún momento nos atendían, o sea, sí nos recibían y nos escuchaban pero ellos decían que no podían... que no tenían la capacidad de resolverte nada. Nosotros pretendíamos que no sólo fuéramos nada más lo operadores, sino involucrarlos a ellos como permisionarios en una lucha homogénea por parte de todos. Obviamente al gobierno no le convenía, obviamente a la Setravi no le convenía y a los intereses de nuestro dirigente Paco Aguirre, el dirigente de todas las rutas 1, obviamente no le interesaba. Y se nos empezó a marginar desde ese entonces, desde un inicio. Nosotros estábamos preocupados por toda esa situación, estábamos así como veletas sin rumbo, queríamos saber cuál era la posición de nuestros dirigentes hacia nosotros los operadores, saber qué iba a pasar. Entonces fue cuando empecé a ir a algunas reuniones de Ruta 1 y

¹⁸ De las estaciones más destacadas que estuvieron anunciadas, fueron aquellas que se ubicarían en Ciudad Universitaria y en el centro comercial Perisur.

a reuniones de información por parte de Setravi (Juan Manuel Hernández, ex conductor microbús y presidente de la mesa directiva de trabajadores organizados de la Ruta 1 derivación Rey Cuauhtémoc, 5 de marzo de 2010).

Con una amplia trayectoria recorrida en historia y en experiencia laboral detrás del volante, la estructuración del transporte alcanzó y cambió de manera contundente, la vida de los trabajadores de la Ruta 1 en la ya mencionada derivación. De acuerdo con un estudio de movilidad, la demanda atendida era de aproximadamente 27 mil usuarios diariamente y laboraban en ese entonces alrededor de 200 choferes de microbús en sus distintos ramales entre otros trabajadores como ayudantes, *cacharpos* y checadores.¹⁹

La vida laboral cotidiana en el microbús. Servicio, trabajo y comunidad

La Ruta 1 con razón social denominada: Unión de Choferes Taxistas de Transportación Colectiva, A.C. Ruta 1, tiene un número aproximado de 90 ramales distribuidos en las distintas delegaciones del Distrito Federal cuyo representante general es Francisco Aguirre Guadarrama.²⁰ Como distintas rutas de la ciudad de México, las organizaciones de transportistas registradas como asociaciones civiles tienen distintas estructuras jerárquicas (principalmente piramidales), que son administradas por cúpulas de distintos concesionarios²¹ que son los que ejercen el poder, con distintas formas en su ejecución, según sea la ruta o ramal específica. La derivación Rey Cuauhtémoc no era ninguna excepción en la regla. Básicamente la denominación de “Rey Cuauhtémoc” se refería a que involucraba sólo a algunos de los ramales de la Ruta 1 ubicados al Sur de la ciudad. Lo importante en la composición de esta organización es que, con los años, la forma de ejercer el trabajo a través del servicio de transporte llegó a tener características que pocas veces o que casi nunca se hacen tan explícitas y evidentes, de lo que implica proporcionar un servicio de transporte público de calidad.

¹⁹ Proyecto de aprobación de ruta alterna elaborado por los “Operadores Organizados de Ruta 1 Rey Cuauhtémoc, 2007”.

²⁰ Información proporcionada por Setravi en el documento *Recorridos por delegación*.

²¹ Son los dueños de numerosas concesiones gracias a las redes familiares y de amistad que operan como prestanombres, permitiendo con ello el control distintos derroteros e integrantes de grupos de transportistas.

Este servicio de transporte concesionado, según las experiencias recolectadas, ofrecía un servicio de transporte que no era igual a los otros derroteros y rutas semejantes. Este servicio, de acuerdo con las opiniones de los que antes eran sus usuarios, manifestaba características de atención, amabilidad, seguridad y pulcritud. Es decir, un servicio de calidad que pocas veces podía experimentarse al viajar de microbús.

De acuerdo con los testimonios de los trabajadores de la propia derivación, ellos explican que el buen desempeño de su servicio se debía gracias a que “estaba basado en aquello de lo consideras realmente como un buen trabajo”. Con el paso de los años, estos trabajadores consolidaron una forma específica de poder regular y vivir de su trabajo.

Sin el afán de que nos den un reconocimiento, nosotros como operadores ya desde hace muchos años, antes de que fuera reglamentado y exigido el uniforme de los operadores que nadie respeta, nosotros desde antes ya lo habíamos inculcado como una cuestión respeto y de imagen hacia los usuarios, no con las autoridades, sino con los usuarios, que a final de cuentas era un vínculo diario de un trato. Nosotros conocíamos de toda la vida a esa gente (por eso la gente nos apoya), si hubiéramos sido como los de Luz y Fuerza que nadie los apoya, que los ven y les mientan la madre por todas las acciones que hicieron [bueno] pero nosotros afortunadamente no tuvimos eso. No faltaba el que es grosero, el que le vale madres, pero la verdad es que la gran mayoría todos bien uniformaditos, bien bañaditos, bien portaditos. Compañero que llegaba con la micro sucia no lo dejábamos trabajar nosotros los operadores. Veíamos un güey ahí todo mugroso le decíamos: ¡a bañarse cabrón!; en serio y está probado, pregúntale a quien quieras.. Nuestros dirigentes iban y decían que nosotros éramos los mejores .Por ejemplo nunca tuvimos un accidente donde hubiera un muerto, nunca, clásico que el cuello o alguna lesión en la columna, eso era lo más grave, pero nunca hubo involucrado un muerto. Nosotros éramos muy exigentes con nosotros mismos, no había ahí un reglamento o un código, no, era entre nosotros. Alguien que fuera mugroso a trabajar no se la acababa (Juan Manuel Hernández, ex conductor microbús y presidente de la mesa directiva de trabajadores organizados de la Ruta 1 derivación Rey Cuauhtémoc, 5 de marzo de 2010).

Los choferes de la ruta se conocían de tiempo atrás y muchos tenían una experiencia que les venía de familia, de generaciones. Un trabajo que tenía su retribución en satisfacción emocional y material.

Nuestra ruta era de las mejores de la zona sur, sino es que la mejor seguramente. Nosotros organizábamos nuestro trabajo con base en la solidaridad y el respeto. Si llegaba haber broncas siempre las resolvíamos en buenos términos. Nosotros teníamos unos microbuses de lujo, limpiecitos, con buenos asientos, rines cromados, todo de primera,

hasta se hacían concursos y rifas. Si algún operador tenía un problema se le buscaba apoyarlo de la mejor manera (Héctor Nájera, ex concesionario y ahora director de la empresa de transporte BRT Rey Cuauhtémoc S.A. 17 de abril de 2010).

El trabajo en el microbús en esta derivación en concreto, se articuló de una forma muy particular y propia, que promovió un ejercicio del trabajo que ameritó reconocimiento y prestigio gracias a un servicio socialmente valioso que brindaron estos trabajadores.

El trabajo se basó en el trato diario, platicando en las bases, la base del metro, de San Ángel, de la Joya, de Fovissste, eran nuestro centros en el que podíamos platicar, siempre íbamos tratando de que hubiera una superación como servidores públicos. Afortunadamente eso nos dio mucho... una relación ya no de cliente y prestador de servicio, sino como... ya como de vecinos, de amigos. Había una buena relación con los estudiantes de la UNAM, los pacientes de los hospitales, había algo diferente, no éramos la ruta del montón, había un trato muy especial. En cuanto a la actitud con nuestros compañeros respecto a conducir, no era a la manera de manejar ahí como va, tampoco de que vas y compras tu curso. ¡No!, ¡Era de que vete y hazlo cabrón! ¡Aprende a conducir! Yo sé que somos muy hábiles y muy expertos, pero algo habrás de aprender, todos íbamos a los cursos. Había una cuestión de responsabilidad en nuestro trabajo que cuidábamos, decíamos: cuiden la unidad, es tu oficina, bien presentaditos; a la gente trátenla como cuando vas a un restaurante y te limpian la mesa, tu cliente el que te paga dos pesos es tu cliente y lo tienes que tratar bien, hacíamos mucho conciencia con eso. Obviamente a veces era difícil hablar con los compañeros [...] había doctores, licenciados trabajando ahí con nosotros, pero la mayoría había compañeros que no sabían ni leer, no sabían escribir, una cuestión académica pues no la tenían. Pero son gente muy trabajadora, muy noble y muy consciente. También había de lo peor, tú los oías hablar y decías: ¡uta este güey de dónde salió!, pero eran bien respetuosos con la gente, había ese pequeño detalle en nuestra ruta (Juan Manuel Hernández, ex conductor microbús y presidente de la mesa directiva de trabajadores organizados de la Ruta 1 derivación Rey Cuauhtémoc, 5 de marzo de 2010).

La jornada empezaba desde las 5:30h y terminaba alrededor de las 23horas. Las personas que viven en distintas colonias en las alturas y a las faldas del Ajusco como Santa Úrsula Xitla, Los hornos, Las Águilas y Los volcanes, entre otras, literalmente bajaban a las bases de Tlalcoligia, San Pedro Mártir-Fovissste, La Joya y Fuentes Brotantes para ser transportados a sus lugares de trabajo y estudio principalmente ubicados en periférico, Ciudad Universitaria, avenida Tlalpan, e Insurgentes Sur; o bien, a la estación del metro Universidad como una de las paradas forzosas para seguir el camino en dirección al centro de la ciudad.

Con una demanda inicial promedio de 225 usuarios a las 6:00h, la demanda de transporte se incrementaba hasta en 400 usuarios transportados en tan sólo una media hora de 7:30 a 8h en un solo ramal. En conjunto, los tres ramales podían estar transportando a una aproximado de 1 434 personas tan sólo en el periodo que va de las 7:30 y 8h, hora principal de inicio de jornada de muchos trabajos e inicio de la primera clase en las escuelas y universidades. Después la demanda bajaba considerablemente a partir de las 9h hasta el horario de medio día en que la ciudad de México tiene un realce en la movilidad de sus habitantes hasta pasada las 15:30 horas. Después, a partir de las 19 hasta 22h se presenta el último alce en la demanda del servicio de transporte que es cuando muchos habitantes de la ciudad se dirigen a sus hogares después de la jornada laboral o de estudio. Con esta dinámica en el mercado de transporte, trabajaban aproximadamente 200 trabajadores en sus importantes ramales de la Joya, Tlalcoligia, Unidad Habitacional Foviste-Fuentes Brotantes y metro Universidad.

Un elemento importante en la experiencia espacial de la conducción, fue la valoración de poder vivir y trabajar al sur de la ciudad y no hacia el centro o alguna zona del oriente de la misma. La zona sur de la ciudad evocaba en ellos, cierta impresión de sentirse distantes del caos que impera en la ciudad. El hecho de conducir por amplias avenidas (como el Camino al Ajusco), calles arboladas sin una congestión vial de mayores proporciones, zonas inclinadas, con paisajes amplios que muestran un amplio colorido verde, parecía provocar en ellos un significado de distanciamiento a la manera de un extranjero o un visitante que siempre tiene que ir a la ciudad a manera de obligación y necesidad, más que por gusto o placer. Su recorrido, que estuvo estructurado en los límites de la delegación Tlapan con el Estado de Morelos, ayudó a configurar un significado de libertad con un contenido de relación con el medio natural y zonas verdes ubicadas al sur de la ciudad (como son las Fuentes Brotantes). Esto ayudó a configurar en parte, el significado de libertad y distinción frente a otros choferes de distintas rutas. También, aunado a la aventura espacial de conducir diariamente por estos trayectos, hay también un cierto grado de deleite, emoción, gusto y apreciación estética, que refiere a un cierto privilegio de vivir y trabajar conduciendo cerca de zonas comerciales y residenciales de clases sociales altas.

Aquí en el sur tú puedes ver gente diferente a otras zonas de la ciudad. Yo estuve un tiempo trabajando allá por Chimalhuacán y era otra cosa completamente diferente. Aquí la gente es más como de oficina, con traje, no como allá que es... pues popular. Aquí son bien burgueses [...] Lo que también me gusta son las chavas que llegas a ver, aunque no te vean y ni te fumen, pero te das tu buen taco de ojo. Hay una que otra que ni hablar...

mis respetos. En una de esas hasta por andar de pinche mirón, casi me llevaba un cristiano” (Guillermo, ex conductor de microbús de la Ruta, y operador de unidad articulada de BRT de la empresa RECSA, 23 de abril de 2010).

La actividad laboral del chofer de microbús no se reduce meramente a la operación conducir una unidad de transporte, sino que hay distintas actividades en el antes, durante y después que se conjugan en el ámbito laboral alimentando la experiencia del trabajo. Así fue el caso de los choferes de microbús de la Ruta 1 derivación Rey Cuauhtémoc. Su trabajo fue originalmente articulado por la experiencia de generaciones precedentes. Según testimonios de los trabajadores, el dedicarse al negocio del transporte era una actividad que nacía desde los propios abuelos y padres, y que se concretaba en la puesta en marcha de proyectos conjuntos de familia. Los padres, los hermanos, los hijos, otros familiares y amigos fueron construyendo un patrimonio familiar que impulsó trayectorias laborales que se concentraron en el negocio del transporte público. Con la adquisición de nuevas unidades, renovación de microbuses por camiones, negociaciones con el gobierno para obtener más concesiones, se fue generando una importante concentración de capital económico en las familias de transportistas. El negocio, basado en una red familiar y de amistad, fue uno de los elementos que presionaron para la constitución del servicio de microbús en este ramal.

Las características que le atribuyen los usuarios a este servicio de transporte en cuanto a la calidad que ofrecía, fundamentalmente están reconocidas hacia propios los trabajadores que cotidianamente conducían a diario por las calles, y que tenían contacto directo con la gente que transportaban. Eran los trabajadores más visibles del transporte público los que ejercían fundamentalmente el servicio: conductores, despachadores, *cacharpos* y checadores, eran los principales actores y los que articulaban el tejido social del trabajo. Los concesionarios aparecían más como agentes encargados de la administración y el control en la programación de recorridos y problemáticas jurídicas-administrativas relacionadas con los ramales y en relación con la ruta. Sin embargo, su papel no es tan ajeno a lo que se podría pensar.

Consideramos que el papel de los concesionarios y dueños de las unidades, fue un factor estructural que llegó a concretar este servicio. Estas cúpulas de familias y negocios que se consolidaron, con el paso del tiempo, con un importante capital económico y social debido a los estrechos lazos familiares, y por la construcción de vínculos de amistad que los concesionarios entablaron con los trabajadores. Este vínculo de solidaridad fue constituido en la práctica cotidiana vecinal, donde los vecinos se conocían de años, los hijos de los concesionarios tenían sus amigos en el propio barrio y los invitaban a trabajar en la ruta. El vínculo de amistad de hizo

fuerte a través del tiempo. Se llegó a considerar a los propios concesionarios como personas dignas de confianza y palabra. Patronos con los que se podía entablar buenas relaciones laborales, acuerdos de mutuo beneficio y de apoyo entre ambas partes. Una forma de organización que hemos llamado *patriarcal-consensuada*. Por ejemplo, podían negociarse ciertas programaciones de recorridos para los choferes, horarios de entrada, apoyo legal cuando se suscitaba algún accidente, en ocasiones préstamos y hasta indemnizaciones. Los concesionarios al establecer una relación laboral con los choferes, sí era un factor muy importante la relación de confianza que prevalecía antes del acuerdo, sin embargo, su disposición de contratar choferes responsables y más cercanos, era porque también había una cierta garantía subjetiva de orden racional instrumental de que los choferes harían bien su trabajo y de que entregarían responsablemente la cuenta. Así, tanto los concesionarios recibirían sus cuentas íntegras como los choferes podrían ganar el dinero que quisieran en la explotación de recorridos que eran de alta demanda, pues mientras más se trabajaba, más se ganaba.

Una experiencia de comunidad alimentaba diariamente con las distintas prácticas cotidianas propias de territorio construido con base en el trabajo. Muchos de los conductores de la ruta vivían en la zona sur de la ciudad. La configuración identitaria laboral que se logró constituir, fue tejida en los propios espacios sociales del barrio y de las organizaciones. Por una parte se compartía el trabajo cotidiano “como una chinga” cotidiana que experimentaban los trabajadores, pero al terminar la jornada, llegar el fin de semana, o bien, en los espacios de descanso, comida y convivencia dentro de las unidades, bases, en la misma calle o durante el mismo transcurso del trayecto, se ponía en juego colectivo la interacción y la alimentación subjetiva colectiva de un “nosotros microbuseros”.

