

EL CHOPO: MÁS QUE UN TIANGUIS, UN ESCENARIO DE CULTURAS Y RESISTENCIA

María del Carmen Navarrete Torres¹

Resumen:

El Tianguis del Chopo es un mercado alternativo que se estableció en 1980, en la Ciudad de México. Es un lugar público urbano que históricamente estuvo conformado por grupos sociales con diferentes intereses y procedencias socioculturales situado en la Colonia Guerrero. En el espacio, se encuentran diversas secciones: la zona cultural, la de venta, la de intercambios y la de conciertos en donde se reúnen diversos jóvenes urbanos (16-23 años). Dentro del universo de prácticas que realizan en el Chopo están la compra y venta de música y ropa vinculada a diferentes géneros de música rock, punk, y heavy metal, entre otras. El objetivo fue investigar los factores que contribuyeron a la declaración del Tianguis como Patrimonio Cultural. Se realizó una investigación documental descriptiva que tiene como finalidad resaltar características del objeto de estudio. Incluye la revisión de fuentes históricas, documentos, crónicas periodísticas, investigaciones previas y archivos.

Se concluye que es un espacio donde artistas emergentes han tenido la oportunidad de darse a conocer y compartir sus obras, además, es un importante punto de referencia en la capital del país, para la contracultura, la música alternativa, el arte y la expresión creativa. Se destaca la importancia del lugar en la preservación de la diversidad cultural y la creación de una comunidad activa de artistas. En la actualidad, se utiliza la tecnología y las redes sociales para llegar a nuevas audiencias.

Palabras Clave: Contracultura, Tianguis. Patrimonio Cultural

¹ Universidad Juárez Autónoma de Tabasco, División Académica de Ciencias Económico Administrativas, México, mallynav@yahoo.com.mx

EL CHOPO: MORE THAN A FLEA MARKET, A SCENE OF CULTURES AND RESISTANCE

Abstract:

El Tianguis del Chopo is an alternative market that was established in 1980, in Mexico City. It is an urban public place that historically was made up of social groups with different interests and sociocultural backgrounds located in Colonia Guerrero. In the space, there are various sections: the cultural area, the sales area, the exchange area and the concert area where various urban young people (16-23 years old) gather. Within the universe of practices carried out at El Chopo are the buying and selling of music and clothing linked to different genres of rock, punk, heavy metal music, among others. The objective was to investigate the strategies and obstacles faced by the market until 2023, when it was declared a Cultural Heritage. A descriptive documentary investigation was carried out that aims to highlight characteristics of the object of study. It includes the review of historical sources, documents, journalistic chronicles, previous research and archives. It is concluded that it is a space where emerging artists have had the opportunity to make themselves known and share their works, in addition, it is an important point of reference in the country's capital, for the counterculture, alternative music, art and creative expression. . The importance of the place in preserving cultural diversity and creating an active community of artists is highlighted. Technology and social media have been used to reach new audiences.

Keywords: Counterculture, Tianguis. Cultural heritage

1. INTRODUCCIÓN

El Tianguis del Chopo, ubicado en la Ciudad de México, es un espacio cultural y contracultural de gran relevancia para la historia y la identidad mexicana. Este lugar se encuentra al aire libre, y se celebra cada sábado desde 1980. Se ha convertido en un punto de encuentro para diversos grupos sociales, incluyendo músicos, artistas, estudiantes, intelectuales y público en general. En un principio, se planeó que el tianguis se ubicaría dentro del Museo Universitario del Chopo de la UNAM con la finalidad de presentar un espacio musical para la escena rockera de la capital del país. que para el contexto ochentero representaba un golpe radical y contracultural.

Se caracterizaba por el trueque entre los visitantes que a pesar de ser una actividad mal vista tenía una regulación por parte de la institución; poco a poco las normas fueron eludidas por los tianguistas y visitantes. Años después, el Museo cerró sus puertas al tianguis interno por diversas razones como: el cambio de administración, la informalidad y la mala imagen de los rockeros ante los visitantes de otras actividades culturales y familiares que brindaba el lugar. Sin embargo, no fue una limitante ya que los vendedores tomaron la calle del mismo museo y de esta manera el Tianguis pasó de ser callejero y público para recibir visitantes no

solo de la ciudad, sino también fuera de ella, cuyas tribus urbanas ya no solo pertenecían al rock, sino que también al punk y metal que tenían un estilo rudo e imponente que dio otra imagen a la calle, cimentando las bases de lo que posteriormente transformaría y distinguiría al lugar. (Boudreau, et al,2022, p.568).

