



Benemérita Universidad Autónoma de Puebla

Facultad de Filosofía y Letras

Colegio de Antropología Social

**Prácticas de Intercambio y Redes Parentales en el Mercado-
Tianguis de Santiago Mixquitla, San Pedro Cholula**

Tesis para optar por el grado de
Licenciado en Antropología Social

Presenta

Sebastian Licona Gámez

Directora de tesis

Dra. Rosalba Ramírez Rodríguez

FEBRERO 2020

Índice

Agradecimientos	5
Introducción	7
El tema de investigación	7
Justificación	11
Metodología: el ejercicio etnográfico en el tianguis	12
La etnografía en el mercado-tianguis	13
El recorrido del mercado-tianguis	14
El intercambio: La transacción socioeconómica como dato etnográfico	15
La antropología y los tianguis	17
Estructura de la tesis	18
Capítulo I: El intercambio y el tianguis, hacia una interpretación antropológica	21
I.I La Antropología Económica, hacia una definición sociocultural	22
Los viejos horizontes económicos	22
La antropología económica, una ampliación interpretativa	25
I.II Estado de la cuestión: aproximaciones cualitativas en torno al tianguis	28
Un mercado de origen prehispánico	28
Una visión funcionalista, el tianguis un sistema de mercados indígena-campesino	32
El Tianguis como institución económica y de vínculo mercantil	34
Los mercados campesinos, como comunidades recíprocas	37
Estudios antropológicos contemporáneos del tianguis	39
La biodiversidad y los tianguis: una mirada biológica a la economía campesina	40
El mercado-tianguis, una institución económico sociocultural heterogénea	42
I.III El intercambio desde la economía y antropología	43
El intercambio en la esfera económica	44
El intercambio social	45
La antropología y el intercambio	47
I.IV El tianguis e intercambio, más allá de la economía	49
Capítulo II: Cholula, pueblo urbano y cosmopolita	52
II.I La Sub-Región de Cholula en el Valle Puebla-Tlaxcala	54
II.II Breve historia de Cholula: la ciudad santuario y mercado	57
II.III El Proceso de conurbación con la metrópoli de Puebla	61
Las zonas conurbadas	62

II.IV El barrio: dinámicas socio-religiosas y socioeconómicas contemporáneas	66
Los barrios de Cholula	67
San Pedro Cholula y su vida barrial	67
El sistema de cargos	70
La Fiesta	72
La cosmovisión	75
La vida socioeconómica	77
Capítulo III: El mercado-tianguis de Santiago Mixquitla, una institución económica sociocultural diversa	82
III.I. Santiago Mixquitla: el barrio-tianguis	84
Ubicación territorial	85
Síntesis histórica de Mixquitla	88
La dinámica religiosa	89
El sistema de cargos en Mixquitla	90
El santo patrón Santiago a partir de su cosmovisión	92
La fiesta patronal	93
Dinámica comercial	97
Las ladrilleras	97
Comercio fijo e informal	99
III.II Organización e historia del mercado-tianguis	99
Testimonios, narraciones y anécdotas del tianguis	100
Antecedentes: el tianguis céntrico de Cholula	100
El traslado a Mixquitla y su fundación	102
Organizaciones mercantiles	105
III.III- El paisaje del mercado-tianguis de Santiago Mixquitla	106
Los sujetos	107
Los comerciantes fijos: de mayoreo y minoreo	107
Los ambulantes	112
Los productores directos	112
Prestadores de servicios.	115
La administración del mercado-tianguis	115
La clientela	116
Los espacios del tianguis	117
Espacios económicos	117
Los espacios religiosos y lúdicos	119

Espacios Simbólicos	122
Las temporalidades	123
III.IV El mercado-tianguis, una institución económico sociocultural diversa	124
Capítulo IV: Familia y tianguis: dinámicas parentales en el intercambio comercial	127
VI.I La red familiar en un barrio-tianguis	128
El concepto de familia	129
La familia tianguista	131
VI.II Los productores directos y el trueque: lógicas del intercambio recíproco	135
La familia extensa y simbólica	135
La economía parental: la tierra y el tianguis	139
El trueque: lógica de intercambio recíproca y de capital campesino	144
VI.III El intercambio mercantil y el comercio fijo	149
La familia nuclear y la tradición tianguista	150
El sistema mercantil y su sociabilidad	153
VI.IV Intercambios socializantes: estrategias socioeconómicas tianguistas	154
Los préstamos y las reventas entre comerciantes	155
VI.V El tianguis: un sistema socio-parental de intercambio en Mixquitla	157
Conclusiones	159
Bibliografía	163

Agradecimientos

A mis padres Alejandra y Ernesto

Mis dos desvelos, mis dos viglias, gracias por forjar mi hoja.

En la investigación antropológica, no existe la ocasión dónde él etnógrafo logre por su cuenta la conclusión de un trabajo solo utilizando su mera pasión al objeto de estudio que tenga, es necesaria la participación intrínseca de más sujetos que jueguen roles protagonistas de las líneas que escribe a lo largo de sus afirmaciones.

Este trabajo no es la excepción a ello, porque es la familia, los maestros, compañeros y las personas que se conocen en campo las que enriquecen y sustentan con su trama cotidiana y cultural las aseveraciones que pasan por la cabeza de quien realiza la labor etnográfica y enaltecen su capital humano.

Agradezco a mi padre, Ernesto, que en su aprendizaje en la mítica Tacubaya y su sociabilidad náufraga barrial en la ciudad de México forjaron su mirada antropológica que tanto insistió en trasmitirme a través de sus pláticas, enseñanzas y consejos.

A mi madre, Alejandra, que, en su travesía por la marginación del sur del estado de Puebla y testigo de su injusticia social, quienes trazaron su camino etnográfico, y fortaleció con su enseñanza mi análisis social, tú sabiduría, salvaguarda y cariño determinaron mi sentir antropológico.

A mi asesora y maestra, la Dra. Rosalba Ramírez Rodríguez, porque su guía y visión etnográfica, que acompañó mi enseñanza por las calles de Cholula siempre definirán mi camino profesional, gracias por sus comentarios, tiempo y dedicatoria en mi formación.

A mis compañeros: Quislev, Daniel, José, Ithzel y Fátima, quienes se encuentran en mi memoria y aprendizaje, a pero especialmente su amistad y convivencia ampliaron mi perspectiva de la vida y de lo que podemos lograr en el camino de la antropología.

Gracias a las familias del mercado-tianguis de Santiago Mixquitla, por compartirme sus sentires, anécdotas y experiencias de su realidad cultural, este trabajo es suyo, que sea un farol en la transformación social de nuestro país.

Al Colegio de Antropología Social y quienes son parte de su trama, por haber sido mi hogar por más tiempo del que pensé, en la red de su institución encontré mi vocación, que su proyecto nunca vea su conclusión.

Sebastian Licona Gámez, 15/02/2020

**Esta investigación fue realizada gracias al apoyo del Consejo de
Ciencia y Tecnología del Estado de Puebla.**



**Secretaría
de Educación**
Gobierno de Puebla

CONCYTEP
Consejo de Ciencia
y Tecnología del Estado
de Puebla

Introducción

La presente tesis tiene como objetivo realizar un acercamiento etnográfico a la vida social y económica del mercado-tianguis de Santiago Mixquitla como una institución económica sociocultural diversa, caracterizada por condensar variedad de actores tianguistas, que producen, distribuyen, ofertan e intercambian bienes y servicios matizados por sus anclajes socioculturales en espacios y tiempos.

Este trabajo se adentra en los constructos humanos de quienes utilizan el mercado-tianguis, en específico, de los comerciantes tianguistas que basan su dinámica comercial en organizaciones parentales-familiares que expresan capitales culturales, modos de vida y formas de producción comercial que propician edificar tres sistemas de intercambio: mercantil, trueque y socializante; coadyuvando a cimentar una institución social y económica que norma a sus usuarios de una lógica socioeconómica particular donde no sólo se prioriza la ganancia, sino la reciprocidad. Se tiene como premisa que la producción socioeconómica del mercado tianguis de Santiago Mixquitla se edifica desde matices socioculturales de actores partícipes y no desde los económicos, se explyea que la antropología económica, subdisciplina encargada de su interpretación, ha priorizado la dimensión económica de estos lugares más que la cultural, propiciando a una descontextualización de los términos de tianguis e intercambio, por ello se argumentan estos dos conceptos desde la naturaleza etnográfica de Mixquitla.

El tema de investigación

El mercado-tianguis de Santiago Mixquitla se ubica en la cabecera municipal de San Pedro Cholula, denominada oficialmente como Cholula de Rivadavia, localizada en la parte centro-oeste del estado de Puebla representa una de las principales ciudades de la región Puebla-Tlaxcala, es una urbe que en tiempos recientes ha experimentado una conurbación con la capital de Puebla, conforma una ciudad media cosmopolita que se caracteriza por estructurar un pueblo urbano. Esta localidad hibridiza dinámicas de diversos grupos humanos, en especial aquellos que integran unidades tradicionales guiadas por sistemas de cargos religiosos barriales, como continuidades socioculturales prehispánicas-coloniales y las que importan otros sectores sociales de la sociedad global, que configuran centros político-administrativos, devocional y comercial

Históricamente la ciudad de Cholula ha desempeñado un papel fundamental dentro del eje geográfico y cultural de los valles del Altiplano Central desde la Mesoamérica prehispánica, debido a que siempre se la ha clasificado como un punto de tránsito religioso y como una ciudad mercado (Bonfil, 1973:85). En la actualidad, estas dos características siguen desempeñando su función dentro de la vida social de muchos de sus habitantes, sin embargo, su situación de conurbación con la metrópoli de Puebla ha causado un rápido desarrollo de la globalización y la configuración de respuestas colectivas que

producen nuevos capitales y configuraciones culturales que se mueven en las dimensiones de lo rural y lo urbano.

Existen dos ejes socioculturales, con sus respectivas dinámicas y expresiones, en los que se movilizan y actúan los habitantes de esta localidad, y en la que en ciertos espacios y temporalidades interactúan, chocan y distinguen; la primera es aquella tradición cultural que está enmarcada en las dinámicas socio-religiosas divididas por barrios y pueblos, cuyas continuidades se remontan a sus orígenes coloniales y prehispánicos como unidades socio-locales que condensan un fuerte sistema de cargos que integra a muchos de los locales.

De este modo en la cabecera municipal existen diez barrios: San Miguel Tianguisnahuac, Santa María Xixitla, San Pedro Mexicaltzingo, La María Magdalena Coapa, San Matías Cocoyotla, San Cristóbal Tepontla, Jesús Tlatempa, Santiago Mixquitla, San Juan Calvario Texpolco y San Pablo Tecama. Cada uno con su santo patrono e iglesia, así como con sus propias mayordomías que dan sustento a la conformación de una comunidad barrial y de una identidad comunitaria. El barrio en San Pedro Cholula condensa una fuerte función como uno de los ejes de identidad y pertenencia para muchos sujetos, pues los locales se diferencian unos de otros según su santo patrono, fiestas y referentes cotidianos con los que se identifica. Estos diez barrios edifican un territorio matizado socioculturalmente, pues la actividad socio-religiosa que estos construyen tiene una gran presencia a nivel regional.

La segunda dinámica sociocultural es la que se enmarca en las dinámicas globalizadas, de origen urbano, que importan los llamados avecindados que también habitan en la urbe, ya que en San Pedro Cholula también se coexiste con las grandes plazas comerciales, las agencias de automóviles, los restaurantes transnacionales, los fraccionamientos y unidades habitacionales privadas, las discotecas y un sin número de espacios que muestran otra dinámica social movilizadora en los hábitos de lo privado y que se contraponen a la comunal barrial, producto de la reciente expansión urbana de la ciudad de Puebla, ocasionando que la primera reafirme sus mecanismos y procesos socioculturales ante un contexto global y ajeno que impera como uno de los ejes estructurales de la vida social en la región del valle Puebla-Tlaxcala.

En este sentido y en términos socioeconómicos, en Cholula de Rivadavia existen los mercados y tianguis que fungen como espacios comerciales en los que ciertos sectores de la localidad, barrial y ciudadana aún actúan y que están insertos respondiendo ante el contexto global anteriormente mencionado; donde se producen, distribuyen e intercambian bienes y servicios que atienden necesidades concretas y que estructuran un gran sistema de intercambio en la sub-región de Cholula.

Son espacios que se caracterizan por condensar dinámicas de intercambio, que difieren con otras que se enuncian a nivel del valle poblano-tlaxcalteca, debido a la existencia de ciertos tipos de bienes, actores, prácticas y relaciones sociales. Entre los mercados y tianguis que resaltan de la cabecera municipal se encuentran:

- 1) *El mercado municipal Cosme del Razo*
- 2) *El mercado/tianguis de Santa María Xixitla*
- 3) *El mercado/tianguis de Santiago Mixquitla*

Sin embargo, para la propuesta de investigación planteada, nuestro actual escenario etnográfico lo ocupa *El mercado/tianguis de Santiago Mixquitla*, ubicado dentro del barrio del mismo nombre en las periferias de la cabecera municipal. Es un lugar comercial que se caracteriza por estar inserto y circundante en las actividades y prácticas propias del barrio de Santiago Mixquitla, lugar característico por componer dinámicas sociales concretas que se diferencian a la de otros barrios de la ciudad, donde se observa una fuerte ocupación alfarera, en la producción y venta ladrillera, barro, piedra y pulque, que se distribuyen en conexiones comerciales de los locales en los estados de Tlaxcala, México y Morelos, así como en las ciudades próximas a Cholula como Atlixco y Puebla. También resalta su dinámica socio religiosa, que integra a la mayoría de sus habitantes a través de un sistema de cargos y una intuición sociocultural que reproduce una identidad barrial.

El mercado-tianguis de Santiago Mixquitla se caracteriza por ser un espacio producto de la desintegración del antiguo tianguis céntrico de San Pedro Cholula, por parte de las autoridades estatales al declarar al municipio como parte del programa turístico de *Pueblos Mágicos*; en el que muchos comerciantes fueron reubicados de las principales avenidas y calles circundantes del mercado municipal Cosme del Razo al barrio de Santiago Mixquitla. Su actual organización comercial, se compone de 4 agrupaciones o asociaciones comercial-mercantiles que acaparan los lugares, y las ofertas-ventas del lugar; siendo la Carmen Serdán y Tianguistas Cholutecas las que cuentan con más miembros. Es un mercado-tianguis que en la actualidad se destaca por albergar a comerciantes fijos, ambulantes y en su mayoría a productores directos, los primeros denominados así por poseer un local interno y a usuarios regulares que provienen de los barrios circundantes, pues existen familias que han heredado las concesiones de los locales internos desde la fundación del mercado; son sujetos que actúan en la áreas donde se ofrecen memelas, tamales, cecina, quesadillas y gorditas; en los locales fijos de ropa, de fruta, verdura, carnes, quesos y lácteos; otros de artesanías y textiles, productos en su mayoría producidos por terceros y administradas por las familias de comerciantes fijos.

Los productores directos son comerciantes que edifican las dinámicas de los días de plaza; temporalidades semanales que siguen un calendario comercial específico en los que estos comerciantes acuden al mercado/tianguis a ofrecer sus bienes, pues a diferencia de los comerciantes fijos que operan todos los días, estos solo acuden los fines de semana y los miércoles.

Los productores directos en los tianguis de Cholula provienen de los pueblos circundantes a las faldas de los volcanes y del Paso de Cortés a las afueras del municipio, así como de la propia Cholula, estos tianguistas o productores directos, se distinguen por producir, distribuir y ofertar sus bienes en los tianguis con base a una división familiar consanguínea y simbólica; el abuelo, la abuela, los hijos, sobrinos o el compadre se dividen las tareas en estos ámbitos e incluso en los puestos que poseen dentro de los tianguis, son redes parentales que se trasladan desde sus pueblos de origen a los tianguis a ofertar diversos tipos de bienes, puesto que los hermanos, los tíos e incluso primos de una familia nuclear también ofrecen bienes y se apoyan mutuamente entre parientes.

Algunos otros comerciantes también se distinguen por operar en el marco de la familia, los locales o puestos fijos en los mercados, que administran conjuntamente con sus parientes, los restaurantes, por ejemplo, se observan a los abuelos o padres preparar la comida y los hijos y sobrinos atendiendo a los consumidores entrantes.

Estos individuos se destacan y diferencian unos de otros por los bienes que ofertan, los locales en los que operan, por el modo en que intercambian bienes y en la manera de estructurar sus dinámicas comerciales y sociales. Hay personas que operan en puestos fijos, otras en ambulantes o en sus respectivas casas. Los fines de semana o los días de plaza es cuando se reúne una mayor cantidad de personas en torno al tianguis, por lo que también se observan muchos lugares ambulantes y casas convertidas en locales comerciales.

Es en estos días cuando arriban comerciantes que proceden de otros pueblos de la región, se observa la instalación de sus puestos, así como las formas en las que ofertan e intercambian bienes. Estos espacios matizados socioculturalmente se operan e insertan otras formas de intercambio, por ejemplo, aquella en la que la moneda nacional no se usa como medio de cambio. Por lo que estos mercados/tianguis presentan variedad de formas de intercambio trasfiguradas principalmente en relaciones socioeconómicas, que cambian según los sujetos, los espacios, las temporalidades en las que se ofertan bienes, y las modalidades de intercambio que son susceptibles a la investigación.

En este sentido, la presente tesis plantea que los mercados y tianguis de esta localidad son expresiones propias de un pueblo urbano, es decir, de aquellas nuevas prácticas, expresiones y reconfiguraciones socioculturales que se inscriben y dan respuesta a contextos que la sociedad global

impera en Cholula y que dan cuenta de la diversidad de respuestas colectivas socioeconómicas y culturales que se edifican en el día a día de los múltiples intercambios socioculturales que tianguistas y comerciantes realizan.

Intercambios muchas veces sustentados en las redes y tejidos parentales, de aquellas organizaciones familiares, en las que los abuelos, los tíos, primos, padres, madres e hijos se dividen el trabajo; tanto en la producción de los bienes, como en la administración de los puestos en los mercados y tianguis; sean consanguíneas, simbólicas o rituales que sus actores edifican en la práctica cotidiana, lo que sugiere que estos lazos sociales tianguistas no se contienen solo en estos espacios, sino que sus principales actores: los productores directos, comerciantes intermediarios y de mayoreo, comerciantes ambulantes y demás sujetos que se categorizan como "*tianguistas*" edifican una región de intercambio comercial y sociocultural que se extiende por toda la región sociocultural Puebla-Tlaxcala.

Por ello, el **objeto de estudio** de esta tesis se centró en las dinámicas socioculturales y comerciales en el marco de las redes parentales y estrategias de intercambio, tomando como **hipótesis** eje que los tejidos parentales edifican dos sistemas de intercambio: el mercantil y el trueque, que fueron abordadas como prácticas socioculturales que configuran la producción, distribución y oferta de bienes al interior del mercado -tianguis. El **objetivo general** buscó analizar las prácticas de intercambio sociocultural y comercial a manera de expresión de las relaciones parentales que estructuran el actual mercado/tianguis de Santiago Mixquitla. Los **objetivos particulares** fueron caracterizar al mercado-tianguis de Santiago Mixquitla como una institución económica sociocultural que concreta a diversidad de actores tianguistas y vincular las dinámicas parentales con las expresiones de intercambio comercial a fin de problematizar la expresión económica con las prácticas culturales.

Justificación

Abordar etnográficamente la complejidad sociocultural de un mercado-tianguis, como el de Mixquitla, buscó contribuir a presentarle más allá de su función como centro de intercambio económico, ello ya ha sido expuesto en la literatura antropológica, por ejemplo, la obra de B. Malinowsky y De la Fuente (1957) hasta Alejandro Marroquín (1978), quienes presentan a los tianguis mexicanos desde los criterios capitalistas, como: compra, venta, distribución, intercambio, oferta y demanda.

Sin embargo, a partir de esta propuesta se pretendió presentar al mercado-tianguis de Santiago Mixquitla como la conjunción de constructos socioculturales en el marco de las redes de parentesco y prácticas de intercambio, elementos base que permitirán resaltar la vida social de este lugar, a la par que fue el medio para reconocer cómo se compone y estructura, sin perder de vista a sus actores quienes le matizan cotidianamente.

Por lo que uno de los aportes de la presente investigación consistió en resaltar las redes de parentesco, como ese complejo conjunto de capitales culturales que permea, delimita y caracteriza al mercado-tianguis en el marco de su distribución, funcionamiento, ordenamiento y en las agrupaciones comerciales.

También, este trabajo contribuyó al reconocimiento de los diversos sistemas de intercambio, no desde la visión económica neoclásica; por lo que esta investigación buscó la reconceptualización antropológica del tianguis como lugar de experiencia etnográfica, ya no en términos económicos, sino con un matiz sociocultural, ello implica vincular lo socioeconómico, con lo religioso, con el parentesco, el género, lo político, con los imaginarios, con lo simbólico y con un sin fin de constructos humanos que forman parte de los actores que configuran la complejidad sociocultural de estos lugares.

Replantear la posición antropológica del tianguis como lugar que alberga un tejido sociocultural y no uno estrictamente económico aportaría a vislumbrarlos, no solo desde la antropología, sino desde otras disciplinas científicas e instituciones de orden público-nacional, como complejidades socioculturales que despliegan a una heterogeneidad de actores, prácticas, actos, representaciones y capitales culturales, lo cual coadyuvaría a repensar muchas de las políticas públicas implementadas en torno a estos, pues muchas de estas instituciones e intervenciones públicas desconocen la esencia cultural y las dinámicas propias de los actores tianguistas, ocasionado el desenvolvimiento del conflicto a falta del dialogo y la incompreensión de los valores culturales ajenos a los tianguis. Por ello, esta investigación sustenta otra mirada etnográfica que aportó al entendimiento y propició una mejor comprensión de la estructura social de los tianguis.

Cabe señalar que la tesis no presentó impedimentos metodológicos o prácticos, debido a que el escenario expuesto contó con características viables para su abordaje, porque se encuentra ubicado en una región urbana con fácil acceso público y movilidad; el autor obtuvo con la aprobación de la comunidad tianguista, tomando en consideración a las autoridades- administrativos municipales y los actores que ahí operan, siendo que previamente se realizó una presentación de la intención etnográfica que prende el siguiente trabajo, además se logró la constante interacción con los consultados, que arrojó nuevos datos y propiciaron el avance teórico y metodológico.

Metodología: el ejercicio etnográfico en el tianguis

El plan de acción contemplado para este trabajo se fundamentó en una iniciativa etnográfica, perspectiva metodológica basada en la recolección de datos cualitativos, observar y ser partícipes al momento que los fenómenos sociales toman práctica. Se toma como premisa que la interpretación científica de la cultura solo es posible a partir de la interacción entre el investigador y el hecho estudiado, donde se es posible entender los códigos culturales de quienes practican la cultura.

La etnografía para este trabajo supone una forma de aproximarse a la realidad sociocultural, situando al etnógrafo en tramas sociales; “la etnografía es una concepción y práctica de conocimiento que busca comprender los fenómenos sociales desde la perspectiva de sus miembros (entendidos como “actores”, “agentes” o “sujetos sociales”). La especificidad de este enfoque corresponde, según Walter Runciman (1983), al elemento distintivo de las Ciencias Sociales: la descripción” (Guber, 2001:11). Es una perspectiva investigativa que interpreta colectividades mediante el encuentro cara a cara, entre el investigador y los sujetos estudiados, por eso también se plantea que la etnografía implica la configuración de relaciones sociales con los consultados, porque se interactúa con los "otros" y se intercambian capitales culturales durante todo el proceso de investigación etnográfica.

Sin embargo, como supone, la dinámica y práctica humana es heterogénea y dinámica en todas sus dimensiones socioculturales, cada intervención etnográfica se diseña según los parámetros del investigador y el fenómeno, el primero diseña su aproximación dependiendo de cómo se exprese culturalmente su objeto de análisis. En este sentido, un mercado-tianguis enuncia prácticas concretas sustentadas en el intercambio: ¿cómo es hacer etnografía en un mercado-tianguis? ¿cuáles son los factores que permean la investigación etnográfica en un mercado-tianguis? ¿cómo inició el quehacer etnográfico en un tianguis como Mixquitla? son algunos de los cuestionamientos que surgieron durante el proceso investigativo de este trabajo. Como lo sustenta Paulina Macías Núñez (2018), el tianguis es “un lugar más va allá de la compra-venta, como un lugar donde se intercambia cultura, donde se encuentran elementos que conforman la identidad y el territorio de quienes lo practican” (Macías, 2018:208). Por ello su abordaje antropológico es diverso y supone la configuración de múltiples interrogantes metodológicas que aquí se explayan.

La etnografía en el mercado-tianguis

Las dinámicas de trabajo campo que implican la interacción con las prácticas sociales en el mercado-tianguis de Santiago Mixquitla se llevaron a cabo en diversos niveles y ejercicios etnográficos, que permitieron el acercamiento social-científico con los practicantes del lugar, así como el reconocimiento de los espacios y la observación de las prácticas que se suscitan en el escenario expuesto, reconociendo la complejidad sociocultural que ahí yace; como parte de las herramientas metodológicas empleadas se implementaron:

1)La observación participante: la cual consiste en "observar sistemática y controladamente todo lo que acontece en torno del investigador, y participar en una o varias actividades de la población estudiada con la finalidad de detectar las situaciones en que se expresan y generan los universos culturales y sociales en su compleja articulación y variedad"(Guber, 2001:55).

2)La entrevista: en sus diversos tipos, informales, semi estructuradas y estructuradas; entendidas como una "estrategia para hacer que la gente hable sobre lo que sabe, piensa y cree, en la cual una persona (el investigador/entrevistador) obtiene información sobre algo interrogando a otra persona (entrevistado, respondeme, informante). Esta información suele referirse a la biografía, al sentido de los hechos, a sentimientos, opiniones y emociones, a las normas o standards de acción, y a los valores o conductas ideales" (Guber, 2001: 75).

Sin embargo, cada una de ellas se implementó en diversos horizontes de aproximación etnográfica, de acuerdo con las circunstancias y experiencias que se suscitaron. Ello permitió el avance y el diseño de cada estrategia metodológica, se expone aquí un mapa de las dimensiones sociales de abordaje etnográfico, y que sustentan una vía de interpretación del mercado-tianguis como un fenómeno de orden sociocultural y no económico:

I.I Recorridos en el mercado-tianguis

II.I El intercambio, la transacción socioeconómica como dato etnográfico.

III.I La interacción con los actores observación participante en el tianguis.

El recorrido del mercado-tianguis

Uno de los primeros niveles de interacción con el fenómeno expuesto se suscitó a partir de recorrer el espacio, los primeros recorridos donde sucedía el tianguis perfilaban a conocerlo desde una mirada general, en las calles céntricas del barrio Santiago Mixquitla; las primeras indagaciones de “curioso” o “*flâneur*” se dieron a partir de observar a los usuarios, las dimensiones demográficas y físicas de las instalaciones, y en sí, de su práctica humana.

De esas observaciones, surgieron diversas interrogantes, que buscaban empezar a realizar tipologías etnográficas, es decir, principiar a averiguar la esencia sociocultural en la media que ahora se investigaban aspectos más particulares del tianguis, como: que hacían las familias, el número de puestos, sus medios de transporte, sus giros comerciales, vestimenta, tipos de comerciantes, distribución mercantil, las medidas utilizadas, los valores de intercambio, los eventos religiosos, organización comercial, etc. donde vislumbra una escena practicada compleja.

Para ello, la presentación de la investigación con las autoridades del mercado fue crucial, en especial del administrador municipal quien provisionó una primera vía de información relevante sobre aspectos históricos del lugar, los nexos con otros mercados, cantidad de comerciantes afiliados, así como su organización en asociaciones y sobre todo la vinculación con personajes claves en este trabajo, por ejemplo, con dos de los líderes de las asociaciones mercantiles. Los recorridos supusieron el punto de inicio de la investigación, porque de ahí surgieron vías de información etnográfica que guiaron y

concretaron las interrogantes planteadas, además de conjeturar los primeros diseños metodológicos de cómo abordar etnográficamente este lugar.

El intercambio: La transacción socioeconómica como dato etnográfico

Un segundo nivel de interacción etnográfica que devino del recorrido circundó entorno a la transacción socioeconómica, el intercambio social y económico, como hecho social que es matizado por sus actores, en el que se cambian bienes, saberes y prácticas durante los días de plaza o venta en el tianguis, donde la mayoría de las relaciones sociales se ciñen a partir de relaciones socioeconómicas, materializadas en el intercambio comercial, que subordina o complementa a otras.

Aproximarse al intercambio comercial, motivó entenderlo como un eje de engranaje etnográfico para la presente investigación, porque mediante él donde se desbordó otro nivel indagativo, como conocer de relaciones sociales entre comerciantes y consumidores, los lugares de procedencia de estos, como se ofertan y producen sus bienes, entre otras interrogantes. Cumple su función como fenómeno que incentiva el acercamiento etnográfico, actividad que conecta al investigador con las acciones y sentidos que los actores expresan en determinadas temporalidades.

Por ello, una de las estrategias empleadas consistió en revestir al investigador como comprador-consumidor y adquirir bienes locales en los múltiples puestos, que permitió la recepción de modos culturales, sobre los actos, olores, objetos, discursos, sentidos y demás manifestaciones sociales que allí yacen; intercambiar por ejemplo un kilo de jitomate o un manojo de cebollitas aportó entender muchas de las características sociales de estos bienes y de las lógicas que los envuelven, como su procedencia, la forma en que son elaborados, las maneras en las que se venden, sus medidas y valores, inclusive sus discursos, como los aguacates "criollos", llamados así porque son bienes elaborados por sus mismos comerciantes y se diferencian de otros al ser "frescos y baratos", como lo expresan sus vendedores a la hora de ofrecerlos.

Con ello, el simple acto de comprar, tocar, observar, o preguntar sobre algún bien incentiva la interacción entre el etnógrafo y el tianguista, no solo se compra o toca para el autoconsumo, sino se adquiere un bien con cierto capital social, que reside en un espacio, con ciertas utilidades y funciones, que conectan a prácticas y sujetos en complejas tramas de relaciones sociales, por eso los manojos de cilantro, de cebollas, los kilos de aguacates, las bolsitas de frijol, cubetas de durazno, las artesanías o textiles y demás artículos son susceptibles a ser transformados en dato antropológico, porque son mercancías acompañadas siempre de actos humanos, como el intercambiarlos siguiendo ciertos sistemas de intercambio, como los mercantil y trueque, que utilizan algunos tipos de bienes en sus formas culturales.

Es entonces en la transacción, sea moneda por bien o bien por bien, donde se puede iniciar el contacto etnográfico en el tianguis, a partir de los objetos y sus signos, sin embargo, como parte de la reflexión en los ejercicios en el tianguis, la compra de bienes por parte del investigador solo permite vivir en carne propia el cómo se intercambia y los datos arrojados por esta actividad son limitados a ciertos aspectos de interés para la investigación; intercambiar yace en el plano de la observación, posibilita reconocer muchos factores socioculturales, pero no genera por si sola una entrevista duradera con los actores ni la posibilidad de indagar sobre otros aspectos de la vida social de estos, como sus estilos de vida, afiliaciones parentales, creencias religiosas, ideologías, disputas políticas/conflictivas u otro tipo de pensamientos y prácticas que se expresan, el intercambio comercial es una dinámica que opera a todas horas en el tianguis, lo que supone una constante interrupción en el flujo de información que los actores expresan sobre sus quehaceres cotidianos, porque ellos venden, ofrecen y producen todo el tiempo, están atentos a la clientela, a su sustento de vida y no es posible recolectar datos sobre otros aspectos socioculturales, aunque es también precisamente ello, lo que coadyuva a entender muchas de sus dinámicas.

Aún con ello, el intercambio funciona como el puente, que permite un primer encuentro cara a cara con distintos tipos de sujetos, desde el comerciante productor directo hasta el ambulante, o con los propios habitantes del barrio u otros usuarios, que se diferencian unos de otros por las acciones que desarrollan en un día de tianguis, así el investigador interpreta las distintas formas en las que actúan los sujetos, desde sus formas de vestir y andar hasta sus maneras en las que venden, se relacionan y expresan en el escenario; un ejemplo de ello es la distribución de las redes de parentesco entre comerciantes del mismo tipo socioeconómico, que pueden rastrearse desde la conformación de sus puestos y los bienes que ofrecen, donde se muestran diversidades de olores, formas y actos en el intercambio, reconocibles durante la transacción donde muestran sus capitales socioeconómicos: el que y como ofrecen los bienes, son elementos que incentivan la charla sobre asuntos que suceden alrededor y/o sobre el tianguis, como la oposición a las algunas acciones del administrador del tianguis, o los conflictos entre familias comerciantes, los llamados chismes, el hablar sobre sus problemas, como las disputas por la posesión de algún lugar o fuente de agua, son datos que arroja el intercambio como estrategia metodológica antropológica.

El intercambio también permite dar cuenta de la lógica sociocultural, al cambiar o adquirir bienes, se aprehenden los valores, medidas y razonamientos de los bienes y cambios; como las equivalencias entre productos cuando se opera vía el trueque o las medidas de cambio como el *almud* o la lata; se aprende el por qué se es tianguista, cuando expresan que no se acude al tianguis a acumular ganancias sino a "sobrevivir", la mayoría de sus actores son individuos pertenecientes a grupos de tradición campesina, dedicados al campo y al comercio sub-regional que buscan una alternativa socioeconómica;

es gracias al intercambio que el tianguis se estructura en su totalidad, es a partir de él que se configuran las demás relaciones sociales, como las religiosas, siempre ordenadas en función de los comerciantes. Por eso, en este texto se considera al intercambio social como medio fundamental etnográfico para entender la complejidad sociocultural del tianguis de Santiago Mixquitla, pues sin su abordaje es casi imposible vislumbrar sus tejidos, signos y matices.