Hubo ese acercamiento no sólo de compañeros de trabajo. Fue una ruta, te lo aseguro, de las mejores de toda la zona urbana, así te lo pongo, de las mejores rutas. Nosotros cada año hacíamos concursos del que tuviera la mejor unidad, le regalábamos un tumba burros, unos faros, unas llantas, unos rines, todas las unidades estaban cuidaditas. Era una cuestión de orgullo de esta nave es la más chida, y el que traía una carcacha no se la acababa, no se la acababa... cualquier falla nos se la acababa, lo exhibíamos con la gente, se ponían rojos de la vergüenza [risa] la mayoría, la gran mayoría andaba muy bien (Juan Manuel Hernández, ex conductor microbús y presidente de la mesa directiva de trabajadores organizados de la Ruta 1 derivación Rey Cuauhtémoc, 5 de marzo de 2010). Teníamos equipos de fútbol, y el fin de semana era de desmadre, ya sabes, el chupe, las viejas [...] yo fui muy feliz” (Guillermo, exconductor de microbús de la Ruta, y operador de unidad articulada de BRT de la empresa RECSA, 23 de abril de 2010).

El arribo del metrobús: nuevo trabajo, pérdida y experiencias nuevas

El proceso de ampliación de la línea 1 del metrobús de sus estaciones Dr. Gálvez a El Caminero tuvo una dinámica similar a la construcción primera de la línea 1 en el corredor Insurgentes, pero con dimensiones más pequeñas y con distintas estructuras que facilitaron el cambio. La construcción de esta ampliación no tuvo las dimensiones estructurales y urbanas que implicó la construcción de la primera línea. Por una parte, con la construcción de la línea, la organización socioterritorial de Insurgentes cambio importantemente. La dinámica de su flujo en movilidad se incrementó notablemente, con la desaparición de los ramales de microbuses que recorrían la avenida, el sistema BRT-Metrobús se convirtió rápidamente en el principal medio de transporte masivo en Insurgentes. Su articulación de norte a sur permitió favorablemente, incrementar la movilidad de los ciudadanos en la ciudad que se transportaban por esas importantes avenidas.

Durante mucho tiempo el sistema de transporte se ha caracterizado por ser poco confiable para hacer inversiones, considero que ese problema tiene su origen desde la quiebra de Ruta 100 que a través de las concesiones, se fragmentó todo transporte en la ciudad. Lo que teníamos antes de los corredores BRT eran unidades que prácticamente eran unas chatarras, el Metrobús es como un “parche” a este gran problema [...] Lo que logró el Metrobús fue iniciar una mejor estructura del servicio, y no sólo eso, empezó a acercar a los transportistas a negociaciones que fueran viables para incorporarlos al cambio. Lo más difícil fue la confianza, creo que la falta de confianza entre nosotros, digámonos a manera general como cultura, es la falta de confianza entre nosotros. Esto nos impide construir proyectos nuevos [...] eso fue también lo que pasó en la construcción del Metrobús (M. I. Fernando Zeuz Osorio Zúñiga, gerente de Programación y Control Operativo de Metrobús, 23/03/2010).

El proceso de transformación de la organización de transportistas de los ramales afectados hacia el esquema empresarial, tuvo muy importantes dinámicas organizacionales y laborales donde el conflicto permeó ciertos procesos en su concretización. Un primer elemento fue la propia convocatoria. De acuerdo con las experiencias obtenidas, la convocatoria no fue de manera equitativamente distribuida. Fue primeramente, dirigida únicamente a los propios concesionarios de las rutas y ramales afectados. Los primeros acercamientos y entre autoridades y transportistas fue a través de mesas de información sobre el nuevo proyecto que involucraba únicamente a concesionarios y dueños y no a representantes de trabajadores como choferes. Es

por ello que la noticia empezó a filtrarse primero a manera de un rumor. Luego, vinieron las reuniones de información entre los concesionarios y sus trabajadores.

Yo en el micro trabajé más de 16 años y mi compadre como 18. Hicimos buena amistad con los patrones, tuvimos privilegios que los demás compañeros no tenían, pero en general los patrones eran buenos con todos. Es por eso que ahora sigo teniendo tranquilidad porque resuelves las cosas de una manera más fácil [...] Nosotros nos enteramos antes que otros y ya cuando nos enteramos de que esto se iba acabar pues...al principio teníamos dudas de entrarle o no pero nos animamos [...] Los patrones nos invitaron (Anónimo, exchofer de microbús de la ruta 1 y actual operador de unidad articulada de BRT, 1 de abril de 2010).

De acuerdo con los testimonios, la comunicación sobre el proyecto de metrobús al interior de la organización fue en un inicio principalmente discutida entre los líderes, concesionarios y dueños, y en un segundo momento, la noticia bajó a los trabajadores más cercanos como a los hijos, parientes y amigos más próximos. Así, mientras pasó el tiempo y se fue concretando el proyecto, la información empezó a ser noticia de todos. De acuerdo con la opinión del actual director de RECSA, la convocatoria fue difundida de manera amplia sin ninguna exclusión.

Cuando llego lo del metrobús nosotros pasamos toda la información desde el inicio a todos los compañeros. La información siempre fue clara y verídica [...] Los operadores actuaron libremente de toda voluntad de los permisionarios. No hubo favoritismos. A todos los operadores, a cada permisionario (me dice si no me equivoco señor) les dieron una liquidación por dejar de trabajar por todo el periodo que ellos trabajaron en sus unidades; me extraña que ahora venga a decir que no obtuvieron nada. Por el tiempo que trabajaron, los operadores tuvieron un buen ingreso, pero además, los permisionarios, cuando se acabó la ruta les dieron una indemnización a cada uno de ellos. Desgraciadamente se empieza a mal informar dentro del corredor diciendo que los operadores que iban a entrar a la empresa eran de RTP, que iban a llegar de otro lado, que no nos creyeran. Se dio una convocatoria a todos los operadores para que pudieran participar dentro del proyecto y siempre se les dijo bajo qué condiciones iban a laborar en la empresa. Por esa parte yo creo que la información fue clara (Héctor Nájera, director de RECSA en la mesa redonda: Proceso de trabajo y nuevas condiciones laborales de los operadores de metrobús dentro de ciclo: Los otros trabajos; 14 de abril de 2010).

Existen testimonios encontrados respecto a si la convocatoria fue justamente difundida o no. El tema no deja de no ser claro. Algunos entrevistados mencionan haber tenido información más privilegiada y de primera mano que otros compañeros, hay otros trabajadores, que mencionan que la información no fue igualmente

distribuida. Podría pensarse que las relaciones de poder con los más cercanos pudieron permitir un flujo de información más directa, impidiendo que la información fuera del saber de todos. A nuestro juicio, consideramos que sí hubo una convocatoria pero que está fue aterrizándose poco a poco hasta llegar a todos los choferes y trabajadores de los ramales, porque inclusive los que fueron informados primero aún no estaban seguros de que el proyecto de MB realmente se fuera a construir. Cuando otros trabajadores se enteraron, ya habían pasado las negociaciones de permisionarios y autoridades e inclusive, ya operadores estaban siendo evaluados para poder ingresar como operadores de BRT. Por tanto, suponemos que sí hubo ciertos filtros de información y esto muchas veces sucede no con plena conciencia de todos los concesionarios sino que, bajo situaciones microsociales específicas, mandos medios no comunican o filtran la información hasta las bases por intereses particulares y de grupo (que inclusive pueden ser un puñado de amigos) dejando de lado a otros. Aquí lo que sucedió, es que hubo convocatoria, pero no fue ampliamente difundida debido a agentes de nivel medio en la organización que no extendieron la comunicación. Esto muy probablemente fue causa de la existencia de cierta disputa entre grupos y familias que conforman, como en muchos casos, las organizaciones de transportistas, ocultando o reservándose información relevante para sí y los suyos.

¿Movimiento social de trabajadores del transporte?

Este servicio, en su momento, gozó de un importante reconocimiento tanto usuarios, concesionarios, y por los mismos trabajadores. Las relaciones laborales, según testimonios, no rotundamente unilaterales, sino que existía un margen de acción basado, en la confianza y amistad para poder negociar ciertas condiciones laborales y regular mejor el trabajo. Sin embargo, el empuje principal, es decir, la voluntad colectiva que motivaba la praxis por el mejoramiento de las condiciones laborales, venía fundamentalmente de los propios choferes. En este caso, operó en la colectividad de trabajadores la figura del liderazgo a través de Juan Manuel Hernández, chofer de microbús quien tuvo un importante papel en la articulación de la acción colectiva en defensa del trabajo.

La decisión de construir una ampliación a la línea 1 del metrobús que ya había sido tomada, la nueva composición al esquema empresarial se estaba concretando y los choferes fueron convocados de acuerdo con requerimientos muy específicos. Esto ocasionó que no todos los operadores pudieran ser incluidos, y de esto nació la inquietud sobre qué pasaría entonces con su fuente trabajo. Tras la incorporación diferenciada, los trabajadores se organizaron primero para aclarar puntos básicos

del proyecto metrobús que ellos desconocían, y poder entonces tomar acciones concretas.

Por una parte, distintos choferes aceptaron hacer las evaluaciones correspondientes para entrar a trabajar como operador a la nueva empresa, los que no cumplían con las condiciones empezaron a organizarse.

La ampliación de Metrobús nos vino a partir. Nos dejó sin chamba, sin dinero, sin indemnización y con serios problemas económicos al frente [...] La mayoría nos presentamos a realizar las pruebas para intentar quedarnos como choferes del Metrobús, pero sólo aceptaron a 45 conductores, los más cercanos a las autoridades y a los líderes de ruta (Testimonio anónimo de conductor de microbús de ruta 1, 1 demarzo de 2010).

A mí me tronaron a las primeras de cambio por la edad. Ni chance de mostrar mis habilidades en el volante me dieron" [...] Lo peor de esta chamba es que no hay indemnización, propiamente nos echaron a la calle con una mano por delante y otra por atrás" (José S. Martínez, ex conductor de microbús, 19 de marzo de 2010) (*El Universal*, 2008).

"A mí también me rechazaron de entrada debido a la edad, porque dijeron que era muy joven, que tenía 23 y que la empresa concesionaria consideraba que estaba muy chico para la responsabilidad [...] que quería a gente de mínimo de 26 años (Testimonio anónimo, ex conductor de microbús, 19 de marzo de 2010).

Así, distintos trabajadores con características laborales similares o bien, que no querían perder su trabajo como choferes de la ruta, se juntaron como un grupo de alrededor de 250 choferes. Su líder, Juan Manuel Hernández empezó a comunicar sus demandas:

Cuando empezó las primeras reuniones de información, por parte de Setravi, en la cuales, pues alguien... me condicionaron a mí, que yo podía ir, pero que no podía participar en ninguna toma de decisiones: no podía sugerir, no podía preguntar absolutamente, nada más iba a estar ahí presente. Pues sí, la primera reunión a la que fui fue en las oficinas, fue un abogado a resolver las dudas de los permisionarios. En ningún momento se trato el tema laboral de los operadores, en qué condiciones iban a quedar, etcétera. Yo me atreví a preguntar, y obviamente se tornó un tanto violento, porque lo que estaba asesorando el abogado que tenían, pues obviamente lo que preguntaba iba en contra de los intereses de los permisionarios. Nosotros podíamos demandar una indemnización, etc. etc. Pues imagínate, desembolsar de su bolsillo para indemnizarnos, pues no les pareció bien a todos los permisionarios que en ese momento estaban (Juan Manuel Hernández, ex conductor microbús y presidente de la mesa directiva de trabajadores organizados de la Ruta 1 derivación Rey Cuauhtémoc, 5 de marzo de 2010).

Desde el inicio de la información del proyecto por parte de Setravi, el acercamiento siempre fue de parte del gobierno primeramente con los concesionarios y no

con los trabajadores. Ante ello, los choferes y algunos concesionarios que no estaban de acuerdo con la integración al proyecto metrobús, buscaron los espacios de diálogo con las autoridades y con los concesionarios que aceptaban el proyecto de BRT.

Entonces, casi tuve que salir corriendo de ahí, porque se puso muy ruda la cosa para mí, inclusive me amenazaron y que cualquier compañero que hiciera algo peleando sus derechos, que nos iban a correr. Despidieron a algunos compañeros injustamente, empezaron a tomar acciones así de manera injusta en contra de los mismos compañeros. Inclusive a mí me señalaron y me dijeron: “cualquiera que veamos con este compañero Hernández Hernández lo vamos a correr”, y lo iban a boletinar, o sea una serie de amenazas muy mala onda. Los muchachos la neta pues se espantaron, muchos... en las primeras reuniones íbamos todos, todos, inclusive hasta permisionarios iban; después ya nada más íbamos unos cuantos, todos estaban así cuidando su chamba. Poco a poco, otra vez empezamos a involucrar a los chavos, porque a final de cuentas nosotros íbamos a ser impactados de manera directa. En una reunión que hubo con Martín Mejía y Guillermo Calderón nos pasaron una diapositivas con todo lo que es el proyecto, a mí Alfonso Torres ya me lo había dado y me facilitó todo el proyecto. Lo estudiamos... sí está muy bueno el proyecto pero ¿nosotros qué? No entendían nuestra situación (Juan Manuel Hernández, ex conductor microbús y presidente de la mesa directiva de trabajadores organizados de la Ruta 1 derivación Rey Cuauhtémoc, 7 de marzo de 2010).²²

De acuerdo con la experiencia que relata Juan Manuel, las condiciones para ser escuchados por las autoridades de Setravi y los concesionarios nunca fue propicia para tratar problemáticas laborales en torno a la desaparición de la fuente de trabajo. Muchas sesiones trataron sobre cuestiones operativas del servicio, y cuestiones que involucraban directamente a los concesionarios en cuanto a la estructuración de la empresa pero no a los conductores.

En ese momento un permisionario que más o menos compartía cierta preocupación de nosotros, porque uno de sus hermanos era operador y él era concesionario, se atrevió a preguntarle a Martín Mejía que: “¿y los muchachitos qué?”. Así como te lo digo así lo preguntó, o sea los operadores, y le dijo bueno yo te voy a dar un bono de 100 mil pesos y tú con eso los puedes indemnizar, así textualmente, eso fue lo que le dijo. Le iban a dar un bono, pero obviamente un papel, a final de cuentas ese bono era como tu prima para entrar de socio, esa era tu aportación para el Metrobús, eran como tus acciones. Si tú eras dueño de cinco concesiones, ibas a tener cinco acciones. Entonces yo en ese momento hice un documento solicitándole a Martín Mejía. Él me los firmó de mano solicitándole tener un acercamiento

²² Martín Mejía es el actual director general de Transporte, Setravi. El Ing. Guillermo Calderón Aguilera es el actual director general de metrobús.

con él. Él me contestó, después con unos documentos que yo le había mandado a Armando Quintero, y me respondió que en calidad de qué quería yo, que yo no tenía nada que hacer ahí, que el secretario nada más se dedica a atender a los dueños de las concesiones o a los dirigentes, no a los operadores. Ahí empezamos mal y mal, no sólo ya con la Secretaría de Transportes, sino con los mismos dirigentes empezamos a tener problemas.

Me sugirieron a mí que hiciéramos la chorcha, que con 200 operadores no nos iban hacer, caso que juntara 500 gentes y las fueras a parar al zócalo y a lo mejor. Pero ya conozco a la gente y la verdad a mí no me late eso, a mí me gusta negociar, platicar, se puede pues bien, si no se puede: pues dame argumentos del por qué no se puede (Juan Manuel Hernández, ex conductor microbús y presidente de la mesa directiva de trabajadores organizados de la Ruta 1 derivación Rey Cuauhtémoc, 5 de marzo 2010).

Las acciones concretas de los trabajadores se concentraron en hacer distintos plantones enfrente a Setravi y ante la Junta de Conciliación y Arbitraje. Tras estas movilizaciones lograron ser recibidos por mandos altos de gobierno de la ciudad.

La verdad es que todo, toda la situación fue todo muy político. Sí nos recibieron, todos: “¿ah que bueno que viniste y haber cuando te vuelvo a ver!”. El que ha sido más grosero es este Tomás Pliego y Martín Mejía, así de gacho que están. Comencé a plantearles... y están viendo los monitores de los cruceros, y estas hablando ahí como estúpido y no te pelan, y luego dicen: ¿oye en que nos quedamos? Ni siquiera te escuchan, es una burla. Por ejemplo Armando Quintero, una vez estamos en la mesa de trabajo y todo y se para y ahí nos vemos y digo: ¿y mi asunto qué? (Juan Manuel Hernández, ex conductor microbús y presidente de la mesa directiva de trabajadores organizados de la Ruta 1 derivación Rey Cuauhtémoc, 5 de marzo de 2010).