El sitio fue ganando reconocimiento y recibía tribus urbanas pertenecientes a la capital del país y periferia. El espacio agregó de manera indirecta más actividades en vista que el hacer acto de presencia no era solo para vender, sino que los mismos visitantes convivían entre sí y compartían sus gustos por los géneros alternativos y radicales como el rock, punk, metal, psicodelia, entre otros más.

En el año de 1987 se adoptó el nombre de Tianguis Cultural del Chopo. Es importante señalar que en su nuevo asentamiento territorial se le sumaron disputas con autoridades y pandillas causando un último desplazamiento territorial (Castillo et al, 2020, pp.573-574).

En la actualidad, el tianguis funciona los sábados en un horario de 11:00-17:00 horas. Se instalan más de doscientos puestos donde se vende todo tipo de mercancía relacionada con la contracultura.

Respecto a El Chopo, y de acuerdo con Agustín (2013), el origen de este tianguis cultural tenía como objetivo el intercambio y venta de revistas, libros, discos y demás cosas propias de la cultura urbana rock (y en menor medida del punk). Su importancia “ha crecido de tal manera que hoy en día, además de artículos de rock y punk, puede encontrarse mercancía para otras tribus urbanas como los skates o los darks (Robles, 2018)

En este tianguis, además de discos y material escrito, sobresale la vestimenta, tanto la venta, como la misma ropa que llevaban puesta las personas que asisten a este lugar. En la figura 1, se muestra la entrada al Museo Universitario del Chopo.

Figura 1. Fachada del Museo



Fuente: <https://www.muyinteresante.com.mx/historia/38920.html>

1.2 Tianguis y Mercado: Un análisis comparativo para el contexto mexicano

El comercio tradicional ha sido parte fundamental del desarrollo social y económico de México desde la época prehispánica. Dos de sus principales exponentes son el tianguis y el

mercado que, si bien comparten la función de intercambio de bienes y servicios, presentan diferencias significativas en su origen, organización, dinámica comercial y cultural. A continuación, se presenta la particularidad de cada uno.

Tianguis. - Proviene del náhuatl "tianquiztli" que significa "mercado". Arraiga sus raíces en la época prehispánica como un espacio de trueque e intercambio cultural. Se caracteriza por su periodicidad, generalmente semanal o mensual, y su ubicación itinerante en calles o plazas públicas.

Se instala temporalmente utilizando puestos desmontables o toldos. Se vende una gran variedad de productos, desde alimentos frescos y artesanías hasta ropa, electrónica y artículos de segunda mano. Además de la compraventa, se fomenta la interacción social y el sentido de comunidad. Conserva prácticas ancestrales de comercio y elaboración de productos artesanales. Elemento fundamental en la identidad cultural de muchas comunidades mexicanas. (Aldasoro, 2017). En la figura 2 se muestra el Tianguis prehispánico.

Figura 2. El tianguis el intercambio como parte de la historia



Fuente <https://www.gob.mx/siap/articulos/tianguis-origen-y-tradiciones?idiom=es>

Mercado. - Proviene del latín "mercatus" que significa "mercancía". Surge en la época colonial como una estructura física permanente para la compraventa. Se caracteriza por su ubicación fija y su oferta regular de productos. Facilita el acceso a una variedad de productos para la población local. Motor de desarrollo económico local, generando empleos e ingresos. Punto de encuentro para diversos grupos sociales y culturales. (Real Academia Española 2023), En la figura 3 se muestra la imagen de un mercado en la actualidad.