La antropología y los tianguis

En términos de materia antropológica, esta tesis pretendió presentar al mercado-tianguis de Santiago Mixquitla como un problema de carácter social, de la conjunción de constructos socioculturales en el marco de las redes de parentesco y prácticas de intercambio de tres familias tianguistas (productores directos, comerciantes fijos e intermediarios), que permitieron problematizar al intercambio como objeto de estudio antropológico, por otro lado, también se abordaron otros tipos de sujetos, como los consumidores o clientes, prestadores de servidores o los administrativos municipales etc. cuyas actividades culturales tienen injerencia en la conformación sociocultural del tianguis e intercambio, pero que etnográficamente se decidió por delimitarse al quehacer parental de las familias tianguistas, porque es en su trama organizativa que tianguis e intercambio adquieren los elementos base en su constitución social, puesto que en su observación permitieron resaltar la vida social de este lugar, a la par que será el medio para reconocer cómo se compone y estructura, sin perder de vista sus actores quienes le matizan cotidianamente. Aún con ello, queda pendiente un estudio profundo sobre los consumidores y demás sujetos, que también aportan culturalmente al entramado económico-social del mercado-tianguis, y que esta investigación presenta para su futuro abordaje.

El aporte de la presente investigación consistió en resaltar las redes de parentesco, como ese complejo conjunto de capitales culturales que permea, delimita y caracteriza mercado-tianguis en el marco de su distribución, funcionamiento, ordenamiento y en las agrupaciones comerciales.

También, se pretendió contribuir al reconocimiento de los diversos sistemas de intercambio, no desde la visión económica neoclásica, sino como una re-conceptualización antropológica del tianguis como lugar de experiencia etnográfica, ya no en términos económicos, sino con una naturaleza sociocultural, ello implica vincular lo socioeconómico, con lo religioso, con el parentesco, el género, lo político, con los imaginarios, con lo simbólico y con un sin fin de constructos humanos que forman parte de los actores que configuran la complejidad sociocultural de estos lugares.

Replantear la posición antropológica del tianguis como lugar que alberga un tejido sociocultural y no uno estrictamente económico aportaría a vislumbrarlos, no solo desde la antropología, sino desde otras disciplinas científicas e instituciones de orden público-nacional, como complejidades socioculturales que despliegan a una heterogeneidad de actores, prácticas, actos, representaciones y capitales culturales,

lo cual coadyuvaría a repensar muchas de las políticas públicas implementadas en torno a estos, pues muchas de estas instituciones e intervenciones públicas desconocen la esencia cultural y las dinámicas propias de los actores tianguistas, ocasionado el desenvolvimiento del conflicto a falta del dialogo y la incomprensión de los valores culturales ajenos a los tianguis.

Por ello, esta investigación sustentó otra mirada etnográfica que aporte al entendimiento y propicie a una mejor comprensión de la estructura social de los tianguis. Además, el abordaje etnográfico de este tipo de escenarios también coadyuva a entrever las nuevas lógicas socioculturales que estructuran nuestros territorios próximos, que empiezan a tomar auge en los escenarios cercanos; como San Pedro Cholula, en el valle Puebla-Tlaxcala existen muchos pueblos urbanos que hibridizan estructuras y habitares socio-culturales diversos, nuevas formas de construir lo social, que permean los modos de vida de diversos grupos sociales, así entender al tianguis es entender una parte del crisol humano.

Estructura de la tesis

La exposición del trabajo se lleva a cabo en cuatro capítulos, titulados: I *El intercambio y el tianguis, hacia una interpretación antropológica*; II *Cholula: pueblo urbano y cosmopolita*; III *El mercado-tianguis de Santiago Mixquitla, una institución económica sociocultural diversa*; IV *Familia y tianguis, dinámicas parentales en el intercambio comercial*. Cada uno estructurado por categorías y ejes interpretativos que aterrizan elementos concretos del texto.

El capítulo uno buscó desplegar un conjunto de reflexiones, posturas y enfoques teóricos-metodológicos en torno a los fenómenos del intercambio y tianguis mexicanos campesino-indígena, cuyas vías de interpretación han sido elaboradas principalmente por la antropología económica, sub-disciplina que se ha configurado como una línea teórica compaginada en su construcción conceptual con la economía neoclásica, que atiende los actos humanos que tienen lugar en la dimensión de lo económico, por ello se presenta una revisión conceptual, de obras, autores y escuelas en la materia, algunos de ellos como Bonfil Batalla Guillermo (1973), María Belén Noceti (2013), Malinowski Bronislaw (1921), Mauss Marcel. (1989), Matta Juan Pablo (2012), Ross Hassig (1990), Alejandro Marroquín (1978), Paré Luisa. (1975), Disskin Martin y Scott Cook. (1975), Durston y John W. (1976), Godelier Maurice. (1974), entre otros necesarios para el abordaje de la presente investigación, los conceptos clave de este apartado se centran en el intercambio y el tianguis, dos términos con una amplia trayectoria teórica dentro de las ciencias sociales, pero que arrojan evidencias etnográficas dentro de las dinámicas socioculturales del barrio-tianguis de Santiago Mixquitla de una necesaria re-conceptualización desde estas, también muestra las distintas facetas metodológicas realizadas para el abordaje etnográfico el tema.

El capítulo dos tiene como intención desplegar una serie de caracterizaciones sobre la composición sociocultural de Cholula, pueblo urbano cosmopolita que conforma un centro político, devocional, administrativo y económico dentro de la región del valle Puebla Tlaxcala, se delimita a

Cholula como un escenario social que hibridiza tradiciones culturales heterogéneas a nivel regional, en especial aquellas enmarcadas dentro de las dinámicas socio-religiosas y económicas propias de habitantes de los barrios que componen a los municipios de San Pedro y San Andrés Cholula y los constructos humanos importados de la sociedad global y urbana producto de su conurbación con la ciudad de Puebla.

El capítulo tres analiza y caracteriza al mercado-tianguis de Santiago Mixquitla como una institución económica sociocultural heterogénea que concreta a diversidad de actores tianguistas en una gama de prácticas y sucesos socioculturales que sustentan una forma de construir la vida económica y social de sus usuarios. Se busca resaltar el papel activo cotidiano de sujetos que acuden al mercado-tianguis, porque estos construyen todo un entramado sociocultural de quehaceres, capitales, discursos y relaciones sociales, que van desde el intercambio, el parentesco, la reciprocidad, el compadrazgo y las alianzas comerciales hasta la lucha, tensión y el conflicto político-mercantil, por ello este trabajo resalta que el mercado-tianguis de Santiago Mixquitla sustenta una institución social, aunque no una meramente económica como la define Alejandro Marroquín, “encargada de organizar el aspecto principal de la distribución de los bienes, facilitando el encuentro, en un lugar determinado, de productores y consumidores”(Marroquín, 1978:31).

El capítulo cuatro pretendió vincular las dinámicas parentales con las expresiones de intercambio comercial a fin de problematizar la expresión económica con las prácticas culturales. Estas dinámicas matizan el intercambio de caracteres socioculturales de los usuarios, movilizados en diversidad de parentalidades, diferenciadas por capitales culturales, su modo de vida y producción económica, ello supone que la diversidad sociocultural de familias coadyuva a institucionalizar el tianguis y normar su espacio.

Los ejemplos etnográficos que se presentan circundan a tres tipos de familias comerciales: productores directos, comerciantes fijos e intermediarios, puesto que sus entramados familiares son los mismos que apropian el lugar, dotándolo de lógicas; tensiones, conflictos, fiesta y religiosidad. Con ello se pretende mostrar los alcances y acercamientos etnográficos del tema expuesto, que coadyuven a presentar a los mercado-tianguis como instituciones socioculturales a fin de fenómenos contemporáneos que suscitan como lugares de investigación antropológica.

Capítulo I: El intercambio y el tianguis, hacia una interpretación antropológica

Introducción

El presente capítulo tiene como objetivo desplegar un conjunto de reflexiones, posturas y enfoques teóricos-metodológicos en torno al fenómeno del intercambio comercial sociocultural en los tianguis mexicanos campesinos-indígenas, cuyas vías de interpretación han sido elaboradas principalmente por la antropología económica, sub-disciplina que se ha configurado como una línea teórica compaginada en su construcción conceptual con la economía neoclásica, que atiende los actos humanos que tienen lugar en la dimensión de lo económico, por ello se presenta una revisión conceptual, de obras, autores y escuelas en la materia, algunos de ellos como Bonfil Batalla Guillermo (1973), María Belén Noceti (2013), Malinowski Bronislaw (1921), Mauss Marcel. (1989), Matta Juan Pablo (2012), Ross Hassig (1990), Alejandro Marroquín (1978), Paré Luisa. (1975), Disskin Martín y Scott Cook. (1975), Durston y John W. (1976), Godelier Maurice. (1974), entre otros necesarios para el abordaje de la presente investigación.

Los conceptos clave de este apartado se centran en el *intercambio* y el *tianguis*, dos términos con una amplia trayectoria teórica dentro de las ciencias sociales, pero que arrojan evidencias etnográficas dentro de las dinámicas socioculturales del barrio tianguis de Santiago Mixquitla de una necesaria reconceptualización. La intención de este capítulo se centra en replantear, desde una visión etnográfica y antropológica de las nuevas ruralidades, la conformación de un antropología económica que vislumbre los *tianguis* e *intercambio* como términos de carácter sociocultural y no estrictamente económico, pues por mucho tiempo sus concepciones se encontraban vinculadas a aquellas teorías de la economía neoclásica y a una antropología económica que vislumbraba los fenómenos socioeconómicos de otras sociedades no occidentales a los ojos de las dinámicas capitalistas y no en sus propios términos sociales, coadyuvando a la descontextualización de las estructuras y lógicas culturales de aquellas expresiones económicas y que este texto examina.

En primer instante se revisan las bases epistemológicas y los postulados teórico- metodológicos de la antropología económica, clásicos y contemporáneos, que permitan presentar una reflexión analítica de cómo se han abordado y construido conceptualmente los fenómenos sociales “económicos” y su influencia para los conceptos que conciernen a este apartado, con la intención de presentarla desde una definición sociocultural. En segundo momento, se muestran las aproximaciones cualitativas en las ciencias sociales de tianguis e intercambio como objetos de estudio etnográfico, sus nociones y los

postulados en torno a estos. Por último, se ofrece una revisión y conjunto de reflexiones en torno a estos fenómenos, donde se propone su reconfiguración como objeto de análisis antropológico, todo ello permite enmarcar teóricamente el desarrollo de la investigación.

I.I La Antropología Económica, hacia una definición sociocultural

Uno de los ejes teórico-interpretativos sobre los *tianguis* y el *intercambio* como términos de estudio social fueron elaborados principalmente por la sub-disciplina de la antropología económica, nacida del interés por realizar estudios comparados entre las dinámicas humanas que hacen posible la “vida económica” de distintas sociedades. Desde su aparición en 1927 mencionado por Melville J. Herskovits¹, sustenta una rama antropológica que ha priorizado el suministro de datos etnográficos y estudios etnológicos a los discursos explicativos de la ciencia económica, en específico, a la economía neoclásica y la economía política de principios del siglo XX, sin embargo, en el presente aparatado se exhiben algunas de las premisas elementales de la antropología económica, que permite dar cuenta de los horizontes conceptuales de esta y su necesaria re-conceptualización en el abordaje de los fenómenos socioeconómicos contemporáneos, donde se subraya la forzosa definición sociocultural.

Los viejos horizontes económicos

Desde sus inicios, la antropología económica definió su objeto de estudio comparando diversos sistemas socioeconómicos, entre las sociedades capitalistas y las que no lo eran, por ejemplo el análisis del *don* y el *potlatch* en Marcel Mauss y el *kula* de Bronislaw Malinowsky, estas investigaciones significaron el intercambio de información entre las disciplinas Antropológica y la Economía Política y con las aportaciones de Maurice Godelier suministró significativamente datos etnográficos a la Economía Política, refiere:

La antropología económica tiene por objeto el análisis teórico comparado de los diferentes sistemas económicos reales y posibles. Para elaborar esta teoría, la Antropología económica extrae su material de las informaciones concretas dadas por el historiador y el etnólogo sobre el funcionamiento y la evolución de las sociedades que ellas estudian. Al lado de la "economía política" dedicada, según parece, al estudio de las sociedades industriales modernas, mercantiles o planeadas, la Antropología Económica quiere en cierto modo ser como la "extensión" de la Economía política a las sociedades abandonadas por el economista. Por su proyección misma, la Antropología Económica hace aparecer paradójicamente a la Economía política, antigua o reciente, como una de sus propias esferas particulares que esclarece los singulares mecanismos de las sociedades industriales modernas. También, por su proyección, la Antropología Económica toma a su cargo la elaboración de una teoría general de las diversas formas sociales de la actividad

¹ El término de antropología económica hace su primera aparición en el texto “*Antropología económica, estudio de economía comparada*” de M. J. Herskovits, aunque este mismo autor menciona que la referencia aparece en 1927 con el artículo de Gras, "Anthropology and Economics", *The Social Science and their interrelation*, Ogburn, pp. 10-23 (Godelier, 1976:3).

económica humana, porque el análisis comparado debería necesariamente desembocar un día sobre conocimientos antropológicos generales. Pero hoy, el estudio comparado de los sistemas económicos es mucho más que una necesidad histórica impuesta por la preocupación abstracta de extender el campo de la Economía Política y unificarlo sobre el cuerpo de principios de una hipotética teoría general (Godelier, 1997: 3).

Así fueron numerosas las intervenciones y abordajes etnográficos que se realizaron sobre aquellos comportamientos, prácticas y dinámicas humanas encaminadas a lo “económico” bajo la mirada de las teorías economistas de la época. Ello tiene sus antecedentes histórico-políticos entre ambas disciplinas (antropología y economía), porque la teoría económica encabezaba el eje interpretativo del fenómeno humano en el mundo, subordinando a la antropología a la recolección de datos empíricos de sociedades no occidentales.

La economía pretendió casi siempre proponer análisis cuya validez se postulaba para todo tiempo y lugar. Si bien se ha centrado (tanto en sus versiones ortodoxas como en la escuela marxista) en el estudio de la producción, distribución, circulación y consumo de los bienes y servicios de la sociedad occidental desarrollada, nunca renunció al «imperialismo disciplinar» que le otorgaría la facultad de analizar otras sociedades manteniendo sus pautas interpretativas como elementos innegociables y sosteniendo la universalidad de su esquema explicativo (Demonte, 2015:68).

Inclusive, a mediados del siglo XX se enfatizaba que los alcances teóricos de la disciplina económica eran universales, aplicables para todo tipo de contextos sociales, humanos y no humanos, por ejemplo, en un texto clásico del Premio Nobel de Economía 1970, señala que las cuestiones económicas fundamentales son aplicables a:

[...]toda sociedad, ya sea un estado comunista totalmente colectivizado, una tribu de las islas del Pacífico, una nación industrial capitalista, la familia de un Robinson suizo o el mismo Robinson Crusoe o, podríamos incluso añadir, una colonia de abejas (Samuelson, 1978:21).

Como lo sustenta Godelier, fue esta perspectiva la que coadyuvó a edificar una construcción epistemológica y una predisposición en separar lo “económico” de aquellas otras dimensiones de la vida social dentro de las ciencias sociales, sea cual sea el fenómeno de estudio, la economía es posicionada como un término que adquiere sus propias características conceptuales dentro de la antropología económica, pero siempre dictada por aquella episteme neoclásica que la refiere como todo acto humano encaminado a la racionalización de los medios.

Karl Polanyi, uno de los autores considerados precursor de la antropología económica, reflexiona acerca de lo económico y sus implicaciones en la interpretación de las culturas y las realidades sociales. En su texto *“El sistema económico como proceso institucionalizado”* el autor somete a revisión y análisis el significado teórico que puede conllevar lo económico a partir de dos miradas, la primera definida como substantivista y la segunda formal. Respecto al primero dice:

El significado substantivo de económico deriva de la dependencia del hombre, para su subsistencia, de la naturaleza y de sus semejantes. Se refiere al intercambio con el medio ambiente natural y social, en la medida en que este intercambio tiene como resultado proporcionarle medios para su necesaria satisfacción material (Polanyi, 1976:1).

Respecto del segundo expresa:

El significado formal de económica deriva del carácter lógico de la relación medios-fines, tal como aparece en palabras como «económico» (barato) o «economizar» (ahorrar). Se refiere a la concreta situación de elegir, especialmente a la elección entre los distintos usos de los medios que provoca la insuficiencia de estos medios. Si denominamos lógica de la acción racional a las reglas que determinan la elección de los medios, podemos denominar esta variante de la lógica con el término improvisado de economía formal (Polanyi, 1976:1).

Aunque para este autor la definición esencial y la que deberían utilizar las ciencias sociales en la interpretación de la realidad social, se centra en la tesis substantiva, puesto que esta supone una noción más real, que contempla las particularidades históricas y culturales de los sistemas económicos de cada sociedad. La perspectiva formal para Polanyi es la más criticada, debido a que las dos en primer lugar son diferenciadas y no poseen atributos en común, la primera se basa en la subsistencia y la utilización de los medios naturales y sociales, mientras que la formal funda su afirmación en una lógica racionalizadora de los medios-fines universal en toda sociedad. Lo que se rescata de este debate substantivista y formal, es la propia postura de Polanyi frente al modelo analítico universal racional formalista, para él, representa un modelo limitado en la interpretación social, en medida que se pretende moldear un sujeto económico, cuyas bases son modernas, capitalistas y a priori universal, sin ninguna fuente empírica y elaboradas a partir de categorías a-históricas y eurocéntricas.

Es decir, la teoría antropológica económica formalista estaba basada en sociedades con un sistema o modelo de mercado capitalista, donde la balanza y el juego de precios racionalizaba la postura frente a los medios-fines de toda lógica económica humana, así:

La acción racional se define aquí como la elección de los medios en relación con los fines. Los medios son cualquier cosa adecuada para servir a un fin, sea en virtud de las leyes de la naturaleza o en virtud de las leyes del juego. De este modo, «racional» no se refiere a los fines ni a los medios, sino más bien a la relación de los medios con los fines (Polanyi, 1976:3).

Frente a ello la postura substantivista enfatizaba la diversidad de las instituciones culturales que influían en los sistemas económicos de cada sociedad, lo que sugería la disolución de un “sistema económico universal” por los “sistemas económicos” de cada sociedad, dice Polanyi:

[...]Pero el antropólogo, el sociólogo o el historiador, en el estudio de cada uno de ellos del lugar que ocupa la economía en la sociedad humana, se enfrentaba con una gran variedad de instituciones que no eran el mercado, en las que estaba incrustada la subsistencia humana. Sus problemas no podían ser afrontados con la ayuda de un método analítico diseñado para una forma especial de sistema económico, basado en la presencia de elementos específicos del mercado” (Polanyi, 1976:4)

Esta postura es la que se considera vital para comenzar una re-definición de la antropología económica desde su ámbito sociocultural, porque más allá de la premisa de que toda acción humana que se conciba como económica requiera en su estructura el carácter de subsistencia, si se considera pertinente resaltar que la teorización económica debe ser en términos culturales (los propios de cada sociedad) y no una que exporte modelos explicativos que subordine a otros. Para ello, se refuerza la afirmación de Polanyi, donde todo acto económico es un acto institucionalizado por cada entramado cultural que la sociedad ejecutora determine y no uno universal que busque la racionalización de los medios bajo el modelo del mercado capital:

La institucionalización del proceso económico dota al proceso de unidad y estabilidad; crea una estructura con una función determinada en la sociedad; traslada el lugar del proceso en la sociedad, añadiendo de este modo significación a su historia; centra el interés en los valores, los motivos y la política. Unidad y estabilidad, estructura y función, historia y política deletrean de forma operacional el contenido de nuestra afirmación de que el sistema económico humano es un proceso institucionalizado. La economía humana, pues, está incrustada y enredada en instituciones económicas y no económicas. La inclusión de lo no económico es vital. Pues la religión o el gobierno pueden ser tan importantes para la estructura y el funcionamiento de la economía como las instituciones monetarias o la disponibilidad de herramientas y máquinas que aligeren el trabajo de la mano de obra (Polanyi, 1976:6).

Con ello Polanyi adquiere una postura frente a la definición de la económica formal, y ofrece un modelo de análisis real o substantiva de la economía que surge a partir “del proceso institucionalizado de interacción entre el hombre y el medio, dotándole de esta interacción de manera continuada de los medios materiales de satisfacer sus necesidades” (Polanyi, 1976:5). En este sentido, el término de *institucionalización* del acto económico humano supone la configuración propia que cada entramado humano dota a su sistema económico, perspectiva que este texto rescata.

La antropología económica, una ampliación interpretativa

La concepción de *institucionalización* del acto económico humano posibilita entender lo “económico” desde sus propias configuraciones dependiendo del grupo social y, por ende, amplía el paradigma interpretativo de la antropología económica. Los fenómenos de *tianguis* e *intercambio* en las sociedades mexicanas no están absueltos de ello, son numerosos los grupos humanos en el país quienes institucionalizan sus formas económicas en función de sus valores culturales, sean cosmovisivos,

religiosos, políticos, parentales, simbólicos, etc. Sus expresiones económicas propias son precisamente quienes las fundan como problemas antropológicos, y epistemológicamente coadyuva a ampliar las nociones de estos desde otras disciplinas de las ciencias sociales, enfatizando en su re-vestidura etnográfica.

Se afirma que la elaboración conceptual de la antropología económica ha seguido una línea teórica que descompagina y descontextualiza las prácticas socioculturales de aquellas económicas, como lo sugiere Hugo Trinchero:

La antropología económica nace, así como una interdisciplina, un intercambio de información y conocimientos entre las ciencias económicas y las antropológicas. Intercambio con características particulares ya que desde el comienzo se propone una específica direccionalidad de dicho intercambio: el ajuste de los datos etnográficos a determinadas categorías económicas. [...] Digamos para empezar que en dicho programa interdisciplinario la ciencia económica aporta los conceptos y modelos (teoría) y la antropología estudios de campo (etnografía). (Trinchero, 1998:87).

Se sostiene que economía y cultura no están deslindados, son dos dimensiones de lo social que se edifican siempre en sistemas socioculturales complejos, según lógicas y estructuras que matizan la cotidianidad de los grupos humanos, por eso se asevera que separar ambas dimensiones supone un obstáculo epistemológico en su teorización. Se propone entonces vislumbrar un marco de la antropología económica que consista:

[...]en el rechazo del concepto de un nivel económico separado o de una región acotada de relaciones o actividades sociales económicas. Se cree útil restringir el alcance de lo económico a las relaciones sociales que participan en la producción y reproducción de vida material, a través de la interacción organizada de los seres humanos y la naturaleza. Por último, se propone la idea de que, en las poblaciones humanas, las relaciones materiales no pueden separarse teóricamente de sus expresiones culturales que a su vez, son producidas y toman cuerpo materialmente (Narotzky, 2004:21).

La categoría etnográfica utilizada para argumentar ello se centra en el *intercambio*, un concepto configurado a la aureola de la disciplina económica, pero que arroja evidencias etnográficas donde demuestra que lo económico tiene fuertes vínculos socioculturales. Así lo expresan los actos socioeconómicos del mercado-tianguis de Santiago Mixquitla, lugar donde sus usuarios construyen complejos sistemas de intercambio (mercantil, trueque y la ayuda mutua), donde la práctica económica es influenciada por dinámicas socioculturales, en concreto, por las redes parentales y organizaciones socio religiosas, que funcionan como dispositivos enlazantes de intercambios y sujetos, cuyo escenario se encuentra contextualizado dentro del paisaje cultural del pueblo urbano de San Pedro Cholula.

Aunque en concreto los entramados culturales circundantes a *las redes de parentesco tianguista*, viabilizarán en los próximos capítulos el análisis del intercambio y el tianguis en Santiago Mixquitla como fenómenos integradores del sistema sociocultural de sus actores. Estas *redes parentales* entendidas desde el concepto de *parentalidad*, noción que permite mirar el fenómeno del parentesco/familiar a mejor detalle, pues sugiere aquí “un corpus de comportamientos, relaciones sociales, sentimientos culturalmente pautados y representaciones culturales vinculado a la procreación y la crianza” (Valdés y Vila:2016:4).

En la medida que la familia en afinidad con el intercambio conjetura una unidad de sociabilidad socioculturalmente constituida, con sus propias lógicas de reproducción social, de ahí la variedad en formas y afiliaciones, como el “compadre” o las ahijadas o ahijados en contextos más locales, debido a que también “las relaciones familiares están pues permeadas por normas, valores, percepciones atadas a símbolos y representaciones que en la realidad circundan y se intercambian tanto a nivel del hogar, como a nivel de la comunidad” (Salles, 1991:54). Como se explora en el capítulo IV, la familia tianguista certifica una organización social compaginada con el intercambio, estableciendo no solo lazos consanguíneos y económicos, sino también simbólicos y otras afiliaciones que dicten los caracteres socioculturales de sus integrantes, que busca el desempeño, la integración y la movilidad social en las múltiples dimensiones que la cultura posee. La familia en el tianguis es una de esas dimensiones que edifica ciertas lógicas con relación a las normas de sociabilidad sociocultural, de su institución tianguista. En el tianguis de Santiago Mixquitla, la familia es un agente institucionalizador, porque es mediante esas relaciones de afinidad (sean simbólicas, sanguíneas o de otra índole) que se norma, se logra una reproducción social y se edifica un estilo de vida hibridizado con el intercambio.

De esta manera, el análisis etnográfico del intercambio en Santiago Mixquitla propone sustentar la mirada interpretativa de la antropología económica en las instituciones socioeconómicas de sociedades que no utilizan en su totalidad el modelo capitalista, con su debido nutriente etnográfico, posibilitaría transformar esta subdisciplina en una que ofrezca su propio marco interpretativo y no uno importado del contexto donde el capital mercantil obstruye el timón etnográfico de quienes analizan el suceso económico humano.

El reto no es entonces “ajustar una antropología económica a lo que otra disciplina definió como tal sino, y esto es lo central, recuperar una antropología que, enfocando en la universalidad antropológica [...] situó el hecho económico como una de sus elaboraciones particulares” (Matta, 2012:12). Los estudios antropológicos de la economía deben guiarse siempre de las categorías ejes de sus actores; aquí se propone a la cosmovisión y el sistema de cargos asociados con la producción, la distribución, y el consumo

producidas holísticamente desde las redes parentesco, por ejemplo, sustentarían la ampliación de la mirada teórica y consecuentemente su potencial ontológico en el estudio de complejos sistemas socioeconómicos de sectores indígenas y campesinos en México cuya comprensión es fundamental para repensar las lógicas en cómo lo económico y sociocultural se expresan en los nuevos territorios que se anclan a escenarios macro-globales contemporáneos y otros caracteres de la vida social, la antropología económica se encaminaría a su nuevo horizonte sociocultural.

I.II Estado de la cuestión: aproximaciones cualitativas en torno al tianguis

El presente apartado revisa estudios pioneros y contemporáneos del fenómeno tianguista en México, con el propósito de reflexionar sus postulados y ofrecer una definición antropológica del tianguis, pues se afirma que los autores, trabajos y disciplinas que han abordado las expresiones culturales del tianguis e intercambio en México han descontextualizado las formas económicas de aquellas socioculturales, partiendo en conceptualizar a lo económico como aquella dimensión de lo social compuesta por actos de producción, distribución, circulación, trabajo, espacio, recursos, consumo e intercambio de bienes, que atiende las necesidades materiales y de subsistencia de los grupos humanos, siempre separada de otros ámbitos de la vida social, ejemplo de ello, es la perspectiva dominante de mirar al tianguis como lugar de intercambio estrictamente económico, donde la lógica comercial se centra en conformar extensos sistemas de circulación, venta y distribución de bienes materiales que abastece y llena las necesidades de subsistencia de regiones y grupos humanos rurales, populares e indígenas. Se ofrece un análisis de estas perspectivas y una propuesta conceptual que permita estudiar en su complejidad de funciones y expresiones en panorama humano en los mercado-tianguis de México.

Un mercado de origen prehispánico

Muchos de los primeros abordajes teóricos de los tianguis, como figura de análisis, se realizaron desde su dimensión diacrónica, al ser espacios caracterizados como continuidades socio-históricas de origen prehispánico mesoamericano, han sido el centro de atención de muchos autores que buscan explorar el México antiguo, pues los tianguis fueron centros nodales en la organización social mesoamericana que sufrieron grandes modificaciones e intervenciones a lo largo del devenir histórico del país, pero que continuaron desempeñando su función como espacios focos del encuentro social e intercambio comercial de muchos grupos humanos del territorio prehispánico. La figura del tianguis se elabora como un objeto de estudio histórico y arqueológico, cuya principal característica y aporte teórico circunda en torno a los antecedentes y en la contextualización de las actuales prácticas tianguistas, al ser estas herencia y continuidades socio-históricas.

En el texto, *Del tianguis prehispánico al tianguis colonial: Lugar de intercambio y predicación (siglo XVI)*, de Pascale Villegas despliega varios datos de los tianguis existentes antes y después de la conquista española en la zona del Altiplano Central, en especial de las narraciones, crónicas y códices que existen del tianguis de Tlatelolco en Tenochtitlan, por ello plantea que "el mercado o tianguis era el centro irradiador de comunicación y trueque. Al momento de la Conquista y durante todo el primer siglo de la Colonia los testimonios españoles fluyen e inmortalizan la grandeza, la muchedumbre, los productos y la importancia que tenía el tianguis para los indígenas"(Villegas, 2010: 93), eran los centros de comercio por excelencia de las sociedades prehispánicas, si no es que el único espacio destinado para ello, pues si los usuarios ofertaban sus bienes fuera de las calles, pasillos o muros del tianguis eran sancionados, "en la época prehispánica el mercado era el único lugar donde se podía intercambiar cualquier tipo de mercancías a través de un sistema de trueque bien establecido"(Villegas, 2010: 94).

A diferencia de otros mercados conocidos, los tianguis tenían un carácter religioso, porque el intercambio comercial no se vislumbraba fuera de los órdenes cósmicos y de las deidades que regulaban la vida social; había sacerdotes y figuras religiosas que fungían como representantes y administradores que regulaban los robos y los adeudos, por ello "cualquier persona sorprendida en vender o comprar fuera del espacio sagrado del tianguis estaba condenada a muerte al instante"(Villegas, 2010:94).

Muchos autores refieren que dos eran los principales mecanismos socioeconómicos de las sociedades prehispánicas antes de la conquista, el primero refería a un sistema tributario de prestaciones y producción económica, que sometía a señorías a rendir tributo en especie o servicio. El sistema tributario consistía en un monto de bienes y servicios que pagaban las familias a los líderes locales o jefes de barrio (*calpoleque*), y por medio de esos líderes, al "rey". Existía a mayor escala que era típico en las unidades políticas mayores del México antiguo, "poseía el mismo patrón jerárquico a mayor escala, pues fluía desde los pueblos subordinados hasta las ciudades localmente dominantes y, en el caso mexicana, desde los pueblos dentro del imperio hasta el rey mexicana" (Hassig, 2013: 32-39).

El segundo refería a los tianguis, donde muchos de los objetos tributados arribaban a las ciudades y se distribuían por centros de comercio, donde se llevaban a cabo numerosas transacciones económicas "era en los centros urbanos donde gran número de personas se congregaba para comprar y vender las mercancías que necesitaba en su vida diaria, en las zonas rurales era donde las familias podían vender algunos de los alimentos que producían y comprar los bienes artesanales que necesitaban" (Kenneth, 2013: 31), se establecían grandes mercados, en ciudades como Tenochtitlan, Texcoco y Tlatelolco, estos

se realizaban en fechas alternadas, en ciclos de cinco, nueve, trece y veinte días. Existían mercados de gran amplitud, el mismo Cortés nos relata un poco de su visita al tianguis de Tlatelolco:

Tiene otra plaza tan grande como dos veces la ciudad de Salamanca, toda cercada de portales alrededor, donde hay cotidianamente arriba de setenta mil ánimas comprando y vendiendo; donde hay todos los géneros de mercaderías que en todas las tierras se hallan, así de mantenimientos como de vituallas, joyas de oro y de plata. Hay en este mercado casas como de boticarios, donde se venden las medicinas hechas, así potables como unguentos y emplastos. Hay casas como de barberos, donde lavan y rapan la cabeza. Hay casas donde dan de comer y beber por precio... (Hernán Cortés citado por Piña Chan, 1976: 926).

El tianguis de Tlatelolco, tenía un orden y concierto que fue uno de los varios motivos de la admiración de los españoles cuando arribaron a México-Tenochtitlan. Bernal Díaz del Castillo, uno de los cronistas de la expedición española también nos describe su asombro en la *Historia Verdadera de la Conquista de Nueva España*:

Y desde que llegamos a la gran plaza, que se dice el Tatlulco, como no habíamos visto tal cosa, quedamos admirados de la multitud de gente y mercaderías que en ella había y del gran concierto y mercaderías estaban por sí, y tenían situados y señalados sus asientos (Bernal Díaz del Castillo citado en Villela, 2013: 75).