Sin embargo, las autoridades tomaron nota de las solicitudes de los trabajadores y les pidieron que, si querían entonces crear una nueva organización de transporte siendo ellos los propios concesionarios, debería realizar un estudio en profundidad sobre la situación de movilidad, oferta y demanda y de viabilidad financiera para poder entonces considerar seriamente el proyecto de los trabajadores.

Cuando nosotros fuimos a hacer la propuesta a Armando Quintero de nuestro proyecto, o sea la ruta que desaparecieron [...] me decía que se le hacía muy ambicioso que nosotros tratáramos de ser permisionarios. Yo le dije que no quería que me volviera rico, pues nosotros íbamos a arriesgar nuestro dinero. Nosotros no somos permisionarios, a nosotros no nos van a dar un bono o que sabes qué, que nosotros te apoyamos con alguna empresa que se dedique a créditos. Los que vamos a pagar el dinero somos nosotros, usted nada más díganos cómo le hacemos, los caminos que hay que tomar, pero los que vamos a asumir la responsabilidad de que hay que pagar somos nosotros. Yo no quiero que me regales la concesión, yo la voy a pagar lo que cueste, no sé cuanto cueste. Es

como si a usted le quitan su trabajo y le dicen sabes qué, vete a barrer el *hall* o la recepción, no lo vas aceptar nunca, entonces yo creo que nosotros de perdís que nos igualem las condiciones de trabajo. Tú dices vete a trabajar un taxi, las condiciones van a ser totalmente diferentes; visualiza el impacto que ahorita te estoy platicando le dije. Nos hicieron hacer un proyecto. Entregamos un proyecto con cada cuánto tiempo va a salir las unidades, cuántos pasajeros, etc., todo como lo pidieron (Juan Manuel Hernández, ex conductor microbús y presidente de la mesa directiva de trabajadores organizados de la Ruta 1 derivación Rey Cuauhtémoc, 5 de marzo 2010).

El acercamiento entre autoridades y los trabajadores empezó a tener espacios de agotamiento.

[En plática con Armando Quintero] yo te estoy pidiendo, bueno, ni siquiera yo te pedí, en un momento dado yo platicué con Martín Mejía y él me dijo vamos a hacer esto, te voy a dar 50 concesiones a prueba para ver si funciona el proyecto. Después de que hicimos el recorrido me pidió que le hiciera otros croquis de las rutas con las que nos íbamos a empatar en el camino. Se lo hice, le entregué como 20 planos ahí. Hasta ahí se quedó todo [...] Todas las veces que he ido han sido para las mesas de trabajo que hemos hecho con los de RTP, y mi asunto así como que ahí se va quedando, ahí se va quedando. En alguna ocasión fue un funcionario de la Secretaría de Gobierno, ahí estuvo como testigo que no participó, no dijo nada. Armando Quintero estaba argumentado con el testigo ahí, diciendo que nos podía dar trabajo a todos los que quisiéramos en la RTP, yo le dije a Armando Quintero que no, que no queríamos trabajar en la RTP. Si yo quisiera trabajar en la RTP, pues iba a ver a la arquitecta Ariadna (ella es la directora de la RTP), yo estoy aquí porque yo te hice una propuesta y tú me dijiste tráemela por escrito, ya cumplí ya te lo traje, ya hice los recorridos, y la gente está enterada. No engañas a la gente, no me vas a tomar el pelo, yo no vengo aquí a que me des trabajo en RTP, porque mis compañeros yo sé que saben manejar, son buenos operadores donde quiera van a responder bien, pero no me vengas ahorita con que me vas a dar trabajo en la RTP. No quiero eso, no queremos eso. Así que a mí me gustaría que respetaras en lo que quedamos. Bueno, entonces vamos a incorporarnos otra vez (me dijo), vamos a hacer unas mesas de trabajo para resolver esto. Pues las mesas de trabajo nada más han sido para platicar de la RTP y cada vez que me siento ahí con estos señores, obviamente yo no me voy a echar para atrás por lo que digan ellos, así sea mi dirigente, mi exdirigente de ruta uno, yo no me voy a echar para atrás y menos los compañeros (Juan Manuel Hernández, ex conductor microbús y presidente de la mesa directiva de trabajadores organizados de la Ruta 1 derivación Rey Cuauhtémoc, 5 de marzo de 2010).

Los ex choferes de la Ruta 1 derivación Rey Cuauhtémoc empezaron a enfrentarse a una situación confusa y decepcionante. Empezaron a sentir cansancio ante la falta de respuestas concretas. Los choferes encabezados por su líder lograron construir un

proyecto alternativo de transporte como una respuesta clara ante la pérdida de su trabajo. Al recibir la aprobación de las autoridades, el sentimiento colectivo se reanimó, pero después decayó notablemente tras la falta de interés nuevamente por parte de las autoridades para concretar el acuerdo. Después, a los trabajadores se les ofreció poder laborar en RTP, y ante la negativa de éstos, las autoridades empezaron a posponer cada vez más las mesas de trabajo. A partir de entonces, el movimiento cayó en cuenta de que (de acuerdo con su interpretación) la estrategia de “divide y vencerás” ya estaba cobrando un efecto considerable. Los trabajadores ante la necesidad de seguir trabajando, tuvieron la necesidad de buscar otro trabajo para poder mantenerse a sí mismos y a los suyos. Aunque el apoyo de los trabajadores al proyecto prevalecía, la voluntad decayó considerablemente cuando los choferes en razón de su condición, tuvieron que buscar alguna actividad para poder mantenerse. Así, el apoyo directo al movimiento disminuyó.

La ideología estuvo presente en el movimiento, fundamentalmente estuvo articulada por su líder Juan Manuel Hernández. Este movimiento, tenía una ideología que ellos llamaban de izquierda. Quizá no muy clara por la mayoría de los trabajadores, pero a través de Juan Manuel, se inyectó en la colectividad cierta conciencia política. Fundamentalmente, les hizo caer en conciencia que es una acción justa defender la pérdida del trabajo ante cualquiera que éste fuera. Sin embargo, el llegó a considerar que, de acuerdo con las ideologías propias del Partido de la Revolución Democrática (PRD) que muchas veces apoyó, tendría un respuesta favorable para el proyecto de transporte que estaba luchando para ser una realidad. Así, al enfrentarse en concreto a los actores políticos fue cayendo también en cuenta de que sus propósitos, aunque fueran justos y estuvieran ligados al imaginario de que este tipo de causas un gobierno de izquierda tendría que apoyar, había estructuras y relaciones de poder difíciles de sobrepasar. Sin embargo, la voluntad individual y colectiva no tiene por qué declinar en su opinión, aunque los actores políticos concretos en lo que se creó a manera de imaginario, se revelen claramente mostrando sus verdaderos intereses y opiniones:

Tuve una entrevista con Tomás Pliego²³ que estaba... en la Asamblea, y nos dijo que no podía hacer nada por nosotros, que nosotros éramos unos *esclavos modernos* y que a ver cómo le hacíamos... Así como te lo estoy diciendo, así me lo dijo el funcionario. Yo no quise ser grosero con él, pero sí le dije que en una cuestión política él estaba en deuda

²³ Diputado Tomas Pliego Calvo, diputado local del PRD y presidente de la comisión de Transporte y Vialidad de la Asamblea Legislativa. Entre sus actividades más recientes fue la puesta en marcha de una campaña como precandidato a la delegación Cuauhtémoc. Información disponible en <http://www.oem.com.mx/esto/notas/n1049007.htm>; <http://www.oem.com.mx/esto/notas/n1039580.htm>

con nosotros, porque él pertenece a una corriente de izquierda y nosotros tenemos una ideología de izquierda, y que gracias a nosotros él también estaba ahí, él tenía que responder por nosotros, no tenía derecho a decirnos eso. Le dije: “eso lo vas a pagar políticamente vas a ver” y ya ves... no ganó [...] Tú lees los libros que tiene el PRD, sus principios, etc. y dices: ¡Qué bonitos libros!, te pinta todo de color de rosa... pero desgraciadamente está la gente equivocada en los lugares equivocados [...] Marcelo Ebrard nunca me ha querido recibir, todas las solicitudes que le he mandado a él, me las contesta Martín Mejía. A lo más que he llegado es con su secretario particular, no sé cómo se llama... de Marcelo. Hasta la fecha no me ha recibido, nosotros el día de su cumpleaños el año pasado fuimos a correr al pinche panista que le quería aventar el pastel a Marcelo. Tampoco quiero que me den una medalla o que me den un reconocimiento, pero esa es una cuestión política que supuestamente compartimos, una posición de izquierda. Por ejemplo, en una cuestión política todos los permisionarios la mayoría son panistas, son de derecha y a ellos les pusieron así, en bandeja de plata para que se despacharan ¿Dónde están los principios?, ¿Dónde está aquello de... ? ¿Cómo dice el peje?... de luchar por la gente algo así... primero los pobres o algo así. Aquí pareciera que es hacer más ricos a los ricos y más pobres a los jodidos [...] Le quitaron un pelo a un gato pero no nos lo dieron a nosotros, se los dieron a los permisionarios, o sea dónde está su ideología política, su ideología de izquierda, ¿Dónde está? (Juan Manuel Hernández, ex conductor microbús y presidente de la mesa directiva de trabajadores organizados de la Ruta 1 derivación Rey Cuauhtémoc, 5 de marzo de 2010).

Después de haber terminado las mesas de trabajo en Setravi, los trabajadores actualmente, de acuerdo con el testimonio de Juan Manuel, están trabajando en distintas ocupaciones. Algunos lamentablemente, ante la pérdida de su empleo se suicidaron, otros trabajadores siguen dedicándose al trabajo de chofer, ya sea conduciendo un taxi o bien siendo chofer en otras rutas. En la actualidad, el movimiento no ha ejercido nuevas acciones concretas, sin embargo, de acuerdo con sus testimonios, “la lucha sigue” pero se está recomponiendo y transformando en lo interno. Los trabajadores aún siguen organizados y estudian la posibilidad de una nueva y distinta emergencia.

La experiencia obtenida a través de su trabajo y las acciones colectivas llegaron a concretar, generaron elementos subjetivos colectivos muy fuertes que no sólo contribuyeron a la construcción de una identidad articulada por el trabajo, sino además, fueron actores claves de un movimiento del cual, muchos piensan que no puede concretarse ni llegar existir. Su historia puede ser un elemento que podría cambiar opiniones y conciencias.

Yo conocía al compañero [...] el optó por hacer una ruta. Quería que Quintero le diera un ramal para meter unas vagonetas y ser un ramal alterno. A mí me invitó y tuve relación

con él [...] Él me pintaba cosas muy bonitas [...] Yo le dije: te voy a ser sincero, a mi no me gusta... o estoy en una sola cosa o estoy en otra. Yo tengo mi trabajo, yo estoy en Metrobús, tú tienes buen ideal... pues está bien. El tenía ese movimiento no sé si todavía este en pie. Por medio de él, en una colonia que se hizo hasta el Ajusco que no les podían poner la luz, él les hecho la mano [...] Lo de las camionetas, le dije: la neta yo lo veo muy cabrón te vayan a dar un ramal. Si el gobierno lo que ya no quiere es tener más microbuses ni camionetas y quiere quitar esto a huevo, o sea, sería como contradecirse este Quintero.

Inclusive el llegó hablar de un sindicato [...] El tenía sus ideas, no maniacas, pero tenía su proyecto y anduvo con varios compañeros [...] Yo le dije una vez: mira mano, nos conocemos desde hace veinte años, y yo no voy a perder tu amistad por esto. Si te quedaste para sacar cosas buenas para los compas... pues está bien, pero sólo tú sabes si es neta o es mentira lo que haces [...] Ya no le visto al buen Juan Manuel... el Cepillín le decíamos de cuates (Marco A. Gómez, ex conductor de la ruta y actual conductor de unidad articulada de BRT, 4 de abril de 2010).

Hemos recibido amenazas yo no sé si de parte de los operadores o golpeadores de los compañeros de la ruta 69 o de la 70, y los de la ruta de San Pedro Mártir, que es Ruta 1 también. Yo he recibido llamadas que me van a matar, que me van a madrear, que etc. etcétera. Todas esas cosas. Los compañeros lo han vivido, los compañeros están así: amedrentados, espantados, tienen miedo por todas esas cosas, pero yo no, si me toca pues ya ni modo, pero yo no me voy a dejar amedrentar [...] ¿Qué... acaso todo lo que hemos hecho desde que estábamos en la ruta hasta ahora... no es generar derechos?" (Juan Manuel Hernández, ex conductor microbús y presidente de la mesa directiva de trabajadores organizados de la Ruta 1 derivación Rey Cuauhtémoc, 5 de marzo de 2010).

Conclusiones

La experiencia de la precariedad es una realidad que se ha convertido en una forma real y concreta de vivir a través del trabajo. La superación y la conquista de las dificultades que atentan contra la vida, es muestra de que pueden configurarse voluntades colectivas que defiendan derecho a un trabajo digno. ¿Cómo se puede adquirir conocimiento o consciencia de un derecho que nunca hemos tenido o experimentado, si nuestros propios ámbitos sociales están también articulados por la misma precariedad, pobreza e injusticia? Es necesario comenzar dando un paso a la vez. El primero de éstos, es darle voz a quienes no la tienen.

La experiencia de los trabajadores de transporte público de la Ruta 1 Rey Cuauhtémoc muestra la gran relevancia que tiene el trabajo hoy día como actividad social promotora de la vida de los agentes sociales. El caso que aquí nos ocupó muestra que

el trabajo de los choferes y distintos trabajadores relacionados con el servicio de transporte de microbús, fue una actividad laboral promotora de valores ligados a la libertad y el reconocimiento mutuo como trabajadores, la cual estimuló la constitución de identidades colectivas y acciones concretas en defensa del trabajo.

La identidad laboral urbana tuvo importantes elementos que articularon su sentido. Por una parte, el significado de libertad de la ocupación; el reconocimiento social del servicio basado en la relación de los choferes con los usuarios; vínculos vecinales y de amistad; una historia de generaciones y núcleos de familias; una relación patriarcal consensuada entre los concesionarios y los trabajadores, con un ejercicio del poder dentro de una organización caracterizada por no ser autoritaria; y una experiencia espacial alimentada en la vida cotidiana por un anclaje basado en el trabajo. Esta configuración identitaria concreta sirve para preguntarse sobre la posibilidad de que distintos trabajadores no clásicos, puedan o no construir identidades colectivas basadas el trabajo. Está problemática deberá responderse para cada caso, de forma concreta. Existen distintas identidades laborales urbanas configuradas de manera diversa, de acuerdo a las estructuras, subjetividades y acciones que han intervenido en la constitución de realidades sociales. El trabajo, como articulador de distintos ámbitos de la vida, incluyendo acciones concretas en su defensa, ocupa un lugar central del entramado social actual.

Así, queda pendiente para una investigación futura, el tratamiento de realidades sociales más amplias y complejas en la relación de estructuras, subjetividades y acciones, que den cuenta de manera más amplia y profunda, los aspectos más esenciales de las nuevas identidades laborales, así como de las acciones políticas concretas en defensa del trabajo en el ámbito del transporte público, en un espacio tan complejo como la metrópoli capitalina. El caso aquí presentado, es un ejemplo concreto de que la acción política colectiva puede volverse una realidad concreta, aunque sea en su expresión microsocia, cuando de manera conjunta se defiende el derecho a la vida a través del trabajo. Muchas historias similares jamás se han escrito. Es urgente que los actores laborales empiecen a escribir.

Bibliografía

- Bacelis Roldán, Sandra (2003), *Organizaciones de Transportistas en el servicio público del Distrito Federal, 1988-2000*, tesis para obtener el grado de maestría en Planeación y Políticas Públicas, UAM-Azcapotzalco, México.
- Goffman, Irving (1979), *Relaciones en público. Microestudios de orden público*, Madrid, Alianza.

- Nava, Emelina y Ramírez, Jaime (2008), “El funcionamiento el sector transporte y las posibilidades de negociación” en Clara Eugenia Salazar y José Luis Lezama (coords.), *Construir ciudad: un análisis multidimensional para los corredores de transporte en la Ciudad de México*, México, El Colegio de México.
- Navarro, B. Bernardo (2004), “La obra vial del gobierno de López obrador: ¿integración urbana de la metrópoli?”, *Revista Diseño y sociedad*, otoño.
- _____ (2005), “El servicio de transporte urbano y los procesos sociales”, *Veredas*, núm. 10, primer semestre, UAM-Xochimilco.
- Salazar, León C. (2010), “El problema de la identidad y la acción colectiva de los microbuseros” en De la Garza, Enrique y otros, *Trabajo, Identidad y Acción colectiva en trabajadores no clásicos*, UAM-I (En prensa).