Figura 3. El Mercado



Fuente: <https://www.informabtl.com/10-de-los-mercados-mas-emblematicos-de-la-ciudad-de-mexico/>

1.3 Tribus urbanas

Vega Navarro (2010) afirma que las tribus urbanas son las asociaciones de jóvenes de ambos sexos unidos bajo un mismo conjunto de pensamientos, modas, música e intereses comunes, con la particularidad de ser habitantes de las grandes ciudades, metrópolis o urbes en donde por su complejidad, no sólo de tamaño, sino de sensación de locura, los aíslan impidiéndoles encontrarse con su propia identidad; resultando así, ser el lugar y el momento propicio para crear sus comunas, comunidades, sus propios espacios, mismos que eligen de acuerdo a los intereses particulares de cada grupo conforme a su individualidad, con los mismos códigos, reglas, pensamientos, modas, música y demás, cobrando una gran fuerza en su unión para oponerse rotundamente a la sociedad imperante.

En Huerta 2020, se menciona que las tribus urbanas han ayudado a comprender el proceso de la construcción de la identidad de los jóvenes, que comparten un estilo de vida similar y se identifican por medio de rasgos como lenguaje, vestimenta, actuar, y pensar, a su vez, se vincula el acercamiento por ciertos gustos como la música, y arte.

1.4 Cultura y Contracultura

Para comprender el Tianguis, es necesario definir los conceptos de cultura y contracultura. La cultura se define como el conjunto de valores, creencias, comportamientos y prácticas que caracterizan a una sociedad (Cepeda de León, 2020). La contracultura, por otro lado, se refiere a un movimiento social que se opone a los valores y normas dominantes de una cultura (Hall, 2014).

El Tianguis del Chopo es un espacio cultural en el que se expresan diversas formas de arte y cultura alternativa. En este lugar se pueden encontrar puestos de venta de música, libros, películas, ropa y artesanías, entre otros productos. También se realizan presentaciones musicales, exposiciones de arte, talleres y conferencias.

Tabla 1. Características de la cultura y el turismo

Concepto	Descripción
Cultura	Se basa en la búsqueda de experiencias auténticas y significativas. Prioriza el contacto con la población local y su cultura. Se preocupa por la sostenibilidad ambiental y social del turismo. Se caracteriza por la pasividad del turista y la mercantilización de la cultura. Promueve una visión superficial y folclórica de la cultura local. Es parte del sistema global de consumo y mercantilización. Reproduce valores y estereotipos culturales dominantes. Está influenciada por la cultura de masas y las nuevas tecnologías. Se caracteriza por la fragmentación y la diversidad de estilos de vida. Busca experiencias auténticas y originales. Valora la cultura local y su patrimonio.

Fuente: Elaboración propia a partir de Geertz, (2003).

La contracultura es aquella subcultura que muestra una oposición generalizada a los valores culturales predominantes. El termino contracultura, del inglés counter culture, puede ser entendida desde dos perspectivas, la primera de ellas como una ofensiva contra la cultura dominante o mainstream, y la segunda como una cultura a la contra que permanece al margen del mercado y los medios de comunicación masiva, al menos en su origen, y por tanto en el underground. (Cisneros, 2020). En la tabla 3, se presentan las características de la cultura y su relación con el turismo. Muchos visitantes acuden al lugar por curiosidad y como una experiencia única.

En la tabla 4, se presentan las características de la contracultura y el turismo

Tabla 2. Características de la contracultura y el turismo

Concepto	Descripción
Contracultura	Rechaza la masificación y la homogeneización del turismo. Busca experiencias alternativas y fuera de lo común. Cuestiona el impacto negativo del turismo en las comunidades locales. Aboga por un turismo activo y participativo. Busca la interacción genuina con la cultura local. Se preocupa por la defensa del patrimonio cultural y la identidad local. Propone un turismo alternativo y ético. Busca la transformación social y la justicia ambiental. Se basa en la cooperación y la solidaridad entre comunidades locales y turistas. Se expresa a través de movimientos sociales y culturales juveniles. Cuestiona el modelo tradicional de turismo y busca nuevas formas de viajar. Cuestiona la idea de autenticidad en el turismo. Denuncia la construcción artificial de experiencias "auténticas".

Fuente: Elaboración propia a partir de Dick Hebdige (2019).