Como hemos señalado los *tianguis* mesoamericanos eran sumamente complejos e inmensos. En torno a la organización de estos espacios era necesaria una figura de autoridad de ciertos oficiales o jefes, debido a que estos mercados eran gigantescos, "circulaban en el mercado bienes locales y foráneos, es de suponer que acudían mercaderes más allá de las fronteras políticas. El mercado en Mesoamérica tiene la función de integrar diversas regiones al interior del sistema político"(Lameiras, 1989:348). Llegaban muchos comerciantes de tierras lejanas, así como de la propia comunidad, por tanto, era necesaria una figura autoritaria que mantuviera el orden y vigilara que a nadie se hiciera agravio en los negocios, de ahí derivan los llamados *Tianquizpan tlayacaque*, sujetos que se encargaban de la vigilancia y funcionamiento de los mismos." Según Jacques Soustelle, una disputa, un fraude, un robo era ventilado inmediatamente. Existía también un tribunal ubicado en uno de los extremos del mercado, estaba atendido por tres magistrados en turno y la sentencia se pronunciaba sin dilación. Al delincuente se le condenaba a pagar una multa por sus ofensas, consistente en una carga de *quachtli* o pieza de tela que servía como unidad monetaria" (Piña Chan, 1976:927).

Dentro de las operaciones de compra-venta, se encontraba un sistema de intercambio con base en el *trueque* bien estructurado, dentro de este existían diferentes materiales y objetos que funcionaban

como medios de intercambio o unidades de trueque en los *tianguis*. "Se incluían entre éstos, especialmente, granos de cacao, mantas de algodón, hachas de cobre, cascabeles de cobre, cuentas de piedras preciosas, conchas rojas, sal y cañas de plumas verdes rellenas con polvo de oro como formas de dinero"(Berdan, 2013:63), muchos de estos bienes tenían una utilidad práctica de la cual derivaba su valor y su función como moneda, el valor del cacao deriva de su uso como una bebida de la nobleza que sobrepasaba su importancia como medio de intercambio. Los granos de cacao eran entre muchos, los objetos de intercambio más arraigados del México antiguo, "en las fuentes coloniales se menciona con frecuencia el uso de estos granos como dinero. Se señala que el cacao podía intercambiarse por cualquier cosa, fueran productos adquiridos en los florecientes mercados o como pago por trabajo" (Berdan, 2013:64).

Otros materiales, como las mantas de algodón eran utilizadas por los hombres de la nobleza, complementaban a los granos de cacao en los intercambios económicos. Los esclavos eran valuados conforme a esas mantas, se empleaban como restitución en caso de robo y se usaban como medida contra la cual se valoraba cualquier otra mercancía. Las hachas de cobre podían ser desde frágiles objetos tan delgados como el papel hasta más pesados y que podían haberse utilizado como herramientas, los cascabeles de cobre sirvieron como presentes de la nobleza, para adornar ídolos y para acompañar al difunto en su viaje al *Mictlan*; se cree que eran valuados según su tamaño (Berdan, 2013:63).

Durante la colonia, el tianguis fue apropiado por las élites españolas, pues aún fungía como lugar de intercambio por excelencia, era en las plazas centrales de las ciudades novohispanas donde el tianguis albergaba una gama de relaciones sociales de distintos grupos humanos que ahora habitaban el territorio, el tianguis sería "el centro de donde irradie la comunicación, estableciendo a la vez relaciones públicas, económicas, políticas y religiosas. La congregación de un gran número de personas de toda profesión y a veces de todas clases sociales confundidas permitirá evidentemente los intercambios comerciales, pero más que todo volverá posible los intercambios culturales"(Villegas, 2010:100).

Otro factor que nos introducen algunos otros cronistas, como Fray Diego Durán, sobre los tianguis, además de ser espacios donde operan solo compradores y vendedores, es su característica como centro al que se acude a socializar, "Durán nos hace notar dos elementos que después van a aparecer muy claramente y que hoy nos parece fundamentales: ir al tianguis, a la plaza, por el gusto de socializar y para intercambiar"(Argueta, 2016:39), respecto a ello nos relata:

Van allí muchos y muchas que no hacen otra cosa sino pasearse y andarse mirando la boca abierta de un lado a otro, de un cabo para el otro, con el mayor contento del mundo, dado que vayan muchos a comprar y a vender y a contratar según su uso y costumbre el contrato de los cuales era

trocar unas cosas por otras, como hoy en día se usa en muchas partes (Durán, 1880 citado en Argueta, 2016:39).

En este sentido, muchas de las interpretaciones surgidas de las narraciones y testimonios de los cronistas españoles que fungen de materia prima a los postulados históricos y/o arqueológicos poseen una mirada alterna a la propia de los usuarios de los tianguis en aquella época, lo que supondría que muchas interpretaciones fueron trastocadas por las mismas nociones de orden cultural con la que arribaron los occidentales. Aún con ello, se considera en este texto que los abordajes históricos/arqueológicos reconfiguran estas nociones y ofrecen concepciones contextualizadas con las actuales prácticas de intercambio tianguista.

Para cerrar este breve panorama de las formas en las que estos grupos humanos organizaban su vida económica, es evidente que en Mesoamérica se construyó un sistema mercado, que respondía a las necesidades específicas de aquella época y de aquellos grupos, que incluso a la llegada de los españoles y al iniciar la colonia, estos conservaron la estructura comercial y cultural del tianguis debido principalmente a que la población originaria de esta región estaba arraigada a sus formas del mercado y a los bienes que se consumían, argumentando al tianguis como una figura continua que se adapta a nuevas tradiciones culturales.

Una visión funcionalista, el tianguis un sistema de mercados indígena-campesino

Los estudios antropológicos del tianguis en México se inauguran con el texto: *La economía de un sistema de mercados en México. Un Ensayo de etnografía contemporánea y cambio social en un valle mexicano*, de Bronislaw Malinowski y Julio de la Fuente, sus autores se adentran, en la segunda mitad del siglo XX, a la estructura socioeconómica de un sistema de mercados en el estado de Oaxaca, donde desarrollan sus nociones acerca de la función e importancia que revisten los tianguis y mercados, articulados en complejos sistemas de intercambio, que siguen rutas y fechas, para las poblaciones de carácter campesino e indígena de las localidades aledañas a la ciudad de Oaxaca, siendo esta el centro principal del sistema y de poblaciones como de Ocotlán, Tlacolula, Etna, Zimatlán y Zaachila. (Malinowski y De la Fuente, 2005:41)

Tomando como eje de estudio las plazas comerciales (tianguis y mercados) de las localidades para estudiar la economía de una sociedad, los autores disponen distintos datos etnográficos sobre las medidas, las formas de cambio, como los tipos de moneda y transacciones trueque, los bienes, la organización y múltiples descripciones sobre sus habitantes y usuarios, que desarrollan prácticas y una economía que se distingue por operar de forma local. Argumentan que los mercados en México " constituyen el principal mecanismo económico de distribución; revelan la forma en que la gente dispone

de sus productos y adquiere artículos para su consumo; compendia, en suma, la organización económica de cada distrito y localidad. Desde cada hogar, desde cada poblado y área tribal se concurre al lugar del mercado en el día de plaza" (Malinowski y De la Fuente, 2005:37).

Los mercados y tianguis son entonces fuentes de experiencia cualitativa, en los que se puede estudiar los modos tradicionales de la vida, el cambio y el desarrollo de la cultura indígena y mestiza (Malinowski y De la Fuente, 2005:36), pues los refieren como centros nodales en los que participan sobre todo productores de localidades, que ofrecen bienes concretos para las necesidades propias de comunidades campesinas e indígenas, como aquellas actividades agrícolas, las de culto y las religiosas, donde "miembros de muchos grupos sociales llevan productos agrícolas, las artesanías de sus talleres, el producto de una fábrica, una yunta de bueyes, un asno o un caballo" (Malinowski y De la Fuente, 2005:37).

Malinowski y De la Fuente hacen especial referencia en que estos espacios son producto del pasado prehispánico, al detallar algunos bienes y costumbres que se utilizaban en los tianguis del México antiguo como el metate y viejos tipos de vestimenta o las antiguas rutas de comercio que usaban las poblaciones zapotecas hacia el Altiplano Central, sin embargo, enfatizan en que estos usos pertenecen a un estadio no desarrollado de la economía monetaria, en especial porque transacciones como el trueque no utilizan equivalentes universales como la moneda, aunque se observen como refieren los autores, sistemas monetarios de naturaleza extranjera.

El mercado/tianguis entonces se pueden abstraer los procesos de producción, al que se dedica la gente que allí actúa, el que hace y como lo hace, se pueden reconocer los usos y costumbres locales pues es donde todo converge, "el conocer a tales personas en el mercado conduce directamente a los hogares, a las municipalidades y también al estudio de la agricultura, de la ganadería y de la tecnología de los talleres y fábricas" (Malinowski y De la Fuente, 2005:37). En un sentido más económico, se refiere al tianguis como un mecanismo de distribución a gran escala, pues es un mercado semanal que se traslada, y con él variados tipos de bienes, los usos y los comerciantes que distribuyen sus mercancías con fines específicos de primera necesidad, "es el lugar donde los grandes consumidores compran prácticamente todos los satisfactores de sus necesidades económicas, y la mayoría de los consumidores del distrito adquieren por lo menos parte de su abastecimiento" (Malinowski y De la Fuente, 2005:38) por ello se los configura como sistemas mercado, cuya función radica en abastecer y satisfacer la vida material pero también la social, de lugares sociocultural e históricamente enlazados.

Aunque el trabajo de Malinowski y Julio de la Fuente es pionero en realizar un abordaje etnográfico del tianguis en contextos rurales y semi-urbanizados como la ciudad de Oaxaca para la época, su aporte radica en vislumbrar a los tianguis como parte de complejos sistemas de intercambio regional, que integran a variados grupos y formas de producir y distribuir ordenes económicos, refiriéndolos únicamente como mecanismos económicos de subsistencia y no como escenarios donde se anclan otros atributos de lo social. En este trabajo se afirma que esta no es la única característica del tianguis en la vida social, pues epistemológicamente afirman los autores, es difícil vincular los órdenes económicos con otros de orden sociocultural pues supone un problema de carácter teórico, de cómo trazar una línea divisoria entre las actividades económicas y las no económicas, dice Malinowski: "deseamos declarar nuestra convicción de que la mejor forma de este problema desde el punto de vista antropológico, es definir como económica cualquier actividad que esté conectada con los procesos de producción, distribución y consumo de bienes" (Malinowski y De la Fuente, 2005:183).

Ello debido al enfoque funcionalista propio de su recurso intelectual, al mirar a los tianguis desde los escenarios capitalistas y no desde los locales campesinos ¿por qué separar lo económico de lo social? tomando como referente la experiencia etnográfica del tianguis de Santiago Mixquitla, este muestra que lo económico tiene matices culturales, como la producción de ciertos bienes vinculada a la relación parental de muchos comerciantes, a los impulsos religiosos que suscitan ciertas festividades de los barrios propios, donde se encuentran bienes concretos para rendirle culto al santo patrón o a los difuntos en día de muertos. No suscita entonces un problema antropológico deslindar lo económico de lo social, sino la apuesta consiste en vincular lo económico con aquellas expresiones que pertenecen a otra dimensión de la vida social, como un fenómeno que se edifica como parte de una complejidad sociocultural en entramados históricos.

El Tianguis como institución económica y de vínculo mercantil

A finales de los años cincuenta Alejandro Marroquín realiza su aproximación antropológica, al igual que Malinowski y Julio de la Fuente, de los sistemas mercado del valle de Oaxaca, en especial del tianguis semanal de Tlaxiaco en la región mixteca del estado, producto de ello es su obra *La ciudad mercado*, con la mirada del marxismo en auge nacional. En él, plantea que los mercados son ante todo una institución económica de carácter pre-capitalista, que convive con otros sistemas económicos capitalistas, subdesarrollada, semifeudal y de carácter indígena, refiere principalmente a las funciones que este modelo de mercado ha desempeñado para las sociedades indígenas que históricamente lo han utilizado en su vida económica, analizándolo como institución y no como sistema de mercados como refería Malinowski. En este sentido, mientras que para muchos autores la institución descansa en la ideología (la súper - estructura) para Marroquín es la base material, la económica, es el principio fundamental en el que se

desarrolla la institución, otorgándole a la ideología un segundo plano (Marroquín, 1978:10). Cabe señalar que el enfoque de Marroquín también descansa sobre una mirada desde la economía política, de ahí que se afirme que:

[...]al evocarse la economía al estudio de la realidad indígena mexicana, tropiece con instituciones que están en etapa de transición, que constituyen eslabones que unen dos épocas y que prestan una extraña amalgama de principios y de normas que no siendo coetáneos, gozan, sin embargo, de aquella contemporaneidad que señala Pinder para las perturbaciones del proceso evolutivo y que no son en realidad más que las pervivencias de los vestigios de regímenes pasados, junto a nuevas instituciones que apuntan hacia el porvenir"(Marroquín, 1978: 31).

De ello surge la necesidad del autor de vincular el quehacer antropológico con la visión del desarrollo nacional, por ello el esfuerzo de realizar una tipología de los mercados de acuerdo con su integración a la economía nacional (Marroquín, 1978:10). En este sentido, dice Marroquín el mercado es aquella figura "encargada de organizar el aspecto principal de la distribución de los bienes, facilitando el encuentro, en un lugar determinado, de productores y consumidores" (Marroquín, 1978:31). El mercado sirve entonces para satisfacer las necesidades del abastecimiento de aquellas poblaciones cuya limitada habilidad técnica o situación geográfica natural les impida autoabastecerse.

En el caso del tianguis, el autor hace énfasis en que se trata de un mercado de orden indígena "como aparato de distribución destinado predominantemente al servicio de comunidades indígenas que conserva en su estructura una singular combinación de pautas y principios tradicionales, junto con normas típicas de la economía capitalista en mayor o menor grado de desarrollo" (Marroquín, 1978:37) y agrega que el mercado indígena como institución económico-social presenta una estructuración organizativa complicada, que vincula a sus usuarios en un nivel intermedio entre la economía nacional y la comunal local, que reflejan la actividad socioeconómica de una región, para Marroquín el tianguis se organiza en 5 niveles:

- 1).- El Aparato Material: integrado por el lugar (la plaza comercial) donde se realiza el tianguis, los puestos de los comerciantes, las mercaderías y demás instrumentos materiales que sirven de sustento al mercado.
- 2).- El Personal: Del conjunto de personas que asiste al mercado; los comerciantes profesionales, marchantes, paseantes, autoridades, trabajadores, limosneros, etc.
- 3).-Las Actividades: que constituyen el proceso dinámico y viviente de la institución.
- 4).- Las Normas: entendidas como el conjunto de costumbres y de principios que regulan espontáneamente la actuación colectiva de la masa en el mercado.

5).- La Ideología: que comprende todo un conjunto de adaptaciones, interpretaciones e idealizaciones que se proyectan sobre la institución. (Marroquín, 1978:39).

La imbricación de estos cinco elementos es lo que constituyen los mercados y tianguis indígenas en contextos específicos. Por último, posiciona a los tianguis como parte de un sistema socioeconómico indígena-precapitalista que convive con otro semi-feudal caracterizado por la producción artesanal y las actividades agrarias, que retrasan al sistema capitalista subdesarrollado enmarcado en las actividades nacionales de la industria, lo mercantil y lo agrícola.

El enfoque de Marroquín supone entonces posicionar a los tianguis como centros de subsistencia indígena, que se ven enmarcados en un orden progresivo de desarrollo económico capitalista, que busca el desarrollo de una economía nacional basada en la acumulación de la riqueza. Este trabajo considera que los tianguis contemporáneos desde luego conviven con las lógicas de otros sistemas socioeconómicos pero nunca a la luz de esquemas y jerarquías del progreso, sino como mecanismos, configuraciones y estrategias socioculturales que buscan abrirse paso ante lo global y lo externo, el tianguis mexicano no representa solo un centro de abastecimiento material para aquellos grupos incapaces de, en palabras del autor, autosatisfacerse, sino ante todo compone uno, de los muchos escenarios de reproducción sociocultural de una sociedad determinada, que se manifiesta a través del intercambio.

Otro autor que vincula el tianguis con las dinámicas nacionales es Luisa Paré, ubicándolo como un puente social entre economías de carácter indígena con una industrializada a nivel nacional. Definiéndolo como "el mercado local o regional donde se reúnen los productores directos, agricultores o artesanos, a intercambiar sus productos, y algunos comerciantes especializados que aseguran el intercambio de productos entre regiones de distintos recursos naturales y diversas especializaciones económicas"(Paré, 1975:85); es la principal columna en donde conviven dos sistemas socioeconómicos: el campesino-indígena y el industrializado desarrollado, caracterizando al primero como una economía mercantil simple y al segundo como capitalista nacional. El tianguis es donde "acude el campesino para vender los artículos de su tierra o de su trabajo y adquirir las mercancías de origen agrícola e industrial que el ya no produce" (Paré, 1975:85).

Sin embargo, también refiere al tianguis como un lugar asimétrico, pues si bien es un escenario donde convergen lo campesino y lo capitalista, en el intercambio se manifiestan de forma desigual, donde la lógica industrializada configura el valor comercial en sus propios términos, formas distintas entre los bienes y el trabajo que desarrolla el campesino, coadyuvando a una diferencia de equivalentes en las

transacciones e intercambios comerciales. Aún con ello, el tianguis desempeña su función como el enlace de las comunidades no capitalistas con el mercado nacional, dice Paré que posee una doble función " a) Extraer los excedentes regionales para su redistribución en el mercado nacional; b) Incorporar al mercado interno al campesinado a través de la distribución de productos de origen industrial"(Paré, 1975:86).

El tianguis, desde esta perspectiva, adquiere la forma de un mecanismo económico, que sustenta la distribución de los recursos regionales, pero también el medio por el cual se obtienen otros ajenos, tanto en su forma natural como en la cultural. Fernando Cámara-Barbachano también describe al tianguis como esfera de distribución prioritaria entre regiones económicamente unidas, lo define como "sitio de distribución preponderantemente de productos perecederos, con la presencia de rescatones o regatones, y mercaderes y comerciantes ambulantes que concurren en plazas de lugares y días fijos... con la participación de una considerable población mestiza"(citado en Arellanes y Casas, 2011:98). Es en estas plazas o tianguis donde se reúne la población de la región e intercambia cosas que no puede producir o conseguir en sus lugares de origen, donde agrega, se utilizan formas de cambio como trueque.

Los mercados campesinos, como comunidades recíprocas

John Durston, durante los años setenta, realizó su trabajo sobre los mercados campesinos del centro de Michoacán, aunque su principal objeto de estudio fue el comportamiento social en torno a la organización de la actividad económica, ofrece descripciones y datos en torno a los mercados y tianguis de la zona, donde se analizan las estrategias mercantiles de los productores y comerciantes campesinos en un contexto regional (Durston, 1976:15). Para él la organización social es "la reglamentación de las relaciones sociales mediante actos de elección y decisiones" (Durston, 1976:15), por lo que la organización económica de los comerciantes esta forzosamente normada según lo socialmente establecido en los lugares de interacción socioeconómica, a base de las restricciones y la toma de decisiones; por ello argumentan que para entender las estrategias mercantiles de los productores e intermediarios individuales, es necesario echar una mirada a las restricciones y las oportunidades que presenta el sistema total regional de comercio en productores campesinos y la estructura social de las comunidades campesinas"(Durston, 1976:15). Por tanto, las formas de cambio, los bienes y las dinámicas de producción, distribución y compra-venta están matizadas por la estructura social regional de sus usuarios.

Detalla al mercado como comunidad reciproca en el que los sujetos, a pesar de los contextos de desigualdad social, "limitados recursos y el tenue límite entre un ingreso de subsistencia, la bancarrota y los consiguientes riesgos los comerciantes del mercado... encuentran mil maneras de conservar su capital, sus ahorros, inversiones y seguridad" (Durston, 1976:111).

Donde mucha de la actividad y estructura económica de estos sujetos está estrechamente sostenida por las relaciones sociales existentes entre ellos, lo que contribuye a que la estructura social del tianguis y/o mercado se matice con la organización social del pueblo campesino, importando las relaciones sociales existentes al ámbito comercial, y añade "los lazos básicos y más duraderos entre los comerciantes profesionales del mercado son los lazos de parentesco. padres, hijos, hermanos, marido y mujer y especialmente los parientes por afinidad, operan técnica y oficialmente negocios mercantiles separados, a veces a gran distancia una de otra dentro el mercado" (Durston, 1976:107).

En este sentido Durston añade otro nivel antropológico al estudio del tianguis y al análisis de las relaciones socioeconómicas, al referir que son los lazos sociales, en especial los constituidos por la familia, los que sostienen la estructura socioeconómica del intercambio y del sustento del sistema socioeconómico de toda una región, vinculando parentesco y comercio con las ideas de reciprocidad y tianguis en lugar de solo un centro de abastecimiento económico como lo refieran Marroquín y Malinoswki. En cuanto a las dinámicas de orden económico, Durston menciona que el comercio del mercado implica distintos tipos de operaciones mercantiles, empezando por diferenciar entre centros locales de mercado y centros urbanos intermedios:

Para el productor campesino y su mujer, puede ser un complemento al ingreso derivado de su producción, mediante una función ocasional de intermediario. Para los vendedores de tiempo completo, sin tierras y sin capital, puede no ser más que un desempleo disfrazado. Para unos cuantos, sagaces y afortunados, puede ser el instrumento para mejorar, el comerciante de tiempo completo del mercado se protege contra los gajes del oficio creando múltiples relaciones de ayuda mutua que en muchos aspectos, son la imagen viva de las relaciones típicas de la organización social de los pueblos indígenas de la región y que hacen del mercado una comunidad por propio derecho (Durston, 1976:111).

Para Martin Disskin y Scott Cook, los mercados también reseñan a la comunidad local y campesina, al adentrar sus estudios en los sistemas de mercados en Oaxaca, son las plazas las que funcionan como importantes centros de reunión social de grandes sectores rurales, así como sitios donde convergen otros grupos y clases étnicas, por lo que constituyen un espejo que refleja la dinámica sociocultural de la sociedad regional. Dicen los autores "el estudio de los sistemas internos de mercado es un medio para trascender la comunidad, es decir, para comprender mejor cómo encaja dentro de la región y el país" (Disskin y Cook, 1975: 16), son sitios donde se pueden rastrear las complejidades sociales de las sociedades en las que se ubican socioculturalmente, son estos estudio internos de mercados los que otorgan una perspectiva más amplia de e imaginativa de las ocupaciones, clases, regiones y grupos de poder dentro de los entramados; son estos mercados los que sostienen el sistema de distribución de bienes de una población, repartida entre el consumo regional, en cierto modo, dicen los autores, la producción y la distribución son aspectos de un solo sistema y subsistemas de estructuras socioculturales

más amplias (Durstun, 1976:17). Esta idea, parece acertada, el abordaje sociocultural del tianguis representa una entrada a los tejidos sociales de una región, por ejemplo, entender las formas en las que se produce el durazno de temporada en el tianguis de Santiago Mixquitla, es un método de arranque para conocer la organización parental de los pueblos originarios de los productores directos, porque de ahí se anclan a entramados sociales que se matizan en la cotidianidad del pueblo.

Otro aspecto que afirman los autores es la función de aquellas plazas de tianguis, centrada como escenario donde ocurren todo tipo de intercambios, sociales y económicos ejecutados por una diversidad de actores, donde el tianguis semanal atrae a distintas clases de grupos y etnias "donde pueden adquirir una gran variedad de mercancías y servicios y cada semana se repite, por así decir, la composición social y económica de toda la región"(Durstun,1976:80). Planteamiento similar lo ofrece Herbert M. Eder que considera a los tianguis como "microcosmos que contienen un conjunto representativo de ambiente regional. Son una exhibición comprimida de la economía, de la zona, su tecnología y sociedad, en otras palabras, de la forma local de la vida" (Eder, 1975:100). Son tejidos y redes de interacción sociocultural entre regiones y pobladores de distintas etnias, donde se abastecen de bienes y complementan la vida social cotidiana.

Estudios antropológicos contemporáneos del tianguis

Como parte de los estudios etnográficos más recientes sobre el tianguis, encontramos el texto: *El Mercado/tianguis la Purísima Tehuacán, un acercamiento etnográfico*, de Ernesto Licona Valencia, Ivett Pérez Pérez y Joanna P. Aceves Fabián que exploran, analizan y proponen nuevas categorías y enfoques teóricos-metodológicos sobre los *tianguis contemporáneos*, el escenario de este trabajo es el mercado/tianguis *La Purísima* ubicado en la ciudad de Tehuacán cuya región se caracteriza por su alta población nahua, popoloca, mazateca y mixteca de la región, convirtiéndola en un área pluriétnica de unos 650 mil habitantes (Licona, Pérez y Aceves, 2015:9). Proporciona descripciones sobre los actores, los sistemas de intercambio operantes como el trueque, el mercantil y el socializante, así como de los espacios y las representaciones sobre el maíz que se expresan y se configuran dentro del mercado/tianguis, sin embargo, a diferencia de otros trabajos, introducen el enfoque sociocultural, definido así por incluir otros aspectos de la vida social dentro del análisis de los *tianguis*, así los autores refieren en su parte introductoria, que los estudios antropológicos sobre el tianguis y el mercado en México siempre han privilegiado una visión económica sobre las dinámicas sociales que se realizan en estos lugares, pues lo económico detalla al tianguis como un microcosmos financiero, que forma parte de la economía local y regional insertada de manera desigual en la nacional y global, entendiéndolo siempre como un sistema de abastecimiento y/o distribuidor de bienes, y como un lugar donde se despliega el intercambio mercantil y no mercantil.

Con ello, el enfoque sociocultural obliga a los autores a ver, pensar y analizar conjuntamente los procesos, dinámicas y expresiones del intercambio económico junto con aquellos de carácter cultural, "planteamos que las relaciones económicas constituyen una transacción en la que sujetos específicos acuerdan el bien y el valor a intercambiar en el marco de un contexto sociocultural determinado" (Licona, Pérez y Aceves, 2015:9).

Así se incrusta a la lengua, el parentesco, el origen étnico, el entorno natural, el orden administrativo, la preferencia política y otros elementos de carácter sociocultural en el abordaje antropológico del *tianguis*, pues se afirma que el intercambio comercial estrictamente económico no existe, las transacciones que los actores del mercado/tianguis realizan siempre están empapadas e intervenidas por órdenes de perfil sociocultural. Interpretan al tianguis como un todo "complejo económico-sociocultural que integra sistemas de intercambio trueque y socializante como mecanismos de subsistencia y de relaciones sociales de sectores marginales que construyen una institución económica"(Licona, Pérez y Aceves, 2015:10).

En este sentido, los autores recogen y muestran datos etnográficos del mercado/tianguis de La Purísima como un sistema de intercambio híbrido estructurado por tres subsistemas(mercantil, trueque y ayuda mutua) entendiéndolo también como un lugar en que se configuran distintas disposiciones económicas en la que diversos sectores sociales marginales construyen tácticas de subsistencia matizadas socioculturalmente que hacen frente, se adaptan e insertan a otras en un contexto nacional y globalizado, planteando que las relaciones económicas se transforman en transacciones en donde los actores acuerdan el bien y valor a intercambiar en un contexto sociocultural específico, por lo que se afirma que al instituir un sistema de intercambio híbrido se coadyuva a que los espacios, las medidas, los intercambios y sujetos sean heterogéneos.

Así, *El Mercado/ tianguis la Purísima Tehuacán, un acercamiento etnográfico* es un texto que logra insertar nuevas formas de interpretar, desde la antropología con un enfoque sociocultural, a los mercados y tianguis definidos y entendidos como espacios de intercambio heterogéneos y sobre todo como un complejo económico-sociocultural institucionalizado que logra rendir su función como una opción de subsistencia, en la que sectores marginales logran su reproducción social y supervivencia cotidiana.

La biodiversidad y los tianguis: una mirada biológica a la economía campesina

Los estudios contemporáneos de los mercado-tianguis en México también han sido abordados desde otras disciplinas en las ciencias exactas, las que destacamos aquí se centran en las miradas de la etnobiología, que han incursionado con diversos estudios en lo que va del siglo XXI en los tianguis

mexicanos. El objetivo de la mayoría de estos estudios se centra en atender e “indagar las relaciones del hombre y la utilización de su medio” (Argueta, 2016:41), en especial el aquel etnobotánico.

En su texto *El estudio etnobiocológico de los tianguis y mercados en México*, Arturo Argueta Villamar analiza dos de los enfoques bajo los cuales han sido abordados los estudios de tianguis y mercados populares, los etnobiocológicos y antropológicos, donde se refiere los principales cronistas e investigadores de los tianguis del siglo XVI, que narraron y las comparaciones que hicieron con lo que había en España en esa misma época. También se hace un breve recuento de los estudios de tianguis y mercados en México en el siglo XX (Argueta, 2016: 38). En primer lugar menciona y plantea al tianguis como aquel lugar dedicado a la economía indígena-campesina por excelencia en el país, como espacios que condensan prácticas tradicionales del México antiguo, haciendo énfasis de que se trata de un conjunto de lugares dedicados a las relaciones de carácter recíproco, es decir, los tianguis como aquella entidad donde se expresa la forma tradicional de la reciprocidad, que es ancestral e involucra relaciones entre los pueblos, lo natural y lo sagrado (Argueta, 2016:39).

El tianguis para Argueta es un espacio que condensa prácticas de reciprocidad, la realización de estas figura como una acción humana encaminada a la reproducción cultural y biológica del etno y ecotorno, menciona que estas son fundamentales, un elemento sustancial de la diversidad biocultural en México, pues la reciprocidad en los tianguis supone un acto de resistencia y vía alterna ante contextos de “explotación de los pueblos”, permite la continuidad y reproducción de la biodiversidad en las regiones naturales y de las poblaciones humanas tradicionales a lo largo de sus trayectorias histórico-sociales, “ante contextos de asedio y destrucción, durante la situación colonial y subalterna” (Argueta, 2016: 39). Este planteamiento supone para Argueta que los tianguis-mercados y el intercambio social de este tipo de sociedades son ante todo una propuesta de resistencia frente a contextos de crisis social, los mercados trueque, por ejemplo, representan movimientos alternativos, autonomías y antisistemas, aunque no todos son respuestas sociales ante crisis y se matizan como continuidades de tiempos remotos.

Argueta hace especial énfasis en la importancia del tianguis mesoamericano en las actuales expresiones tianguistas contemporáneas, respectivo a tres estados de la república mexicana: Oaxaca, Puebla y Michoacán, sostiene que “los tianguis mesoamericanos poseen numerosos elementos socioculturales que le dan continuidad a dichos espacios en México con la distinción, de que hoy en día se incorporan diversas nuevas especies de vegetales, animales y hongos en el intercambio social de estos sitios” (Argueta, 2016: 49), se afirma que los tianguis y mercados de estos estados son los más diversos y “tradicionales” en comparación a otros, porque estos están situados en ecosistemas con una amplia

diversidad biológica, en exclusivo aquella botánica en semillas, hojas, raíces y plantas enteras, “es la biodiversidad la que sostiene a los pueblos, y los pueblos a la biodiversidad”(Argueta, 2016:49) donde la presencia de los tianguis y su diversidad social es forzosamente delimitada por las características del medio o ecosistema, pues dice:

Si consideramos que los asentamientos de los pueblos en México se ubican entre el nivel del mar y los 3000 metros de altura, entonces los espacios situados entre los 1500 y los 1600 msnm, son los sitios privilegiados para el establecimiento de grandes tianguis y mercados, justamente por conjuntar la gran riqueza de los pueblos “arribeños” y “abajeros” (Argueta, 2016:41).

En cuanto a este aspecto, se considera pertinente resaltar la noción del autor respecto al factor biológico como un influyente social en el marco de práctica colectiva en los tianguis, en especial de la práctica recíproca, porque se contextualiza en términos socioculturales y biológicos la actividad humana que ahí yace. Por supuesto que las características ecológicas y del medio ambiente influyen en la construcción social de muchos elementos culturales de estos, como los bienes que se ofertan, la forma de producirlos y el tipo de consumo que se edifica circundante a estos, en este sentido no se procura concebir al mercado-tianguis, como un espacio aislado del medio donde surge, pues también es una adaptación cultural que intercambia con el medio natural:

La profusión de especies vegetales presentes tales como semillas, hojas, raíces, plantas enteras, posiblemente las más abundantes en cuanto al número de puestos y vendedores, provenientes de los cultivares, huertos familiares o bosques, siempre son muchas más que las especies animales que también concurren al mercado, así como las numerosas especies de hongos, sobre todo en la estación de lluvia, todo lo cual pone en relieve la riqueza ecológica y biocultural de los pueblos originarios de México, quienes acuden a vender, comprar y muchas veces a intercambiar tales productos (Argueta,2016:39).

El tianguis surge entonces como el medio cultural por el cual las sociedades campesinas e indígenas del país logran incentivar un intercambio recíproco con su medio natural. Rescatamos la postura en la cual se concibe al tianguis como un dispositivo que posibilita la reproducción cultural y ecológica de sus propios medios.

El mercado-tianguis, una institución económico sociocultural heterogénea

Los acercamientos conceptuales clásicos y contemporáneos de la antropología y otras disciplinas dejan entrever, desde distintas miradas, la complejidad humana que habita en las estructuras sociales de los tianguis campesino-indígena en el país. Sin embargo, como se revisó anteriormente, se afirma que la mirada interpretativa del tianguis debe de ser integral en función de sus dispositivos y sistemas culturales

que responden a la diversidad de sus actores operantes y no bajo la mirada económica estricta, que nubla su interpretación bajo parámetros y categorías del mercado capital-mercantil.

En este sentido se define al mercado-tianguis como una institución económico-sociocultural heterogénea, en la medida que como institución, refiere a la configuración cultural que diversos sectores sociales inscriben en los dispositivos y procesos socioeconómicos; así la cosmovisión, el parentesco o la organización socio religiosa fundamentan un papel normativo del intercambio, la distribución y el consumo de bienes y actores sociales dentro de la actividad humana de un mercado tianguis, como se abordará en el capítulo III al indagar en la composición sociocultural del mercado-tianguis de Santiago Mixquitla. Además, a esta definición se le inscribe su carácter heterogéneo, puesto que los mercados-tianguis son producto socio-histórico de la confluencia de distintas tradiciones, desde su tiempo prehispánico hasta el contexto globalizado, suponen escenarios donde también se hibridan prácticas y actores sociales. Con ello, el factor institucionalizante del mercado-tianguis y su condición heterogénea condiciona a entrever al mercado-tianguis más allá de su condición económica, y obliga a distinguir sus ajustes socioculturales, ofreciendo un panorama contextualizado y rico en nutriente etnográfico, su mirada antropológica que este texto utiliza.