Trabajo no clásico, organización y acción colectiva

Enrique de la Garza Toledo¹

Buscaremos, en el presente capítulo, concluir acerca de los objetivos de la investigación sobre trabajadores no clásicos, reseñada en los dos tomos de esta obra. Hay que anotar que como el sector del trabajo no clásico es tan heterogéneo las conclusiones, en parte, se derivan de un número limitado de actividades analizadas al detalle, lo que significa que hay que estar abiertos a que otras formas teóricas o realidades empíricas pudieran también presentarse. Primero acerca del concepto ampliado de Trabajo, de Relación Laboral y de Construcción Social de la Ocupación (De la Garza, 2006), introduciendo la noción de trabajo no clásico (De la Garza, 2008) discutiendo acerca del concepto de servicios, en especial sobre su carácter de “intangibles” y su problematización al considerar a los clientes, a otros actores no laborales, las intersecciones de las esferas de la producción y la reproducción, así como del Derecho y el impacto del Trabajo en este tipo de actividades en la identidad y la acción colectiva. Notas breves son introducidas con respecto de la relación entre valor de las mercancías y trabajo inmaterial.

Acerca del concepto de Trabajo

Hemos considerado como Trabajo no sólo al asalariado o bien que genera productos para el mercado, sino toda actividad humana encaminada a producir bienes o servicios

¹ Profesor-investigador del posgrado en estudios laborales de la UAM-I, email: egt@xanum.uam.mx; página web <http://docencia.izt.uam.mx/egt>

para satisfacer necesidades humanas, transformando un objeto de trabajo, utilizando medios de producción, puestos en operación a través del trabajo visto como interacción de los hombres (trabajadores) con los dos primeros y entre sí (De la Garza, 2002). Todo Trabajo posee aspectos objetivos y subjetivos, estos inherentes a toda interacción. El carácter de valor de uso de un producto no sólo depende de sus características físicas sino de que sea valorado como tal, histórica y socialmente. La definición anterior está abierta a que la producción sea material o inmaterial, es decir, genere productos objetivados, separables de quien los produce y de quien los consumirá, o bien productos que sólo existen en el mismo momento de su producción y que son automáticamente consumidos e incorporados a la subjetividad o corporeidad del consumidor (Marx, 1974). Considerar al trabajo y a productos físico-materiales como el centro necesario de la producción y de la riqueza social apunta a un materialismo primitivo que irónicamente podríamos denominar: *materialismo fiscalista*, en tanto tener implícito que lo material se reduce a lo físico y se ubica en una polémica propia del siglo XIX acerca de la relación entre materia y conciencia. Hay también en esa posición un naturalismo en cuanto a cuáles valores de uso serían fundamentales y que éstos deberían de ser los productos físicos necesarios para la subsistencia de los seres humanos (alimentos, vivienda, vestido), que pudo ser cierto para buena parte de la historia de la humanidad; pero que ha sufrido cambios en la medida en que la riqueza social se incrementa y se vuelven necesarios valores de uso que en otras épocas no existían, o fueron vistos como superfluos. Sería el caso del automóvil o ciertas diversiones como el cine o la televisión (Boltansky y Capello, 2002).

Es decir, el concepto de lo material no puede reducirse a lo físico, el concepto debe precisarse para incluir a todo lo objetivado, sea físico o simbólico (Lukacs, 1975). Esta definición se aparta también de definiciones constructivistas extremas que tienden a reducir toda realidad a como la concibe el sujeto, es decir a su subjetividad (Potter, 1998). Es cierto que las visiones sobre lo real de los sujetos están siempre mediadas por preconcepciones pero eso no autoriza a pensar que de lo único que es posible hablar es de dichas preconcepciones o sus imaginarios construidos subjetivamente (Archer, 1997). Hay un campo en la realidad para lo no conciente y lo no imaginado, que existe y presiona a los sujetos más allá de sus concepciones sobre el objeto (Alexander, 1995). De esta forma, el problema clásico de la relación entre materia y conciencia se ha transformado en el siglo XX acerca de cuáles son las relaciones entre estructuras —concientes o no concientes—, subjetividades —formas de construir significados que incluyen pero no se reducen a la cultura—, y acciones (De la Garza, 2006). De tal manera que la construcción de significados —actualización del antiguo problema de la conciencia— no puede verse simplemente como epifenómeno de la materialidad, sino que se vuelve realmente un problema en construcción

(Berger y Luckmann, 1979). En esta actualización, lo objetivado tiene un papel en la constitución de la acción, pero sus relaciones con ésta y con la subjetividad o proceso de construcción de significados debe investigarse en concreto sin reduccionismos (De la Garza, 1992). Lo objetivado puede cristalizar en estructuras y artefactos que no determinan la acción sino que la acotan, presionan, canalizan y en todo caso la mediación de la subjetividad es indispensable para explicar la acción (Heller, 1977).

Lo material como objetivado puede ser algo físico (un edificio que construyeron los hombres y que no existe sólo en el momento de la práctica de sus creadores), pero también puede ser simbólico (Schutz, 1996). La objetivación de símbolos o códigos para construir significados es parte de una tradición muy cara a la Sociología y a la Antropología. Desde Durkheim y su concepto de *conciencia colectiva* que no se reduce a las individuales, pasando por Parsons y su idea de *subsistema cultural* que diferencia claramente del de la personalidad, que transcurre en la subjetividad, al de significados objetivos de Schutz (1996), socialmente aceptados. En esta línea la objetivación o sanción social de los significados podría afinarse un poco más bajo la diferenciación entre signo, sentido y significado. Reservando este último a los que en concreto construye el sujeto para comprender y actuar en la situación concreta y que transcurre en la subjetividad que puede ser social además de individual (Gurvitsch, 1979). Pero el proceso concreto de crear significados para la situación concreta utiliza como materia prima códigos o sentidos de la cultura que están socialmente aceptados, el sujeto a partir de estos puede hacer reconfiguraciones o reconstrucciones según su grado de autonomía con respecto de las formas culturales dominantes y en función de lo rutinario o extraordinario de los eventos que requieren de ser significados (Cicourel, 1974). Es decir, una forma de objetivación es de sentidos o códigos de la cultura que tendrían también una existencia transindividual aunque finalmente requieren como todo lo social de su actualización. Los códigos objetivados de la cultura pueden ser de diversos órdenes: morales, emotivos, cognitivos, estéticos (De la Garza, 2007).

Por otro lado, puesto que la relación con el mundo de los hombres es simbólico-práctica, los objetos de trabajo, medios de producción, productos e interacciones en los procesos de trabajo están también investidos de significados (De la Garza, 1997). En esta medida en los productos del trabajo puede haber énfasis diversos de lo físico y de lo simbólico pero finalmente todos los trabajos incluyen las dos dimensiones en todas sus fases, así como en las operaciones de compra-venta. Cuando se habla de producción material no hay que entender solamente la que genera productos físicos objetivados, puede implicar la generación de símbolos objetivados como el diseño de software. En esta lógica resulta superficial decir que la producción inmaterial es la de generación de conocimiento o bien la emocional. Porque ambas pueden ser

objetivadas —símbolos cognitivos como una fórmula matemática o emociones nacionalistas socialmente aceptadas—, o bien, existir sólo en la subjetividad del consumidor como el resultado del espectáculo musical en vivo (Bolton, 2006). Además, lo cognitivo y lo emotivo no serían sino dos de más campos de los significados, al menos faltarían el moral y el estético. Mucho más riguroso que Negri (Negri y Hardt, 2005), resulta Marx al hablar de trabajo inmaterial, en tanto aquél en el que se comprimen las fases de producción, circulación y consumo en un solo acto, en el que el producto sólo existe en la subjetividad del consumidor como en la obra de teatro (Marx, 1974).

En esta línea de razonamiento aparece el problema del valor de las mercancías sean materiales o inmateriales. El valor no tiene que ver con algo físico, aunque en ciertas mercancías fuera su forma de existir, ni tampoco con su valor de uso, aunque el valor implica al valor de uso. En trabajos premercantiles o no mercantiles, se pueden generar valores de uso sin valor y lo mismo puede hablarse de valor en la producción de bienes que de servicios. Es decir el valor no es algo físico sino resultado de un tipo de relación social de producción encaminada a generar mercancías, que si no se venden su valor no se concretiza. Es decir el valor de una mercancía de acuerdo con la teoría del valor trabajo depende de la cantidad de trabajo incorporada a la misma, pero también de que este valor sea sancionado socialmente en un mercado. La cantidad de Trabajo incorporada o “energía de trabajo” no puede asimilarse al concepto de energía de la física, implica desgaste físico pero también intelectual. Actualmente este concepto de dimensión intelectual del trabajo incorporado puede ser insuficiente o puede profundizarse a través del concepto de subjetividad como proceso de dar significados, de decidir, planear, monitorear entre concepción y ejecución. Al menos desde los años ochenta del siglo pasado se sabe que para trabajar no sólo se ponen en juego cogniciones (saberes en el sentido de la ciencia y de la práctica) sino también emociones, sentidos morales y estéticos que influyen en como se trabajo y en el resultado del trabajo y guían los movimientos físico corporales (Castells, 1999). De tal forma que la “energía de trabajo” es físico corporal y subjetividad vinculados a las tareas productivas, todo esto con mayor o menor énfasis. El trabajo de cavar con pala un pozo puede poner en juego más a la fuerza física del cuerpo que el diseño de un software, este es más simbólico cognitivo aunque requiera de escribir o teclear físicamente. Por tanto, la cantidad de Trabajo incorporado implica siempre las dos dimensiones. Los factores blandos que influyen en la producción, la productividad o la calidad, como la cultura, la identidad, la iniciativa, la capacidad de trabajar en grupo son actualmente ampliamente reconocidos como fuerzas productivas (David y Foray, 2002).

Reconocer los aspectos corporales físicos y subjetivos de la fuerza de trabajo y del trabajo incorporado es considerar que la relación con los objetos de trabajo, medios de producción, producto, así como las interacciones en el trabajo están embebidas de significados. Esta incorporación en el producto de lo físico y los significados conforma el trabajo incorporado que de cualquier forma necesita ser validado en el mercado. En esta validación influye el costo de producción como parámetro pero también la necesidad de disponer de un valor de uso por el comprador. Estas necesidades son también sociales y, por tanto, no dependen sólo de las características físicas del producto sino de cómo se han acuñado los patrones de consumo y son valorados socialmente (Braudillar, 1987). Es decir, el valor de uso también tiene una dimensión física y otra simbólica, de tal forma de que la demanda de un valor de uso no es sólo por su forma física sino también simbólica —el valor de un alimento no depende solamente de la cantidad de proteínas, minerales, sino también de su aprecio social que cambia histórica y culturalmente, e incluso puede tener significados de clase. En la producción material ambas son objetivadas, en la inmaterial el producto se incorpora a la subjetividad del consumidor en el mismo momento de su producción; es decir, el peso que en el mundo tienen los servicios en las economías no debe preocupar a los defensores de la teoría del valor trabajo.

Los Servicios

El capitalismo moderno se inició sobre todo con la producción físico material —que no excluye a lo simbólico— de las manufacturas (textiles) o las minas y el concepto moderno de Trabajo giró en torno al de la fábrica, entendida como concentración de obreros asalariados —con clara relación capital-trabajo— en un mismo espacio físico, trabajando una jornada diferente del tiempo de ocio, con máquinas y una división del trabajo: este tipo de producción fue el eje del desarrollo capitalista hasta mediados del siglo xx. Las teorías económicas, sociales y del trabajo se construyeron teniendo en mente al obrero de fábrica, así como las propuestas de organización, formas de lucha, demandas, derechos e instituciones mediadoras entre empresas, sindicatos y Estado (Bouffartigue, 1997). Sin embargo, desde la segunda parte del siglo xx muchas economías industrializadas se han convertido en otras de servicios y en países del tercer mundo los servicios precarios dan ocupación a una parte muy importante de la mano de obra y representan también la parte mayoritaria del PIB (Cortés, 2000). Para la Economía convencional no ha sido un problema dar cuenta de esta transformación, porque en esta concepción lo mismo agregan valor las actividades industriales en sentido restringido (manufactura, extractivas, electricidad-gas y construcción) que

lo agropecuario y los servicios, el comercio, las finanzas y hasta las actividades públicas.

Desde el punto de vista del proceso de trabajo la cuestión se simplifica relativamente, porque independientemente que la teoría del valor trabajo excluya a las últimas mencionadas de la generación de valor, en todas estas hay procesos de trabajo y, en particular hay quien ha definido los servicios como actividades que generan productos intangibles (Castells y Aoayama, 1994). Este concepto no deja de ser simplista porque intangible significa que no puede tocarse, lo que remite a uno solo de los sentidos físicos del hombre, el del tacto. Situación diferente es si se hubiera considerado que no pueden ser observados a través de los sentidos (vista, oído, gusto, olfato, además del tacto), porque un servicio musical puede ser percibido por el oído, el postre en el restaurante con el gusto o el olfato (Lucchetti, 2003). Por tanto, intangible no es lo mismo que no físico (el sonido puede ser muy físico), en todo caso lo tangible se trataría de lo físico cuya forma y volumen puede ser percibida por la vista y no sólo tocada, es decir los productos industriales. Pero esta rudimentaria distinción tiene las siguientes complicaciones:

- 1) Que lo objetivado no es solamente lo que genera la industria o la agricultura, sino que puede haber intangibles objetivados (el programa de software).
- 2) Que hay servicios en que una parte es tangible, como el alimento en el restaurante, además de que la producción tangible involucra muchas operaciones o fases intermedias intangibles como el diseño, la contabilidad, la comunicación.
- 3) Muchos productos intangibles pueden ser observados a través de los sentidos como la música de un concierto o se puede observar el cambio de coordenadas de tiempo y espacio en el transporte de pasajeros.
- 4) La captación de tangibles siempre tiene un componente de intangible, el bello auto.

Esto apunta a la necesidad de pasar a conceptos más finos que el de tangible o intangible, como puede ser la distinción entre producción y trabajo material (objetivable) e inmaterial (subjctivable), de tal forma que una parte de lo material sería intangible (De la Garza, 2007). Es el caso del diseño de software, el objeto a transformar son símbolos o programas anteriores objetivados, el medio de producción puede ser físico material como la computadora, pero también el propio conocimiento y la fuerza de trabajo es sobre todo subjetivo cognitiva, es decir, la capacidad del programador de crear un nuevo programa que como producto es eminentemente un sistema de símbolos, que como algoritmo permite solucionar ciertos problemas. No están exentas las interacciones con miembros de un equipo, o con líderes de proyecto e

incluso a través de la red con la comunidad de programadores que se apoyan. Aunque pareciera no ofrecer retos este tipo de servicio con producto simbólico objetivable, su alto contenido simbólico implica repensar que es tiempo de trabajo —puesto que el programador puede seguir pensando en soluciones al problema fuera de la jornada formal de trabajo—; relación laboral —cuando se puede comunicar a través de la red con una comunidad de programadores que rebasa a los compañeros formales de trabajo y que puede cooperar en las soluciones—; calificación del programador sobre todo en habilidades cognitivas que no son el resultado lineal del conocimiento formal; división del trabajo y si las operaciones de diseño se podrían estandarizar como pretende la metodología de la llamada ingeniería del software; si hay una identidad de “oficio” con orgullo de capacidad cognitiva y en que consiste esta capacidad, que decíamos no se reduce a la repetición o aplicación de conocimientos escolásticos sino que intervienen dosis importantes de imaginación, intuición, creatividad no sistematizables o reducibles a rutinas.

- 5) Los servicios que implican el trato directo con el cliente en el momento en que el servicio se presta, que pueden ser cara a cara o virtualmente a través de las telecomunicaciones, con la particularidad de que sin clientes presentes no habría servicio, de tal forma que una parte de lo que se vende es el trato a dicho cliente, al grado de que en algunos puede ser la dimensión mercantil más importante. El cuidado de bebés implica tangibles (alimentos, limpieza) y el trato, hay quien valora en este servicio más lo segundo que lo primero.
- 6) Servicios no interactivos con el cliente: televisión, radio.
- 7) Servicios en los que es crucial la apropiación del espacio, como en la venta ambulante, que pueden cruzarse con los anteriores:
 - a) Que se prestan en espacios cerrados en los que durante la producción no hay contacto con el cliente.
 - b) En espacios abiertos pero solo para clientes (restaurante).
 - c) En espacios públicos abiertos a la ciudadanía pero en un punto fijo (venta callejera).
 - d) En el hogar.
 - e) Sin un punto específico en el espacio, móvil (venta a domicilio, taxis).