1.4.1 El Tianguis del Chopo como espacio contracultural:

El Tianguis también ha sido un espacio de resistencia y contracultura. En este lugar se han gestado diversos movimientos sociales y culturales, como el movimiento punk, el movimiento rockero y el movimiento estudiantil. Hablar de contracultura es hablar de una idea o tendencia cuyos límites no son del todo claros y de la que no hay un acuerdo general respecto a su sentido. Esto porque existen muchas ramas dentro de lo que se puede entender como “contracultural”, que están conformadas por maneras muy disímiles de vestirse, de escuchar música y de plantearse contra el sistema; tanto el crust punk, con su ropa negra llena de parches, como el hippie, con su playera tie dye y su pelo largo, caben dentro del término “contracultura”, aunque se encuentren en polos distintos de este.

Para Vázquez (2019), la contracultura ha sido considerada por muchos como un movimiento alternativo, complemento de la cultura predominante que rechaza los valores sociales y los modos de vida establecidos, proponiendo alternativas de existencia.

1.5 Tianguis Cultural del Chopo como Patrimonio Cultural Inmaterial

El Gobierno de la Ciudad de México (2023) declaró al "Tianguis Cultural El Chopo" a través de la Secretaría de Cultura como Patrimonio Cultural Inmaterial. Se fundamenta en el Plan de Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial, así como la Ley de Patrimonio Cultural, Natural y Biocultural.

El documento establece que el “Tianguis “reúne las características y elementos necesarios para ser reconocido, “toda vez que es una expresión oral con un gran sentido cultural”.

1.6 Objetivo de la investigación

Analizar los factores que contribuyeron a la declaración del Tianguis Cultural del Chopo como Patrimonio Cultural.

2. MÉTODO

El método que se aplicó fue de una investigación documental de tipo descriptivo que de acuerdo con Baena (2017) busca y analiza información por medio del análisis crítico de documentos y materiales de bibliotecas, hemerotecas y bases de datos. Otras fuentes consultadas fueron revistas de divulgación y libros relacionados con el tema.

3. RESULTADOS

Actualmente, la rutina sabatina del Chopo se mantiene, se dificulta el paso de los automóviles por la Calle Juan Aldama por la cantidad de puestos de ropa, 32 pertenecen a las tribus urbanas y la reciente entrada de mercancía “artesanal” no perteneciente a las tribus

Llegan al lugar, personas que no solo responden a una tribu urbana, sino que la magnitud de reproducción del Tianguis Cultural del Chopo lo convierte en un espacio para los turistas.

En la figura 4 se presentan algunos de los visitantes del tianguis, y la mercancía que se vende.

Figura 4. Visitantes



Fuente: <https://www.eluniversal.com.mx/metropoli/que-punk-declaran-al-tianguis-del-chopo-como-patrimonio-cultural-inmaterial-de-la-cdmx/> <https://www.chilango.com/ciudadania/otros-ciudadania/tianguis-del-chopo-asi-sera-la-fiesta-por-su-43-aniversario-fecha/>

La metamorfosis en el Chopo ha sufrido un cambio con la tecnología y el consumo. Se encuentran a la venta un sinnúmero de productos, tal como revistas, discos, libros, juguetes, artesanías, ropa, chamarras de cuero, playeras de bandas de rock, etc., de todo tipo de contraculturas: punks, cholos, pachucos, metaleros, entre otros como se puede apreciar en la figura 5.

Se pueden encontrar libros en ediciones raras como: Bukowski, la Generación Beat, Hermann Hesse. No faltan los ejemplares que no se venden en ninguna librería y una que otra joya, como alguna primera edición. También se pueden adquirir películas del cine independiente. En el mercado se venden discos de todas las épocas.

Muchos artistas plásticos ofrecen su arte dedicado a la cultura alternativa. Dibujos, pinturas, grabados y esculturas de vanguardia del siglo XXI. En la figura 5, se puede observar el intercambio y la venta de arte.