I.III El intercambio desde la economía y antropología

Este apartado resalta las propiedades teóricas del *intercambio*, en su amplia conceptualización dentro de las ciencias sociales se busca categorizarlo como un insumo antropológico en la interpretación de la vida socioeconómica, más allá de su esfera analítica en los contextos del mercado occidental capitalista. Se subraya que la génesis interpretativa del *intercambio* se remonta a su visión *económica neoclásica*, como concepto clave y referido en los estudios del mercado occidental, como aquella interacción que suscita el cambio de bienes, sea vía cambios sin mediar moneda o con ella, que intercede formas de interacción económica, porque el acto del intercambio supone el encuentro entre dos tipos de sujetos, un vendedor o el que oferta y aquel que consume, ambos relacionados por la transacción.

Sin embargo, la aproximación etnográfica realizada en el mercado tianguis de Santiago Mixquitla sugiere que el *intercambio* en su configuración cultural reviste matices de la vida religiosa y parental de sus operantes, como se analiza en el capítulo IV, en la conformación de diversos sistemas de intercambio en la obtención de bienes, no solo materiales, sino también simbólicos y culturales. Se enfatiza que el intercambio reconfigure su noción económica por una antropológica que contemple la vida social de quienes lo utilizan cotidianamente, y no a la luz de las disoluciones teóricas hegemónicas económicas.

El intercambio en la esfera económica

Una primera definición de *intercambio* elaborada por Timothy Earle subraya el dominio de la dimensión económica en su teorización, refiere: “el intercambio como la distribución espacial de materiales de mano a mano y de grupo social a grupo social” (Earle, 1982). De esta tesis, se substraer al intercambio como un dispositivo económico de la distribución material entre individuos y entre grupos humanos, que acuerdan equivalencias y estrategias en las transacciones, pero siempre en términos físico materiales reguladores de la subsistencia humana, así el intercambio:

Constituye una actividad económica específica involucrada en la obtención de materias primas y bienes, la producción y la distribución de productos, a la vez que resulta el aspecto económico de otros campos de actividades de la sociedad que no son específicamente económicos, pero que obtienen sus medios materiales para existir precisamente del intercambio (Lazzari, 1995:23).

Esta perspectiva sostiene que el *intercambio* solo pertenece a la dimensión social económica y que subordina en términos materiales a otros caracteres de la vida social, como el simbólico. Para Max Weber por ejemplo "la teoría del intercambio está estrechamente relacionada, en términos de la consolidación histórica del sistema capitalista, con la función que él otorgara al dinero, dada la manera como observó que aquel llegó a convertirse en Europa, en el mecanismo privilegiado para hacer posibles las intermediaciones comerciales de una forma distinta a como se habían hecho en otras épocas en diversas sociedades"(Trujillo y Álvarez, 2010:142). El *intercambio* surge entonces como el pretexto conceptual para analizar el devenir de subsistencia de las sociedades europeas, en su mayoría, los estudios que se concentraban en el intercambio tenían dos finalidades: la primera consistía en estudiar las transformaciones o adaptaciones económicas que las sociedades occidentales habían sufrido para configurar el modelo económico por excelencia: el mercado capitalista y la segunda encaminada al análisis comparativo de formas de cambio de sociedades externas a occidente:

Mercado e intercambio son así en Weber (2001) asuntos especiales en su propósito de explicar el cambio de mentalidad en Occidente, pues según desveló, solo allí se desarrollaron recorridos particulares que no se presentaron en ningún otro lugar del planeta para la época en que ello ocurrió en Europa. De este modo ni en China, India, Japón, Corea, ni en ningún otro territorio se conjugaron aspectos particulares que favorecieran el surgimiento en pleno del modelo del sistema de mercado occidental; fue solo en las ciudades europeas donde, según él, se forjaron y aceptaron las estrategias que hicieron posible la apropiación de los medios materiales de producción por parte de algunos comerciantes e inversores (Trujillo y Álvarez, 2010:149).

De esta manera, la explicación estrictamente economicista del *intercambio* lograba en la mayoría de los estudios de la época, desarticular el sentido social del intercambio en sociedades, por ejemplo, con lógicas de subsistencia recíprocas, porque ante todo se buscaba una interpretación cuya causa reflejara la

necesidad de los sujetos por conseguir lucro, ganancias o beneficios unos a otros. Por ejemplo, la interpretación del trueque como forma arcaica de intercambio utilizada como transacción predecesora a la aparición del dinero, vislumbraba la necesidad del postulado económico por encasillar sus formas sociales a la explicación neoliberal:

La ausencia de dinero constituía a los ojos de los economistas ortodoxos, una muestra del estadio subdesarrollado de esta estrategia económica de la que, por ejemplo, Marchal (1959) y Meillassoux (1977) señalaban que no obedecían a imperativos económicos, sino a una lógica primitiva, porque no era concebible una economía sin espacios destinados específicamente a la compra-venta, sin dinero, ni lógica comercial (Contreras, 1981: 9)

Es importante señalar que el dominio de la teoría económica en la interpretación cultural del intercambio tiene sus antecedentes político-históricos, como se señala “según Latour y Lépinay (2008: 137) la economía como disciplina inventada en el siglo XVIII no descubrió la materia de sus estudios, sino que la fue creando y organizando a la manera de los conquistadores que a su paso nombran e inventan la realidad. En este sentido, el filósofo francés propone comprender el proceder de la ciencia y los científicos, en este caso la economía, como un proceso de colonización de la realidad y no cómo un ejercicio de exploración o indagación neutral” (Argueta y Cortez, 2016: 80).

En este sentido, el término del intercambio dentro de la teoría de la económica clásica alude a aquel fenómeno que complementa los procesos económicos de producción, distribución y oferta en la transacción de bienes del sistema capitalista, por ello es un concepto circundante a la noción de la vida material de las sociedades, cargado de un significado económico, se considera que el sentido que le dota la teoría económica no contémpnenla los rasgos socioculturales del intercambio como fenómeno.

El intercambio social

Otro eje interpretativo del *intercambio* es elaborado por George C. Homans y Peter M. Blau definiéndolo como “toda la conducta humana social, es decir, toda aquella que se da entre dos personas que interactúan espontáneamente es un intercambio: una relación entre dos personas se da si ambas esperan obtener recompensas de ella y se mantiene si sus esperanzas se confirman” (Morales: 1978:131). Esta definición, por el contrario de la económica, nos ofrece un panorama más amplio del intercambio como categoría de análisis, pero, aunque expande su visión fuera del sentido estricto e instrumental de la subsistencia económica, deja entrever al intercambio como un asunto de escala individual personal que se conjetura espontáneamente a uno social.

De esta manera, el atributo que dota al intercambio de su utilidad social y afirma su perspectiva secuencial individual a social es el valor, entendido como aquel deseo medido por el grado de esfuerzos colectivos o individuales por los que se esté dispuesto a dialogar, es decir, que según el grado y el tipo de deseo es posible configurar las relaciones de intercambio, que pueden concluir procesos positivos o negativos para los intermediarios:

El número de actividades a intercambiar es prácticamente ilimitado, pero lo que importa en el intercambio social no son las actividades específicas, sino una característica que todas poseen: el valor, que se define como el «grado de refuerzo o castigo que una persona deriva de una unidad de (actividad) y que, por tanto, puede ser positivo o negativo (Morales: 1978:131).

Por otro lado, en la definición de Blau la mayoría de las relaciones sociales consecuentemente podrían ser interpretadas como intercambio, pero admite que no todas las conductas humanas de este tipo pueden ser intercambio, por ejemplo, aquellas de orden jerárquico y de subordinación, donde uno de los actores esta contra su voluntad y que intermedian estratos de poder como factor estructurante, donde no queda elección más que aceptar los términos desiguales de los acuerdos individuales y sociales. La definición no da suficiente énfasis a una característica que distingue al intercambio de las relaciones sociales que implican un desequilibrio entre los dos actores: el «status» y el poder. Estas son relaciones unilaterales que surgen del intercambio, pero son más elaboradas que él. (Morales: 1978:132). También supone que dentro de estas conductas sociales que no son intercambios, en su parte se debe a que proceden de entramados primitivos o pos formas de intercambio social:

Algunas son más primitivas y anteriores al intercambio propiamente dicho y otras más elaboradas y posteriores al mismo. Así, una asociación entre personas obedece a una simpatía y aprobación social mutua, que están basadas en la esperanza de obtener recompensas, pero que en sí misma no constituye un intercambio, porque la aprobación social al ser intercambiada pierde su valor, pues deja de ser sincera y genuina. (Morales: 1978:131).

La versión de *intercambio* que supone Blau es entonces una suerte de juego voluntariante, son las acciones o actividades encaminadas de los individuos, que de alguna u otra forma esperan resultados beneficiosos a la hora de acordar un intercambio, es decir, las personas se asocian por simpatía y afinidad, con relación a sus intereses posibilita que se puedan configurar relaciones de intercambio.

Lo que se sustrae de esta afirmación es su amplitud conceptual, en sentido de que el intercambio puede tener diversificadas causas por las que se manifieste, lejos de pensarlo como un fenómeno instrumental estrictamente del ejercicio económico, pero se añade, que son solo las voluntades individuales las que posibilitan los intercambios humanos, sino también los contextos y los posicionamientos socioculturales de quienes lo ejerzan.

La antropología y el intercambio

En el ámbito antropológico, los estudios centrados en el *intercambio* subrayan las nociones e instituciones culturales de sociedades distintas a las occidentales, y como estas influyen en la conceptualización antropológica del intercambio. Marcel Mauss, por ejemplo, estudia el *intercambio* tribal y lo reconfigura como concepto etnográfico a partir del *Don* o desde el regalo como disposición económica del devolver:

No son los individuos, sino las colectividades las que se obligan mutuamente, las que clanes, tribus, familias, que se enfrentan y se oponen, ya sea en grupos que se encuentran en el lugar del contrato o representados, por medio de sus jefes o por ambos sistemas. Lo que intercambian no son exclusivamente bienes o riquezas, muebles e inmuebles, cosas útiles económicamente, son sobre todo gentilezas, festines, ritos, servicios militares, mujeres, niños, danzas, ferias, en las que el mercado ocupa solo uno de los momentos, y en las que la circulación de riquezas es sólo uno de los términos de un contrato mucho más general y permanente" (Mauss, 1989:68).

Para Marcel Mauss el *intercambio* social en sociedades no occidentales esta enlazado con la reciprocidad, interpretándolos como *Dones*, y los incorpora a lo que el definió como *el sistema de prestaciones totales*. Señala que el intercambio no es un asunto estrictamente de carácter económico, pues no se cambia solo para satisfacer la vida material, también la mental y la simbólica, por ello dota de una connotación antropológica al fenómeno del intercambio.

En esta medida, la explicación que ofrece Mauss supone un sustento etnográfico que las leyes económicas del mercado no contemplaban: los fenómenos socioeconómicos en las llamadas sociedades arcaicas eran, en términos de Mauss, *hechos totales*. Esta concepción llama a entrever a las manifestaciones culturales como totales, es decir, compuestas en su expresión por entramados, instituciones y manifestaciones socioculturales propias, y no como las veían o analizaban las leyes de las disciplinas económicas, aisladas:

En esos fenómenos sociales "totales", como proponemos llamarlos, se expresa a la vez y de un golpe todo tipo de instituciones: religiosas, jurídicas y morales –que, al mismo tiempo, son políticas y familiares–; económicas –y éstas suponen formas particulares de la producción y el consumo o, más bien, de la prestación y la distribución–; sin contar los fenómenos estéticos a los que conducen esos hechos y los fenómenos morfológicos que manifiestan tales instituciones (Mauss, 1989:70).

De igual forma Bronislaw Malinowski explora un sistema de intercambio en las islas Trobiand, Nueva Guinea, donde reconceptualiza, aunque aún con un enfoque económico el intercambio, puesto que subordina los órdenes sociales respecto de los económicos que los isleños le otorgaban al *Kula*, sin embargo, el intercambio se caracteriza como religioso y comercial de brazaletes con fines socioculturalmente establecidos. Realiza sus tesis en torno al modo de vida de los trobiandeses, y específicamente analiza el sistema de intercambio denominado *kula*:

Se centra en demostrar que este sistema es una institución que enraíza la vida tribal, desde las acciones cotidianas hasta las grandes festividades. El intercambio fundado en un sistema complejo de retribución, obligaciones y contratos rige la vida de la tribu (Noceti, 2013:75).

Al igual que Mauss, Malinowski conecta intercambio con reciprocidad, aludiendo que este intercambio entre islas y comunidades tribales es configurador de la vida social de sus sujetos, el *intercambio* para Malinowski no representa un asunto estrictamente económico, sino que este está matizado por otros aspectos de la vida social tribal, como el religioso, pues se intercambian brazaletes y ornamentos ceremoniales que tienen otra intención y otra función en las islas Trobiand.

Aunque estas posturas clásicas de la antropología dejan entrever al intercambio como algo más allá de una transacción económica, que en su estructura social demarca una complejidad de instituciones y organismos culturales, la definición que este texto recupera es la de Juan Pablo Matta porque expresa el problema teórico y metodológico por el cual pasa el concepto del intercambio al estar sujeto a las ontologías economicistas, las cuales lo posicionan como un término ineficaz ante las realidades contemporáneas.

El problema antropológico del intercambio ha sido históricamente y disciplinalmente subsumido a una de sus expresiones particulares; la economía. La riqueza conceptual que originariamente tuvo este concepto ha resultado en reiteradas ocasiones circunscripta y de esta forma reducida en su amplitud analítica” (Matta, 2012:19).

Como lo propone Matta, el intercambio como objeto de estudio social ha sido subsumido al ámbito de lo económico, debido a las circunstancias socio-históricas en las que se desarrolló la antropología y la economía como disciplinas que definieron a este; por ello se considera que la propuesta de Matta al antropologizar al intercambio dotándolo de otros elementos sociales más allá de lo económico es pertinente, porque permite pensarlo como problema de naturaleza sociocultural.

De esta manera, este texto entiende por intercambio: “como la relación total, simbólicamente

elaborada y etnográficamente identificable, que la sociedad establece entre sus partes en términos de obligaciones recíprocas de algún tipo. Toda vez que una persona, una cosa, una divinidad, una institución, un acto, un pensamiento, en definitiva, una unidad socialmente elaborada, se relacione con otra en estos términos estaremos en presencia de la forma básica del intercambio social” (Matta, 2012:16).

Se considera que esta visión engloba una estructura integrante, que posiciona el factor institucional y/o el hecho social del intercambio en otros entramados culturales. Mirar entonces el fenómeno del intercambio en Santiago Mixquitle a la luz de la definición de Matta posibilita entrever y contextualizar las formas socioeconómicas que sus actores practican, por ejemplo, el cómo los diversos sistemas de intercambio tianguista (trueque, mercantil y ayuda mutua) logran construirse en conjunto con los entramados parentales y organizacionales, logrando edificar un sistema híbrido sin ninguna contradicción ontológica económica, pues se fusiona el dinero con las prestaciones entre comerciantes o el bien por bien. También como el consumo e intercambio dentro de ciertos sectores del tianguis se explica por la presencia de festividades religiosas, donde los bienes ofertados obedecen a la demanda de lo que dicha un sistema de cargos y la cosmovisión de sus solicitantes. El intercambio es una unidad etnografiable, reconocible por su función integradora de entramados culturales diversos, que posibilita en su ejercicio el análisis de las formas en las que las sociedades humanas reproducen e incentivan conveniencias de dar y devolver, de sus maneras heterogéneas de construir la vida social, al final, en su naturaleza es diversidad.

I.IV El tianguis e intercambio, más allá de la economía

En síntesis, el aparato interpretativo-analítico de esta tesis subraya la reconfiguración interpretativa de los conceptos de *tianguis* e *intercambio* a la luz de una antropología económica que sustente etnográficamente la diversidad sociocultural de los actos económicos de nuestras sociedades colindantes. Como se sostuvo, el tianguis se define como una institución económica sociocultural heterogénea, que por institución entiende un gran corpus sistémico de actos socioeconómicos, es un aparato social que regula, ordena y da sentido a un conjunto de prácticas diversas que tienen por objetivo la subsistencia de quienes actúan ahí.

Así, los comportamientos y actos económicos, como el regateo, el pilón, el trueque, el préstamo, el almud, el fiado, el despacho y demás que se explayan en este texto, son expresiones ordenadas en sistemas híbridos de integración económica, la función del tianguis como institución radica precisamente en facilitar y disponer a los sujetos tianguistas de un entorno y herramientas de movilidad social económica, en la que sectores de la población popular, campesina e indígena encuentran alivio cultural-económico al enfrentarse a una realidad global de creciente auge como en Cholula.

A este carácter institucionalizado se le agrega el factor sociocultural heterogéneo, que dicta el ajuste cultural a esas formas económicas, es decir, a diferencia de lo reseñado por otros autores, se piensa que el tianguis condensa primordialmente relaciones de corpus económico únicas, pero que, en la realidad etnográfica de Mixquitla, muestran una diversidad de respuestas económicas dependiendo de quienes las ejecuten. Los capitales, modos de vida y formas de pensar de los tianguistas no reflejan las mismas formas de actuar económicamente unos de otros, es y porque en su constructo cultural son distintos, y es esa diferencia la que influye en cómo se comportan económicamente en el tianguis, así encontramos diversas maneras de distribuir, de producir, consumir y sobre todo de intercambiar, que reflejan precisamente el carácter abierto y adaptable de la institución del tianguis.

Por eso cuando se habla de intercambio, es necesario pensarlo como una práctica que es producto de un cuerpo social institucionalizado diverso como el tianguis, las formas en las que se expresa el intercambio en Mixquitla reflejan precisamente el conjunto sistémico de la diversidad económica de sus actores, como se observa en el capítulo IV, el parentesco funciona como ese nutriente cultural que posibilita los diversos sistemas (trueque, mercantil y socializante) para movilizarse socialmente.

El tianguis e intercambio no son solo prácticas dilucidadas en esferas económicas, van más allá, y es precisamente esta característica del tianguis la que permite su efectividad social, que, aunque exista diversidad económica-cultural: muchas maneras de intercambiar, pensar y actuar económicamente, es la fuerza cultural del tianguis como institución la que logra holísticamente acoplar un organismo condensado de subsistencia para una población desplazada. Son dos conceptos de intención económico-colectiva heterogénea que muestran su potencial antropológico.

Capítulo II: Cholula, pueblo urbano y cosmopolita

Introducción

El presente capítulo tiene como intención enunciar una serie de caracterizaciones sobre la composición sociocultural de Cholula, pueblo urbano cosmopolita que conforma un centro político, devocional, administrativo y económico dentro de la región del valle Puebla Tlaxcala.

Se identifica a Cholula como un escenario social que hibridiza tradiciones culturales heterogéneas a nivel regional, en especial aquellas enmarcadas dentro de las dinámicas socio-religiosas y económicas propias de habitantes de los barrios que componen a los municipios de San Pedro y San Andrés Cholula y los constructos humanos importados de la sociedad global y urbana producto de su conurbación con la ciudad de Puebla.

Este texto afirma que la actividad sociocultural de Cholula configura un pueblo urbano, porque éste refiere un medio social que “mezcla diferentes tradiciones culturales, principalmente las de la modernidad, mediante los signos y símbolos de lo urbano, y la tradición mesoamericana, por medio de rasgos étnicos nahuas y campesinos” (Licona, Gámez y Ramírez, 2013: 29) debido a que en Cholula los diversos grupos humanos que se movilizan por la localidad, confluyen, chocan y fusionan sus capitales culturales urbanos y tradicionales, fenómeno visible en los barrios oriundos, además de los pueblos, municipios y juntas auxiliares² de la comarca, que expresan prácticas y actividades matizadas como continuidades mesoamericanas-prehispánicas, subdivididas en los sistemas de cargos, instituciones socio-religiosas barriales y en la actividad socio-económica rural-campesina que, pese a su mezcla, delimitan territorios, espacios y campos de acción cultural frente aquellas dinámicas globalizadas y urbanas.

Se sugiere que el pueblo urbano de Cholula tiende a diferenciarse de otros entornos urbanos (la metrópoli), porque “tiene una connotación profunda construida en lo esencial, a partir de tres factores: el vínculo religioso con la tierra -aun cuando han perdido su cualidad de campesinos y la hayan vendido en grandes proporciones, perdiendo su centralidad en la subsistencia; el sistema de parentesco como eje de la organización colectiva y un sistema festivo religioso que organiza y sanciona la vida social local” (Portal, 2013: 54). Ello porque pese a la fusión de capitales culturales urbanos y rurales, los habitantes oriundos de los barrios edifican formas de habitar sustentadas en los ciclos festivos populares a partir de la devoción a santos patronos y vírgenes, siendo la principal el culto a la Virgen de los Remedios, como

² Las dos localidades conurbadas, de San Andrés y San Pedro Cholula, comparten vínculos sociales, culturales y económicos con otros pueblos cercanos, como Santa Isabel Cholula, Santa María Tonanzintla, Huejotzingo además de municipios circundantes a las faldas de los volcanes Popocatepetl e Iztaccíhuatl.

deidades tutelares constituidas como dispositivos de apropiación socio-territorial y una organización social tejida en sistemas de parentesco que da pie y forma a las instituciones socio-religiosas, elementos que estructuran y dan sentido a la vida social del lugar.

Se considera pertinente caracterizar a Cholula como pueblo urbano debido a que su producción cultural tiende a la mezcla e hibridación de dinámicas “modernas y tradicionales” y no de un pueblo periurbano, debido a que la peri-urbanización figura la configuración de un vínculo dicotómico entre lo rural y urbano, vislumbrando a ambos escenarios en disputa de territorios concretos en sus devenires culturales. Se sustenta “que en la actualidad lo urbano no tiende a la concentración, sino a la dispersión” (Contreras-Juárez, 2014: 88). Donde lo urbano- moderno subordina, dispersa y consume a los entornos rurales, conduciendo a la extinción de aquella tradición, sin embargo, algunos autores especifican que “la dispersión es desde un punto de vista físico; en lo social y cultural hay una circulación y difusión de información, de cultura. De esta manera, los procesos de urbanización en los territorios suelen ocurrir de manera diferenciada y no equilibrada. Aunado a ello, los modos de vida suelen ser una mezcla de lo rural y de lo urbano” (Entrena, 2004:38).

Lo periurbano se edifica de forma contextual, por ejemplo, las situaciones socioeconómicas en países desarrollados y subdesarrollados son factores clave que entrevén los vínculos rurales y urbanos. “En los países subdesarrollados, el espacio periurbano se encuentra relacionado con la expansión de las grandes ciudades a diferencia del periurbano en países desarrollados. El espacio periférico latinoamericano es principalmente habitacional donde la población vive en condiciones variadas” (Contreras-Juárez, 2014:88). En palabras de otros autores, lo periurbano se distingue por “una marcada heterogeneidad de los agentes sociales y de los procesos espaciales, con una alta movilidad e incidencia en el juego de fuerzas que construyen el territorio, el avance de la periurbanización afecta tanto a las zonas agrícolas sin gran valor, como también a aquéllas que se han realizado inversiones públicas recientes (por ejemplo, las zonas irrigadas)” (Ávila, 2001: 111).

Hoy en día Cholula es foco de inversión extranjera, intervención estatal para su modernización, residencia habitacional de pobladores no oriundos, los llamados *avecindados* producto de la conurbación, y zona turística visitada anualmente, ello no coadyuva a entrever a Cholula como una extensión de la mancha urbana de la ciudad de Puebla, ni subordinada a las formas globales, modernas y urbanitas. Son los ciclos festivos, las procesiones, el comercio campesino subregional, los tianguis y mercados, el sistema de cargos, el parentesco barrial y campesino, los elementos base con cual muchos de los habitantes de Cholula reformulan lo urbano adaptándolo a sus propios constructos socioculturales, porque el pueblo urbano de Cholula no se construye como periférico en muchos de sus términos socioculturales, aún sigue desempeñando su función como centro administrativo, religioso y comercial que incorpora lo urbano

para reproducir lo propio, visible en las calles, avenidas, iglesias, centros cívicos y un sin número de espacios dentro de las cabeceras municipales de Cholula y que este texto pretende entrever.

El capítulo detalla y delimita, en primer lugar, las características geográficas, económicas, sociales, históricas y culturales de la sub-región Cholula y su papel como una de las zonas que definen la actividad humana en el valle Puebla-Tlaxcala. Su etapa en el México antiguo y colonial cuyo devenir fundó sus caracteres religiosos y económicos que permiten comprender las prácticas contemporáneas de sus habitantes. En segundo momento se aborda la dinámica sociocultural en San Pedro Cholula, escenario clave de la presente investigación, donde se describen los escenarios conurbados con la ciudad de Puebla, las dinámicas sociales en los barrios y mercados/tianguis originarios, que muestran los quécheres sociales, económicos y religiosos del lugar. Con ello se pretende poner en evidencia etnográfica el basto campo sociocultural del escenario expuesto, que coadyuve a vislumbrar a Cholula como pueblo urbano y cosmopolita.

II.I La Sub-Región de Cholula en el Valle Puebla-Tlaxcala

Históricamente, la región de Puebla-Tlaxcala se caracteriza por ser una de las macro áreas sociocultural territorial más importantes del país, por su situación geográfica y su posición como uno de los valles que conforman el vasto paisaje del altiplano central, ha sido zona de presencia humana desde tiempos antiguos, se ha estructurado como escenario de grandes procesos socio-históricos, que involucran una heterogeneidad de gamas y constructos sociales de diversos grupos humanos, que trascurren desde la Mesoamérica prehispánica hasta la época contemporánea globalizadora (Licona, Gámez y Villalobos, 2016:5). Ejemplo de ello, como señala Hugo Nutini, fue la presencia de cuatro grandes señoríos prehispánicos tlaxcaltecas y Cholultecas: Huejotzingo, Cuautinchan, Huaquechula y Quecholac, la etapa colonial en Puebla, que inserto nuevas dinámicas de occidente y otras partes del mundo, como aquella de origen africano musulmán (Nutini y Barry, 1989: 296).



(Vista del valle Puebla-Tlaxcala desde el santuario de la virgen de los remedios, en el paisaje se observa el volcán Malinche y la ciudad de Puebla). Fotografía: Sebastian Licon Gámez

El territorio del valle Puebla-Tlaxcala “se encuentra en la parte occidental de la franja central de los estados de Puebla y Tlaxcala. Tiene una extensión territorial de 3,254.1 km², que representan 8.6% de la superficie de los estados mencionados. Su extensión territorial la ocupan 48 municipios, 28 pertenecientes al estado de Puebla y el resto a la entidad tlaxcalteca. Esta región se localiza a una altitud de entre 2,000 y 3,000 metros. Como se trata en general de un terreno plano, los sistemas meteorológicos no tienen grandes variaciones, la mayor parte del territorio está dominado por un clima de tipo templado subhúmedo con lluvias en verano, la temperatura promedio cambia en un intervalo de 12 a 16°C y las precipitaciones son moderadas (800 y 1,000 mm³ anuales) ideales para la siembra y agricultura. En las estribaciones de la sierra nevada (Ixtaccíhuatl y Popocatepetl), que marca el límite occidental de la región, el clima es semifrío subhúmedo con lluvias en verano, la temperatura promedio desciende a un intervalo de 6 a 12°C y el nivel de precipitaciones es un poco mayor que en el resto de la región (1,000 a 1,200 mm³ anuales)” (Cuervo, 2010:64).

El valle poblano-tlaxcalteca contemporáneo, a diferencia de otros de la órbita central de México, destaca por albergar un nivel elevado de industria manufacturera y automotriz, de servicios, inversión extranjera y población de dos estados del país en su conjunto, Puebla y Tlaxcala; porque en el valle se encuentran grandes ciudades y centros urbanos que sustentan ejes de gran movilidad social, como las metrópolis de Puebla y Tlaxcala, la primera con más de un millón de habitantes y otras como Chiautempan, Apizaco, San Pablo del Monte, San Pedro Cholula, Amozoc, Atlixco, San Martín Texmelucan, Zacatelco, Papalotla y Xaloztoc, con poblaciones que van desde 30 000 a 150 000 habitantes y que fungen como centros urbanos que ofrecen mercados subregionales, industrias, servicios turísticos y de producción artesanal. Metrópolis, ciudades, centros y asentamientos urbanos, así como rurales, que conforman una red de intercambio y vínculo sociocultural, que despliegan múltiples identidades y constructos simbólico-culturales, que delinear la cuarta zona metropolitana más grande del país con más de 2 millones de habitantes (Licona, Gámez y Villalobos, 2016:6).

El territorio de Cholula funda su posición en esta macro región como una de las áreas con mayor movilidad e incidencia social. Su espacio urbano se encuentra delimitado por los municipios de San Pedro y San Andrés Cholula, que conforman un centro político, económico, devocional y administrativo por ser entidades con la mayor concentración de población, inversión privada, servicios, actividad comercial y religiosa, mientras que su zona rural la componen otros barrios, municipios pueblos y juntas auxiliares circundantes, como Santa Isabel Cholula, Santa María Tonanzintla, Huejotzingo y San Bernardino Tlaxcalanzingo, localidades cercanas al centro urbano de Cholula, donde aún se encuentran terrenos dedicados a la agricultura (cultivos de maíz), producción ladrillera y artesanal primordiales de la población (Barbosa, 2012:18), mientras que los pueblos ubicados en las faldas de los volcanes Popocatepetl e Iztaccihuatl como San Andrés Calpan, San Buenaventura Nealtican, San Nicolás de los Ranchos, Chiautzingo entre otros, dedican sus actividades económicas a la siembra de riego temporal de autoconsumo.

Estas localidades comparten nexos socioculturales unas con otras, en especial en su términos socioeconómicos y sociorreligiosos, porque en esta zona se encuentran grandes templos, centros cívicos y puntos comerciales; como el santuario de la Virgen de los Remedios en la cima de la pirámide de Cholula y El cerrito de Guadalupe en San Pedro Cholula, “que atraen peregrinos locales, nacionales e internacionales, a los que se suman una multitud de santuarios menores, de influencia local o regional, cuyos días festivos de estas imágenes representan acontecimientos religiosos de gran importancia, así como ferias comerciales, con extraordinario volumen de intercambio de los más diversos productos y

consumidores, alojados en las plazas y centros que permanecen desde la época prehispánica” (Barbosa, 2012: 24).

Este gran sistema socio-territorial de intercambio cultural, religioso y económico se define como la sub-región³ de Cholula, entendida como territorio con sus propios matices y procesos culturales, que se edifica en relación y como parte de un contexto sociocultural más amplio denominado como el territorio valle Puebla-Tlaxcala, que entreteteje otras sub-regiones y edifica la cuarta zona metropolitana⁴ más grande del país. Se entiende a Cholula también como una área construida bajo procesos socio-históricos compartidos con otros grupos humanos del valle, como su estrecha relación con la metrópoli de Puebla o su papel como sub-región devocional para muchos pueblos del territorio, que se inscriben en formas de producción, intercambio y comercio que hibridizan lo urbano y lo rural, a partir de la confluencia de sistemas de cambio, bienes, comerciantes y productores además de una intermediación a la apropiación territorial desde la dinámica socioreligiosa barrial de la sub-región cholulteca, mediante la conjunción de festividades, sistemas de cargos, convites, ritos, procesiones y reuniones vecinales, que hablan de componentes con gran peso simbólico-territorial en la organización social de Cholula. Con ello se pretende detallar a la sub-región de Cholula, como un escenario etnográfico complejo, con amplios capitales y expresiones socioculturales que sugieren pensarla como un eje de gran importancia dentro de la composición macro-organizativa del valle, en sus niveles geográficos, económicos, religiosos y sociales.

II.II Breve historia de Cholula: la ciudad santuario y mercado

La sub-región de Cholula, ubicada en la parte centro-oeste del valle, siempre ha sido un foco estructurante en la conformación socio-territorial del valle, e incluso de otras zonas del país, fue su trayectoria socio-histórica desde la presencia de su señorío prehispánico que tendieron grandes asentamientos y desarrollo cultural en la Mesoamérica prehispánica, posicionando al valle "como el puente intermedio entre otras tradiciones culturales y posiciones geográficas de Mesoamérica; como la cuenca de México, Guerrero, Morelos y la costa del Golfo, Oaxaca y el área maya"(Licona, Gámez y Villalobos, 2016:9).

³Se entiende por región un término que refiere a la conformación de un territorio socioculturalmente matizado, sería el espacio apropiado y valorizado, simbólica y/o instrumentalmente por los grupos humanos, que, como sugiere Gilberto Giménez, se compone de tres ingredientes primordiales: la apropiación de un espacio, el poder y la frontera. En su enfoque, la región se entiende, como un constructo humano, que se configura como un territorio medio entre las figuras socio-territoriales de Estado/Nación y localidad: proponiendo a la región como un espacio geográfico más amplio que una localidad, pero menor que la correspondiente a una nación-Estado, cuyos límites estarían determinados por el alcance efectivo de ciertos sistemas cuyas partes interactúan en mayor medida entre sí que con sistemas externos"(Giménez,1999:27).

⁴El valle Puebla-Tlaxcala es una región que compone la cuarta zona metropolitana más importante a nivel nacional, estructurada a partir, de la confluencia de poblaciones pertenecientes a dos estados del país, Puebla y Tlaxcala, cuenta con alrededor de treinta y cinco municipios, conformadas por 676 localidades y aproximadamente dos y medio millones de habitantes, los cuales se desenvuelven en actividades que involucran lo industrial, el campo y lo urbano (Licona, Gámez y Villalobos,2016:29).