Esta problematización del concepto de servicios tiene repercusiones en el contenido o la necesidad de ampliar los de control sobre el trabajo, relación de trabajo y construcción social de la ocupación.

La expansión de los conceptos de control, regulación y mercado de trabajo

Primero, en cuanto al control sobre el proceso de trabajo.² Este concepto se popularizó en la sociología del trabajo en los años cincuenta, sesenta y setenta, y la imagen detrás era la del trabajo taylorizado, muy controlado, frente al trabajo del asalariado de oficio o bien del artesano autoempleado y hacia el futuro, el trabajador de procesos automatizados. En el concepto de control clásico influyó mucho la ciencia política estadounidense de los años sesenta, que lo entendió a la manera weberiana como capacidad de imponer la voluntad a otro. En esta medida, en el proceso productivo se podrían controlar los insumos, la maquinaria y el equipo, la distribución del espacio físico, el tiempo de trabajo, las operaciones a realizar, la calificación, los conocimientos, las interacciones dentro del trabajo, la cultura y la subjetividad, las relaciones laborales (entrada y salida al trabajo, ascensos, salarios y prestaciones, capacitación, afiliación a sindicatos, a los sindicatos mismos). En la perspectiva de Braverman se remitía a un nivel más general, en la producción capitalista para explotar al trabajador el capital tenía que dominar al obrero dentro del proceso de trabajo. Es decir, esta concepción remitía, antes que al control, al problema clásico de la ciencia política del poder y la dominación pero en el proceso productivo. Entendidos clásicamente como poder coerción y dominación como consenso, y en un caso extremo: hegemonía. En general, el ámbito del poder puede implicar la imposición personalizada o abstracta a partir de reglas organizacionales o técnicas. La dominación se acerca a la legitimidad del mando y en el extremo al reconocimiento por parte de los dominados de esa capacidad intelectual y moral de ser dirigidos por la gerencia. Es decir, hunde sus raíces en el campo de la cultura y la subjetividad, en la construcción de los sentidos del trabajo y de las relaciones entre las clases en los procesos productivos que supone los niveles cognitivo, moral, estético, sentimental y a las formas de razonamiento cotidianas, sintetizadas en discursos y formas de conciencia no discursivas. La hegemonía, como en general el poder y la dominación pueden ser todas concebidas como construcciones sociales que implican estructuras de los procesos de trabajo y fuera de estos, interacciones inmediatas y mediatas, formas de dar sentidos en la producción y en otros espacios de interacciones y niveles de realidad (Aronowitz, 1992).

² Se puede controlar en un trabajo el horario y la jornada, el espacio productivo, la calidad y cantidad del producto producido, las materias primas, las herramientas y maquinaria, el método de trabajo, la calificación, la división del trabajo, la capacitación, el ingreso a la ocupación, la salida de la misma, el ascenso, el ingreso o el salario, las prestaciones. En trabajos no clásicos puede haber control por el cliente, por ciudadanos, por agentes de la autoridad estatal, por líderes gremiales, por la comunidad de trabajo, por partidos políticos.

Es decir, el poder y la dominación en el proceso de trabajo que puede sintetizarse en constelaciones tales como clientelismo, patrimonialismo, caudillismo, dominación burocrática, patriarcalismo, democracia, dictadura, oligarquía, entre otros, pueden operacionalizarse a través del concepto de *control*; pero el control tiene que especificarse en que tipo de relaciones de producción se concreta —de explotación, de autoempleo, en la familia, de subcontratación. En este camino de lo abstracto del poder y dominación en el proceso de trabajo hacia lo concreto del control con varias dimensiones, las tipologías del debate del proceso de trabajo pueden ser útiles —control técnico, administrativo, autocontrol— sin olvidar que todas las formas de control implican ciertas interacciones igualitarias o jerárquicas, que estas interacciones ponen en juego símbolos y sus intercambios o negociaciones, que implican reglas formales e informales, en relaciones con determinadas estructuras (Cohen, 1996).

Remitiéndonos a los grandes tipos del trabajo no clásico (De la Garza, 2008). En el primero (I) que se realiza en espacios fijos y cerrados, con trabajo asalariado o no aunque con intervención directa de los clientes —por ejemplo, en el piso de los supermercados—, el problema del control empieza por el que puede ejercer el empleador en su caso y la cooperación o resistencia que pueden hacer los trabajadores. En esta dimensión caben los aspectos mencionados para el control en el trabajo capitalista; pero al que hay que añadir el que puede ejercer con mayor o menor medida el cliente y la propia comunidad de trabajadores. El control del cliente empieza como presión simbólica para la realización del trabajo en el espacio y tiempo esperado y con la calidad requerida por éste. En dicho control pueden jugar las reglas organizacionales esgrimidas por el cliente u otras más amplias de la legislación, incluyendo los derechos mercantiles, hasta el recurso de la apelación a la ética combinada con las emociones. Esta presión puede traducirse en interacciones, peticiones, reclamos hasta la demanda legal, según el caso, sin excluir el uso de la fuerza física o simbólica por parte del cliente o del trabajador. En nuestra investigación en esta categoría entrarían los trabajadores de MacDonalds y Walmart, en los que encontramos niveles de medio al alto de estandarización de las tareas, incluso en MacDonalds nos hemos atrevido a mencionar que se trata de un proceso de trabajo taylorizado para los trabajadores e intentos de taylorizarlo para la clientela, al igual que en Walmart. De hecho, en el diseño organizacional de las gerencias de estas empresas se contempla explícitamente que los clientes “trabajen” para poder recibir los servicios. Se trata de trabajos de baja calificación (acomodadores o cajeras en Walmart y empleados de restaurantes de MacDonalds) con bajos salarios, escasas prestaciones y mucha discrecionalidad por parte de las gerencias, hay sindicatos pero son de protección. El control sobre el trabajo está muy formalizado a partir de manuales, supervisores, cámaras, el “cliente sospechoso” y los propios empleados. Las empresas tratan de

infundir una ideología de pertenencia a una familia, pero sobre todo se trata de procesos muy controlados por las gerencias, con propósitos a desactivar rápidamente cualquier intento de organización independiente. Las luchas en México en estas empresas se han dado por excepción, reportamos una en Walmart que si prosperó, gracias a que un sindicato corporativo lo negociación en el nivel estatal, en tanto que otra más independiente ha chocado con todo el aparato administrativo y jurídico laboral que soporta a los sindicatos de protección. En estas empresas, la presencia del cliente es muy importante y frente al mismo se generan sentimientos ambivalentes, por un lado de darle un buen servicio, por el otro de ser uno de los que presionan y a veces acusan a los trabajadores de negligencia. Cuando alguna lucha ha prosperado ha sido gracias a la formación o negociación externa a los lugares de trabajo.

La situación se complica para los trabajadores en la venta o servicios ambulantes, el trabajo del taxista, del microbusero, que se realiza en locales o lugares fijos o móviles y en espacios abierto a las interacciones con sujetos diversos en el territorio (trabajo no clásico de tipo II). Cuando se trata de trabajo asalariado, valen las consideraciones ya expresadas para esta relación obrero patronal en el tipo I, habría que puntualizar la relación con el cliente. Pero en el caso de autoempleados no se puede hablar de la participación de este en un “contrato” de trabajo al cual formalmente se pueda apelar, a diferencia del derechohabiente del Seguro Social que puede reclamar un servicio previamente pactado, sino que en el mejor de los casos valen reglas más generales del derecho civil, del comercial, del penal, del reglamento de policía o del de salubridad. Pero lo que hace francamente complejo al trabajo en territorios abiertos es la emergencia no necesariamente sistemática de actores de dicho territorio que no implican la relación proveedor-trabajador-cliente, estos actores pueden ser transeúntes, policías, inspectores, otros trabajadores de la misma ocupación, líderes de organizaciones que no son sindicatos de este tipo de trabajadores o de otras actividades. Aunque las relaciones de los sujetos mencionados con los trabajadores por su cuenta no son las del trabajo asalariado en el sentido clásico si impactan al trabajo, impactan el uso del territorio para trabajar, al tiempo de trabajo, al tipo de producto, a las ganancias, y hasta a la existencia misma de la ocupación. Aunque fueran interacciones eventuales no necesariamente son extraordinarias y muchas veces es posible establecer regularidades en cuanto al tipo de actor que interacciona, el tipo de interacción, los contenidos prácticos y simbólicos, las cooperaciones, negociaciones y conflictos. Para nuestra investigación en esta categoría se encuentran los vagoneros, ambulantes, tianguistas, taxistas, microbuseros y metrobuseros. Por la multiplicidad de actores involucrados con su trabajo y la eventualidad de muchas de las intervenciones de estos, necesitan estar en un estado permanente de alerta, aunque su referente principal de negociación y conflicto es el gobierno que actúa como un cuasi

patrón que gestiona el uso de los espacios públicos. En estas negociaciones son cruciales las organizaciones de los trabajadores que comúnmente con los gobiernos establecen regulaciones de cómo trabajar —uso del espacio, registro de trabajadores, jornadas. El aspecto central de los conflictos y del control sobre el trabajo es el uso del espacio, sea relativamente fijo o en general la ciudad.

El tercer tipo de trabajo no clásico (III), en espacios fijos y cerrados privados, empresariales, como el diseño de software, o confundidos con los de reproducción, como en el trabajo a domicilio, con interacciones precisas con patrones, proveedores y clientes. Lo que añade complejidad en cuanto al control son las presiones que vienen de la familia, las interfases y a la vez contradicciones entre espacios de trabajo y los de alimentación, aseo, cuidado de los niños, descanso o diversión. Los actores adicionales a considerar son los hijos, esposos, familiares que cohabitan en el mismo espacio de trabajo o vecinos y que exigen atención, tiempo, afecto, u otro tipo de trabajo como el doméstico para sus necesidades vitales. Para nuestra investigación fueron los casos de los diseñadores de software y de los extras de televisión en sus modalidades empresariales. Son casos extremos, aunque en ambos se trata de trabajadores con cualidades en el ámbito de los significados. Para los diseñadores de software la capacidad cognitiva, para los extras de imagen estética de su físico. Ambos son trabajadores poco protegidos, aunque los diseñadores pueden tener salarios más elevados y basar su seguridad en el empleo no en la contratación sino en sus cualidades cognitivas que se acercarían a un nuevo concepto de oficio. Los extras son todos eventuales, sujetos al despotismo de quienes los contratan, que pueden ser sindicatos, agencias de contratación de personal o productoras. En estos trabajadores se genera un gran resentimiento, derivado de los desprecios y malos tratos, bajos salarios, pero también de la frustración de no llegar a ser actores.

En cuanto a la regulación laboral: este tema ha estado asociado en el origen al surgimiento del trabajo asalariado sin regulaciones ni protecciones en los trabajadores en los siglos XVIII y XIX. Las luchas obreras fueron conquistando un cuerpo de leyes, contratos, que regularían estas relaciones en cuanto al salario y prestaciones; la entrada y salida de los trabajadores del empleo, los tiempos de trabajo, las funciones a desempeñar, la calificación necesaria, la forma de ascender entre categorías, las de cómo resolver las disputas entre capital y trabajo; las sanciones a los trabajadores cuando incumplan las normas, la movilidad interna, la polivalencia, los escalafones, la participación en las decisiones de los trabajadores o de los sindicatos en los cambios tecnológicos o de organización. Lo anterior se extendió más allá del lugar de trabajo hacia el reconocimiento de los sindicatos, de las instituciones de seguridad social y las de la justicia del trabajo, así como de los vínculos más amplios entre Estado, sindicatos y organizaciones patronales. Todo esto se consideró por mucho tiempo

que sólo era pertinente para el trabajo asalariado, por la razón de que en este tipo de relación laboral se podría demandar por el incumplimiento de las normas a los trabajadores o a las empresas, a diferencia del autoempleado que al no contar con un patrón se le consideró ausente de una relación laboral. Sí bien la relación laboral en sentido restringido puede ser la que se establece entre el capital y el trabajo, que parte del puesto de trabajo y que se extiende hasta el Estado y las instituciones de justicia laboral y de seguridad social. En sentido ampliado la relación laboral no sería sino la o las relaciones que en el trabajo se establecen entre los diversos actores que participan interesada o circunstancialmente en este y que influyen en el desempeño laboral. Con esta definición ampliada de relación laboral (Durand, 2004) como interacción social, con sus atributos de práctica e intercambio de significados dentro de determinadas estructuras, los actores a considerar no tendrían que ser solamente los que contratan fuerza de trabajo y quienes son contratados, dependiendo del tipo de trabajo pueden ser actores muy diversos no necesariamente interesados en la generación de un bien o un servicio determinado como la venta ambulante los inspectores (Jurgens, 1995).

En el primer tipo de trabajo no clásico (asalariados en espacios fijos y cerrados en interacción directa con los clientes) vale la pena detenerse en la parte correspondiente al cliente. El buen trato al cliente es parte muchas veces de lo pactado en la relación laboral. Para el asalariado en el piso de las tiendas Walmart o del MacDonalds, el interaccionar el trabajador con este actor con eficiencia y cortesía puede ser parte de la regulación formal del trabajo. Frente a un incumplimiento de esta norma el cliente puede acudir a la empresa o a otras instancias de regulación —por ejemplo en el caso de los servicios médicos— para demandar al trabajador, eventualmente puede también recurrir al derecho civil o al penal. Pero lo más interesante podría ser la regulación informal que apela a la ética del trabajador en la atención, a la cortesía o a las buenas costumbres. Dependiendo del caso, también pueden influir sobre el trabajador sentimientos de compasión (discapacitados), y la presión simbólica y hasta física de otros clientes que hicieran causa común con los reclamos de uno. La presión del cliente puede encontrar apoyo en reglas de la organización que emplea al trabajador —las horas de entrada, igual que las horas de salida o los poros en la actividad del trabajador pueden ser motivos de disputa. Es decir, las reglas burocráticas de la empresa pueden ser usadas por los usuarios y con esto adquirir un carácter tripartito en la práctica la regulación laboral.

Otro tanto se puede decir de reglas sancionadas directamente por el Estado (sanitarias, criminales, mercantiles) que el usuario las puede hacer suyas y esgrimir las frente a un mal servicio por parte del trabajador. Cuando corresponda, las reglas pueden provenir de las organizaciones gremiales o políticas a las que pertenezca el

trabajador, o bien a ámbitos desligados del trabajo para actores no clientes como reglamentos de tránsito, sanitarios, de moral pública, entre otros (trabajo no clásico tipo II) (Lindon, 2006).

Es decir, podemos encontrarnos en situaciones de imbricación de reglamentaciones complejas formales e informales, no exentas de contradicciones y a las cuales los actores pueden apelar en los casos de violaciones o para ganar ventajas en la prestación de los servicios. Posiblemente, el concepto que en caso del trabajo ampliado sintetice a los dos conceptos anteriores y añada otros elementos importantes sea el de *construcción social de la ocupación*. Otra vez, hay que buscar el origen de la discusión en el trabajo asalariado clásico. El concepto de empleo, entendido como ocupación de asalariados para un patrón, mucho tiempo ha sido pensado abstractamente como resultado del encuentro entre oferta de trabajo —fuerza de trabajo diría Marx— y demanda de ésta, las variables centrales que supuestamente permitirían explicar el empleo serían el salario y el número de puestos disponibles, así como el número de oferentes de trabajo (otros extenderán el análisis hacia la familia) (Benería y Roldán, 1987). Sin embargo, en el trabajo asalariado, arribar a la obtención de un puesto de trabajo puede ser detallado con mayor precisión. Por el lado de la oferta de fuerza de trabajo, esta oferta es de hecho un tipo de acción emprendida por los que desean emplearse y como todas las acciones sociales, se parte de situaciones que el futuro trabajador no escogió, de puestos disponibles, de sus redes sociales y de sus propias concepciones acerca del trabajo. Parte también de cierta estructura de la familia, en ingreso, en jerarquías, en lo que se considera trabajos legítimos, de redes familiares, de amistad, de compadrazgo que permiten llegar a veces a las fuentes de empleo (Barrere y Agnés, 1999). Además, el oferente de mano de obra llega a solicitar empleo con cierta educación, calificación y experiencia laboral, género, etnia, origen urbano o rural y regional, en cierto momento de su ciclo vital. Por otro lado, se sitúa en estructuras macro que pueden aparecer invisibles para el actor pero que influyen en sus posibilidades de empleo, como la coyuntura del crecimiento o crisis de la economía, las estructuras del mercado de trabajo (Bordieu, 1992). Por el lado de la demanda de fuerza de trabajo, ésta tiene que ver con la microeconomía de la empresa, el mercado del producto, ventas, inversiones, exportaciones y la macroeconomía que la impacta (inflación, tasa de cambio, déficits en cuenta corriente); pero también con la configuración sociotécnica del proceso de trabajo de la empresa (tecnología, organización, relaciones laborales, perfil de la mano de obra, cultura gerencial y laboral), y las estrategias de la gerencia de manejo de personal, de relaciones laborales, entre otros. Cuando sea el caso, pueden influir las políticas sindicales de contratación de personal, por ejemplo, el dar preferencia a los familiares de los ya empleados. Sin olvidar las restricciones de las leyes laborales o de seguridad social y los contratos colectivos de trabajo.