Figura 5. Venta



Fuente: <https://www.jornada.com.mx/noticia/2023/09/24/capital/celebracion-de-tianguis-de-el-chopo-reune-a-melomanos-de-todas-edades-367/>. Imagen Seda Roja Facebook

Además de la venta de mercancía, en el tianguis se colocó un escenario llamado “Radio Chopo”, en el que en su más de 40 años se han presentado de bandas de rock como El Tri, Cecilia Toussaint, Alfonso André, Tex Tex, Las Ultrasónicas, Zoé, Liranrol, Haragán, Botellita de Jerez, Los Rabiosos, etc., También han tocado bandas de ska, metal, punk, dark, trova, reggae, progresivo, blues, y pop. Se han presentado ciclos de cine al aire libre, obras de teatro y performance, incluso ha sido sede de exposiciones callejeras, presentaciones artísticas, y de libros. En la tabla 1, se muestran aspectos interesantes en el lugar.

Tabla 1. Características del Tianguis del Chopo

Atractivos	Descripción
Diversidad cultural y musical	<p>Es un espacio único que reúne una amplia variedad de culturas y expresiones musicales, desde rock y metal hasta ska, punk y música electrónica.</p> <p>Esta diversidad atrae a una gran variedad de visitantes, tanto locales como internacionales, que buscan experiencias auténticas y alternativas.</p> <p>El ambiente multicultural del Tianguis del Chopo es una de sus principales atracciones, permitiendo a los visitantes descubrir nuevas músicas y culturas.</p>
Comunidad vibrante y apasionada	<p>Se caracteriza por su comunidad vibrante y apasionada.</p> <p>Los visitantes pueden interactuar con vendedores, músicos y otros aficionados, creando una experiencia social única.</p> <p>Esta comunidad crea un ambiente familiar y acogedor para los visitantes, permitiéndoles sentirse parte de una tribu con intereses compartidos.</p> <p>Se comparte gusto por la música.</p>
Accesibilidad	<p>El Tianguis del Chopo es un mercado al aire libre de acceso gratuito.</p> <p>Los precios de los productos que se venden son generalmente económicos.</p> <p>La accesibilidad del Tianguis lo convierten en una opción atractiva.</p>
Historia y tradición:	<p>Es un lugar emblemático de la Ciudad de México</p> <p>Esta historia y tradición atraen a visitantes que buscan conocer la cultura urbana y alternativa de la ciudad.</p> <p>Es un espacio de memoria y resistencia cultural, lo que le da un valor simbólico importante.</p>

Fuente: Elaboración propia con datos de (Boudreau,2022)

En la figura 6. Se observa alguna de las tribus que asisten al tianguis.

Figura 6. Tribus con intereses compartidos



Fuente: <https://mxcity.mx/2014/07/la-lucha-sigue-siendo-la-misma-en-el-tianguis-cultural-del-chopo/>

4. CONCLUSIONES

El Chopo ha sido el semillero de artistas y figuras contraculturales, así como de emprendedores. De igual manera se convirtió en un espacio en donde los jóvenes y adultos conviven gracias a la música, principalmente, así como a otras expresiones artísticas.

La transformación del tianguis ha sido gradual. Siempre se han preocupado por ofrecer una cara realmente cultural y no ser confundidos con un bazar o un tianguis comercial, hay espacios para los artesanos quienes venden sus productos, otra zona para la cultura *punk* y otras que se definen por lo musical y estético, una para discos entre otras más.

Por otro lado, cuenta con zonas dedicadas a bandas y grupos, que se presentan frente a los asistentes, algunas de esas agrupaciones son: Café Tacuba, Caifanes, Zoé, entre otras igualmente famosas.

Asimismo, hay poetas y oradores. Tienen publicaciones propias como *Aullido* y *Código Rock*, importantes en la ciudad. Radio Chopo fue por varios años una de las estaciones a las que los jóvenes músicos y creativos se dirigían para exponer su arte. De igual manera, la cultura del trueque es parte esencial del espacio, pues justamente es lo que lo diferencia de otros tianguis, aún hay locales en los que se puede intercambiar libros, revistas y discos por otros.

BIBLIOGRAFIA

Agustín, J. (2013). *La contracultura en México: La historia y el significado de los rebeldes sin causa, los jipitecas, los punks*. Penguin Random House Grupo Editorial México.