Los orígenes de Cholula se trazan desde la tradición teotihuacana, y se fundan en la relación de dos grupos étnicos prehispánicos: los tolteca-chichimeca y los olmeca-xicalanca, que arribaron y ocuparon el centro del valle, asentándose alrededor del *Tlachihualtepetl*, que conformaron a una población organizada por grupos y afiliaciones tribales fundamentalmente cimentada en los lazos de parentesco (*calpullis*) (Olivera, 1970:212). No fue sino hasta el horizonte clásico mesoamericano (100 a.n.e- 600 d.n.e) que la ciudad de Cholula se edificó, posicionándose como una de las ciudades más importantes de Mesoamérica, cuya traza urbana era extensa, con grandes plazas cívicas, comerciales y habitacionales además de los centros ceremoniales de gran magnitud, como el Tlachihualtepetl dedicados a deidades relacionadas con el culto al agua. La religión, el comercio y demás relaciones políticas y sociales adquirieron nuevas dimensiones institucionales, que coadyuvaron a convertir a la ciudad de Cholula en un centro macro regional que controlaba el valle poblano-tlaxcalteca, con grandes extensiones hacia el sur, oriente y norte (Licona, Gámez y Villalobos, 2016:12).

Cholula se caracteriza por ser una zona que presenta una ocupación humana continua desde el periodo preclásico-superior mesoamericano, según datos arqueológicos y fuentes de la época colonial, por lo que goza de una larga trayectoria histórica y cultural de unos treinta siglos de antigüedad. Fue una región que se construyó fundamentalmente como centro religioso y comercial, dos aspectos que siguen definiéndola, pues fue dentro de su etapa prehispánica que Cholula "enseñoreaba una extensa región de Mesoamérica que la reconocía como meta obligada de peregrinación"(Merlo, 2012: 24).

Era un punto de tránsito religioso de donde acudían personas provenientes de otras ciudades del Altiplano Central y otras regiones, esta característica de Cholula provocó que ideas y costumbres fluyeran de forma continua a la ciudad convirtiéndola en una verdadera metrópoli cosmopolita y en un santuario religioso para el 500 d.C (Solanes, 1995:26), por ello al interior del valle surgieron otros asentamientos, que fungían como extensiones de Cholula, los cuales diversificaron la presencia cultural del territorio, un ejemplo, es la filiación lingüística del valle para la época, que englobaba lenguas como el mixteco, mazateco, ichcateco, chocho, popoloca, cuicateca, chinanteco, amuzo y trique (Paddock ,1987:29).

La deidad más importante en ese entonces, fue la del agua y la fertilidad, representada en forma de rana y adorada en su conjunto con Quetzalcóatl, que representaban ejes de culto regional que se extendían por todo el valle y más allá de los límites de este, pues la "serpiente emplumada era el símbolo de omnipotencia divina y por eso en Texcoco, Tlaxcala y aún en México se le consideraba como el mejor de los dioses" (Olivera, 1970:215), por eso Cholula tenía gran reputación como santuario, con gran cantidad de seguidores y devotos que organizaban peregrinaciones y ferias en su honor.

Sin embargo, el perfil religioso de la ciudad no es la única característica trascendente de Cholula, muchos cronistas también la describen como una ciudad mercado, Gabriel de Rojas menciona a sus

habitantes como "grandes mercaderes" debido a que muchos de los individuos que arriban a la ciudad con fines religiosos, "traían consigo multitud de productos para intercambiar en los tianguis de la ciudad"(Solanes, 1995: 27), Gerónimo de Mendieta nos ofrece una descripción de la ciudad y menciona que "el pueblo de Cholula, que ahora es ciudad, de las mejores casas y de gente más rica que hay en todas las Indias, porque los vecinos de ella casi todos son mercaderes"(G. de Mendieta, Historia Eclesiástica Indiana, II: 13 citado en Bonfil, 1973:84)), por último Juan de Pineda nos relata un poco de los mercado/tianguis existentes en Cholula:

Los yndios deste pueblo son casi todos mercaderes ansi ellos como sus mugeres y andan con sus mercaderías y cosas q tienen vendiendolas a los yndios de los pueblos de la rredonda, deste pueblo en los tianguéz porq vn día ay tianguéz en vn pueblo y otro día en otro toda la semana por su rrueda y tanda. (Juan de Pineda citado en Bonfil, 1973:85).

Según varios cronistas en la ciudad y la región de Cholula existían distintitos tipos de comercio, consumados por los tianguis y mercados, en primer término existían tianguis dentro de las principales calles de la ciudad que se ponían cada cinco días, al cual acudían distintos mercaderes comarcanos y de la propia ciudad, se vendían joyas, piedras, plumas preciosas, yerbas medicinales, tabaco, sal, mantas, grana y cacao procedentes de otras regiones de México (Bonfil, 1973:85).

Otro tipo de comercio era la composición de un circuito de tianguis regional, en el que se organizaban varias ferias periódicas, donde acudían comerciantes y peregrinos que rebasaban las rutas del circuito tianguista para asistir, pues algunas de estas tenían tintes religiosos de suma importancia, existían ferias comerciales que se hacían en honor a Quetzalcóatl, deidad de gran categoría en Mesoamérica (Bonfil, 1973:85).

Durante la Colonia la región de Cholula siguió sustentando su papel como región comercial y devocional, en 1520 cuando los conquistadores españoles arribaron, no tardaron en establecer allí en nuevo sitio de culto religioso católico, pues dieron cuenta de la importancia que tenía la localidad en relación a otras, sustituyendo a muchas de las deidades del agua, la lluvia y la fertilidad por el culto a la Virgen de los Remedios, donde se construyeron templos y capillas en las ruinas de los centros devocionales prehispánicos para los santos y símbolos cristianos. Uno de los primeros santos patronos de Cholula fue San Gabriel, que se colocó en la iglesia del convento franciscano que todavía existe y que constituyó una fuerte base para la evangelización de la región. (Olivera, 1970:217).

Sin embargo, con la llegada del nuevo régimen español y como consecuencia del dominio que desbordó en la región, no solo la modificación de creencias con la sustitución de imágenes religiosas fueron consecuencia de su presencia, muchas de las organizaciones políticas, económicas y sociales de los antiguos calpullis indígenas de Cholula fueron modificados en función de los intereses y caracteres

socioculturales de los españoles, pues "como consecuencia de la imposición y centralización del poder, la antigua autonomía de las cabeceras indígenas desaparecía paulatinamente, dando lugar al patrón urbano y social colonias de barrios y pueblos"(Olivera, 1970:217). Lo cual coadyuvó a que la organización de la ciudad de Cholula se definiera en seis barrios sustituyentes de los *calpullis* indígenas: San Miguel Tianguisnahuac; Santiago Mixquitla; San Juan Calvario; Santa María Xixitla; San Pablo Tecama y San Andrés Colomochco, los cuales se transformaron en unidades locales de representación religiosa y política de la ciudad. José Álvaro Hernández y Beatriz Martínez mencionan que para 1535 se reconoce a Cholula bajo la advocación de San Pedro y de 1537 recibe el título de cabecera de Republica de indios y centro de doctrina (Hernández y Martínez, 2011:287).

En la actualidad, tanto las ciudades medias de San Pedro y San Andrés Cholula como el resto de la sub-región Cholula presentan los rasgos de la globalización, la inserción de dinámicas urbanas y la presencia de grupos humanos que no comparten el entramado indígena prehispánico, ejemplo de ello, son los grandes centros comerciales globales como *Angelópolis* y *Plaza San Diego*, la presencia de fraccionamientos y unidades habitacionales que habitan los llamados "avecindados" y el auge de zonas medias conurbadas entre la sub-región de Cholula y la ciudad de Puebla, como la *Reserva Territorial Atlxácáyotl*, la *avenida Zavaleta*, *Morillotla* y la *Recta a Cholula* y los más afectados los actuales municipios de San Pedro y San Andrés Cholula, por ser los más próximos a la ciudad de Puebla y desempeñar fuertes papeles de inversión turística y extranjera en la región, por ello cuando uno se adentra en la ciudad pueden notarse las grandes tiendas trasnacionales, agencias de autos, bancos y grandes plazas comerciales aledañas a la zona de la gran pirámide que conviven con las prácticas y las fiestas religiosas que los barrios tradicionales actuales y demás habitantes de Cholula llevan a cabo durante todo el año.

En tiempos recientes, la región ha sufrido la constante presión de políticas neoliberales, que giran en torno a un constante intento del Estado por privatizar el espacio público, expresados en los discursos de "modernización" que los alcaldes y gobernadores difunden en los medios masivos de comunicación y en las campañas políticas, donde se concibe un "espacio proyectado encaminado a la mercantilización, patrimonialización y turistificación del espacio público"(Licona, 2015:1), que colisiona con el espacio vivido en Cholula, que expresa la cotidianidad local, dividida en barrios y pueblos que este texto expone.

Un ejemplo reciente es el anuncio del proyecto Parque de las Siete Culturas. Rescate y Dignificación del Entorno de la Zona Arqueológica, de la cual emanó una fuerte oposición entre los habitantes de Cholula, en especial de los municipios de San Andrés y San Pedro Cholula, por ser los más cercanos y afectados, al expropiar terrenos dedicados al cultivo y alterar el territorio del santuario de los Remedios, sin embargo, a pesar de estas políticas neoliberales existen aún en Cholula, los mercados tradicionales, las procesiones religiosas y un sinnúmero de fiestas, que dan cuenta de que si bien la

globalización insiste en homogeneizar, está no arrasa las particularidades culturales de Cholula, si no que éstas se fusionan y se re-significan, permitiendo así la continuidad de fenómenos culturales propios.

II.III El Proceso de conurbación con la metrópoli de Puebla

En este apartado se detallan algunas de las zonas, lugares y espacios conurbados de la región de Cholula con la metrópoli de Puebla, con la finalidad de dar cuenta de las distintas composiciones socioculturales que se expresan en ellas, producto de la interacción constante entre referentes y tradiciones culturales que se mueven en los ámbitos de lo rural y lo urbano, pero que históricamente siempre han estado vinculadas como parte de un contexto macro regional y que hoy en día estructuran la zona metropolitana del valle Puebla-Tlaxcala. Este apartado plantea que la conurbación, como fenómeno social, representa un factor fundamental en la configuración de los nuevos constructos humanos que se manifiestan en la localidad de Cholula, como pueblo urbano, pues en los últimos 30 años la expansión de la ciudad de Puebla ha causado el rápido desarrollo de la globalización y la llegada de nuevos referentes culturales en zonas de la región que no habían conocido la propagación de la mancha urbana, por ello el actual espacio-territorio de Cholula ha sido modificado y alterado, produciendo cambios en las identidades de sus pobladores, en sus prácticas, en las formas de habitar y concebir la realidad y en las maneras de apropiación del suelo, coadyuvando a la conformación de zonas híbridas y en conflicto territorial movilizadas en dimensiones intermedias entre lo urbano y lo rural, producto de las respuestas locales ante la adaptación de un contexto ajeno.



(Vista de la ciudad conurbada de San Andrés Cholula, al fondo se observa ciudad judicial, una de las zonas urbanas de reciente auge en la Reserva Territorial de Atlixcáyotl) Fotografía: Sebastian Licona Gámez

Las zonas conurbadas

Los antecedentes del proceso de conurbación tienen lugar en los históricos repliegues y conflictos por el control del territorio en las Cholulas, pues fue desde los tiempos coloniales que la fundación de la ciudad de Puebla mantuvo constantes intentos por asumir el papel de ciudad capital de la región y como el nuevo centro del área, lo que produjo una relación dialéctica entre ambas localidades (Bonfil, 1973:266). Cholula poseía ese sitio estratégico del valle desde la Mesoamérica prehispánica que perdió por el dominio colonial impuesto con el establecimiento de haciendas que fueron administradas por familias adineradas durante este periodo (Gámez, Ramírez y Villalobos: 2016:79).

En los últimos años el valle Puebla-Tlaxcala ha sufrido una rápida modificación en sus dinámicas económicas, políticas y sociales producto de la inserción de nuevos ordenes que la sociedad global encarnada principalmente por la ciudad de Puebla, con proyectos neoliberales que edifican una sociabilidad urbanizada e impulsada por una visión modernizadora de las últimas administraciones del estado, que perfilan el desarrollo globalizado y neoliberal sobre aquellas formas de habitar campesinas y rurales propias de los municipios del valle. Muchos registros apuntan que a partir de las décadas de 1960 y 1970, "el auge de la industrialización de la ciudad de Puebla floreció gracias al mercado de tierras tomado de la propiedad privada, ranchos y haciendas. Simultáneamente, Puebla experimentó un proceso de crecimiento urbano muy rápido concentrado en la región de mayor densidad demográfica"(Hernández y Martínez, 2011:3), representado por la capital metropolitana y la región de Cholula, pues fue durante la década de los sesenta que la capital poblana creció en una extensión de 25.8 km², con un incremento de 77% en relación con la década anterior, con una tasa media anual de crecimiento de 3.8%, lo cual indica un acelerado proceso de urbanización. Desde principios de la década de los setenta, hasta mediados de los ochenta, el crecimiento industrial de la zona de Puebla se genera a costa de una serie de expropiaciones que afectan no sólo al antiguo territorio cholulteca sino a algunos otros territorios aledaños (Hernández y Martínez, 2011:3).



(La plaza comercial Angelópolis, desde el año 1995 se posicionó en la ciudad de Puebla como uno de los centros globalizados con más demanda comercial global hasta la fecha, coadyuvó a explotar el carácter privado de la Reserva Territorial Atlxícáyotl) Fotografía: Sebastian Licona Gámez.

Un ejemplo de ello es la conformación del proyecto estatal de la *Reserva Territorial Quetzalcóatl - Atlxícáyotl*, ubicada y categorizada como una subzona citadina entre los municipios de San Pedro y San Andrés Cholula con la ciudad de Puebla, ubicada al centro oeste del valle Puebla-Tlaxcala. Es una reserva que cuenta con un nivel elevado de inversión extranjera, con grandes avenidas, tránsito vial, unidades habitacionales, fraccionamientos y conjuntos inmobiliarios, universidades y escuelas privadas, hospitales, parques, plazas comerciales, tiendas transnacionales e internacionales y edificios gubernamentales, la población que la ocupa es en su mayoría vecindada, muchos de sus habitantes no son originarios de las regiones del valle o la ciudad de Puebla, sino que provienen de otros estados y localidades, es una zona pensada para la expresión y desarrollo de la metrópoli de Puebla, pero que es causante de influir fuertes caracteres globales y de ser el puente conurbado de ambas localidades (San Pedro y San Andrés), la cual desdibuja las fronteras territoriales-espaciales de los municipios, subordinando las dinámicas productivas locales y comunitarias con las urbanas e influyendo-modificado muchas expresiones socioculturales.

Esta subzona citadina inicia como propuesta económica gubernamental, y sus antecedentes datan del año 1999, que perfilaba el desarrollo modernizado de la región, asentándose en la idea de la creación

de proyectos detonadores de carácter macro y de trascendencia estatal, así como de proyectos regionales productivos, tanto en el corredor industrial existente como en nuevos polos de desarrollo (Cabrera y Guerrero, 2008:65). En este sentido dentro de esta reserva territorial encontramos muchos lugares y ubicaciones que detallan las interacciones, no siempre armónicas, entre los matices urbanos y los rurales, que producen capitales híbridos y de profunda complejidad etnográfica.

Dos ejemplos, de las principales ubicaciones de conurbación se delinearán siguiendo las vías rápidas de tránsito automovilístico de la *Recta a Cholula* y *Camino Real a Cholula* la primera de ellas construida en 1975 y la última reutilizada como avenida comercial y habitacional, pues fue el primer camino a Cholula desde la época Colonial y prehispánica, ambas zonas se caracterizan por ser territorios aledaños a los municipios de San Pedro y San Andrés Cholula, donde existían campos de producción agrícola expropiados y perdidos con el paso del tiempo y el poblamiento ciudadano de la zona, estas vías "generaron una creciente demanda de suelo urbano que devino en un acelerado fraccionamiento de los ejidos ubicados al oeste del municipio poblano, durante la segunda mitad de la década de los 80[...] de forma paralela a la división de los ejidos se hicieron importantes obras públicas, (vías rápidas de cuatro carriles y electrificación, corredores industriales, centros de salud pública y educación" (Hernández y Martínez, 2011: 292), aunque también se fundaron centros y unidades inmobiliarias, fraccionamientos, escuelas y muchas avenidas que conectan y trazan rutas urbanas-rurales con la ciudad de Puebla, como la calzada a *Zavaleta* que se caracteriza por albergar restaurantes, tiendas y comercios de carácter global. En general los caminos conurbados se identifican por ser contenedores de múltiples comercios, restaurantes y centros de recreación lúdica; como los antros y bares asentados por toda la periferia de la Universidad de las Américas Puebla.

Otras zonas conurbadas se asentaron de forma distinta y no siguiendo vías de comunicación, como es el caso de la localidad de la *Exhacienda a Morillota*, localizada al sur de la ciudad y periférica a la carretera libre de Atlixco, donde se desarrollaron distintas relaciones sociales con los ejidos, pues ahí el nuevo poblamiento se diferenció por no compartir los mismos ejes de espacio-tiempo con los locales, no se instauraron negocios, ni escuelas, ni otras obras que implicaran una relación social directa, como el comercio o los servicios, sino que suscitó la separación social, más no espacial, de ambos tipos de habitar, las concepciones socioculturales de ambas poblaciones eran distintas, porque entre los nuevos habitantes no se concebían espacios de fiesta lúdica como es común en las Cholulas o juntas auxiliares de la región. Muchas de las nuevas unidades habitacionales de *Morillota* se construyeron gracias a la presión de la zona urbana expandida, que terminó en varias hectáreas vendidas y en la edificación de fraccionamientos, casas y departamentos, aunque aún se extienden varias tierras pertenecientes a las colonias vecinas, como *La Emiliano Zapata* y la junta auxiliar de *San Bernardino Tlaxcalancingo*.

En *Morillotla* se han constituido múltiples trazas avecindadas sobre y junto aquellas que eran locales, y que pertenecían o tenían una relación directa con los municipios de San Andrés Cholula, se observan aún campos de cultivo, que algunos campesinos utilizan para el autoconsumo y el comercio, pero que conviven con las nuevas construcciones habitacionales y se ven forzados a venderlas porque es un medio de subsistencia "que ya no deja", como lo expresan algunos habitantes.

En caso contrario, aunque ambas poblaciones no convivan y sus comunidades están socialmente separadas, si existe una relación socioeconómica entre ellos, los locales, campesinos y rurales muchas veces brindan ciertos tipos servicios no comerciales, por ejemplo, los habitantes de la colonia Emiliano Zapata en las fronteras de *Morillotla*, dedican su mano de obra a ciertas necesidades de la población ajena, se pueden encontrar herreros, carpinteros, jardineros, tienditas, cementeras, estéticas y pequeños puestos de comida local que son consumidos por los habitantes avecindados. En pueblos como Tlaxcalancingo es muy común observar camionetas llenas de trabajadores y albañiles, que por las mañanas se reportan en las nuevas obras fraccionales de *Morillotla*, o las trabajadoras que prestan servicios de limpieza y atención doméstica a un gran número de familias y casas del lugar.

Por otro lado, el caso de la conurbación del municipio de San Pedro Cholula presenta ciertas diferencias, aunque la presencia de fraccionamientos e inmobiliarias habitacionales avecindadas como en el caso de San Andrés está vigente, en ambas localidades, la fuerte organización barrial-socio-religiosa de los locales rurales-campesinos en las cabeceras municipales sigue desempeñando un fuerte control en sus territorios, dentro de algunos barrios, por ejemplo, es muy común recorrer sus calles y encontrar una que otra inmobiliaria privada, algunos habitantes de barrio expresan que algunos de estos pobladores avecindados no entienden o no comprenden la importancia de sus quehaceres ceremoniales (fiestas, convites o eventos religiosos) y muchas veces propicia la intolerancia y la segregación social de algunos sectores.

Aún se observan las fiestas patronales, los convites y el recorrido de procesiones que se apropian lúdicamente de las plazas, calles y avenidas urbanizadas del municipio, que caracteriza a San Pedro Cholula como un centro rur-urbano. Este municipio convive con una gran gama de ejes socioculturales, aquellos comunales locales y aquellos privados e individuales ajenos, pues también ha sido escenario de inversión extranjera y de la constante mercantilización de los espacios públicos, fuertemente respondidos por sus habitantes con eventos que se enmarcan dentro del conflicto social, como ocurrió en el 2014 con la procesión de rogación que pretendía detener la expropiación de los terrenos del Santuario de la Virgen Los Remedios y la construcción del tren turístico en el 2016.



(Vista con horizonte al volcán Popocatepetl desde el cerro de Remedios, se observan los límites urbanos del municipio de San Pedro Cholula) Fotografía: Sebastian Licona Gámez

II.IV El barrio: dinámicas socio-religiosas y socioeconómicas contemporáneas

Como se mencionó antes, dos de las características más fuertes que definen la composición sociocultural de Cholula como pueblo urbano en el territorio del valle Puebla-Tlaxcala son los ámbitos religiosos y socioeconómicos, como caracteres vinculados desde la época prehispánica y expresados en los quehaceres cotidianos de los barrios oriundos-tradicionales de Cholula, pertenecientes a sus dos municipios: San Pedro y San Andrés Cholula, pero que en tiempos recientes edifican nuevas expresiones sociales híbridas producto de la relaciones desiguales que entablan con entidades globales y se presentan en diversas circunstancias culturales.

Este apartado busca resaltar al barrio, como aquella unidad de análisis donde se enuncian esas expresiones mixtas y que posiciona territorios matizados por su heterogeneidad social que coadyuvan a configurar al pueblo urbano de Cholula. Se proponen cuatro sistemas socioculturales en los cuales se edifica el barrio: 1) la cosmovisión, 2) el sistema de cargos, 3) el sistema parental y 4) el sistema festivo. Condensan los elementos base en la composición cultural de los habitantes de Cholula que permiten demarcar territorios, configurar identidades comunales y entretejer organizaciones sociales que hacen frente a la cultura globalizante.

Los barrios de Cholula

El barrio en Cholula se compone por desempeñar el papel de una unidad socio-local que integra un fuerte sistema de cargos o mayordomías, formas de organización social-política religiosa, encargadas de la administración de las fiestas y eventos lúdicos de las comunidades, pero también como representantes de estas, cuya función radica en la vinculación social directa de los individuos con sus análogos, coadyuvando a la configuración identitaria comunal sustentada en la devoción a una deidad tutelar (virgen o santo patrón) que funge como representante, imagen o símbolo barrial. Los barrios componen instituciones socioculturales que regulan y dan sentido a la vida social de sus habitantes. Actualmente en San Pedro Cholula existen 10 barrios: 1) San Miguel Tianguisnahuac, 2) Jesús Tlatempa, 3) San Matías Cocoyotla, 4) San Juan Calvario Texpolco, 5) Santa María Xixitla, 6) Santiago Mixquitla, 7) La Magdalena Coapa, 8) San Pedro Mexicaltzingo, 9) San Pablo Tecama y 10) San Cristóbal Tepontla. Y en San Andrés Cholula hay 8 barrios: San Pedro Colomoxco, Santa María Cuaco, San Juan Aquiahuac, Santiago Xicotenco, La Santísima Trinidad, San Miguel Xochimihuacán, Santo Niño Macuila y San Andresito. Cada uno diferenciado por su santo patrón, los cargos propios de sus localidades y por el papel que desempeñan con relación a otros, sin embargo, para fines explicativos nos concentremos en el referente etnográfico sanpedreño.

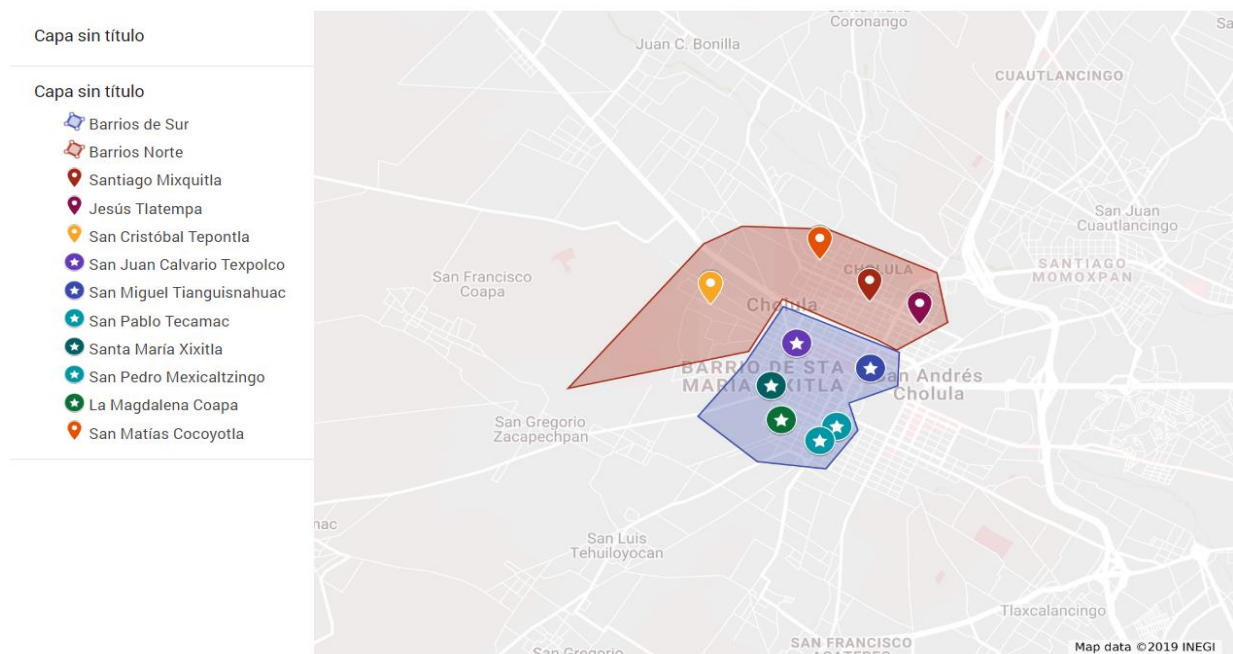
San Pedro Cholula y su vida barrial

Los barrios sanpedreños están posicionados en el corazón de la ciudad, aunque unos más céntricos que otros y cada uno desempeña actividades económicas, políticas y sociales distintas, pero unificados por un calendario festivo y una organización religiosa que los engloba. Los barrios sanpedreños conforman en su totalidad un circuito de intercambio y de reproducción social tradicional, su presencia en el territorio Cholulteca se ve demarcada por su fuerte viabilidad organizacional. En términos socioterritoriales, los barrios en San Pedro Cholula se dividen de norte a sur, los barrios norteños los representan Jesús Tlatempa, San Matías Cocoyotla, Santiago Mixquitla, San Cristóbal Tepontla y los sureños San Miguel Tianguisnahuac, San Juan Calvario Texpolco, Santa María Xixitla, La Magdalena Coapa, San Pedro Mexicaltzingo, San Pablo Tecama, esta clasificación no responde a términos geográficos, sino socioculturales porque en los referentes cotidianos de los habitantes de San Pedro Cholula, los barrios del norte⁵ y los del sur se diferencian según rasgos culturales, sea por afinidad religiosa, cosmovisiva,

⁵ Históricamente los barrios comparten semejanzas culturales unos con otros, así como diferencias. Por ejemplo, los barrios del norte se caracterizan económicamente por su producción ladrillera, sus altos índices de migración y su carácter como barrios periféricos a la zona global de Cholula. Mientras que los del sur han construido fuertes nexos religiosos y parentales o lazos étnicos prehispánicos que incluso comparten con los barrios de sanandreseños, poseen tierras agrícolas para la siembra y se observa la realización de festividades patronales mixtas o de fuerte mezcla familiar entre integrantes de los barrios sureños, aunque los vínculos son mucho más complejos y responden a temporalidades concretas, en ocasiones la afinidad es sociopolítica y se diferencian entre los barrios fundadores (*calpullis* originales) que combinan a sureños y norteños excluyendo a los secundarios.

económica, política, parental o simbólica, son las proximidades territoriales las que enuncian hábitat diversos, aquí un mapa de su ubicación:

Barrios de San Pedro Cholula



(Mapa 1: División socio territorial de los barrios de San Pedro Cholula)

Internamente los *hijos de barrio* o como se les suele decir a los pobladores que participan en el sistema de cargos y las festividades de estas unidades locales, reconocen fácilmente los lugares, fronteras y las características particulares de su espacio habitado, estos siempre circundan y hacen referencia a las parroquias, parques, plazuelas y calles importantes, donde ocurrieron eventos que marcaron el devenir histórico de esos lugares. Las parroquias componen el primer referente espacial de sus habitantes, porque es ahí donde reside el santo o virgen patrón y donde la mayoría de los habitantes se encuentran y llevan a cabo actividades lúdicas que siguen sus propios calendarios festivos, por tanto estos lugares poseen una doble función, la de ser una fuente de integración y vinculación social con el resto de la comunidad y la de espacio sagrado, que conecta a los habitantes con sus formas de concebir su medio natural y social.



(Iglesia de barrio de la Magdalena Coapa) fotografía: Sebastián Licona Gámez

En términos sociales, los barrios se componen en su mayoría por la organización en afiliaciones por parentesco, muchos autores atribuyen esta característica a sus lazos con sus descendientes prehispánicos, los cuales poseían ejidos de tierras administrados por familias tribales que vivían en conjunto en la antigua ciudad de Cholula, los llamados *Calpullis*⁶ trasmutados en barrios desde la época colonial, sin embargo hoy en día se observa que esta vinculación entre familias responde más bien a una necesidad de pertenencia y afiliación a un grupo, por lo que la devoción a un santo patrono concreto coadyuva al reconocimiento de sus semejantes, así como el origen de nacimiento y las relaciones que se tengan con otros grupos humanos. Por ejemplo, un testimonio de una habitante del barrio de Santiago Mixquitla asegura que le posee mucha fe a su santo patrón, porque fue el señor Santiago el que susurro en un sueño que debía participar y permanecer en su comunidad barrial, no sólo ella, también el mensaje incluía a sus familiares. Además, la presencia o el traslado del santo patrón a muchos de los espacios que conforman a los barrios es de suma importancia para sus devotos y pobladores, pues integran mecanismos de apropiación territorial y refuerzan los vínculos.

⁶ En nuestro país, el concepto de barrio surge con la llegada de los conquistadores españoles, como una contramedida a la organización territorial señorial de los Estados prehispánicos, estos estaban estructurados por cabeceras, por tierras de nobles (*pillilli*) y tierras de pueblo (*calpulli*), contaban con su respectivo *tecpan* (casa de gobernante o señor) de filiación noble, los llamados *pilopan* (Carrasco, 1971:34)

El sistema de cargos

En su conjunto los barrios de San Pedro Cholula operan organizacionalmente mediante un sistema de cargos⁷ religioso-festivo, con peso político y social que resguardan santuarios, templos y organizan las festividades que dan sustento a la conformación de una comunidad barrial y de una identidad comunitaria. Existen dos tipos de sistemas, uno micro interno en la célula cultural del barrio y otro macro compartido por los diez barrios denominado *circular*. Los barrios no operan desiguales comparten un sistema socio religioso devocional que unifica su territorio frente a otros, sean globales o de origen tradicional como con los barrios sanandreseños que históricamente han disputado el santuario de los Remedios, aunque ello amplifique la diferencia por afiliación barrial y desigual, ya que en algunos existen conflictos y problemáticas causada por la afinidad a un barrio u otro.

En la organización conjunta socio-religiosa denominada *circular*, todos los barrios reconocen su importancia y sus posiciones, así como sus propias mayordomías, cargos y representantes de cada barrio, ello se puede comprobar en los diversos acontecimientos en Cholula. Las *circulares* componen el sistema de cargos macro de la ciudad sanpedreña, rotando anualmente los cargos de las imágenes de La Virgen de los Remedios⁸, San Pedro de Animas y la Virgen de Guadalupe, entre cada barrio, así un barrio obtiene las tres imágenes cada 10 años, siendo Remedios la más importante de las tres, ya que en la jerarquía devocional es considerada la patrona de las Cholulas y su influencia se esparce por toda la subregión de Cholula. Estos cargos se ceden a algún habitante de barrio con gran reconocimiento y prestigio dentro de su comunidad, comúnmente son sujetos que han realizado larga trayectoria y experiencia en los cargos, sean mayordomos de barrio o de platitos menores, la comunidad se encarga de seleccionar al candidato ideal para llevar una de las tres imágenes más importantes del pueblo urbano de San Pedro Cholula.

El sistema de cargos interno es diferenciado según el barrio y la trayectoria sociocultural de estos, cada barrio posee cargos, nombres y categorías particulares en su sistema, algunos con trayectoria de Pueblos como los *fiscales* de San Cristóbal Teponztlá y San Matías Cocoyotla: y otros de cabeceras originales, como las Xochiltmayordomías de Santa María Xixitla, las prácticas de sus mayordomías suelen estar caracterizadas por la presencia de cargos particulares y nombramientos, así encontramos diversidad

⁷ El sistema de cargos es una organización socio religiosa nombrada mayordomía estructurada jerárquicamente cuya finalidad es la realización de la fiesta patronal, atención y arreglo del templo y/o santuario del santo o virgen.