En el encuentro entre oferta y demanda de trabajo están involucrados sujetos que tienen intereses uno de ser empleado con ciertas condiciones y el otro de conseguir al empleado adecuado, pero estos no actúan con entera libertad, está limitados o impulsados por estructuras micro, mezzo y macro como las mencionadas; pero ubicados en éstas los actores conciben la relación de trabajo de acuerdo con sus intereses, experiencia y carga cultural, y el encuentro puede coincidir por los dos lados o frustrarse.

En los trabajos no clásicos tipo I, la diferencia más substantiva con los clásicos es la presencia del cliente en el lugar de trabajo y que el producto o el servicio se genera en el momento del consumo (hay un producto material que se vende y consume en el restaurante). Es decir, la construcción de la ocupación depende también directamente del consumidor, que no contrata al trabajador, pero el ser contratado el trabajador por la empresa depende de que aquel esté consumiendo en el acto mismo del trabajo. Es decir, la repercusión del mercado del producto sobre el empleo es directa. Esta preferencia del consumidor no se basa sólo en el precio y en la calidad del producto sino también en la atención personal, de tal forma que en la producción social de la ocupación no es posible separar de manera inmediata la demanda de trabajo de la demanda del producto o al menos no se dan en dos fases separadas. Además la presión por parte del cliente de proporcionar un producto-servicio de calidad y afectividad adecuados permanece durante toda la actividad laboral y no forma parte solamente del momento de la contratación del trabajador. Es decir, la construcción social de la actividad es permanente y puede verse coartada por las malas relaciones del trabajador con el cliente, además de con la propia gerencia. Por el lado del cliente, su demanda de servicio implica precio y calidad del mismo, pero dentro de la calidad está la calidez de la relación con el trabajador y la organización. En unos casos el producto puede ser de compra-venta (compra en un supermercado, servicio tradicional de un banco en sucursal), en otros el producto se consume en el lugar de trabajo (hospitales, hoteles, restaurantes); pero en todos éstos, la calidez forma parte integrante del servicio. Este factor puede alterar la demanda del producto y con ello afectar el empleo.

La construcción social de la ocupación se complica en espacios abiertos sean los trabajadores asalariados o no de tipo II (Lindon, 2006). La demanda del producto influye directamente en la construcción de este tipo de ocupaciones, en lo inmediato depende de los clientes. Es decir, un condicionante directo de estas ocupaciones es el mercado del producto para sintetizar en el que cuentan la inflación, el tipo de producto, el nivel de ingreso de la población. Pero muchos otros agentes pueden ayudar u obstaculizar la constitución de la ocupación. Primero, las posibles organizaciones gremiales no sindicales que pueden permitir o impedir ocuparse, además de los miembros de su comunidad de ocupados o de otras competidoras. En segundo lugar, la influencia de actores no laborales pero que comparten el territorio, como pueden

ser agentes públicos intransigentes o condescendientes, los transeúntes y habitantes de la zona –ciudadanos que protestan por la suciedad, por invadir vías públicas, por delincuencia, por el ruido. No habría que olvidar a los proveedores de insumos o de productos para la venta que pueden presionar sobre lo que se ofrece a los clientes y sobre los precios. Sobre estas construcciones de la ocupación pueden influir las reglamentaciones urbanas o rurales, sanitarias, laborales para cuando se emplean asalariados, fiscales, los acuerdos corporativos entre organizaciones gremiales y gobiernos. En esta medida no hay que dejar de lado un concepto ampliado de configuración sociotécnica del proceso de trabajo³ que implique al cliente como una dimensión importante.

En los trabajos no clásicos tipo III, en los que se trabaja en espacios fijos y cerrados, además de lo señalado para el trabajo asalariado y para clientes, proveedores y mercado del producto, habría que añadir la influencia material y subjetiva de la familia por las posibles contradicciones entre espacio y tiempo de trabajo con respecto del necesario para la reproducción familiar (Benería y Roldán, 1987), o bien las relaciones virtuales de los diseñadores de software con su comunidad o de los de *Call Centers* con los clientes.

En todos los casos, la perspectiva de sujetos implica que las estructuras como las configuraciones sociotécnicas de los procesos de trabajo presionan pero no determinan, que estas presiones pasan por la subjetividad de dichos actores y que la construcción de controles, regulaciones o la propia ocupación implica generar decisiones en interacción con otros sujetos situados también en estructuras de trabajo o de afuera del trabajo y poseedores de capacidad de dar significados.

Finalmente, el problema de la estandarización, rutinización no es exclusiva de las producciones materiales, puede haber estandarización en el trabajo simbólico, por ejemplo la repetición de un show sin interacción con el público, o bien los intentos de la ingeniería del software de estandarizar el diseño de programas, aunque en un extremo el trabajo de creación-invencción esté menos sujeto a la estandarización, como el del artista o el del científico (De la Garza, 2008).

La identidad

A continuación abordaremos el problema de constitución de identidades colectivas en trabajadores no clásicos. El concepto de identidad no formaba parte del arsenal

³ Entendemos por configuración sociotécnica de los procesos de trabajo al arreglo conformado por el nivel de la tecnología, el tipo de organización del trabajo, la forma de las relaciones laborales, el perfil de la mano de obra y las culturas gerenciales y laborales.

clave de la sociología hasta los años setenta, conceptos cercanos como el de *conciencia colectiva* de Durkheim, *conciencia de clase* de Marx o *Ethos* de Weber no corresponden exactamente a este concepto (Dubet, 1989). En Parsons se menciona pero es marginal, a diferencia de la psicología clínica que de tiempo atrás le dio importancia relacionada con los trastornos psicológicos. El concepto de identidad se volvió importante en sociología desde los años ochenta, y su irrupción tuvo que ver con las teorías de los nuevos movimientos sociales que nacieron en los años setenta (Murga, 2006; Di Giacomo, 1984). Para estos nuevos movimientos sociales (estudiantiles, feministas, ecologistas), la explicación no podía encontrarse en la adscripción de clase de los participantes y se buscó en ámbitos culturales y subjetivos, al grado de convertirse en un concepto central relacionado ya no sólo con movimientos sociales sino con el papel del hombre en la sociedad posmoderna vinculado a la pérdida de sentidos, de proyectos de idea de futuro (Castel, 2004; De la Garza, 2005). Sin llegar al extremismo posmoderno, desde los años noventa aparecen las teorías que vinculan la discusión sobre identidad al funcionamiento flexible de los mercados de trabajo, a la fluidez en las ocupaciones, en las trayectorias laborales y de vida que conducirían a una pérdida de identidad, en especial de los trabajadores (Sennet, 2000; Dubet, 1999).

En la investigación sobre trabajadores no clásicos nos hicimos la misma pregunta: ¿pueden este tipo de trabajadores que contrastarían con los antiguos obreros de industria identificarse, generar acciones colectivas y organizaciones a partir de su Trabajo? Antes tenemos que profundizar sobre el concepto de identidad, en particular de la colectiva.

La relación entre Trabajo e identidad muchos la han idealizado en el trabajo de oficio, es decir, de un gremio de trabajadores autoconsiderados y también visto por los externos como poseedor de capacidades especiales para generar un producto, capacidades que requerirían de un aprendizaje prolongado no escolar sino en la práctica, en el que el producto sería motivo de orgullo para su creador por su calidad única. Sin duda que este problema estuvo presente como fuente de conflicto cuando a raíz de la revolución industrial los artesanos incorporados a las fábricas, controlados por las máquinas y posteriormente taylorizados y fordizados, perdieron socialmente sus calificaciones dando origen a la clase obrera moderna, industrial, que no necesariamente se identifica con su oficio. Todavía, en una etapa anterior al maquinismo capitalista, los trabajadores asalariados podían hacer valer su saber hacer al ser el proceso de producción no una cadena de máquinas sino de hombres y todavía depender la calidad del producto de sus habilidades. Pero en la gran producción del siglo xx este tipo de trabajo había casi desaparecido y no había una razón para que el obrero estandarizado y rutinizado, sometido a una minuciosa división del trabajo

se sintiera orgulloso de su trabajo, de tal forma que la famosa crisis de las identidades obreras con el producto de su trabajo data primero de la revolución industrial, y luego fue un fenómeno que en la gran empresa sucedió hace más de 100 años. Sin embargo, fueron esos obreros descalificados, no apegados a su trabajo ni mucho menos a su producto los que protagonizaron las más duras luchas del movimiento obrero en el siglo xx (Hayman, 1996). Su identidad ya no era con su trabajo o con su producto, sino con su comunidad de obreros y en sentido negativo, como los explotados, los alienados, los exprimidos con la intensificación del trabajo, que se reflejaba en malas condiciones de vida. Eso fue lo que los identificó y no el oficio o la profesión. En etapas posteriores la identificación también pudo ser con sus sindicatos o partidos políticos como medios de lucha. Es decir, para la acción colectiva de los trabajadores no importa solamente la identidad con el trabajo, como actividad concreta y con su producto, que incluso fue en el siglo xix un obstáculo para la formación de identidades más amplias (el carpintero que se consideraba muy diferente del herrero) y que llevó inicialmente a la formación de sindicatos diferenciados por oficios (Melucci, 2001). La homogeneización del maquinismo y de la organización científica del trabajo contribuyeron a que los obreros se vieran como semejantes, pero esta apreciación no podía surgir como por arte de magia de unas estructuras, sino que se vio mediada por procesos de abstracción de las diferencias vinculados con prácticas, sobre todo, de luchas y por ideologías que así lo proclamaban, que enraizaban, cuando los conflictos de clase se presentaban (De la Garza, 2002).

Es decir, la identidad con el Trabajo como problema no puede quedar reducido a la semejanza en la actividad concreta y el producto generado, porque lo que los teóricos de la crisis de las identidades están realmente discutiendo es la crisis del movimiento obrero actual. En esta medida la identidad con el Trabajo tiene que manejarse en forma ampliada, primero con la actividad productiva propiamente y con su producto, a semejanza de la identidad del oficio. Pero, decíamos, la historia del movimiento obrero no es simplemente la de las identidades de oficio desaparecidas, sino principalmente las de obreros no de oficio que se levantaban por sus condiciones de trabajo y de vida negativas, incluso se levantaban por no sentirse identificados con su trabajo y estar forzados a vender su fuerza de trabajo para subsistir. De esta forma, la segunda dimensión de la identidad de los trabajadores puede ser consigo mismos y no necesariamente por el orgullo de ser asalariados sino también por los agravios recibidos por el no obrero vinculado a la producción. Habría que añadir la identidad que en cierta época dieron los sindicatos, como organismos de lucha, de aglutinamiento, las ideologías e incluso los partidos obreros (De la Garza, 1999). En síntesis, el problema del Trabajo y la identidad deben entenderse tanto como *Work* como *Labor* y en este ámbito emprender la discusión actual, que no queda saldada

al pensar en la crisis de la identidad del obrero con su trabajo, la del obrero de oficio o del artesano ante el advenimiento del capitalismo, problema anacrónico en el contexto actual (Muckenberger, 1996).

Dice Norbert Elias (1998) que la identidad individual no se entiende sin la colectiva y la identidad es un proceso no una condición, es relacional, de abstracción de las diferencias y de destacar lo que asemeja, de tal manera que las fuentes de identidad pueden ser muy muchas (nación, etnia, juventud, género, escolar, trabajo en sentido ampliado, con un modo de vida, con una ideología o una cultura, con un partido, una iglesia), y no sería el caso de intentar una lista exhaustiva. Aunque la que ahora interesa es la que se vincula con el trabajo, que como decíamos se traduce en identidad de los trabajadores para eventualmente realizar acciones colectivas. Iniciaríamos diciendo que la identidad aunque se forja finalmente en el ámbito de la subjetividad —la identidad como configuración subjetiva para dar sentido de pertenencia—, tampoco puede desligarse de las prácticas ni de las estructuras en que interaccionan los sujetos sociales (De la Garza, 2001). A raíz de las prácticas, los sujetos pueden llegar a la identidad puesto que ésta tiene también aspectos reflexivos aunque otros que permanecen implícitos. Las identificaciones no sólo dependen de los espacios de relaciones sociales en cuestión (escuela, trabajo, familia, ciudad), sino también del nivel de abstracción (humanidad, nación, clase, fábrica, sección, oficio). Decir que depende del rol es como si estos roles se pudieran absolutamente separar, en realidad sobre la identidad en un ámbito o nivel de abstracción (por ejemplo en el Trabajo) influyen más o menos las relaciones, estructuras y significados de otros (sobre muchos trabajos influye la dinámica de la familia) (De la Garza, 1997). De tal forma que la identidad siempre es “para”, para el trabajo, para la escuela y tiene algo de espontáneo basado en las prácticas cotidianas, pero que se puede alimentar de una voluntad frente a dichas prácticas. Como la identidad es una forma particular de dar sentido de pertenencia sobre todo a un grupo social, luego en el proceso de su construcción influye la presión de estructuras (una caída salarial real o despidos), pero especialmente códigos de la cultura que sirven para dar significados de pertenencia en determinadas circunstancias concretas. Estos códigos pueden ser de diversos tipos: cognitivos, emotivos, morales, estéticos y relacionarse a partir de formas de razonamiento formal o bien cotidiano. De tal manera que la identidad es una configuración de dichos códigos que permite dar el sentido de pertenencia, como configuración no está exenta de heterogeneidades y contradicciones (De la Garza, 2001).

Profundizado sobre contenidos, siempre abiertos a la creatividad de las prácticas, de las dimensiones de la identidad laboral (con el Trabajo, con los trabajadores, con sus organizaciones), la identidad clásica o mejor preclásica con el trabajo tiene como estereotipo al trabajador de oficio, que poseía una calificación de componentes

muy individualizados (Paugaim, 1997); la calidad del producto dependía de estas cualidades y no de las máquinas, no era un trabajo standard y el producto era “su creación”, este trabajador podría sentirse orgulloso de sus habilidades y de su creación, que compartidas con otros trabajadores semejantes y que daban la identidad y la solidaridad del oficio. Amortiguada, esta identidad pudo subsistir en el trabajo mecanizado y taylorizado, porque la estandarización nunca significó la cero intervención de la concepción del trabajador, sin embargo, cuando los procesos de trabajo se recomponen en el Toyotismo o con la automatización y se plantea una mayor participación e involucramiento del trabajador, así como la extensión de los procesos informatizados o de creación de conocimiento, algunos llegan a pensar en el surgimiento de oficios modernos aunque de contenidos menos físicos que en el pasado (Micheli, 2006). Es el caso de los diseñadores de software, trabajo que se ha resistido a su estandarización y que depende de habilidades no todas racionalizables o aprensibles de este trabajador. Pero en las circunstancias de la extensión de la producción inmaterial, que pone en relación directa al trabajador con el cliente, haciendo a este indispensable para la prestación del servicio, los componentes relacionales —sobre todo con el cliente— y subjetivos —emoción, moral estética— se vuelven centrales en el proceso de trabajo y como parte de los que se produce. En esta medida, las cualidades manuales o físicas y de manipulación de herramientas e incluso de máquinas quedan disminuidas como cualidad de la mano de obra frente a las relacionales y de generación de significados emocionales, morales o estéticos, como en el cuidado de ancianos, niños, el trabajo del profesor (Reglia, 2003; Ritzer, 2002; Handy, 1986; Holm-Detlev y Hohler, 2005). Estas dimensiones del trabajo siempre existieron y los trabajos manuales o materiales los incluyeron, la diferencia está en el énfasis de sus componentes blandos sobre los duros, un caso extremo sería el diseño de software que es eminentemente simbólico en cuanto a insumos, proceso y producto. De tal manera que la capacidad de relación y de suscitar ciertos significados se vuelve parte del mercado del producto, apreciado social y laboralmente que puede ser motivo de orgullo del trabajador o de identidad.