- Aldasoro, A. (2017). El Tianguis Cultural de El Chopo, el mejor lugar para conseguir discos. *México Desconocido*. <https://www.mexicodesconocido.com.mx/el-tianguis-cultural-de-el-chopo-el-mejor-lugar-para-conseguir-discos.html>
- Baena, P. G. (2017). *Metodología de la Investigación. Serie integral por competencias*. 3a. ed. Grupo Editorial Patria.
- Boudreau, J-A. Castillo, G. y Hernández, J., et al. (2022). *El tianguis cultural del Chopo. Historia y presente de un espacio urbano*. México: Instituto de Geografía, Universidad Nacional Autónoma de México 112 pp., ISBN 978-607-30-6638-9
- Castillo R., G., Boudreau, J. A., & Ávila F., A. (2020). *Tianguis del Chopo: espacio urbano de regulación/transgresión*. *Revista mexicana de sociología*, 82(3), 557-585.
- Cepeda, A. L. (2020). *El Tianguis del Chopo: un espacio de resistencia cultural en la Ciudad de México*. *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, 65(240), 247-272.
- Chilango. Tianguis del Chopo prepara fiestón por su aniversario con bandas y artistas invitados <https://www.chilango.com/ciudadania/otros-ciudadania/tianguis-del-chopo-asi-sera-la-fiesta-por-su-43-aniversario-fecha/>(consultado 19 de marzo de 2023)
- Cisneros A., G. (2020). Subculturas y tribus urbanas: la contracultura y el underground juvenil. *Universidad de Valladolid. Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales* <https://uvadoc.uva.es/handle/10324/46510>
- El Universal. <https://www.eluniversal.com> (consultado 19 de marzo de 2023)
- Geertz, C. (2003). *La interpretación de las culturas*. Barcelona. Gedisa Editorial
- Gobierno de la Ciudad de México. (2023, 22 de septiembre). Declaratoria de “Patrimonio Cultural Inmaterial de la Ciudad de México” al “Tianguis Cultural El Chopo”. *Gaceta Oficial de la Ciudad de México*.
- Hall, S. y Jefferson, T. (Eds.). (2014). *Rituales de resistencia: Subculturas juveniles en la Gran Bretaña de postguerra*. Madrid: Traficantes de Sueños.
- Hebdige, D., Feixa, C., Guerra, P., Bennett, A., & Quintela, P. (2019). Subcultura, arte y poder: revisitando los cultural studies. *Encrucijadas. Revista Crítica De Ciencias Sociales*, 18, v1801.
- Huerta Á., G. (2020) Resignificación del territorio: “metaleros”, del Chopo a Facebook. Tesis de Licenciatura, Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco. <https://repositorio.xoc.uam.mx/jspui/handle/123456789/27093>
- Informa BTL. <https://www.informabtl.com/10-de-los-mercados-mas-emblematicos-de-la-ciudad-de-mexico/> (consultado 19 de marzo de 2023)
- La Jornada. <https://www.jornada.com.mx/noticia/2023/09/24/capital/celebracion-de-tianguis-de-el-chopo-reune-a-melomanos-de-todas-edades-367> (consultado 19 de marzo de 2023)

Muy interesante. Conoce la historia del Tianguis Cultural del Chopo <https://www.muyinteresante.com.mx/historia/38920.html> (consultado 19 de marzo de 2023)

MXCity. <https://mxcity.mx/2014/07/la-lucha-sigue-siendo-la-misma-en-el-tianguis-cultural-del-chopo/> (consultado 19 de marzo de 2023).

Real Academia Española. (2023). *Diccionario de la lengua española* (23.^a ed.). Madrid: Espasa.

Robles C. V. (2018). Variaciones de identidad dentro de la cultura metal; estudio de jóvenes seguidores en “El Chopo”. Tesis de Licenciatura, México: UNAM

SUMMA INFERNO. https://www.facebook.com/summainferno/?ref=page_internal (consultado 19 de marzo de 2023).

Vázquez C., A. (2019). La contracultura: El rock como protesta política. *El artista: revista de investigaciones en música y artes plásticas*, 9 (16).

Vega N., R. (2010). *Las tribus urbanas en México*. México: Instituto Mexicano de Ciencias y Humanidades.