⁸ La cumbre devocional religiosa de Cholula la sustenta la Virgen de los Remedios, una deidad con una importante presencia y fervor no solo para los barrios pertenecientes de los municipios principales (San Pedro y San Andrés), sino también para muchos pueblos de la comarca, como Santa Isabel Cholula y Santa María Tonantzintla; cuyo santuario se ubica encima de la pirámide prehispánica o el *cerrito*, como lo refieren sus pobladores, en medio de los límites fronterizos de ambos municipios. Algunas interpretaciones suponen que esta deidad sustituyó a la deidad del agua prehispánica cuando los españoles arribaron; es una figura que regula, cuida, da continuidad y soluciona las crisis por las que sus devotos pasan, tal como ocurrió durante la sequía en el año de 1968, según narraciones de pobladores, y la expropiación de los terrenos aledaños a la pirámide en el 2014, por ello se le refiere como la Patrona de las Cholulas, que funge su función como uno de los principales ejes de la actividad socio-religiosa de la región.

(tenientes, topiles, porteros, campaneros, floreros, coheteros) de participantes, en su mayoría en San Pedro Cholula son conocidas como *mayordomías*, aunque se anexan cargos de jerarquía menor denominadas *menordomías*, también las *hermandades de cargadores*, delegados del traslado de los santos y/o vírgenes.

El cargo de mayordomo se asume anualmente y es muy competido entre los habientes, el cambio de cargo se realiza el día festivo de la deidad tutelar y es requisito ser originario del barrio o *hijo de barrio* como se les suele denominar a aquellos que participan en las celebraciones o son miembros de la organización religiosa barrial para asumir un cargo. Son cargos de gran responsabilidad y de gran honor entre la comunidad, porque tienen a su cuidado la advocación tutelar sea santo o virgen, el pulcro de la iglesia de barrio y la organización de la fiesta barrial patronal, de suma importancia para la continuidad de la vida social en Cholula. En la mayoría de los barrios estos puestos tienen una activa participación entre sus integrantes, un informante menciona que al menos en la lista de candidatos de su barrio se tienen nombres para ocupar el puesto de mayordomo hasta el año 2040, porque llevar el más alto cargo del barrio es sinónimo de honor, estatus y de jerarquía social. Así aún después de haber concluido el cargo se sigue reconociendo la labor y trayectoria de quien “cumplió con el barrio y su patrón” con el nombre de *principal*, denominando así a los exmayordomos cuyo ascenso escala aún más para aquellos que realizaron los cargos circulares conocidos *tiaxcas* (un circular), *tatiaxcas*, (dos circulares) y *buehuetiaxcas* (tres circulares) por eso son habitantes con gran sabiduría y respeto en el barrio, pues son trayectorias de vida de al menos 40 años.



(Mayordomo del barrio de Mixquitla recibiendo a demás comitivas barriales durante la fiesta patronal de Santiago).

Fotografía: Sebastián Licona Gámez

La Fiesta

En San Pedro Cholula es muy común observar el recorrido de alguna procesión religiosa, el apresto de un convite o fiesta en las calles, plazas e iglesias de la cabecera, evidencian una forma de habitar y concebir la realidad, apoyada en la devoción y vinculación vecinal; el sonido de los cohetes, los campanazos de las iglesias o las bandas musicales de viento acompañando a alguna festividad del calendario anual cholulteca, son elementos que enuncian y conducen una dinámica sociocultural que involucran a la mayoría de sus habitantes y se refuerza con la interacción y reproducción social. Las fiestas en San Pedro Cholula son dispositivos de ritualidad comunal, su realización es de suma importancia para sus pobladores porque refuerza el vínculo recíproco entre los análogos y las deidades. Al igual que el sistema de cargos, las fiestas se dividen en varias vertientes, están las internas de los barrios y las que celebran en conjunto los diez barrios, incluidas las ya mencionadas festividades de las circulares. Las más importantes se pueden dividir en: 1) *Fiestas Patronales*, 2) *Fiestas de Circular*, 3) *Fiestas de Pueblo*, aunque se anexan otras de carácter menor como los cambios de menordomía y cargos internos de cada barrio, en su conjunto representan unas 1500 fiestas al año según un informante, aquí un desglose:

Fiestas Patronales

San Miguel Tianguisnahuac: 29 de septiembre

Santiago Mixquitla: 25 de julio

San Matías Cocoyotla: 24 de febrero

San Juan Calvario Texpolco: 24 de junio

San Cristóbal Tepontla: 25 de Julio

Santa María Xixitla: último domingo de agosto

La Magdalena Coapa: 22 de julio

San Pedro Mexicaltzingo: 29 de junio

San Pablo Tecama: segundo domingo de julio

Jesús Tlatempa: 10 de agosto

Fiestas de Circular

- 1) Fiesta Mayor de la Virgen de los Remedios: celebrada cada 8 de septiembre, aunque sus festividades duran la primera quincena de septiembre, festividad categorizada por los habitantes del municipio como el principal evento festivo y religioso.

- 2) Fiesta de la circular de San Pedro de Animas: celebrada el cuarto lunes de cuaresma y el cambio de su mayordomía es un evento enmarcado en las festividades de Todos Santos o Día de Muertos, celebrada el 2 de noviembre.
- 3) La fiesta de Virgen de Guadalupe: como en la mayoría de la región del país, es una deidad con su propio templo al que acuden peregrinos en diversas fechas, su festividad es celebrada junto con su cambio de mayordomía el día 12 de diciembre.

Fiestas de Pueblo

San Antonio: Celebra la bendición de animales, algunos testimonios narran que principalmente eran animales de carga agrícola, hoy en día se incorporan mascotas domésticas, como perros, gatos, loros, iguanas, conejos, etc.

Carnaval anual de Cholula: aunque es una festividad no organizada por el sistema de cargos barrial, si es sustentada por su población al que acuden alrededor de 5 mil asistentes. Cada barrio en su conjunto organiza a sus danzantes por batallones a desfilan antes de la cuaresma cristiana, entre los meses de febrero y marzo.

Semana Santa: entre los meses de marzo y abril.

Altepebnilt o fiesta del pueblo: realizada por la mayordomía de la circular de Guadalupe es una festividad celebrada el domingo siguiente del Jueves de Ascensión.

La *Tlabuanca* o borrachera espiritual: realizada por la mayordomía del circular de San Pedro de Animas celebrada el cuarto lunes de cuaresma, “en una forma metafórica significa felicidad excelsa, pues es una festividad de réquiem por todos los principales que se adelantaron al con rumbo al Mictlán” (Tlatoa y Gámez, 2019:301).



(Atrio de la capilla Real durante las festividades de la Tlahuanca) Fotografía: Sebastian Licona Gámez

Las primeras festividades aluden a las deidades tutelares de barrio, las de circular a las tres imágenes más importantes del municipio, y las del pueblo se engloban en el calendario cristiano y agrícola al que acuden o celebran en conjunto todos los barrios. Su organización es encabezada, en la mayoría de los casos, por el sistema de cargos circular o barrial según sea el caso representada por la mayordomía en turno.

Es deber del mayordomo en turno como representante de la advocación velar por la buena realización de la festividad, de las “buenas costumbres”, ya que las celebraciones son de gran valor simbólico para cada comunidad de barrio, de forma solemne, en ellas se reproducen los capitales identitarios, cosmovisivos y religiosos de los barrios. Su realización conlleva varias fases e involucra a muchos sujetos del sistema actoral barrial, se estima que el insumo económico recaudado por muchos candidatos a mayordomo de barrio (o circular) antes de su elección, vislumbra entre 150 y 400 mil pesos.



(Fuegos pirotécnicos en honor al recibimiento de la imagen de circular de Guadalupe, el día 12 de diciembre en el barrio de San Pedro Mexicaltzingo) Fotografía: Sebastian Licona Gámez

La cosmovisión

Muchas de las prácticas, acciones y dinámicas de la vida socio religiosa de Cholula obtienen su sentido a partir del constructo cosmovisivo de sus habitantes, el *sistema de cargos* y la *fiesta* tienen su origen ontológico en la cosmovisión en torno a santos y vírgenes. En todo barrio existen advocaciones tutelares que se rinde culto, sus génesis datan de tiempos coloniales, cuando los evangélicos españoles inician el proceso de sustitución de las deidades prehispánicas por las católicas cuyo hogar es el templo o iglesia de barrio, las más antiguas residen en los barrios originales.

Hoy en día, la cosmovisión en torno al patrono tutelar se torna compleja, porque en Cholula respondía a caracteres de la vida agrícola y de tradición mesoamericana y aunque los grupos humanos que habitan su territorio siguen reproduciendo esos caracteres también lo fusionan con constructos urbanos de reciente auge. La cosmovisión en Cholula se compone de un conjunto sistema de creencias, imaginarios y rituales que expresan la visión del mundo de una población socio religiosamente constituida. El culto patronal es de suma importancia porque el Santo o Virgen condensó en su interior la trayectoria histórica, consolida la identidad, y compone el presente y futuro de los barrios-pueblos, son iconos y protagonistas de las festividades, peregrinaciones, procesiones y guardianes-fundadores de la vida social, en síntesis, constituyen la objetivación emblemática del grupo, por ello, donde está el santo está el pueblo, aunque no se concentren en su totalidad numérica (Giménez, 1978:147-148).

Dos signos culturales sobresalen en torno a la cosmovisión de santos y vírgenes en Cholula, 1) su visión como personas y 2) el sistema parental de estos. Respecto al primero se cree que los patronos desempeñan sentires y acciones similares a las personas; se alegran, gozan, comen, se visten, trabajan, descansan, se entusiasman, sufren, enojan, entristecen, se enferman, etc. Por eso su culto adquiere ciertas características cuando se expresa, por ejemplo, en las fiestas patronales la mayoría de las comunidades preparan mañanitas, en las que se canta y felicita al patrón, mariachis o grupos de viento se encargan de la instrumentalización mientras la comunidad entona rezos y cantos. Después de las misas muchas personas se acercan a los santos, a pedir favores o a superar una mala vivencia, también se le pide fortuna o buen vivir dependiendo de las crisis del barrio.

También se le obsequian regalos para que denote alegría y se sienta querido por sus hijo(a)s, en variadas épocas del año se le acoplan nuevas vestimentas y se asea la imagen, algunas comitivas de mayordomía incluso cuentan con sujetos concretos encargados de vestirlo y resguardar sus vestimentas, los *joyeros*, es decir especialistas en reparar, otorgar mantenimiento o elaborar piezas únicas para los patronos. Las vestimentas son de gran lujo, algunas con hilos de oro y plata, las joyas u ornamentos son entregados como obsequios e iconos propios del patrono, por ejemplo, a la Virgen María de Xixitla es común que se done una luna de plata, que reposa bajo sus pies y sustenta su simbología religiosa. Algunos otros son antiguos, como los medallones de San Pedro Mexicaltzingo son inventariados por las comitivas barriales anualmente cuando el cargo se relega y son muy atesorados, porque condensan cargas simbólicas fuertes al ser portados por el patrono del barrio. En general, las practicas encaminadas de culto al santo patrono velan por su bienestar y se busca que este alegre, porque existen acontecimientos en los que puede castigar y enojarse si no se le atiende.



(Cargadores del barrio de Tlatempa portando a su patrono que visita al barrio de Mixquitla) Fotografía: Sebastian Licona Gámez

El factor parental de los santos y vírgenes es que pueden transmutarse en guardianes, padres o madres de sus creyentes o ser hermano(a)s, novio(a)s de otras advocaciones y ello repercute en las relaciones inter-barriales. Caso concreto el del Apóstol Santiago de Mixquitla y la Virgen María de Xixitla que se alude como noviazgo, y es San Cristóbal de Tepontla quien también busca la atención de María. Los hijos de barrio ven a estos entes como unidades religiosas indispensables para el bienestar del grupo, “sin patrón no hay pueblo y sin pueblo no hay patrón”, la relación cosmovisiva de los Santos en Cholula es de carácter recíproco, por eso matiza su importancia en la estructura cultural de sus habitantes.

La vida socioeconómica

En términos de la vida económica de la región de Cholula, es importante señalar que es diversa y responde a distintas prácticas y dinámicas socioculturales presentes en las localidades, barrios y pueblos que la conforman, estas van desde ámbitos modernos, urbanos y globalizados a los agrarios y rurales, la ocupación laboral de la población es diversa y presentan distintos rasgos según las organizaciones e intereses de sus pobladores. Un ejemplo *La feria Regional de Cholula* donde es posible observar y ser partícipes de la confluencia de distintos capitales socioeconómicos de sus pobladores y que refleja la ocupación económica de quienes la habitan.

En la feria regional se instala un mercado anual en el marco de la fiesta mayor de la virgen de Remedios del mes de agosto y la primera quincena de septiembre; el zócalo, la plaza de la concordia, las calles y avenidas céntricas de la cabecera municipal de San Pedro Cholula se llenan de comercios que ofrecen diversos tipos de artículos. Confluyen durante su estancia una gran cantidad de personas, procedentes de muchos estados de la república, como: Guerrero, Morelos, Tlaxcala, Hidalgo, Oaxaca y Veracruz, también asistentes que habitan en la ciudad de Puebla y en otras comunidades del mismo estado, provenientes de entidades y regiones como Tehuacán, la Sierra Norte y la Mixteca poblana, prueba de los vínculos económicos, alcances y de heterogeneidad de prácticas, quehaceres y ejercicios comerciales que se condensan y reúnen en la feria.

Este mercado extenso se compone de distintos sub-espacios que expresan caracteres socioeconómicos particulares de Cholula, uno de los más llamativos para sus asistentes, es el tianguis del trueque⁹, celebrado cada 8 de septiembre en la plaza céntrica de la Concordia, que reúne a una gran cantidad de comerciantes volcaneros, tianguistas que habitan, producen y ofrecen bienes provenientes de los pueblos y municipios ubicados entre las faldas de los volcanes Popocatepetl e Iztaccíhuatl y las cabeceras municipales de San Pedro y San Andrés Cholula como San Nicolás de los Ranchos, San Buenaventura Nealtican, Santa María Acuexcomac, San Andrés Calpan, Huejotzingo entre otros, que actúan en otros tianguis de la ciudad, incluyendo el mercado-tianguis de Santiago Mixquitla que se verá más adelante.

Mucha de la actividad económica campesina en Cholula es debido a los pobladores de estos pueblos, porque en sus respectivas localidades la actividad principal es la siembra por temporada, que involucra a toda la familia, cuyos campos de cultivo sustentan el principal ingreso económico de las líneas parentales volcaneras, componen el comercio semi-informal de la ciudad, referidos como “la gente de los pueblitos”, ofrecen bienes alimenticios y agrícolas de primera necesidad, como verduras, frutas y semillas, que no se encuentran en la producción agrícola de la localidad, las cantidades en las que venden son al minoreo, porque se oferta el excedente del campo destinado al autoconsumo de las temporadas de producción, su presencia cotidiana es regular en los tianguis de Santa María Xixitla y Santiago Mixquitla pertenecientes a San Pedro Cholula, sin embargo, acuden los días de plaza; días miércoles y domingo, de ahí el término tianguistas, por ello no cuentan con puestos o locales formales, más si ciertos espacios semi-fijos en los tianguis. El tianguis en Cholula es una ocupación económica recurrente, representa una

⁹ El tianguis del trueque, es un evento enmarcado dentro de los festejos de la de Virgen de Los Remedios, junto con la *quema de los panzones* y el cambio de mayordomía de la circular de los remedios que acaparan la atención de la mayoría de los asistentes de la feria regional, este tianguis se caracteriza por operar con base a un intercambio sustentado en el trueque, el cambio de bienes por bienes sin mediar la moneda, aunque esta última tampoco se excluye del intercambio comercial (Licona, 2017:220).

opción de subsistencia, una segunda actividad de ingreso, alterna pero vinculada con la producción agraria de autoconsumo, por eso algunas de las familias se encuentran vinculadas o sostienen un apego con el tianguis que estructuran circuitos de intercambio tianguista a nivel sub-regional, que se diferencian de otras dentro del valle al aportar un matiz sociocultural concreto.

Otras dinámicas socioeconómicas que se expresan en las cabeceras de San Pedro y San Andrés Cholula, son en los escenarios más globalizados y urbanos, existen actividades que involucran, principalmente los servicios de inversión extranjera y turísticos, de comercio transnacional y local y de industria automotriz, aunque también existen habitantes que se dedican a oficios que envuelven la mano de obra, por ejemplo, barrios como San Matías Cocoyotla reportan una fuerte deserción de su población joven, que migra a los Estados Unidos en las zonas conurbadas con la ciudad de Puebla o juntas auxiliares San Bernardino Tlaxcalancingo del municipio de San Andrés Cholula, mucha de su población se emplea en oficios que involucran la albañilería o el trabajo doméstico, en zonas citadinas como se señaló anteriormente, donde la construcción de casas, escuelas, plazas, unidades habitacionales o fraccionamientos se encuentra en pleno desarrollo, por lo que también se emplean en la ciudad de Puebla y algunas actividades agropecuarias.

En la cabecera municipal de San Pedro Cholula muchos de los barrios pertenecientes destinan distintas actividades económicas y cada una de ellas depende del barrio, por ejemplo los habitantes de barrios céntricos como San Miguel Tianguisnahuac, desempeñan actividades que involucran el turismo como fuente de ingreso, pues desde que la administración estatal otorgó el título de "*Pueblo Mágico*" a la ciudad de Cholula, el carácter tradicional de la urbe fue fuertemente modificado, muchos habitantes del barrio abrieron restaurantes, tiendas de comida y souvenirs, estacionamientos y ofrecen distintos tipos de servicios, algunos de ellos son profesionistas, cuentan con locales que ellos rentan o administran, aunque también confluyen otros establecimientos que no pertenecen a los propios habitantes del lugar, como los restaurantes de los portales o lugares que se aproximan a aquella expresión juvenil de lo "hipster" y que poseen un flujo constante, pues la movilidad extranjera turística es de grandes dimensiones en las zonas céntricas de la ciudad, como la Plaza de la Concordia o la avenida Morelos.

Otros barrios, por ejemplo los periféricos, dedican sus actividades a ámbitos de producción más agraria y manufacturera, el barrio de la Magdalena Coapa, uno de los más alejados de la zona urbana, aún posee campos de cultivo, donde se encuentran campesinos propios del barrio sembrando maíz, cebada, frijol, papa y flor de temporada, como la de cempaxúchitl en día de muertos; otros como los barrios de San Cristóbal Tepontla, Santiago Mixquitla y San Matías Cocoyotla poseen una fuerte presencia de producción ladrillera y artesanal, algunos habitantes poseen los medios de producción para fabricar grandes cantidades que suministran a los locales ubicados en la carretera federal a Huejotzingo, en las

calles de estos barrios es frecuente encontrar casas, que integran a unidades afiliadas por el parentesco fabricar ladrillos y materiales de construcción, que venden a sus contactos en el valle e incluso a otros estados del centro de México.

En el caso peculiar de San Cristóbal Tepontla también existe la actividad pirotécnica, donde se elaboran todo tipo de muñecos, artilugios y bienes con pólvora, como los toros pirotécnicos de 3 metros de altura, que fabrican y se observan en una gran cantidad de fiestas en la localidad, por ejemplo, los panzones y el toro de la fiesta mayor de la Virgen de los Remedios, que contienen varios tipos de colores, explosiones y detonaciones que hacen bailar, correr y agitar a sus habitantes. Tepontla es famosa entre sus análogos por que suministran y adornan las fiestas de muchos pueblos vecinos, con lo que el comercio también se empapa de un incentivo religioso y lúdico

Sin embargo, a pesar de la vasta diversidad socioeconómica del municipio existen casos en que la actividad económica tradicional están en pleno abandono, algunos habitantes refieren a que la proyección de vida se articula cada vez más a un ámbito urbano, los jóvenes aspiran a estudiar una carrera universitaria, migran o quedan empleados en alguna constructora, se menciona el constante problema de la expansión de la zona urbana y la inserción de otros tipos de actividad económica, como aquellos que involucran a sujetos vecindados o que llevan una movilidad más citadina ajena a las dinámicas barriales propias, ya que muchas de las dinámicas socioeconómicas de tradición rural en las Cholulas tienen que ver con los medios parentales y unidades de producción familiar, de tierra donde la dinámica territorial urbana impide la continuación de estas.

En síntesis, la composición cultural de Cholula engloba una diversidad de respuestas colectivas, en sus términos económicos y religiosos, su población emplea híbridamente sus capitales culturales, urbanos y rurales, el pueblo urbano de Cholula es muestra de los nuevos macro contextos que empiezan a generarse en nuestros territorios próximos, da cuenta del ingenio cultural y la capacidad adaptiva de los grupos humanos populares, así como también de que el facto moderno y globalizante no arrasa o homogeniza con todo lo que entra a su paso, existen respuestas y condiciones concretas que posibilitan la diversidad humana.

Capítulo III: El mercado-tianguis de Santiago Mixquitla, una institución económico sociocultural diversa

Introducción

El presente capítulo tiene como objetivo caracterizar y analizar al mercado-tianguis de Santiago Mixquitla como una institución económica sociocultural heterogénea que engloba a diversidad de actores tianguistas en una gama de prácticas y caracteres socioculturales que sustentan una forma de construir la vida económica y social de sus usuarios.

Se busca brindar un panorama del papel activo cotidiano de los sujetos que acuden al mercado-tianguis, porque construyen todo un entramado sociocultural de quehaceres, capitales, discursos y relaciones sociales, que van desde el intercambio comercial y simbólico, el parentesco, la reciprocidad, el compadrazgo y las alianzas comerciales hasta la lucha, tensión y el conflicto político-mercantil. Este trabajo resalta que el mercado-tianguis de Santiago Mixquitla sustenta una institución social, aunque no una meramente económica como la define Alejandro Marroquín, “encargada de organizar el aspecto principal de la distribución de los bienes, facilitando el encuentro, en un lugar determinado, de productores y consumidores” (Marroquín, 1978:31).

Tradicionalmente los mercado-tianguis han referido un ámbito socioeconómico que articula espacios, actores, objetos y sobre todo prácticas encaminadas a satisfacer necesidades materiales y de subsistencia con lógicas indígenas campesinas que se sustentan de funciones económicas concretas, sin embargo las prácticas de intercambio en el mercado tianguis de Santiago Mixquitla proponen que estas no responden a orbitas de carácter estrictamente económico, sino a esferas y matices de naturaleza sociocultural que dotan al fenómeno del intercambio de vínculos con otros elementos que articulan la vida social de sus actores.

En este sentido, el mercado-tianguis de Santiago Mixquitla erige una institución que norma su conducta socioeconómica vía las características socioculturales de la sociedad que lo ejerce. Su lenguaje se limita a partir de múltiples prácticas, encaminadas por el intercambio, por la configuración de relaciones sociales condensadas por la heterogeneidad de actores sociales que movilizan capitales y se diferencian por las formas de intercambio, de bienes, objetos, familias, oficios, formas de comerciar, producir, ofrecer, y por las maneras en las que operan socialmente. Sus expresiones que no tienen como única característica sus tintes económicos, como la producción, distribución, la venta, oferta y ganancia de

bienes o servicios, sino también poseen formas particulares de teñir a los intercambios, como el parentesco y el conflicto que edifican y activan ajustes socioculturales en las dinámicas socioeconómicas propias del mercado-tianguis.

Se afirma que un mercado-tianguis no supone un ámbito estrictamente mercantil, que solo entrevé el intercambio comercial y que funciona como aquel dispositivo que satisface las necesidades materiales de un sector de la población popular, aunque esta última función subordina a otras.

Se postula que los capitales económicos, culturales y simbólicos de sus usuarios lo dejan entrever ante todo como una institución económica sociocultural diversa, constituida por sectores de una población movilizada en la dimensión del pueblo urbano (San Pedro Cholula), que regula, da sentido y distingue a los usuarios del mercado-tianguis como sujetos que producen un entramado sociocultural complejo, al involucrar la lógica económica con la cultural, puesto que estos no solo establecen relaciones de intercambio comercial, también se producen relaciones mediadas por el parentesco, lo religioso, lo político, el género, lo simbólico, entre otros entramados más definitorios en el entorno tianguista, dispositivos o constructos humanos que permiten fundar una convivencia socioeconómica única que este texto explora.

El capítulo examina en primer lugar el contexto socio-territorial de Santiago Mixquitla, definido como *barrio tianguis* y entendido como unidad socio territorial donde la producción sociocultural del mercado-tianguis se expresa, puesto que las dinámicas cotidianas propias de los tianguistas se entremezclan y quedan definidas por la producción cultural de un barrio socio-religiosamente apropiado como Santiago Mixquitla y entremezclado con las dinámicas propias del pueblo urbano de Cholula como se reseñó en el capítulo anterior. Sus pobladores poseen un fuerte capital devocional que no concibe la vida social fuera de las normas del sistema de cargos y las fiestas patronales propias del entorno cholulteca, con ello se exploran las dinámicas socio-religiosas y comerciales de Mixquitla, como las procesiones, fiestas, misas, convites, ritos en coexistencia con él, comercio fijo e informal suscitados en el lugar, que dé cuenta de las relaciones socioculturales que ostentan barrio y tianguis. Con ello también se propicia a que la definición de *barrio-tianguis* coadyuve a reconocer su potencial como categoría antropológica en la interpretación de contextos similares.

En segundo momento se ofrecen algunos testimonios y narraciones circundantes a la historia y organización del mercado-tianguis de Santiago Mixquitla, donde se exhiban las distintas facetas que dieron lugar a su estructura socioeconómica, su origen, los conflictos, alianzas y demás procesos fundacionales que implicaron a sus comerciantes y usuarios en su actual institución. Con ello se enfatizan aquellos marcos sociohistóricos, donde la memoria y el recuerdo de aquellos acontecimientos generaron

una narrativa contemporánea del intercambio social y económico, sus dispositivos identitarios, simbólicos y de distinción entre sus actores, demostrativas en su actual organización.

En tercero, se proporciona un paisaje cultural complejo de esta institución, se exponen descripciones etnográficas de servicios, espacios, temporalidades y actores sociales heterogéneos con una diversidad de capitales culturales, modos de vida y producción económica, puesto que los tianguistas que operan en este lugar proceden de variadas regiones comerciales y ostentan diversos matices socioculturales que cambian de pasillo en pasillo, de puesto en puesto y de familia en familia, donde la relación social no se constituye de la misma manera y mucho menos se construye una vida socioeconómica y cultural similar, pero sí, se coexiste en un hábitat que prioriza el intercambio cultural más que el comercial.

En este sentido, durante las dinámicas de campo en el tianguis de Santiago Mixquitla se llevaron a cabo diversos ejercicios etnográficos, que permitieron el acercamiento e interacción con los actores del tianguis, así como al reconocimiento de los espacios y la observación de las prácticas que se suscitan en el escenario expuesto, reconociendo la complejidad sociocultural que allí yace.

III.I. Santiago Mixquitla: el barrio-tianguis

Nuestro actual escenario etnográfico lo ocupa Santiago Mixquitla definido como *barrio¹⁰ tianguis*, unidad socio territorial cuya producción cultural tiende a estar entramada en actividades socioeconómicas y devocionales; primero por ubicar una dinámica comercial campesina y popular (fijo e informal) única en la ciudad de Cholula representada por el mercado-tianguis y por conjeturar una institución religiosa sustentada en la figura de barrio que involucra a la mayoría de sus pobladores.

Es un barrio comercial y socio religioso que se caracteriza por estar inserto y circundante en las actividades y prácticas propias del pueblo urbano de San Pedro Cholula, particular por componer dinámicas sociales concretas que se diferencian de otros barrios de esta ciudad. Entre estas resaltan la fuerte ocupación alfarera, en producción y venta ladrillera, barro, piedra y pulque, las unidades habitacionales que ofertan servicios, como herrerías, carnicerías, zapaterías, tienditas, abarrotes etc, también su dinámica socio religiosa que se expresa en sistemas de cargos tradicionales que integran a un

¹⁰ El barrio sustenta una figura cultural, construida entre las formas espaciales de lo privado(hogar-vivienda) y lo público (lo externo), utilizado como dispositivo social cuya función es asegurar una solución de continuidad entre lo más íntimo (el espacio de la vivienda) y lo desconocido, el conjunto de la ciudad o por extensión el mundo (Pierre,1999:10). También se define como “una organización colectiva de trayectorias individuales; es la distribución, para sus usuarios, de lugares de proximidad en los cuales se encuentran necesariamente para satisfacer sus necesidades cotidianas”(Pierre, 1999:13), en el escenario de Santiago Mixquitla estas características son construidas desde los capitales religiosos y comerciales.

sector mayoritario de sus habitantes a través de una institución sociocultural que reproduce una identidad barrial comunal.

Por último, destaca la presencia del mercado-tianguis y el comercio formal e informal de Mixquitla del que este texto se ocupa. Se afirma que la conjunción de estas características en el barrio es definitoria para comprender la realización cultural de sus habitantes, puesto que los dispositivos sociales por los cuales se expresan y movilizan lo sustentan en lo comercial y devocional, ello define a Santiago Mixquitla como *barrio tianguis*, territorio que edifica una dimensión donde la economía es sustentada religiosamente, es decir, donde la dimensión económica no se vislumbra fuera de las leyes religiosas, y la vida social se torna holística en todos sus términos.

Por ello se considera pertinente desglosar sus características socioculturales, puesto que el escenario de análisis (el mercado-tianguis) está entramado en la esfera cultural del barrio y sus constructos humanos están constantemente enlazados con lo que sucede cotidianamente en Mixquitla.

Ubicación territorial

El barrio de Mixquitla se erige un tanto alejado y periférico al trazo cosmopolita céntrico del municipio. Su delimitación geográfica se posiciona al noreste de la cabecera municipal de San Pedro Cholula, justamente delineada entre la ex *carretera federal Forjadores* al este y la continuación de la avenida *La Recta a Cholula* por el sur. Su traza urbana se reconoce por cuadrantes, delineadas desde la época colonial, aunque en tiempos recientes se ha observado la construcción de nuevas zonas habitacionales y pequeñas plazas comerciales, de entre las más referenciadas se ubica *Plaza San Diego* que han modificado su plano. Al ser un barrio adyacente también delimita la frontera territorial de San Pedro Cholula con la zona conurbada de la ciudad de Puebla y la cabecera municipal, papel que comparte con los barrios vecinos de Jesús Tlatempa, San Matías Cocoyotla y San Cristóbal Tepontla, en su conjunto, componen los barrios del norte.

apellidos y su anclaje con ciertos espacios y/o viviendas, de entre los más antiguos que reseñan son: *Tecamecalt*, *Tlacochealcatl* o *Tezacoatl*. Otro ejemplo que destaca es en diversos conflictos que tienen auge a causa de las señaléticas oficiales que el municipio sanpedreño coloca en las avenidas y calles de Mixquitla. Puesto que estas muchas veces rotulan sus lugares como pertenecientes a otros barrios o localidades, producto de la diferenciada concepción territorial, esta cambia según los actores partícipes, aunque muchas veces es la visión de las autoridades estatales y municipales la que tiende a subordinar a la oriunda. Se denuncia y alza la voz por la modificación de su territorio, pues como se dice: “atentan contra nuestras familias y el patrón Santiago”. En términos físicos sus calles principales o céntricas se caracterizan por estar pavimentadas, con iluminación, aunque existen otras periféricas al norte del barrio que aún se encuentran sin pavimentación, servicios básicos, como postes de electricidad o tuberías para el drenaje.

De los lugares más referenciales se encuentran los templos, un parque y el mercado-tianguis de Mixquitla. Dentro de los templos y sitios sagrados ubicamos la *Iglesia de Barrio* donde reside el Santo Patrono de Mixquitla. Dentro del imaginario barrial, es de los sitios de mayor importancia puesto que también funciona como centro nodal de reunión y socialización de sus habitantes en diferentes fechas del calendario festivo.



(Iglesia de barrio de Santiago Mixquitla previo a los preparativos de su fiesta patronal, julio del 2017) Fotografía: Sebastián Licona Gámez

Otros templos de importancia en el barrio son las capillitas, con sus respectivas mayordomías y que se vinculan con el ciclo festivo de Mixquitla, estas son: Carmelito y San Dieguito, la iglesia de San

Miguelito lateral a la avenida la recta y la 13 de diciembre. El parque referido se ubica enfrente del atrio de la iglesia de barrio, donde en muchas de las festividades de Mixquitla se utiliza para ferias, conciertos y punto de reunión nodal.

Síntesis histórica de Mixquitla

Santiago Mixquitla destaca por ser uno de los primeros cinco barrios más antiguos, compuso una de las principales cabeceras de la Cholula prehispánica y colonial, conformada por estancias o localidades concretas. Según Mercedes Olivera:

[...] la cabecera de Santiago -actualmente Santiago Mixquitla- tenía a principios del siglo XVI las estancias de Cocuilaqui, Ixguentla, Coamilco Exilmasco, Cuytlisco y Cuymencon, además de Qualmehuaca.

Esta cabecera está un tanto retirada del centro de la ciudad, y de sus estancias sólo se han podido reconocer "Izquitlan y Mizquitlan", pero en el Códice de Cholula aparece otra estancia, Tenanquiahuatl, que tal vez también formara parte de esa cabecera de Santiago, que por cierto en algunos documentos lleva el nombre de "Mixquitlan", en vez de "Izquitlan" (Olivera y Reyes, 1969:261).

Una de las características prehispánicas de Mixquitla como *calpulli* era su afinidad militar, algunos autores hacen espacial énfasis en relación con los apellidos de la época y su vínculo con deidades guerreras, por ello que también se interpreta su simbolización con el apóstol Santiago, al ser santo que batalló contra los moros y su afinidad con deidades tutelares bélicas.

Expresión de ello son algunos vocablos de nombres y apellidos indígenas de esta cabecera:

[...]diversas familias con el patronímico Tezcacoac. A su vez lo encontramos como nombre de un calpulli del barrio de Santiago: Tezcacoatzin o Tezcacoac en diversas fuentes desde el siglo XVI. Consideramos que por la actividad que realizaba el Tezcacoacatl, tanto los nombres como la actividad del tecpan estaban vinculados originalmente al culto a Tezcatlipoca. Podemos presumir que el patronímico Tezca (tezcatl, espejo de obsidiana), multiplicado de manera predominante entre diversas familias del calpulli de Tezcacoac hacia el fin del siglo XVIII, también estuviese relacionado con ese culto" (Castillo, 2015:177).