Una dimensión del trabajo poco destacada en las formas clásicas es el del uso del espacio. En la fábrica clásica hay un uso del espacio, por ejemplo, por departamentos en la empresa, diseñado comúnmente por las gerencias y dentro de los cuales los trabajadores deben producir. Pero el problema principal se presenta en trabajos en los que la apropiación del espacio se vuelve un medio de producción de un bien o un servicio. Estos espacios pueden ser privados de las empresas, aunque compartidos con los clientes, como en las tiendas de autoservicio en las que deambulan en el espacio de la tienda acomodadores y clientes, a veces interfiriéndose, a veces apoyándose. Lo mismo se comparte un mismo espacio en el trabajo a domicilio entre el

trabajador y los miembros de su familia con la consiguiente interfase entre producción y reproducción, con interferencias o cooperaciones. Pero el caso más grave es con el espacio público, tanto en la forma de trabajadores callejeros en puesto semifijo, como aquellos para los que trabajar es desplazarse en el territorio, como los taxistas, microbusero o vendedores a domicilio. Para esto trabajadores poder disponer del espacio público es condición para trabajar y en esta medida pueden surgir múltiples disputas con actores muy diversos por el uso de los espacios públicos —taxistas *vs.* agentes de tránsito, automovilistas, transeúntes a pie, con otros taxistas. De forma de poderse hablarse de una disputa por los espacios públicos que puede aglutinar a ciertos trabajadores en estos espacios y formar parte de su identidad. El orgullo en este caso puede provenir de su capacidad de resistencia frente a los embates de tantos actores que pueden oponerse y la solidaridad aparecer como una necesidad también sin la cual las posibilidades de éxito se reducirían substancialmente —son los caso de las organizaciones de vagoneros, vendedores ambulantes, tianguistas, taxistas, microbuseros. En muchos trabajos tradicionales no clásicos (vendedor ambulante, tragafuego, franelero) la capacidad de resistencia frente a eventualidades cotidianas en el trabajo puede ser motivo de identidad y orgullo frente al peligro, la violencia o el arresto. Pero en trabajos no clásicos tradicionales resulta frecuente que los espacios de libertad del trabajador sean mayores que en el trabajo formalizado en cuanto al inicio y duración de la jornada, la forma de trabajar, los días de descanso. Aunque tampoco hay que pensar que se trata de la ausencia de regulaciones, normalmente las hay provenientes de gobiernos u organizaciones pero no llegan al nivel de una fábrica. Esta libertad y posibilidad de socializar con la clientela o sus vecinos de trabajo, combinando trabajo y ocio puede ser algo positivo reivindicable por estos trabajadores, frente al trabajo de fábrica y que daría identidad y satisfacción. Aunque entre estos trabajadores a veces el trabajo se vuelve una competencia y un juego entre ellos o con la ciudadanía para mostrar dotes superiores, como en el taxista o el microbusero que en una proyección imaginaria de aventuras o conversión en superhombre con capacidades extraordinarias vinculadas con el manejo que son alabadas por su comunidad, este imaginario de poder puede ser otra fuente de identidad (Vovelle, 1987) (Senise, 2001). Por otro lado, también habría que tomar en cuenta el papel del estigma en estas construcciones (Goffman, 1981), para muchos trabajadores de las calles habría el estigma de sucios, delincuentes, drogadictos por parte de la ciudadanía, pero a veces el estigma como negatividad forma parte de su identidad como despreciados, en otros casos puede convertirse en contradiscurso y contracultura —los artesanos-vendedores de Coyoacán, que venden y elaboran artesanías y que han luchado cultural y políticamente por ser aceptados.

La identidad no requiere del cara a cara, entre los diseñadores de software puede haber identidades virtuales entre quienes nunca se verán en persona, ni tampoco el movimiento social está siempre precedido de una intensa identidad, esta puede generarse en el mismo movimiento (Heller, 1985) (Habermas, 1979). Así ha sucedido en algunos casos de trabajadores de *Call Centers*, los que no mostraban antes de la acción colectiva aspectos sólidos de identidad, la inducción de la movilización por parte de activistas infiltrados y externos del sindicato de telefonistas en Teckmarketing desencadenó un proceso rápido de reconocimiento colectivo de las condiciones de precariedad laboral que se retroalimentó con la acción colectiva y la formación de un sindicato independiente.

En pocas palabras, el espacio de Trabajo sigue siendo un campo de socialización y de creación de significados, que puede convertirse en identidad con el trabajo, con la comunidad o con organizaciones. Estos dos últimos niveles casi siempre van asociados a la identificación colectiva de un peligro para el desempeño de su actividad, a la identificación de un enemigo —entre los trabajadores callejeros casi siempre el gobierno— que se puede potenciar cuando ese enemigo emprende acciones concretas en contra de su fuente de trabajo. Es casi siempre el chispazo para desencadenar la acción colectiva, que puede depender de organizaciones pero que posee su propia dinámica entre las comunidades de trabajadores, como sucede entre los vendedores ambulantes. Como mencionamos, no siempre hay que buscar identidad con el trabajo y sobre todo con el producto —la venta de determinado producto sencillo en el metro no es motivo de identidad—; pero sí en las cualidades del trabajador para realizarlo, sobre todo para sobrevivir y en otros para relacionarse con el cliente (el peluquero por ejemplo). Es decir, más que identidad con el trabajo sería para el trabajo y sobre todo con su comunidad de trabajadores. Ni la ausencia de la relación cara a cara (diseñadores de software, taxistas o microbuseros o vendedores que no se conocen) es causa suficiente para anular la identidad, puesto que el proceso de abstracción aunque parta de lo concreto puede elevarse a niveles no sensibles de observación creando imaginarios de identidad entre desconocidos. Pero, así ha sido siempre, los movimientos obreros clásicos nacionales no necesitaron del cara a cara entre todos, este ni siquiera era posible en una gran empresa (Habermas, 1981).

Finalmente, aunque el trabajo temporal en México ha crecido no involucra a la mayoría de los trabajadores, en particular entre los asalariados. De tal forma que aquellos de trayectorias laborales sinuosas, fragmentarias, no son una mayoría. Trayectos laborales fracturados significa el cambio frecuente entre ocupaciones no relacionadas unas con las otras, esta inseguridad en la ocupación puede afectar a la identidad pero tampoco puede ser un límite insalvable, los migrantes de México hacia Estados Unidos también dentro de su fragmentación e inseguridad han sabido

realizar acciones colectivas (Herrera, 2006). Los trabajadores estudiantes de MacDonaldis en México no, sin embargo, en *Call Centers* ha aparecido un movimiento obrero impredecible para aquellos que todo lo hacían depender de que se trata de un trabajador joven que no tiene planes de permanencia en esos empleos. La desarticulación de relaciones entre taxistas, microbuseros al realizar su trabajo individualizado en el territorio abierto tampoco impiden manifestaciones de solidaridad o acciones colectivas. En el caso de los micro casi siempre subordinadas a los concesionarios en la lucha por las rutas, aunque en el pasado lograron sindicalizarse y dar lucha importantes. Entre los taxistas predominan los autoempleados que se enfrentan a las regulaciones del gobierno o a la competencia con otras organizaciones. Es decir, el individualismo y la competencia en estos sectores frágiles no logran anular la identidad ni la acción colectiva (Thompson, 1983, Zucchetti, 2003).

Para la investigación concreta emprendida, en los trabajos en espacios cerrados pero abiertos a la clientela (Walmart y MacDonaldis) la posible identidad no se relaciona con la generación de cierto producto o servicio, en todo caso se manifiesta en los micro apoyos frente a retos del trabajo o presiones de las empresas, que encontramos más en MacDonaldis (trabajadores jóvenes estudiantes que articulan identidades de varios espacios de vida, trabajo-escuela-familia-vida y gustos juveniles). En ambos hay malas condiciones de trabajo, pero en MacDonaldis media la visión de futuro como trabajo de tránsito —mientras se termina de estudiar—, en Walmart cuenta mucho el sofisticado panóptico que ha establecido la empresa y que le permite detectar rápidamente las inconformidades antes de que se vuelvan colectivas. Entre diseñadores de software hay un orgullo en los primeros que recuerda al trabajador de oficio del siglo XIX, pero ahora por sus capacidades lógicas, su visión de futuro es poner su propio negocio y ver el paso por la empresa como un aprendizaje, no tienen organizaciones ni se sabe de acciones colectivas en México, aunque llegan a conformarse comunidades virtuales de diseñadores a distancia que se apoyan técnicamente sin interés material de por medio, es decir una solidaridad virtual basada en el orgullo en el oficio. En los extras se trata más bien de un orgullo frustrado, comparten con los actores el glamour de estar en el medio y, a la vez, de no ser reconocidos sino despreciados. Aunado a la inseguridad en el trabajo, la arbitrariedad, que ayuda a forjar frustración y coraje que forman parte de su identidad. Las acciones colectivas han sido muy limitadas y fácilmente desarmadas hasta ahora.

Finalmente, los que trabajan en espacios abiertos, sujetos a múltiples presiones y eventualidades cotidianas que ayuda a constituir en ellos una idea de seres con gran capacidad de sobrevivencia laboral que no cualquiera poseería, esta capacidad de resistir es en la apropiación del espacio de trabajo, que incluye el uso de la violencia física, que es el factor principal que les da identidad como grupos de trabajadores.

Habría que agregar en esta configuración que da identidad los códigos de “trabajador libre” no sujeto a la disciplina de la fábrica, que no es estrictamente cierta frente a regulaciones gubernamentales y de sus organizaciones, más la sociabilidad en la calle que permite combinar trabajo con ocio y diversión, y las capacidades de relación con los clientes. También cumple en estos códigos el ser con frecuencia estigmatizados por otros actores como tranzas, sucios, delincuentes, que se traduce en cierres simbólicos en torno al grupo y, en muy raras ocasiones, en intentos de crear un discurso contracultura al oficial (tianguistas de Coyoacán). Todo esto contribuye a crear un espíritu de cuerpo, sobre todo frente a las amenazas externas a su trabajo que se sobrepone a la competencia entre estos trabajadores o que algunos realizan buena parte de su trabajo en solitario (taxistas, microbuseros). En estos últimos hay que tomar en cuenta también su relación con la máquina, su supuesta capacidad de dominio de ésta y de superioridad frente a los otros conductores, bajo un síndrome de “as del volante”, impregnado de cierta estética y moral.

Lo importante de la acción colectiva en estos trabajadores no está en los mítines o manifestaciones a que son acarreados por sus organizaciones o por otros actores como los concesionarios de micros, sino las que espontáneamente se emprenden cotidianamente en solidaridad de sus compañeros frente a accidentes, disputas con automovilistas o acoso de las autoridades, que rebasa a las organizaciones e incluso al conocimiento cara a cara entre actores.

En cuanto a las organizaciones de los trabajadores no clásicos analizados, los asalariados formalmente tienen sindicatos de protección (Walmart, MacDonaldis, *Call Centers*, extras, en general) o no tienen alguna (diseñadores de software). Pero los sectores más organizados son los llamados informales, especialmente los que trabajan en los espacios públicos. La lucha cotidiana por la apropiación de los espacios de trabajo presiona a la identidad, la solidaridad y la organización. En general las organizaciones no han sido iniciativas de los trabajadores sino de los líderes en relación con gobiernos y partidos, y son altamente autocráticas. Toman la forma, cuando se formalizan de Asociaciones Civiles y en contadas ocasiones de sindicatos, de tal forma que los trabajadores no son trabajadores sino socios y supuestamente están sujetas a las disposiciones del código civil. Sin embargo, como no existe en esta reglamentación algo semejante a la titularidad de sindicatos en la ley laboral, proliferan una multiplicidad de organizaciones entre estos trabajadores, en un reparto de los espacios de trabajo sujetos a influencias políticas diferenciadas de los líderes. Lo anterior implica continuas negociaciones entre esos líderes de las organizaciones y autoridades gubernamentales sin que haya un marco jurídico claro para su realización. En estas negociaciones el gobierno aparece como un cuasi patrón gestor del medio de producción principal de estos trabajadores que es el espacio público.

Estas negociaciones llevan muchas veces al establecimiento de regulaciones de estos trabajadores, desde su registro ante una dependencia del gobierno o por las mismas organizaciones, en cuanto a distribución de espacios disponibles, horarios de trabajo, entre otros. En vagoneros se detectaron 16 organizaciones, en vendedores del centro histórico, 120; en tianguistas del centro de Coyoacán, 20; en microbuses, 11 400 concesionarios; en MacDonaldis y Walmart y *Call Centers* hay sindicatos de protección, en extras un sindicato y muchas agencias de contratación de personal. La democracia no es una característica de estas organizaciones, son comúnmente autocracias familiares que usan su poder discrecionalmente, unas permanecen oscuras en su funcionamiento para los agremiados, como en el tianguis de El Salado, en otras cuando hay asambleas están muy controladas por los líderes y son pocas en que los trabajadores pueden expresarse libremente, como en algunas del centro de Coyoacán. En general los trabajadores no se identifican con sus organizaciones, aunque las consideran necesarias para su protección y se combinan los estilos de dominio paternalistas con gangsterismo.

Lo anterior lleva a un problema más general, si estas organizaciones pudieran considerarse corporativas. En su forma más acabada el corporativismo en México fue sindical entre los años cuarenta y ochenta. Implicó un pacto entre organizaciones de los trabajadores con el Estado para mantener la gobernabilidad, el crecimiento económico con ciertas derramas hacia los trabajadores y privilegios políticos y económicos para los dirigentes. A raíz de este pacto, el Estado garantizaba el monopolio de la representación por medios legales y extralegales, así como la afiliación forzada de los trabajadores a los sindicatos, la erradicación de disidentes, pero controlando los liderazgos y mediando permanentemente el Estado en los conflictos laborales y sindicales. El corporativismo también pasó por el sistema político en la medida en que las organizaciones llevaban votantes y contingentes en actos públicos para el partido en el poder. La gran crisis de los setenta y las reestructuraciones del Estado, la economía y las relaciones industriales a partir de los años ochenta, así como un mayor pluralismo político en el sistema político debilitaron pero no desaparecieron al corporativismo, que en el nivel micro de la empresa y meso de la región o rama ha sabido convivir con el neoliberalismo, así como con el cambio de partido en el gobierno federal a partir de 2000. Pero el corporativismo no sólo fue sindical sino también campesino y “popular”, e incluso hay quien lo plantea como empresarial. En el caso del popular, este término ambiguo remite a las organizaciones profesionales, pero también de informales y de colonias populares, antiguamente agrupadas por el PRI en la CNOP. En nuestro caso se trataría de asociaciones civiles, cuando están registradas, muy escasamente sindicatos, de trabajadores no clásicos, como las que hemos analizado en nuestra investigación.

Estas organizaciones no están tan acotadas por la legislación tan estrictamente como los sindicatos en cuanto a su registro y titularidad de contratos. Una asociación civil se registra ante notario con un mínimo de requisitos y puede coexistir sin someterse a la prueba de las mayorías con otras, más aun, puede existir y ser eficiente sin registro legal alguno. Lo que importa es como en la práctica logran tener fuerza e influencia para negociar con autoridades gubernamentales. Negociaciones que no están sujetas a ninguna legislación, si se dan es por libre voluntad de las partes. Es decir, el control que el Estado tiene sobre el monopolio de la representación de las asociaciones de trabajadores no clásicos informales es más restringido que en el caso de los sindicatos. Tal vez por esto se multiplican dichas organizaciones en cada ocupación como en vendedores ambulantes. Sin embargo, el Estado puede privilegiar el trato con algunas de las organizaciones y de esta manera favorecerlas, con ello podría marginar a dirigencias alternativas y establecer una relación privilegiada de intercambio material y política entre gobierno y organización. Para la organización significaría acceder el uso del espacio público y otros apoyos para el trabajo, para el gobierno cierta garantía de paz social y apoyos políticos frente a organizaciones o partidos antagónicos y también en procesos electorales, se intercambian no por paz laboral sino social. Es decir, se sigue presentando para estos trabajadores el control político por medio de organizaciones, aunque de manera más flexible, muy dependiente del cual partido está en el poder del gobierno en turno. Al igual que en los sindicatos corporativos, las dirigencias de las uniones de informales —como les llama el Reglamento sobre el Trabajo no Asalariados del gobierno del Distrito Federal— tienden a perpetuarse en el poder, aunque de manera más burda al tener un control más vertical, violento y menos regulado que en los sindicatos, de tal forma que la intervención gubernamental en la vida interna es mucho menor en estas organizaciones.