Durante la etapa colonial la figura de calpulli desaparece y se instaura la cabecera¹¹ y/o barrio de Mixquitla, aunque seguía definiendo su lugar como una de las principales cabeceras de la Cholula colonial e insertada en la división por cuadrantes que involucraba un número considerable de iglesias y templos a su ordenamiento territorial (Kubler, 1968:9). En el siglo XX durante la posguerra de la Segunda Guerra mundial inicia la inserción de las ladrilleras al pueblo vecino de San Matías Cocoyotla y por supuesto a

¹¹ El término cabecera "significaba la capital secular o eclesiástica de un distrito que gobernaba diversos poblados más pequeños. Sus gobernantes indios ostentaban el título de "tlatoani" o hereditario de un conjunto de poblados. En su uso religioso había "cabeceras de doctrina", que eran lugares donde la iglesia y los sacerdotes residentes gobernaban un conjunto de pueblos cercanos" (Kubler, 1968:7)

Santiago Mixquitla, como una estrategia socioeconómica de la entonces población rural de la región a la moda de producción fabril.

La dinámica religiosa

El actual barrio de Santiago Mixquitla configura sus propios constructos culturales en relación otros barrios y pueblos cercanos, pero se incluye en el circuito social, religioso y económico de la cabecera municipal de San Pedro Cholula. El barrio de Mixquitla posee dos tipos de calendarios festivos, uno a nivel interno y otro externo en el que, con los otros nueve barrios de San Pedro Cholula llevan acabo elaboradas manifestaciones de religiosidad popular; en ambos casos existen instituciones, organizaciones y afiliaciones socio-religiosas que integran densas redes sociales a los habitantes del barrio.

Por ejemplo, las mesas directivas de los exmayordomos o *principales*, encargados de asesorar y ver que “las costumbres se realicen de forma correcta”; las hermandades de cargadores que sirven al cargo y la advocación del barrio; las familias que asumen la responsabilidad de algún cargo a causa de la elección de alguno de sus integrantes, etc. Además, podemos encontrar fiestas enmarcadas en los cambios de cargos religiosos de *mayordomías* y *menordomías*¹², siendo del Señor Santiago la principal; por mencionar algunos ejemplos:

- 1) La mayordomía del Carmen celebrada el 17 de enero.
- 2) El cambio de mayordomía de la Capillita de Carmelito el 13 de diciembre.
- 3) Último domingo de octubre se celebra la fiesta de Cristo Rey, *menordomía* a cargo de la hermandad de cargadores.
- 4) Cambio de *menordomía* de la Purísima Concepción el 8 de diciembre.

Todos estos cargos involucran de forma activa a los pobladores del barrio que se adscriben parte de él, cuyas dinámicas configuran una fuente identitaria a nivel barrial. El calendario externo está compuesto principalmente por festividades enmarcadas en las mayordomías que comparten todos los barrios, las llamadas circulares, donde el cargo solo se repite una vez por barrio cada diez años hasta pasar por los otros, pero se asiste a las festividades de estas de forma anual, aunque también se anexan otros eventos como el *Carnaval Anual de Cholula* celebrado el primer domingo de cuaresma, donde los pobladores del barrio participan con sus propios batallones de carnavaleros y las *bajadas* de la Virgen de los Remedios.

¹² El término de *menordomía* designa un cargo de jerarquía menor a las mayordomías, en el sistema de cargos de Cholula, culturalmente su función es complementaria en el calendario festivo, y se encargan de advocaciones que forman parte de la principal del barrio.

Son los eventos más importantes de San Pedro Cholula organizadas por todos los habitantes inscritos en la dinámica barrial. Estas fiestas las conforman: 1) la fiesta mayor de la Virgen de los Remedios celebrada a principios de septiembre siendo el clímax el día 8 y su sede se ubica en el Santuario de los Remedios o el *Cerrito*; 2) La Tlahuanca, realizada el cuarto lunes de cuaresma en la Capilla Real, organizada por los mayordomos de la circular de San Pedro de Ánimas, aunque el cambio de cargo de esta se celebra a principios de noviembre; 3) La circular de la Virgen de Guadalupe, cuya fiesta y cambio de mayordomía se celebra el 12 de diciembre en la Capilla Real.

Estas fiestas y cargos también representan construcciones emo-significativas y simbólicas para los habitantes de Santiago Mixquitla, y en general, para los otros barrios, porque cuando las 3 circulares residen en un barrio las miradas de los otros se centran en éste, debido a que se resguardan las deidades más importantes de la cabecera municipal y los participantes en estos cargos pasan a formar parte de la memoria y reconocimiento colectivo del grupo, puesto que realizar un cargo de esta naturaleza es “cuestión de respeto” y algunos partícipes significan su cargo como la voluntad de su patrono o la advocación a la que sirvan.

En su composición, la dinámica socio-religiosa del barrio está sustentada en 1) la institución del sistema de cargos-mayordomía, 2) una cosmovisión compartida en torno a una deidad tutelar, en este caso el Señor Santiago y 3) las fiestas, realizadas según la fecha, el cargo y función en el amplio calendario del barrio, que condensa a los pobladores en dinámicas particulares y coadyuva a la configuración de su identidad barrial y estrategias de apropiación territorial.

El sistema de cargos en Mixquitla

Respecto al sistema de cargos, como forma de organización social-religiosa ampliamente difundida en Mesoamérica, se sostiene que su característica principal es contar con una estructura jerárquica que fusionó dos tipos de organización, uno prehispánico y otro colonial, sus antecedentes en las cofradías instituidas por los españoles, consiste en la asociación de *cofrades* u “hermanos” y cargos con durabilidad de un año y ratificados el día festivo de la advocación tutelar de la cofradía, hoy en día, las mayordomías y menordomías, los sujetos administradores de estos cargos se les conoce como mayordomos-mayordomas (Licona y Sánchez, 2019: 140). Los pobladores de Mixquitla, señalan que estos cargos son un medio para dar servicio de carácter religioso: - “se hace un cargo para servir al patrón y al barrio”-, (refiriéndose como patrón al Señor Santiago).

En ello, también resalta su carácter prehispánico, al ser uno de los primeros barrios más antiguos de la ciudad de Cholula, el sistema de cargos de Mixquitla también figura como una continuidad socio

histórica producto de la transformación de los antiguos *calpulis*¹³ mesoamericanos en barrios, donde cada cabecera rendía culto a una deidad tutelar que protegía al territorio y sus habitantes.

Otra característica del sistema de cargos es su forma como mecanismo de acenso social, donde el “prestigio” y/o “respeto” se postulan como una forma de vínculo social que otorga sentido a las conductas pertinentes en ámbitos religiosos-ceremoniales (Padilla, 2000: 126).

El orden de estos cargos en Santiago Mixquitla figura en primer lugar la mayordomía del barrio o la mayordomía principal del Señor Santiago, seguido de tres hermandades: la de cargadores de Señor Santiago, la de la virgen de los Remedios, y la del señor del Desmayo, tras ellas están las otras menordomías o *platitos* del barrio, que completan los calendarios festivos del barrio, estas son: Del Perpetuo Socorro, de San Antonio, de Cristo Rey, de la Virgen del Pilar, de La Virgen de Guadalupe, la octava del Señor Santiago, de las reliquias del Señor Santiago y la de San Felipe. Todos ellos de duración anual.

Estos cargos ostentan un elemento importante en la vida social de los pobladores de Santiago Mixquitla, y en especial para aquellas familias cuyos miembros participaron y/o participaron en futuros cargos de su barrio y otros (circulares), ello por dos razones: 1) el intercambio de *dones*, entre la deidad tutular y los habitantes a nivel simbólico, emocional y cosmovisivo.

Ostentar un cargo religioso que brinde servicio al Santo Patrono es causa de orgullo. 2) el estatus adquirido después de desempeñar un cargo o “servicio al santo patrono y a la comunidad” es sumamente anhelado, como se mencionó antes, los sujetos que realizaron el compromiso forman parte de la memoria colectiva, de aquellos sucesos socio-históricos que permearon la vida barrial, además del “respeto” y relevancia social que se adquiere, por ejemplo, las figuras *Tiaxca* y/o principal denotan actores que han desempeñado cargos del barrio con anterioridad.

El cargo más importante es la mayordomía de barrio, seguido por el de las circulares como se mencionó. Llevar este cargo o responsabilidad casi siempre es administrado por una pareja unida bajo matrimonio católico (el matrimonio como requisito indispensable a ser candidato) que son los que velan

¹³El *calpulli* refiere a una unidad prehispánica territorial, económica, política y social administrada por familias oriundas, “de acuerdo con Florescano (1976) la domesticación del maíz y otros cultivos dio origen a la familia extensa campesina, la cual surgió como una unidad económica autosuficiente cuyos lazos de sangre se fortalecieron en el aislamiento y en el esfuerzo colectivo de sus miembros por asegurar la supervivencia en el territorio. De la familia campesina se derivó el *calpulli*, una organización social cuyos cimientos lo constituían los lazos de parentesco y los derechos sobre la tierra, pero en forma comunal” (Hernández y Martínez 2011:283).

que las costumbres se realicen en correcta forma, siempre con guía de la mesa directiva, organismo compuesto por principales, es decir, exmayordomos.

Puesto que se trata de un cargo sumamente importante para el devenir social del barrio este también es muy solicitado, anhelado y disputado, algunos de los testimonios mencionan que existe una cola de *hijos de barrio* a ser candidatos anotados hasta el año 2032, y es la mesa directiva quien selecciona al aspirante a desempeñar el cargo.

En síntesis, el sistema de cargos de Mixquitla supone un ámbito de fuerte permanencia y durabilidad dentro de las dinámicas socio territoriales del barrio, es por ello que se le toma en cuenta en el análisis del mercado tianguis, puesto que este último no se deslinda de su contexto socio-religioso.

El santo patrón Santiago a partir de su cosmovisión

Uno de los caracteres socioculturales en la composición barrial en Cholula y de fuerte relevancia religiosa es la cosmovisión¹⁴ en torno a los santos y vírgenes. En Mixquitla especial caso tiene el patrono del barrio el “Señor Santiago” como lo refieren sus pobladores. Cabe señalar que en la región de Cholula en general existe una relevancia simbólica-cultural circundante a estas entidades, que recae en las diversas funciones que desempeñan. Su trasfondo histórico es producto de su resignificación sociohistórica, del *calpulli* mesoamericano, como se mencionó antes, se sustentaban en seres protectores y representantes de los pueblos.

Hoy en día este carácter cosmovisivo sigue desempeñando un papel fundamental en la vida social de los pobladores de Mixquitla, en particular en dos de sus dimensiones: 1) en el conjunto de prácticas, creencias e imaginarios que ordenan una visión del mundo compartida y en 2) las expresiones socio-rituales que ordenan los actos y prácticas socio-territoriales. Respecto de la primera es interesante observar que los santos y vírgenes en esta región no se conciben como deidades omnipresentes de los actos humanos o terrenales, sino ante todo como sujetos que tienen incidencia en los sucesos de sus creyentes. Son entidades que velan, cuidan y protegen los territorios de los pueblos donde recaen sus advocaciones, pero también son concebidos como personas que sienten y piensan; se enojan, duermen, caminan, se alegran e incluso son castigados por los propios creyentes al portarse mal. En Santiago Mixquitla el Señor Santiago posee características peculiares en estos ordenes cosmovisivos, se le ve como guardián, fundador y ente territorial del barrio, pero también como un caballero, elegante, valiente y combatiente, porque cabalgó contra los moros.

¹⁴ La cosmovisión es un concepto que refiere “la visión estructurada en la cual miembros de una comunidad combinan de manera coherente sus nociones sobre el medio ambiente en el que viven y sobre el cosmos en que sitúan la vida del hombre; la cosmovisión también incluye las nociones acerca de las fuerzas anímicas del hombre y el cuerpo humano como imagen del cosmos” (Broda, 2001:16).



(El Apóstol Santiago de Mixquitla vistiendo sus atavíos de “gala” durante las mañanitas de la fiesta patronal)
Fotografía: Sebastian Licona Gámez

Por lo tanto, Santiago también se concibe como persona en la medida en que posee actos similares al de sus devotos. Algunos ejemplos narran como el señor Santiago esta de malas o se enoja, aspecto que dificulta a propósito su traslado, sea en una procesión o simplemente para cambiarlo de lugar al interior del templo, este se torna más pesado para sus cargadores e incluso se le mira pálido y sin color en “sus chapitas rojas”. Incluso tienen relaciones de parentesco con otros santos y vírgenes de los barrios vecinos, el señor Santiago, posee una estrecha relación “amorosa con la virgen María de Xixitla”, el señor Santiago es quien se encarga de recogerla y escoltarla como todo “un caballero a su templo”, según la narración de una informante.

En suma, se afirma que la cosmovisión en torno a estos seres condensa un elemento indispensable en el capital sociocultural de quienes actúan en Mixquitla, incluyendo a ciertos sectores del mercado tianguis, que pese a existir un sector de sus actores no rinde culto al Señor Santiago de Mixquitla, sí poseen estructuras de pensamiento similares provenientes de sus respectivos pueblos y moradas.

La fiesta patronal

Una síntesis observable y etnografiable de la expresión socio-religiosa en el barrio-tianguis de Mixquitla es representada en los sucesos de su fiesta patronal, puesto que en ella se condensan sus caracteres cosmovisivos y socio territoriales además de aunar en la reproducción cultural e identitaria del barrio, puesto que en todo su trascurso se reafirman los vínculos sociales con los análogos e intercambian dones.

Es la festividad lúdica y ritual más importante del barrio a nivel interno, celebrada anualmente cada 25 de julio. Su preparación requiere de la movilización de una gran cantidad de capital económico y

humano, algunas veces el mercado-tianguis es fuente del material ritual de esta, donde se consiguen veladoras, flores y demás insumos que se requieran.

Su realización esta condensada en cuatro fases: *los preparativos, las mañanitas, la fiesta mayor y la conclusión*. La preparación de esta fiesta, como casi todas en el amplio ciclo festivo de Cholula, requiere la acumulación de capital económico y social que empieza a gestarse desde que el candidato recibe el cargo de mayordomía de barrio.

En cuanto al capital económico, cada mayordomía es acompañada y asesorada en el proceso por miembros de la mesa directiva, sin olvidar también a las redes parentales que se posean, e influyen en trazar diversas estrategias para generar el incentivo económico en la realización festiva. Una de ellas precisamente circunda en el ahorro, que incluso inicia mucho antes de que el candidato reciba el cargo, se estiman alrededor de \$100 a \$400 mil pesos en ello. Puesto que socialmente hablando se sabe que recibirá la responsabilidad eventualmente, sin embargo, existen otras estrategias, como las colectas realizadas cada día 24 de cada mes donde se recorre el barrio de calle en calle, de puerta en puerta, de vivienda en vivienda para solicitar a los pobladores de Mixquitla una cooperación para las fiestas próximas. En las mañanitas del señor Santiago puede observarse un fenómeno que dinamiza el comportamiento religioso del barrio. Este carácter aglomera una afirmación cosmovisiva en torno a los santos y vírgenes patronos: estos tienen relaciones de parentesco que influyen en la relación socio-simbólica de los barrios según sea el caso.

Ejemplo de ello son las mañanitas dedicadas al señor Santiago por parte de la comitiva barrial de Santa María Xixitla en la madrugada del 25 de julio, donde la comitiva del barrio vecino, con su respectiva invitación, sale en procesión a visitar en su día al apóstol Santiago, que a su llegada ofrece serenatas, regalos y acompañamiento durante la festividad del santo patrono vecino; se obsequian artículos¹⁵ para ataviar al señor Santiago, se intercambian palabras de agradecimiento y se degustan alimentos en compañía de los partícipes. En síntesis, un intercambio de *dones* que coadyuva en la configuración anual de un vínculo sobresaliente entre ambas entidades barriales y se vislumbra en una palabra según la voz de sus pobladores: barrios hermanos. Dicha nominación produce estrecha relación de vínculo barrial e identitario particulares entre ambas comunidades (Mixquitla y Xixitla) como por ejemplo la realización de cargos de habitantes de Mixquitla en Xixitla o la unión parental de miembros familiares entre ambos barrios.

¹⁵ Algunos de estos artículos son de uso característico del santo patrón de Mixquitla, como capas, morreones, sombreros, anillos o espuelas. Estos se mandan a fabricar según sea la voluntad y decisión de la mayordomía vecina de Xixitla.

Una vez concluidas las mañanitas del señor Santiago llega la *fiesta mayor* celebrada cada día 30 del mes de julio, aunque su fecha es movable dependiendo de los calendarios anuales, su preludio inicia un día antes con la llegada de las demás comitivas barriales de San Pedro Cholula, con sus respectivos santos y vírgenes, que quedan en resguardo en la iglesia de barrio de Santiago.



(Entrega de los regalos de la comitiva barrial de Xixitla a los mayordomos de Mixquitla en la madrugada del 25 de julio). Fotografía: Sebastian Licona Gámez

Ahí son recibidas por los mayordomos en turno y se intercambian palabras de agradecimiento por la visita además de invitarlos a degustar la comida que ofrecen los mayordomos de Mixquitla. Durante la fiesta mayor, en las calles céntricas del barrio se instala una feria, donde se ofrecen alimentos, juegos mecánicos, servicios y eventos como conciertos o presentaciones de alguna personalidad pública.

En la fiesta mayor también se realiza una danza conchera en honor al señor Santiago, como una actividad que se realiza de manera paralela a la fiesta patronal, pero que denota la memoria en torno al origen de Mixquitla como uno de los barrios fundadores prehispánicos. Esta danza inicia a primeras horas del día, y continua de manera ininterrumpida hasta mediodía, cuando arriba la comitiva del mayordomo y se suman a la celebración.



(Grupo conchero originario de Santiago Mixquitla danzando en el atrio de la iglesia de barrio del Señor Santiago Apóstol, aunque varios de los miembros son invitados de otras partes del municipio, previo al cambio de mayordomía de la fiesta patronal). Fotografía: Sebastian Licona Gámez.

Durante estas horas se realizan de igual manera las misas de confirmación y primeras comuniones de los niños, aunado a ello después del medio día inicia la misa del cambio de mayordomía de barrio. Este evento sustenta uno de los más importantes en el sistema de cargos, puesto que recibe el cargo alguien nuevo que debe velar por “las buenas” costumbres.

La fiesta mayor conduce a su conclusión una vez terminada la misa de cambio de mayordomía, donde los mayordomos salientes ceden el bastón de mando y el platito de plata con la imagen del Apóstol Santiago a los entrantes. Una vez finalizado este cambio de cargos, las comitivas proceden a degustar los convites de los mayordomos entrantes y salientes en sus respectivos hogares.

En síntesis, la vida barrial de Santiago Mixquitla no puede entenderse sin el abordaje de su dimensión socio-religiosa, que en gran parte de su quehacer cotidiano está presente. Es precisamente este carácter del barrio el que sustenta su anclaje simbólico, territorial, identitario y de reproducción cultural que permite su continuidad en los años. La categoría de barrio-tianguis refiere a ello, puesto que los fenómenos del mercado-tianguis que este texto aborda no pueden etnografiarse descontextualizados del entorno que los influencia. Así, la dinámica religiosa en Mixquitla da cuenta de su constitución particular como barrio, como una estrategia de vinculación sociocultural, expresión de lo que hace y piensa un grupo socio religiosamente constituido que no entrevé su decadencia.

Dinámica comercial

En cuanto a la dinámica comercial, en el barrio de Mixquitla destacan 3 actividades socioeconómicas de mayor peso para sus habitantes: 1) el comercio popular del mercado-tianguis, 2) la producción ladrillera y 3) el comercio formal e informal en las calles céntricas del barrio. Cabe destacar que su producción socioeconómica tiende a diferenciarse de otros barrios, por su contexto territorial, histórico y social, sus habitantes han desarrollado estrategias para la manutención económica en estos ámbitos, aunque también se anexan otras como la migración al extranjero y el trabajo asalariado en la ciudad de Puebla, pero en este apartado nos centraremos en la dinámica comercial significativa, puesto que su dimensión religiosa sostiene el anclaje territorial, identitario, simbólico y cosmovisivo, la dinámica comercial mantiene su diligencia socioeconómica, que sustentan las estrategias de supervivencia sociocultural y material de gran parte de sus habitantes, pero que se relacionan una a la otra en sucesos concretos. Se exponen tres casos:

Las ladrilleras

En este barrio resaltan las numerosas secciones habitacionales que se desempeñan en la producción ladrillera y alfarera. En muchas calles de Mixquitla abundan los grandes hornos y terrenos dedicados a producir, distribuir y ofertar ladrillos, que matizan una dinámica socioeconómica compartida entre los barrios del norte en San Pedro Cholula. Estos bienes de construcción abastecen a muchos locales e intermediarios que ofrecen materiales de obra, ubicados sobre la *avenida Recta a Cholula*, pueden encontrarse talleres que fabrican piezas para la construcción de viviendas o edificios en los límites de la ciudad y que comparte con los vecinos barrios de San Matías Cocoyotla y San Cristóbal Tepontla, antiguos pueblos alfareros, hoy barrios de Cholula.

A diferencia de otras actividades socioeconómicas que desempeñan otros barrios, por ejemplo, San Miguel Tianguisnahuac con sus numerosas tiendas, locales y restaurantes que se nutren de la actividad turística en la cabecera municipal, o barrios sureños como Santa María Xixitla o la Magdalena Coapa que aún poseen varios terrenos dedicados al cultivo de temporada, las ladrilleras de Mixquitla son expresión propia de las adaptaciones en actividades económicas que desarrollaron las comunidades campesinas en Cholula como estrategia de sustento de vida ante las transformaciones del mundo moderno, y ahora contexto global.

Sus antecedentes radican en la producción de cerámica de Cholula, “tiene sus raíces en el pasado prehispánico, específicamente en el antiguo barrio, ahora pueblo, de San Matías Cocoyotla en donde se producían cerámica y adobes. Desde esta cuna, la industria ladrillera moderna empezó a expandirse de manera impresionante después de la Segunda Guerra Mundial” (Shadow y Rodríguez, 1992:63). Aunque hoy en día la actividad ladrillera responde como sustento económico de los barrios norteños, anexados los pueblos- juntas auxiliares aledañas a estos, su difusión concernía a diversas comunidades de esta

región, con sus respectivas unidades habitacionales con hornos e infraestructura para elaborarlos, que son compartidos por calles y avenidas entre estos barrios.

Estos barrios exportan grandes cantidades de bienes ladrilleros a los estados de México y Tlaxcala, algunas fuentes locales, mencionan que existen más de 1600¹⁶ hornos de ladrillos en Santiago Mixquitla, aunque se anexan también los de otros barrios, que incrementan su número. Estas casas son administradas por familias habitantes del barrio, pero que no siempre participan en las actividades religiosas y devocionales, además de no ser originarios de ahí, pero matizan una actividad socioeconómica concreta, que sustenta al ingreso barrial de muchas formas.

En cuanto a los procesos de elaboración de los bienes fabriles ladrilleros, existen aún métodos tradicionales y otros modernos, algunos aún acarrean a caballo los materiales mientras que otros en grandes cantidades utilizan camiones o trascabos. La materia prima, la tierra, es extraída de otras localidades foráneas de la mancha urbana de San Pedro Cholula, entre el radio de asentamientos del cerro de Guadalupe en Cholula hasta el municipio de Huejotzingo donde existían suelos que se dedicaban a la actividad agrícola hoy tienen grandes fosas de hasta 3 metros de profundidad. Otros materiales son el barro y la arena, indispensables en la mezcla que se requiere para los ladrillos y que se consiguen con comerciantes y contactos de los propios locatarios. También una de las características de esta actividad es su matiz masculino, puesto que si bien son sustentadas por unidades familiares domesticas no todos los miembros parentales participan en su elaboración. En su mayoría son hombres los que desempeñan su producción, distribución y venta dentro y fuera del barrio.

Una de las interpretaciones de la existencia tan fuerte de las ladrilleras en estos barrios circunda en torno a su función económica como adaptación de la actividad rural y campesina frente a la industria moderna. Se menciona que a la llegada de las grandes fábricas y la perspectiva industrial del país coadyuvó a la reconfiguración de la actividad agrícola en nuevas dinámicas novedosas, pero al alcance financiero de las comunidades, en la producción fabril de ladrillos, “Muestra la iniciativa de la gente rural y su capacidad de orientar y adaptar formas de trabajo existentes hacia nuevas estrategias económicas. Siempre y cuando estas se encuentren dentro de sus capacidades financieras y no impliquen riesgos que amenacen la reproducción de la unidad familiar. El mecanismo de esta difusión era enteramente informal y sucedió sin la injerencia de organismos gubernamentales u oficiales” (Shadow y Rodríguez, 1992:63).

¹⁶ Otras fuentes mencionan que existían alrededor de 2000 viviendas con instalaciones ladrilleras, y se estima que al menos 10000 personas trabajaban directamente de la producción de ladrillos, sin contar camioneros, choferes y otro personal de apoyo, como mecánicos, que mantienen los camiones de volteo, "tortones" y de plataforma que proliferan en la zona ladrillera (Shadow y Rodríguez, 1992:63).

En este sentido, las ladrilleras de Mixquitla permiten reflexionar la compleja elaboración socioeconómica que puede llegar a tener un barrio y su injerencia en las dinámicas de la vida social. También es interesante señalar la diversificada gama de actividades que desempeñan las unidades socio territoriales como los barrios como respuesta a contextos globales y similares unos de otros.

Comercio fijo e informal

Otra de las esferas de fuerte peso socioeconómico dentro del barrio de Mixquitla lo sustenta la actividad comercial fija, representada por locales y puestos que abastecen de servicios y bienes de consumo diario a los habitantes, y aquella informal que arriba en ciertas temporalidades y eventos concretos en la vida social del barrio, como en las festividades y que satisfacen necesidades de índole religiosa y lúdica.

La primera es observable cotidianamente, en las calles céntricas y en las periféricas del barrio abundan herrerías, zapaterías, panaderías, comedores, carnicerías, papelerías, cibers, lavanderías, etc. Sobre todo, giros comerciales de uso cotidiano para los habitantes de Mixquitla, inclusive son administradas por familias que reciben algún cargo religioso y su ingreso sustentan las festividades. La actividad comercial informal llega al barrio durante eventos de gran afluencia social, por ejemplo, durante la fiesta patronal, se instalan diversos, puestos de comida y artículos industriales, como parte de las ferias locales alrededor de las iglesias o templos, dependiendo del calendario festivo, a veces se instalan por semanas, meses o días.

En suma, el *barrio-tianguis* refleja la compleja producción sociocultural y territorial de los habitantes de Mixquitla, inmiscuidos en diversos quehaceres cotidianos y extra cotidianos.

III.II Organización e historia del mercado-tianguis

Este apartado tiene el propósito desglosar los atributos históricos y organizativos del mercado-tianguis de Mixquitla, fundados en su mayoría por el carácter del conflicto mercantil, político y social entre diversos grupos que estuvieron involucrados desde su fundación hasta su actual quehacer cotidiano. Se señala, que el conflicto y la tensión entre actores y grupos mercantil-políticos en este lugar sustenta parte del lenguaje socioeconómico de un mercado-tianguis, porque permite la dinamización de sus entramados, funda nuevos vínculos sociales y norma su espacio.

Ello observado en las alianzas-vínculos entre tianguistas-comerciantes, en sus organizaciones mercantiles que dividen en secciones el mercado-tianguis y en el choque de visiones socioeconómicas entre autoridades municipales-estatales y los usuarios. Por ello, se considera clave su interpretación etnográfica, porque sustenta un elemento inherente en la estructura organizativa de esta institución cultural. Cabe recalcar que se busca mostrar un panorama general de sus entramados socioculturales, de aquellas dinámicas comerciales y sociales que revistieron su comportamiento social actual. Sosteniendo la premisa de que todo acto económico se reviste socioculturalmente, este apartado ofrece testimonios y

relatos de diversos actores, diferenciados por sus oficios, su posición jerárquica, sus vínculos parentales, sus caracteres culturales y orientación política, que permitan contextualizar que la producción socioeconómica en el mercado-tianguis de Mixquitla no es aislada, siempre se signa holística.

Testimonios, narraciones y anécdotas del tianguis

Los orígenes del mercado-tianguis son recientes, aunque la trayectoria comercial de sus locatarios se remonta a varios años atrás, y se componen de familias enteras que asistían desde la fundación del mercado municipal Cosme del Razo (1954) en las principales calles del centro de San Pedro Cholula; se recuerda el traslado y el desalojo de las calles, así como la llegada al barrio de Mixquitla en la plancha de concreto que fue entregada a las organizaciones mercantiles por parte del gobierno municipal de ese entonces. Muchos comerciantes relatan el traslado y la nueva organización que eso conllevó, así como los conflictos internos entre las organizaciones en disputa de los nuevos espacios.

Entre los relatos y narraciones sobre sus sucesos históricos se encuentran interpretaciones diferenciadas entre actores, producto de las disímiles posiciones sociales que los encontraban (o encuentran), en específico de sus perspectivas mercantil-políticas y que muestran las particulares concepciones de sus usuarios. Por tanto, encontramos que la interpretación del productor directo difiere de la visión histórica de los sucesos del administrador municipal o que el líder mercantil de alguna organización denuncia y sanciona los actos pasados de otro líder o miembro. En síntesis, estos relatos de memoria muestran los complejos entramados con los cuales se constituyó su configuración actual. Por tanto, aunque diferenciadas las concepciones históricas entre sus actores, unos de otros, este apartado no busca referir una versión “verídica” de sus acontecimientos, sino dimensionar sus representaciones, imaginarios y el peso que la memoria colectiva inviste etnográficamente en su entramado sociocultural.

Antecedentes: el tianguis céntrico de Cholula

Los orígenes del mercado-tianguis de Mixquitla se trazan desde las trayectorias y biografías de los tianguistas que comerciaban en el ya desintegrado *tianguis céntrico* de la ciudad de San Pedro Cholula. Los tianguistas relatan siempre el conflicto provocado por su traslado del centro al actual barrio de Santiago por parte de las autoridades estatales al declarar al municipio como parte del programa turístico de *Pueblos Mágicos*¹⁷. Muchos comerciantes de aquel tianguis fueron reubicados de las principales avenidas y calles

¹⁷*Pueblos Mágicos* es un programa turístico a nivel nacional que busca convertir poblaciones en destinos de inversión extranjera y derrame económico en la inserción de rutas turísticas, según declara el programa: “busca que en un corto y mediano plazo, las localidades que reciben los beneficios del nombramiento Pueblo Mágico puedan fortalecer la infraestructura, la calidad de los servicios, la diversificación de sus productos turísticos, la creación y modernización de herramientas comerciales, acciones que contribuirán a detonar el crecimiento del mercado interno”, dentro de este, uno de los lineamientos requisito para su nombramiento es que “Centros urbanos de distribución: Aquellos que desde el conglomerado urbano, le sirve de base y distribución a los turistas que visitan las localidades y atractivos del país, en su radio de influencia”

circundantes del mercado municipal Cosme del Razo al barrio, producto de este suceso también fue la creación del tianguis de Santa María Xixitla, siendo los únicos barrios con una dinámica comercial campesina-popular significativa, debido a que proveen mercancías agrícolas y también se utilizan sistemas de intercambio no mercantiles, como el trueque. En torno a ello sobresale el testimonio de don Héctor Quiroz el actual administrador municipal del tianguis de Mixquitla, que ocupó el mismo puesto en el mercado municipal *Cosme del Razo* y que vivió varios de los procesos de la negociación del traslado de los comerciantes:

Cuando el mercado Cosme del Razo se inauguró en 1954, oficialmente se instalaron 48 plataformas, después con el tiempo los terrenos aledaños al mercado empezaron a llegar muchísimas personas a pedir permiso para vender, eran de las juntas auxiliares... los administradores de aquella época no tenían oficina, salían afuera y se sentaban en una silla, ahí llegaban las personas a pedirle permiso para vender...aquello creció con el tiempo, sin zonificación porque solo llegaban y se instalaban como venían llegando, ponían sus lonas y en piso, eso fue precisamente lo que lo hizo popular, le agradaba a la gente.

Aquellos lugares o plataformas tenían una medida de dos metros por dos, y se repartían según las solicitudes que hacían las personas comerciantes interesadas, venían a instalarse también productores y los comerciantes de aquella época de pueblos aledaños a la cabecera municipal, los que no alcanzaron plataformas se asentaron en terrenos aledaños del mercado, según familias y disposiciones de aquellos administradores. Cuando creció en usuarios y comerciantes, lo suficiente para que el mercado se volviera a transformar, dice don Héctor:

En el año de 1972, por la confluencia de personas que llegaron, empezaron a bardear el mercado, en el gobierno de don Juan Blanca y se instauraron los actuales lugares... pero aun así seguían llegando tianguistas que se ponían a vender en el piso afuera de las bardas.

Fue en estos años, menciona don Héctor Quiroz, que se empezó a comerciar al mercado instalando puestos en las calles y avenidas, como menciona él, se dio inicio al *tianguis céntrico* de San Pedro Cholula:

Para ese entonces el mercado municipal tenía ya 384 pisos, 48 plataformas, 84 locales interiores, 9 locales exteriores, 20 lugares de la zona de telas y otros 20 de zona de Jacalón [...]el tianguis iniciaba en la 2 poniente, y empezó cuando los comerciantes de adentro salían a vender lo que les sobraba [...] de ahí empezaban a llegar más de los pueblos y salían a vender los días miércoles y domingos cuando llegaba mucha más gente a la ciudad.