La presencia extendida de un corporativismo flexible y a la vez más autocrático y menos regulado en las uniones de los informales repercute en las formas de la acción colectiva. Cuando ésta es convocada por las organizaciones puede tomar la forma de acarreo para apoyar candidatos de determinado partido, en las que los trabajadores son actores pasivos frente al activismo de los líderes, semejante a como funcionan todavía algunos sindicatos. Pero en ocasiones, cuando la constelación de intereses lo permite, las dirigencias pueden convocar a la defensa del espacio de trabajo, frente a desalojos o sustitución por otras organizaciones. En este caso si pueden coincidir el interés del líder con el de los trabajadores. Sin embargo, no hay que pensar que toda movilización o enfrentamiento es determinado siempre por las organizaciones, especialmente en los trabajadores de espacios públicos abiertos, que viven en el filo de la navaja cotidiano, la acción puede iniciarse en la base como

resistencia a agresiones, desalojos o invasiones y posteriormente propagarse a la organización. Esta última forma es la más auténticamente laboral o de los trabajadores.

Finalmente, hemos demostrado que la posibilidad y realidad de la identidad y la acción y organización colectiva existe en trabajadores no clásicos en torno a su trabajo, especialmente cuando los obstáculos legales e institucionales son más flexibles. Lo anterior no significa que los trabajadores están permanentemente en movilización, esta se presenta sólo en condiciones especiales: frente a un conflicto estructural con respecto del trabajo —reparto de la ganancia, apropiación del espacio, reglamentaciones, competencias—, y requieren de un punto de ignición para que el movimiento pueda surgir por un agravio muy sentido, o considerado insostenible de acuerdo con el sentimiento, la moral o la razón del grupo. Es el caso de agresiones policiales de desalojo, vistas como humillación y prepotencia frente a trabajadores humildes, la extorsión o la violencia ilegítimas por parte de autoridades, el favoritismo hacia otros actores, el decomiso de mercancías, el abuso sexual por parte de directivos de empresas, entre otros. En estas condiciones, el conflicto estructurado, sea en la forma clásica capital-trabajo o en formas no clásicas gobierno (cuasipatrón)-trabajadores u otros actores, puede desencadenar la acción colectiva en torno al trabajo y, en el caso de triunfo, fortalecer la identidad con mitos, epopeyas heroicas, definición más clara de enemigos y amigos, con componentes en la cognición, la emoción, la moral y hasta la estética y la consolidación de discursos maniqueos justificatorios que pueden quedar en la memoria colectiva (De la Garza, 1992; Van Dijk, 1997 y Sewel, 1002).

Es decir, detrás de los conflictos, identidades y acciones de los trabajadores, sean asalariados clásicos o no clásicos, hay una situación estructural común que es la de ser generadores de productos materiales o servicios en forma directa y vivir de su trabajo. Con esto estamos excluyendo, sin desconocer que es una zona de penumbra, a los propietarios que no trabajan directamente en la generación de valores de uso sino lo hacen por medio de sus empleados. Lo que lleva a la necesidad de un concepto ampliado de clase trabajadora, que no negaría el restringido de proletarios, vendedores de fuerza de trabajo para el capital, con un núcleo histórico, ahora rotado, en el obrero de la gran industria. Pensando que los conflictos estructurales en una parte importante del planeta ya no se relacionan con la gran industria, sino con servicios, la informalidad, etcétera.

Pero esta situación estructural abstracta tendría que especificarse para el caso de México, en donde 80% de los ocupados son precarios, de tal forma que los opone en concreto a un patrón o al Estado, que en condiciones de gran control organizacional sobre los sindicatos limita las acciones de los asalariados clásicos sin anular sus potencialidades y potencia en mayor grado la de los no clásicos, especialmente los

que no trabajan en empresas formales que podrían asimilarse a la primera situación. Los controles organizacionales de las empresas (el panópico de Walmart) junto a las estructuras corporativas sindicales de control y la intervención permanente del Estado apoyando a la paz laboral y el monopolio de la representación por las corporaciones, se vuelve un freno muy importante para trabajadores no educados en las luchas, puesto que es un fenómeno histórico de larga data y que requiere de tocar un fondo más profundo que en condiciones de libertad y democracia sindical. La experiencia histórica demuestra que en México, la clase obrera clásica también supo movilizarse por sus intereses a finales de los cuarenta, de los cincuenta y en la década del setenta. En cambio los trabajadores no clásicos informales se han convertido en sectores muy conflictivos, de rápida movilización y enfrentamientos violentos. Muchas veces se mueven muy mediatizados por los líderes o los partidos, en otras ocasiones por actores diferenciados de los trabajadores, como los concesionarios con respecto de los choferes de micro. Sin embargo, el conflicto estructurado persiste porque subsisten las condiciones de precariedad ampliamente y, aunque las persistentes movilizaciones de estos trabajadores sean fragmentarias, gremialistas, sin formación de frentes amplios tienen detrás la existencia de un modelo económico excluyente, de gran inseguridad laboral, de fragilidad y, a la vez, un sistema político que los oprime o los ignora. El tránsito hacia esta significación no puede ser fácil, requeriría de eventos más abarcales que los conflictos cotidianos para la sobrevivencia en el trabajo, pero no sería la primera vez en la Historia en que los trabajadores clásicos y los no clásicos pudieran formar frentes amplios, encontrando comunes denominadores, que objetivamente los hay, aunque en la subjetividad en el momento solo aparezca la fragmentación. En 1954 la clase obrera formal de las minas de estaño en Bolivia supo agrupar a campesinos de la coca, informales de las colonias populares, profesionistas, pequeños productores y hacer la única revolución triunfante de trabajadores en América Latina, más allá de las diferencias y fragmentaciones. Aunque esto no sucede todos los días.

Bibliografía

- Alexander, J. (1995), *Fin de Siecle*, London, Verso.
Archer, M. (1997), *Cultura y Teoría Social*, Buenos Aires, Nueva Visión.
Aronowitz, S. (1992), *The Politics of Identity*, Nueva York, Routledge.
Barrere-Maurisson y Marie-Agnés (1999), *La División Familiar del Trabajo*, Buenos Aires, Lumen, Conicet.
Braudillard, J. (1987), *La Economía Política del Signo*, México, Siglo XXI.

- Benería Lourdes y Martha Roldán (1987), *The Crossroads of Class and Gender. Industrial Homework, Subcontracting and Household Dynamics in Mexico City*, Chicago, The University of Chicago.
- Berger, P. y T. Luckmann (1979), *La Construcción Social de la Realidad*, Buenos Aires, Amorrortu.
- Boltansky, L. y Chapello, E. (2002), *El nuevo espíritu del capitalismo*, Madrid, Akal.
- Bolton, S. (2006), “Una Topología de la Emoción en el Lugar de Trabajo”, *Sociología del Trabajo*, núm. 57, primavera.
- Bouffartigue, P. (1997), “¿Fin del Trabajo o Crisis del Trabajo Asalariado?”, *Sociología del Trabajo*, núm. 29
- Bourdieu, P. (1992), *The Logics of Practice*, London, Polity.
- Castel, Robert (2004), *La Inseguridad Social*, Buenos Aires, Manantial.
- Castells, M. (1999), *La Era de la Información*, México, Siglo XXI.
- _____ y Yuko Aoayama (1994), “ Paths Toward the Information Society: employment structure in G-7 countries, 1920-1990”, *International Labor Review*, 133, 1.
- Cicourel, A. (1974), *Cognitive Sociology*, Nueva Yor, The Free Press.
- Cohen, I. (1996), *Teoría de la Estructuración*, México, McGraw Hill.
- Cortés, Fernando (2000), “Crisis, miembros del hogar e ingresos”, *Demos. Carta demográfica sobre México*, México, Instituto de Investigaciones Sociales- UNAM, pp. 35-36.
- David, P. y D. Foray (2002), “Fundamentos Económicos de la Sociedad del Conocimiento”, *Comercio Exterior*, vol. 52, núm. 6, junio.
- De la Garza, Enrique (1992), *Crisis y Sujetos Sociales en México*, México, Miguel Ángel Porrúa.
- _____ (1997), “Trabajo y Mundos de Vida” en H. Zemelman (coord.), *Subjetividad: umbrales del pensamiento social*, Barcelona, Anthropos.
- _____ (1999), “¿Fin del trabajo o Trabajo sin Fin?” en J.J. Castillo (ed.), *El Trabajo del Futuro*, Madrid, Editorial Complutense.
- _____ (2001), “La Epistemología Crítica y el Concepto de Configuración”, *Revista Mexicana de Sociología*, núm. 1, año LXIII, enero-marzo.
- _____ (2002), “Problemas Clásicos y Actuales de la Crisis del Trabajo” en De la Garza, Enrique y J.C. Neffa (comps.), *El Futuro del Trabajo, el Trabajo del Futuro*, Buenos Aires, Clacso.
- _____ (coord.) (2005), *Sindicatos y Nuevos Movimientos sociales en América Latina*, Buenos Aires, Clacso.

- _____ (2006), “Del Concepto ampliado de Trabajo al de Sujeto Laboral Ampliado” en *Teorías Sociales y Estudios del Trabajo*, Barcelona, Anthropos.
- _____ (2006a) “¿Hacia dónde va la Teoría Social?” en *Tratado Latinoamericano de Sociología Latinoamericana*, Barcelona, Anthropos.
- _____, y otros (2007), “Crítica de la Razón Parapostmoderna”, *Revista Latinoamericana de Estudios del Trabajo*, año 13, núm. 19.
- _____ (2008), “La Querrela de las Identidades” en *Trabajo, Identidad y Acción Colectiva*, México, Plaza y Valdés, Clacso.
- Di Giacomo, J. (1984), *Representazioni Sociali e Movimenti Collettivi*, Milano, Liguori.
- Dubet, F. (1989), “De la Sociología de la Identidad a la Sociología del Sujeto”, *Estudios Sociológicos*, VII, 21, septiembre-diciembre.
- _____ (1999), *¿En qué Sociedad Vivimos?*, Buenos Aires, Losada.
- Durand, J. P. (2004), *La Chaîne Invisible*, Paris, Seuil
- Elias, Norbert (1998), *La civilización de los padres*, Barcelona, Norma.
- Goffman, E. (1981), *La Presentación de la Persona en la Vida Cotidiana*, Buenos Aires, Amorrortu.
- Gurtvitsch, A. (1979), *El Campo de la Conciencia*, Madrid, Alianza.
- Habermas, J. (1979), *Communication and Evolution of Society*, London, Heineman.
- _____ (1981), *La Reconstrucción del Materialismo Histórico*, Madrid, Taurus.
- Handy, C. (1986), *El Futuro del Trabajo Humano*. Buenos Aires, Ariel.
- Heller, A. (1985), *Historia y Vida Cotidiana*, México, Grijalbo.
- _____ (1977), *Sociología de la Vida Cotidiana*, Barcelona, Península.
- Herrera, Fernando (2006), “Trabajo, migración y producción sociológica reciente en América Latina” en *Teorías Sociales y estudios del Trabajo*, Barcelona, Anthropos.
- Holm-Detlev Kohler (2005), “El empleo débil y el obrero frágil” en *Manual de Sociología del Trabajo y de las Relaciones Laborales*, Madrid, Delta.
- Hyman, R. (1996), “Los sindicatos frente a disgregación de la clase obrera”, *Revista Latinoamericana de Estudios del Trabajo*, núm. 4, México.
- Jurgens, U. (1995), “Shaping the Future of Work”, *British Journal of Industrial Relations*, 33, 4, december.
- Lindón, A. (2006), “Cotidianeidad y espacialidad: la experiencia de la precariedad laboral” en *La Experiencia de la Ciudad y el Trabajo como Espacio de Vida*, México, Miguel Ángel Porrúa.
- Lucchetti, E. (2003), “Un Mercato del Lavoro Plurale”, *Sociología del Lavoro*, 97, p. 25
- Lukacs, G. (1975), *Historia y Conciencia de Clase*, México, Grijalbo.
- Marx, C. (1974), *Historia Crítica de las Teorías sobre la Plusvalía*, Buenos Aires, Brumario.

- Melucci, A. (2001), *Challenging Codes. Collective action in the information age*, Cambridge, Cambridge University.
- Micheli, J. (2006), “El Trabajo en la Sociedad de la Información”, *Estudios Sociológicos*, vol. XXIV, núm. 70, enero-abril.
- Muckenberger, U. (1996), “Towards a New Definition of Employment Relationship”, *International Labor Review*, vol. 135, núm. 6.
- Murga, A. (2006), “La Sociología de los Movimientos Sociales” en *Tratado Latinoamericano de Sociología*, Barcelona, Anthropos.
- Negri, T. y M. Hardt (2004), *Multitud*, Barcelona, Debate.
- Paugaim, S. (1997), *La Desqualification Social*, Paris, Press Universitaires de France.
- Potter, J. (1998), *La Representación de la Realidad*, Barcelona, Paidós.
- Reglia, Ido (2003), “Lavori Atipici, Nuovi, Non Standard”, *Sociología del Lavoro*, 97, p. 38.
- Ritzer, (2002), *La MacDonalización*, México, Norma.
- Schutz, A. (1996), *Fenomenología del Mundo Social*, Buenos Aires, Paidós.
- Senise, M.E. (2001), *Empleo Atípico y Mercado de Trabajo Atípico*, Granada, Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales-Universidad de Granada.
- Sennet, R. (2000), *La Corrosión del Carácter*, Barcelona, Anagrama.
- Sewell, William, (1992), “A theory of Structure: duality, Agency and Transformation”, *The American Journal of Sociology*, vol. 98, núm. 1, julio, pp. 1-29.
- Thompson, P. (1983), *The Nature of Work*, London, McMillan.
- Van Dijk, T. (1997), *El Discurso como Estructura y Proceso*, Barcelona, Gedisa.
- Vovelle, M. (1987), *Ideologías e Mentalidades*, Sao Paulo, Editora Brasiliense.
- Zucchetti, E. (2003), “Un Mercato del Lavoro Plurale”, *Sociología del Lavoro*, 97, p. 25.

Apéndice

Apéndice: Perfil de ocupaciones no clásicas analizadas

	No. de trabajadores	No. de empresas	Contratos	Sindicato u Organización	Salario	Mano de obra	Condiciones de trabajo
<i>Call Centers</i>	405 mil (2010)	21 000 (2010)	Individuales + Protección	De protección	4 mil mensuales	Estudiantes Jóvenes Mujeres	Alta rotación, flexibilidad, SS
McDonald's	12 000	387 Restaurantes	Contrato colectivo de protección	De protección	3 mil al mes	Estudiantes Jóvenes	Alta rotación externa, SS
Walmart	184 000	1 750 Tiendas	Por tiempo determinado	De protección	3 mil pesos mensuales	Jóvenes Nivel educativo bajo	Alta rotación externa, SS
Extras de televisión	15 a 30 mil en el Distrito Federal	TV, cine, comerciales	Por obra	SITATYR y agencias de colocación	Muy irregular	Muy diversa	Sin prestaciones
Ambulantes del Centro Histórico	25,000 De 10 a 15 mil toreros	120 Organizaciones	Convenios con gobierno Distrito Federal	120 Organizaciones	5 mil mensuales	50% mujeres, bajo nivel educativo	Sin prestaciones
Tianguistas	46 700 en el Distrito Federal	1 420 en el Distrito Federal.	Convenios con gobierno Distrito Federal	20 en Coyoacán, 1 en Salado	200 a 600 por día	Primaria y secundaria 2/3 mujeres	Sin prestaciones
Vagoneros	2 800	16 Organizaciones	Acuerdos con autoridades	16 Organizaciones	8 mil pesos mensuales	15 a 25 años de edad Educación básica	Sin prestaciones

Microbuseros	36,808 Con licencia (80,000 en total)	104 rutas	Concesiones, Ingresos por comisión	No sindicatos	1 a 4 salarios mínimos por mes	8,040 Asalariados	Jornada > 48 horas sin presta- ciones
Taxistas	180 mil Con licencia (200 mil en total)	50% son due- ños del taxi	Permisos y licencias, renta	300 Organizaciones	5 mil pesos mensuales	Hombres	Jornada de 10 a 12 horas diarias sin seguridad social
Metrobuseros							

Fuente: investigaciones de campo del equipo de estudio sobre trabajo no clásico de la UAM-Iztapalapa.

*Trabajo no clásico, organización
y acción colectiva*
Tomo II
se terminó de imprimir en diciembre de 2011,
El tiraje consta de 1 000 ejemplares.