El tianguis céntrico de la cabecera municipal tenía una extensión de varias calles aledañas al mercado municipal y transitaba por avenidas concurridas en tráfico, como la Miguel Hidalgo al lado de la plaza de la Concordia. Era una manzana entera a la redonda del zócalo de la ciudad, este tianguis:

(https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/273028/Acuerdo_Lineamientos_Generales_Pueblos_Ma_gicos_DOF_260914.pdf)

El tianguis del centro llegaba de la 3 norte a la 5 norte, y de ahí a la 7 norte. Después de la 3 norte sobre la Miguel Hidalgo a la 4 poniente [...]todo estaba lleno de puestos, había puestos en las banquetas y en medio de la calle, solo había un pasillo por donde pasaba la gente (testimonio de don Héctor Quiroz).

Estábamos en la calle 2 poniente que fue lo que empezó [...] lo que paso fue que allá en el mercado Cosme vendieron los lugares, como acá, pero allá los lugares que vendían solo iban 2 días, y otros ocupaban esos lugares entre semana con esos mismos lugares, cuando llegaban pues ya no había lugares, entonces tuvimos que salir a las calles (testimonio de Tere comerciante de la agrupación Carmen Serdán).

Ya de ahí empezamos a llegar muchos más comerciantes, y más y más [...] Empezó por media calle entre la 3 y la 5 norte [...]primero nada más llegaba hasta el basurero, después se empezó a recorrer a otras calles más y más, pues se llenó todo (testimonio de Martha comerciante de agrupación Carmen Serdán).

Para el año 2005 este tianguis ya estaba constituido y sus integrantes tianguistas habían conformado variadas organizaciones mercantiles, de tal magnitud que los días de tianguis existía “una saturación de gente que iba a solo a comerciar”. Fue este mismo año, como narran algunos comerciantes, que los gobiernos estatales y municipales iniciaban las gestiones y “las pláticas” para incluir al municipio de San Pedro Cholula en el padrón nacional de *Pueblos Mágicos*, pues dicha iniciativa requería que las calles céntricas de la cabecera municipal estuvieran libres de comercio ambulante como uno de los requisitos urbanos para su ingreso. Aunque existen también otros antecedentes, que desenvolvían en intentos para reubicar a los comerciantes tianguistas del centro histórico, pero no podían consolidarse y se desenvolvía el conflicto entre variados grupos implicados, como menciona don Héctor:

Cuando se hablaba de retirarlos de las calles, inmediatamente se organizaban, agrupaban y empezaban los problemas en contra de los ayuntamientos.

De aquellos otros intentos de reubicación que se narran, se deslindaron del choque de apropiaciones del espacio público céntrico, entre las organizaciones de tianguistas y los “vecinos que tenían sus casas en el centro” como los identifican algunos comerciantes, pues mientras unos veían el sustento comercial, otros vislumbraban la pérdida de movilidad ciudadina:

Los vecinos que tenían sus casas afuera del mercado Cosme, no podían ni sacar sus carros en esos días, tenían que ser desde las 5 de la mañana hasta las 10 de la noche [...]aunque hubo algunos que también hacían negocios con ellos, vendían comida, rentaban cuartos, o para ir al baño, incluso se guardaba mercancía en las casas cercanas (Testimonio de Héctor Quiroz).

El traslado a Mixquitla y su fundación

En los años 2008 al 2011 se reanudan las intervenciones de los gobiernos estatales alrededor del nombramiento de *Pueblo Mágico* de la cabecera municipal y al auge de las “negociaciones” entre los comerciantes tianguistas y las autoridades municipales en cuanto a su traslado del centro. En este marco,

muchos de los comerciantes cuentan las conflictivas, problemáticas y duras tensiones entre ambos grupos. De este fenómeno pudo observarse el contraste y la disputa de dos visiones socioeconómicas: una encaminada a la mercantilización, turistificación e inserción local al medio global representada en la iniciativa del *pueblo mágico* y la otra encauzada al comercio popular campesino recíproco, representado por el entramado tianguista.

Hasta el 2008, con el presidente Francisco Covarrubias y después de 3 años de negociación se llegó a un acuerdo... se vieron hasta 6 terrenos para la reubicación y se prohibió la venta ambulante en el centro de Cholula (testimonio de don Héctor Quiroz).

Pues eso del traslado venía ya desde muchos presidentes anteriores, a mí ya me tocó cuando Oaxaca quería retirarnos nomás que por pláticas y eso no tenía un proyecto como Covarrubias [...] Desde Jiménez Concha dijo que siempre si se iba a hacer porque dijo que iba a ser un pueblo mágico[...] que siempre si, y que no nos querían allá porque le dábamos mala imagen a la ciudad (testimonio de Martha comerciante de Carmen Serdán).

Siempre trataban de sacarnos pero no podían ¡[...] había proyectos para movernos lejos, hubo uno hasta Zacatechpan pero nunca se hizo [...] hubo compañeros que si se fueron pero no la hicieron, eran poquitos y no había nada que vender allá [...] hasta se regresaban (testimonio de Tere comerciante de Carmen Serdán)

Como producto de aquellas disputas muchas de las actuales relaciones y organizaciones mercantiles del mercado-tianguis de Mixquitla quedaron definidas, porque fueron esos acontecimientos los que delinearon las alianzas, compañerismos y vínculos socio-mercantiles entre los tianguistas. Como narran algunos, fueron en esas reuniones y altercados donde se conocían, encontraban y formaban lazo social:

Todos nos reuníamos y votábamos para ver si, sí nos íbamos o nos quedábamos ahí [...] ¡nombre! eran pláticas bien largas, ahí muchos hicimos amistad con otros, mi compañera, la que vende jugos al lado de mí, ahí me empecé a llevar con ella, porque antes todos estábamos revueltos, también ahora, pero ya nos conocemos (testimonio de doña Tere, comerciante de Carmen Serdán).

Tiene 25 años que nos conocemos, casi casi cuando empecé a vender en San Pedro [...] entramos a la agrupación y ahí fue cuando nos empezamos a conocer más (Testimonio de Martha comerciante de Carmen Serdán).

Durante el 2011 la gestión del gobierno local había finalizado la mayoría de los preparativos necesarios para el nombramiento de *pueblo mágico* en ambos municipios (San Andrés y San Pedro Cholula), en términos urbanos se recibía inversión de infraestructura, sin embargo, quedaba pendiente el traslado de los comerciantes tianguistas porque su reubicación se demoraba. Durante los primeros meses de ese año las acciones del gobierno municipal se centraron en buscar espacios, como terrenos adecuados para la instalación de un nuevo tianguis, pero a falta de propuestas resolutivas los comerciantes implicados permanecían en las calles céntricas:

Cuando entra Covarrubias, él nos dice que sí nos vamos a ir, y nos empezó a buscar terreno[...]nos llevó a varios, uno era enfrente del panteón de la Magdalena, otro a las afueras de la carretera a Huejo[...] pero solo nos ofrecían no nos compraban[...] en Mixquitla ni siquiera nos avisaron si lo queríamos o no ya lo habían decidido y ese iba a ser porque sí(testimonio de Tere comerciante de Carmen Serdán).

De ahí nos dejaban trabajar en la 5 norte pero nos empezaron hacer unas de cosas [...] levantaban el pavimento disque por obras, pero eso duro meses, los vecinos también ya estaban todos molestos, ya nos convencimos de que si nos íbamos, pero pensábamos que no porque el presidente ya se iba ¡estaba en su último día! pero ya estaban echando cemento y poniendo drenaje en Santiago[...] [...] luego nos hablaron a las 8 de la noche el día 8 para estar temprano allá en el nuevo lugar[...] nos venimos para acá a las 10 de la noche, estaba nada más una parte de la plancha lo demás era tierra ni lo habían terminado, el día antes de que se fuera nos vino a entregar en la noche[...] nos dijo que acá nos dejaba y estaba en nuestras manos y que repartiéramos lugares(testimonio de Martha comerciante de Carmen Serdán).

El 9 de febrero del 2011 se funda el tianguis de Santiago Mixquitla en la plancha de concreto que el gobierno local entregó a los tianguistas trasladados, en torno a su fundación algunos de sus usuarios recuerdan aún la “incertidumbre” y la inseguridad de sus dinámicas comerciales, puesto que su traslado implicó la ruptura de su entramado socioeconómico, de trayectorias y de dinámicas sociales de al menos 35 años. Gran parte de su organización actual también quedó estructurada durante la fundación, puesto que las agrupaciones comerciales y demás comunidad tianguista se dividieron espacios y lugares conforme se hacía recorrer la noticia del nuevo lugar:

Cada quien puso su puesto como pudo, acomodados por los líderes [...]fueron los líderes los que acapararon todos los puestos... nos habían prometido un nuevo lugar con instalaciones, pero nos dieron una plancha de concreto y tuvimos que pagar los espacios [...]Compadres, amigos y familiares de los líderes llegaron a acaparar hasta 16 lugares. (José Roberto Castillo, dueño de una cremería en Mixquitla y comerciante desde los dieciséis años).

Se les hablo a la mesa directiva y al directorio de los compañeros para que vinieran y agarraran sus lugares [...] como fueron llegando en la mañana se les fue repartiendo [...] también se repartió lo que faltaba de cemento [...] al otro día nomas nos veíamos entre nosotros y nos decíamos ¿Qué hacemos acá? ¿Qué vamos a hacer? (testimonio de Tere comerciante de Carmen Serdán)

Muchos de los comerciantes fundadores del mercado-tianguis de Mixquitla hacen especial énfasis en los conflictos y tensiones entre las organizaciones mercantiles y las autoridades municipales por componer la nueva organización comercial, algunos narran los “excesivos” precios por los espacios y puestos:

El puesto costaba 14,600 el cuadrito, pero lo podíamos ir pagando a montoncitos, de entre 1000 y 1200 peso (testimonio de Pepe Torres miembro Carmen Serdán).

Lo que le importaba en ese momento a la presidencia municipal era liberar las calles del centro, solo nos entregaron la plancha y unos baños [...] cada uno se fue adecuando como le convino [...] me costó tres años construir mi puesto [...] Antes, cuando empezó el tianguis no abrí luego luego,

se veía mi puesto solito (testimonio de José Roberto Castillo comerciante de Tianguistas Cholultecas)

De su fundación también hubo grupos tianguistas que se deslindaron de sus organizaciones y se reusaron al traslado, los “inconformes” como los denominan algunos locatarios del tianguis de Mixquitla también conformaron otras agrupaciones y actividades comerciales, producto de ello es el actual mercado-tianguis de Santa María Xixitla:

A los que no se vinieron, los inconformes les dieron permiso de hacer otro tianguis [...] les rentaron el terreno y a nosotros nos decían que no nos iban a recibir que no tenían tiempo [...] nosotros conocemos a los que se fueron a Xixitla, uno era el vicepresidente de la agrupación [...] dividió al grupo, se fueron como 50 gentes (testimonio de Tere comerciante de Carmen Serdán).

Organizaciones mercantiles

Su actual organización comercial se compone de agrupaciones o asociaciones comercial-mercantiles que acaparan los lugares, y las ofertas-ventas del lugar; siendo la *Carmen Serdán* con aproximadamente 600 miembros, *Tianguistas Cholultecas* con 120 y *5 de mayo* con 20, estas agrupaciones se reparten los 850 lugares existentes en las instalaciones, donde el resto se dosifica en comerciantes sin respaldo de alguna de las asociaciones, aunque si con otras afiliaciones que los integran, por ejemplo los compañerismos y/o compadrazgos.

Las agrupaciones de comerciantes cumplen varias funciones en las que desempeñan sus miembros. Una de las principales es su papel como organismo que cohesiona, norma y atiende socialmente las diversas adversidades que pudieran sufrir algunos de sus miembros; hurtos, pleitos y respaldo económico-político ante sucesos que atenten contra la organización, por ejemplo, los eventos ocurridos durante el traslado y la fundación.

Otra función radica en su eficacia política-simbólica al generar coaliciones, lazos y vínculos recíprocos en términos socioeconómicos entre sus miembros y personas que puedan afiliarse, puesto que, entre más miembros, más peso se tiene en las acciones económico-políticas del tianguis. Algunas de estas agrupaciones han sufrido modificaciones en su organización político mercantil, y proceden de varias trayectorias históricas atrás.

Por ejemplo, la agrupación Carmen Serdán es una de las más antiguas de este tianguis, y tiene presencia en otros espacios comerciales de la cabecera municipal, como el mercado Cosme del Razo o el tianguis de Xixitla, aunque muchas veces solo se porta el nombre, puesto que sus acciones no son holísticas, sino actúan de forma independiente según el contexto, de ahí las variadas actas constitutivas que tienen. Las instituciones de este tipo de organizaciones casi siempre están entremezcladas con los acontecimientos que recaen en los tianguis, y viceversa:

Nuestra agrupación era del mercado Cosme, ahí empezó [...] pero como nosotros estábamos en las calles, pues fue necesidad, no había quien nos defendiera y ahí empezó otra agrupación con los compañeros de afuera (testimonio de Tere comerciante de Carmen Serdán).

Las agrupaciones de comerciantes del tianguis de Mixquitla cuentan con una estructura organizativa jerárquica en la que desempeñan y caracterizan a ciertos sujetos dentro de sus miembros; se encuentra en primer término el líder de la agrupación o el presidente que funge como representante de la organización y quien vela por la resolución de los conflictos que esta pueda tener, sean internos o externos; sigue un vicepresidente, que le secunda y también sustenta la representación de los grupos comerciales; en tercero la mesa directiva, compuesta por tesoreros y voceros, mayoritariamente elegidos por su comunidad al ser personajes que estuvieron involucrados en algún acontecimiento importante, estos llevan cuentas, administran las cooperaciones, organizan las reuniones y diversas tareas más, como la organización del convite del aniversario del mercado-tianguis; al último se encuentra el resto de los miembros o comerciantes.

Cada agrupación también cuenta con una sede, que se encuentra cerca de las instalaciones del mercado-tianguis y funge como sitio de reunión cuando se requiere la atención a ciertos acontecimientos, por ejemplo, se discuten las nuevas reparticiones de lugares, se ven planos para las modificaciones de los puestos, se atesora las cooperaciones o se reúnen para celebrar alguna festividad, evento y acontecimiento lúdico.

La figura de agrupación u organización mercantil sustenta una forma institucional fundamental en la cohesión social del tianguis de Mixquitla, su dorso político-mercantil permite la vinculación de variados tipos de comerciantes, desde productores hasta intermediarios, contribuyen a la constitución de normas que regulan los balances sociales de sus integrantes y desempeñan el papel de consonante social en los rumbos futuros.

En resumen, este apartado sustenta que los mercados-tianguis como el de Mixquitla poseen una dimensión sociohistórica que influye en el devenir contemporáneo de sus quehaceres comerciales y sociales. Se afirma que no se pueden entender sus lógicas socioeconómicas, sin el abordaje de sus contextos pasados, puesto que estos influyen en el intercambio, el parentesco, su vida religiosa y política y demás entramados, de ahí se dimensiona una parte fundamental de su institución, vinculada a la memoria colectiva que se tiene de ciertos acontecimientos, cómo estos norman sus actos, su lenguaje y su proyección a futuro.

III.III- El paisaje del mercado-tianguis de Santiago Mixquitla

El presente apartado tiene como propósito presentar un panorama general del quehacer cotidiano en el mercado-tianguis de Santiago Mixquitla, que coadyuve a vislumbrar la diversidad sociocultural de su

tejido. A diferencia del apartado anterior, donde se presentaban sus atributos socio históricos y políticos de su organización social, aquí se exponen los atributos culturales del medio y sus actores, en términos de modos de vida, vida ritual, actividad socioeconómica, imaginarios y producción simbólica que revisten al tianguis y conforman la heterogeneidad de su institución y lenguaje.

Se afirma que el tianguis de Mixquitla es expresión propia de un pueblo urbano, de aquellas nuevas prácticas, expresiones y reconfiguraciones socioculturales que se inscriben y dan respuesta a contextos que la sociedad global impera en Cholula y que dan cuenta de la diversidad de respuestas colectivas socioeconómicas y culturales que se edifican en el día a día de los múltiples intercambios que tianguistas y comerciantes realizan. El fenómeno del intercambio que este trabajo explora queda sustentado bajo el carácter sociocultural del medio y de quienes lo utilizan; tanto en la producción, distribución, oferta de los bienes, como en la administración de los puestos que sus actores edifican en la práctica cotidiana. En este sentido, se tiene la finalidad de brindar un paisaje cultural, de sus actores, servicios, espacios, prácticas, etc., que ello coadyuve a la interpretación antropológica del tianguis como escenario diverso, institución fundada en entramado cultural-económico.

Los sujetos

El mercado-tianguis de Mixquitla se destaca por albergar a una diversidad de sujetos, diferenciados principalmente por su carácter sociocultural y su actividad socioeconómica. En términos económicos se pueden clasificar en comerciantes fijos, de mayoreo y minoreo, ambulantes, productores directos y prestadores de servicios, porque cada uno reviste de una forma concreta su dinámica comercial dentro del tianguis, se produce, distribuye y vende de diferentes formas. Estos a su vez se matizan de otros caracteres culturales, por ejemplo, el oficio (profesores, universitarios, campesinos, mayordomos, mecánicos, administradores, etc.), por lugar de procedencia e identidad (entornos rurales y urbanos), por el género (en la división del trabajo), la vida socio religiosa (sistemas de creencias y cosmovisiones), la trayectoria histórica (biografías de individuos), afinidades políticas, el parentesco, etc. Sin embargo, para fines explicativos, se considera útil utilizar la clasificación socioeconómica, puesto que, en su acción comercial, estos actores despliegan gran parte de su matiz cultural.

Los comerciantes fijos: de mayoreo y minoreo

Los comerciantes fijos son denominados así por poseer un local interno, desempeñar el papel de intermediarios de bienes y ofertar a usuarios regulares que provienen de los barrios circundantes. Organizados en familias con largas trayectorias en el comercio regional, que heredan las concesiones de los locales internos desde la fundación del tianguis o fungen en variados puestos, cuyo mantenimiento es asegurado por una cuota a la administración municipal. La mayoría de estos comerciantes intercambian bienes desde el antiguo *tianguis céntrico* de Cholula, que al llegar a Mixquitla consiguieron sus lugares y los adaptaron según sus necesidades:

Yo estoy desde que estábamos en el tianguis del centro, pero no tenía mi propio puesto como ahora, ahí era de cómo iban llegando, [...] desde hace 20 años que comercio, fue cuando mis papás se mudaron de Puebla a Cholula para poder vender, de ahí me enseñaron (Testimonio de Pilar García, comerciante de novedades)

Los lugares de procedencia de estos comerciantes son de entornos urbanos o asentamientos cercanos a la localidad de Cholula, por ejemplo, de la ciudad de Puebla, San Gregorio Zacatechpan, Atlixco, o viven en los barrios circundantes, como Jesús Tlatempa. Sus áreas de trabajo se especifican por operar entre semana o permanentemente y con gran variedad de giros comerciales, algunos ofertan hasta tres giros por puesto: los más abundantes son las cremerías, verduras y legumbres, frutas, novedades, ropa y textiles, cerámica, artesanías, dulcerías, papelería, floricultores, etc. Aunque también se anexan los comerciantes que atienden o poseen comedores y restaurantes en el interior, donde principalmente abastecen de comida preparada a clientes, así como a comerciantes. Estos últimos valorados por las redes comerciales de tianguistas de varias agrupaciones, pues desde la llegada de las áreas comestibles, numerosos locatarios refieren el alza de clientela en días de plaza y su aumento en ventas:

El tianguis se alzó y llega mucha más gente a comprar cuando ellos venden [...] mucha gente viene a comer y de paso a comprar [...] vienen trabajadores, albañiles o quien sea a comer y pasan a comprar para sus familias [...] dicen: ¡hay que bonitos jitomates! (testimonio de Gloria Nayolt, comerciante de verduras).

Los comerciantes fijos también pueden clasificarse de mayoreo y minoreo, diferenciados por las cantidades en las que ofertan y el tipo de bienes. Los comerciantes de mayoreo generalmente abastecen su producto primario en la central de abastos y adquieren grandes cantidades, poseen bodegas y medios de transporte propios, como camionetas o autos donde trasladan su mercancía y distribuyen entre los familiares que tengan los mismos giros, aunque otros se desplazan vía transporte público, pero repercute un problema puesto que es escaso. Los giros comerciales de estos generalmente circundan en torno a: frutas, verduras, granos y cereales, que venden a otros comerciantes minoritarios, llamados revendedores, o a clientes que requieran grandes cantidades de producto, como los restauranteros. Algunos de estos comerciantes tienen redes mercantiles con otros familiares o vendedores de otros mercados, que los abastecen de productos, formas de distribuir o intercambiar. Por ejemplo, los comerciantes de verdura tienen lazos parentales con productores directos que no necesariamente comercian en el tianguis, cuyas hectáreas favorecen de bienes a sus familiares y se da un parte de la venta por el producto:

Mi papa ahorita está sembrando brócoli y cebollas de las grandes [...] mi esposo también siembra brócoli y de ahí sacamos nosotros, solo que nomás venimos a comerciar mi hija y yo [...] ellos también tienen una organización en la central de abastos, donde venden nuestros productos del campo (Testimonio de Gloria Nayolt, comerciante de verduras).



(Puesto de comerciantes fijos de mayoreo de frutas) Fotografía: Sebastian Licona Gámez

Los comerciantes fijos de minoreo ofertan y distribuyen sus bienes en cantidades menores, de preferencia venden su producto en un día o dos, además que muchos no trasladan su mercancía, sino que se queda en resguardo en sus respectivos locales y se compra más cuando se va vendiendo. Su clientela es regular y constituyen un porcentaje elevado de comerciantes. Sus puestos responden al giro comercial al que se desempeñen, aquí una lista de giros comerciales:

Giro comercial	Bienes- Servicios
Cremerías	Lácteos: Quesos, leche, yogurt, crema
Verdulerías y legumbres	Apio, ejotes, chicharos, calabazas, perejil, habas, brócoli, lechugas, coliflor, elotes, jitomates, espinaca, tomillo, nopal, zanahorias, rábanos, cebollas, cilantro.
Frutas	Manzana, naranja, plátano, melón, papaya, duraznos, uvas, fresas, mango, kiwi, toronja. Por minoreo y mayoreo.

Dulcerías	Costales y bolsas de dulce, piñatas, cereal industrial
Carnicerías	Piezas de pollo, res, cerdo, chorizo, chicharrón. Servicios: entregas a domicilio y despacho de piezas de carne.
Artesanías	Artículos de barro, yeso y palma, pueden encontrarse platos, jarrones, vasijas, figurillas, canastos, recipientes, etc.
Ropa y calzado	Ropa industrializada; playeras, pantalones, jeans, camisas, mochilas, tenis, zapatos, bolsas. Ropa para bautizos, bodas, XV años; ropa escolar y formal. Servicios: algunos locatarios elaboran ropa a la medida y por pedidos, especialmente en la ropa escolar y de eventos.
Textiles y manualidades	De estambre: Mantas, lonas, bufandas, gorros, muñecas, guantes, pantuflas, etc.
Estéticas	Perfumes y maquillaje. Servicios: Limado de uñas, cortes de pelo, maquillistas.
Artículos y novedades	Bienes industriales de plástico: escobas, recipientes, cestos, juguetes, estuches, etc.
Artículos electrónicos	Celulares, discos (dvs), radios, pilas, antenas, USB, cables, etc. Servicios: algunos establecimientos cobran por quemar, grabar o rotular CD o UBS con música o películas de temporada.
Refacciones	Electrodomésticos, autos, electrónicos.
Comedores	Memelas, tamales, cecina, quesadillas, gorditas, mole, caldos de panza, carne de

	conejo, pescado, cemitas, tortillas, entre otros.
--	---

(Fuente: Elaboración propia)

Si son cremerías, tienen instalaciones con ventilación y refrigeración, o verdulerías cuentan con llaves de agua cercanas, etc. Sus proveedores son variados, pueden ser productores, o intermediarios de mayoreo, dependiendo de los vínculos mercantiles que se tengan, por lo general estos revenden bienes fabricados por terceros, o en su caso por familiares, de los giros comerciales de estos; en su mayoría destacan los que ofertan productos agrícolas y orgánicos: verduras, frutas, semillas y cremerías(quesos y lácteos), pero también se conjugan aquellos que ofrecen bienes y servicios, como puestos de películas y música pirata, estéticas, carnicerías, pulqueros.



(Local de artesanías y novedades de comerciantes fijos de la asociación Caren Serdán, en muchas ocasiones el giro comercial es híbrido y cambiante según las necesidades que especifique el locatario) Fotografía: Sebastian Licona Gámez.

Las dos agrupaciones con más comerciantes de este tipo son la Carmen Serdán y tianguistas Cholultecas, aunque también llegan a comerciar con otro tipo de comerciantes de minoreo procedentes de otros tianguis y mercados de la región, especialmente durante el aniversario del tianguis que llega una afluencia mayor de gente, con ello sus bienes adquieren un mayor rango de circulación y ventas. Sus precios son variados y se compite entre los comerciantes, por ello los lugares del tianguis con una amplia movilidad de clientela, como los pasillos centrales son fuertemente disputados.

Los ambulantes

Los comerciantes ambulantes al igual que la mayoría de las tianguistas de Mixquitla, también proceden de las calles céntricas de San Pedro Cholula y recorrieron su área de venta desde el traslado. Cabe señalar que desde la fundación del tianguis se prohibió la venta ambulante por disposición de la administración municipal, aunque se unen otros comerciantes a la moción, al sustentar que su venta es “deshonesta” y acaparar a los clientes, por ello existe conflicto. Los comerciantes ambulantes que operan en la actualidad piden permiso a la administración del mercado, portan un gafete y son contados.

Los bienes que comercian son de procedencia industrial y no se caracterizan por sustentar un giro permanente; ofertan desde bolsas de basura, artículos para la cocina, de higiene, bolsas para el mandado, hasta aparatos y bienes eléctricos, también existen casos donde se ofertan animales, como perros, gallinas, gallos, canarios, guajalotes. Su área de venta generalmente son los sitios del tianguis con mayor movilidad de personas, por lo regular el pasillo principal frente a la administración y estacionamientos, su forma de venta se caracteriza por no tener un espacio fijo, y seguir al consumidor utilizando el cuerpo como mostrador de sus productos, aunque hay algunos que llevan diablos, carritos o cajas en los que pueden mostrar y montar su mercancía.

Existe también otro tipo de venta ambulante, desempeñado por los mismos comerciantes fijos, productores y los comedores. Los primeros ofertan los bienes excedentes de un día de venta, lo que sobra se empaqueta en bolsas según las medidas y se oferta a los consumidores. Son los hijos menores de estos mismos los que se encargan de la oferta. Los comerciantes de los comedores también optan por el ambulante los días de plaza y entre semana, durante la tarde y hora de la comida, mandan algunos de sus miembros familiares, con carros llenos de comida a ofrecer a los comerciantes, los menús son variados y dependen de la cocina del día.

Por su gama de bienes, estos comerciantes se destacan por ofertar a bajos precios, donde recae su estrategia económica, al exhibirlos de forma móvil en distintas partes del tianguis, por ejemplo, aquellos vendedores ambulantes de pan montan una caja de madera sobre una carretilla y los ofertan por cantidades, dos donas por diez, cuatro conchas por 15, etc. Su dispersión socioeconómica permite la fácil circulación de bienes al interior del tianguis.

Los productores directos

Los productores directos son los comerciantes mayoritarios en Mixquitla, que edifican las dinámicas de los días de plaza; temporalidades semanales que siguen un calendario comercial específico en los que estos comerciantes acuden al mercado/tianguis a ofrecer sus bienes, pues a diferencia de los comerciantes fijos que operan todos los días, estos solo acuden los fines de semana y los miércoles.

Proviene de los pueblos circundantes a las faldas de los volcanes y del Paso de Cortés a las afueras del municipio, así como de la propia Cholula, algunos de los sitios son: San Agustín Calvario, San Gregorio Zacapechpan, Santa María Acuecomac, San Lucas Atzala, San Gregorio Atzompa, San Juan Tianguismanalco, Huejotzingo, San Andrés Calpan, San Nicolás de los Ranchos, San Miguel Papaxtla, San Buenaventura Nealtican, entre otros.

Estos tianguistas productores directos, se distinguen por producir, distribuir y ofertar bienes de carácter agrícola¹⁸, sin intervenir otros mediadores o intermediarios, solo a base de la división familiar consanguínea y simbólica; el abuelo, la abuela, los hijos, sobrinos o el compadre se dividen las tareas en estos ámbitos e incluso en los puestos que poseen dentro de los tianguis, son redes parentales que se trasladan desde sus pueblos de origen a los tianguis a ofertar diversos tipos de bienes, puesto que los hermanos, los tíos e incluso primos de una familia nuclear también ofrecen bienes y se apoyan mutuamente entre parientes.



(Comerciantes productores directos de hortalizas y legumbres, originarios de San Gregorio Zacapechpan)

(Fotografía: Sebastián Licona Gámez)

¹⁸ Cabe señalar que una de las naturalezas socioculturales de los bienes agrícolas que ofertan los productores directos es su vínculo con la gastronomía local de los pueblos de origen. Frecuentemente cuando se despacha lo que el consumidor pide también se le hace una recomendación de como guisar, preparar o cocinar lo que se compra. “Sirve para el mole”, capear “la coliflor le va a hacer bien a su cuerpo”, “estos rábanos los cosechamos nosotros con agua de don Goyo, son limpios y quedan los caldos muy buenos”, son algunas de las expresiones que intercambian entre productores y clientes.

Algunos otros comerciantes también se distinguen por operar en el marco de la familia, los locales o puestos fijos en los mercados, que administran juntamente con sus parientes, los restaurantes, por ejemplo, se observan a los abuelos o padres preparar la comida y los hijos y sobrinos atendiendo a los consumidores entrantes. Cabe señalar que estos comerciantes siguen calendarios de tianguis diversos, comercian en Mixquitla los miércoles y domingo, pero asisten otros días de plaza en otros mercados siguiendo rutas específicas: algunas otras plazas son: El tianguis Cuatro Caminos, San Gregorio Zacapechpan, Atlixco y Xixitla, por lo que si la venta es mala en Mixquitla hay temporadas largas en las que no transitan, buscando la mejor oportunidad de venta.

Estos individuos se destacan y diferencian unos de otros por los bienes que ofertan, los locales en los que operan, por el modo en que intercambian bienes y en la manera de estructurar sus dinámicas comerciales y sociales. Los giros comerciales de los productores están anclados a su medio de producción: la siembra de temporal de frutas, verduras y semillas, varios de ellos tienen terrenos y huertos en donde cosechan y cultivan. Se encuentran puestos o manteados de manzana criollas, duraznos, ciruelas, semillas, pera panochera, aguacate, en las verduras: apio, ejotes, chicharos, calabazas, habas, brócoli, lechuga (morada y romana), coliflor, elote y maíz, espinacas, epazote, perejil, rábanos, jitomate, entre otros.

En sus intercambios tienden a usar otro tipo de medidas para sus bienes, que cambian según el tipo de productor, bien giro y precios, aquí una lista:

Giro comercial	Bien	Medida
Legumbres y verdura	Perejil, cebollitas, jitomates, brócoli, coliflor, nopal, maíz, rábanos, apio, limón, etc.	Manojos, bolsitas, kilos, montón
Harinas y granos	Maíz, frijol, habas, polvo de tequezquite, etc.	Almur o almud: basada en un cajón de madera, de medida de 5 lts, hoy se utilizan latas. Arroba: Equivale a 10 kilogramos Bote/ cubeta: equivale a 20 lts o 4 almud.
Semillas	Semillas, calabaza, girasol, pinole, tequesquite.	Latas: son latas de atún, sardinas o chiles, que varían de precio de 5, 10 y 15 pesos.

(Fuente: Elaboración propia)

Estos productores también se distinguen por intercambiar con base en el trueque, que se explorara en el capítulo siguiente, donde la moneda nacional no se usa como medio de cambio. Por lo que variedad de formas de intercambio trasfiguradas principalmente en relaciones socioeconómicas, que cambian según los sujetos, los espacios, las temporalidades en las que se ofertan bienes, y las modalidades de intercambio.

Prestadores de servicios.

Los prestadores de servicio son actores minoritarios en relación con los otros comerciantes, y no se caracterizan por ofertar bienes sino en ser contratados por sus servicios. Su presencia coadyuva a mantener circulando la dinámica económica. Entre estos están los encargados del estacionamiento o “los viene viene”, los chalanés, los meseros, los administradores de los baños, el personal de la administración, los barrenderos, vigilantes, choferes de rutas, etc. Su desempeño comercial en el tianguis es fundamental, por que complementan en sus quécheres socioeconómicos a los demás comerciantes, así por ejemplo, los encargados del estacionamiento se encargan de regular el tráfico en las calles circundantes, permitiendo el flujo de clientes y comerciantes, los barrenderos limpian los pasillos y aglomeran la basura en los contenedores del tianguis después del día de plaza o la venta semanal, los chalanés despachan y atienden a la clientela de los comerciantes, estos últimos contratados por día, aunque existen casos en los que se emplean por un grupo comercial por tiempos amplios. Producto de dicha dinámica económica ha ocasionado la inserción de los pobladores de Mixquitla al comercio regional, algunos poseen locales-puestos dentro y a las afueras del tianguis, aunque no producen sino distribuyen productos industriales, son intermediarios de otros productores o propietarios de negocios que ofrecen servicios, como herrerías, zapaterías o papelerías que se incluyen en esta clasificación.

La administración del mercado-tianguis

Otro tipo de sujetos que desempeñan cotidianamente son los adscritos a la administración municipal del tianguis, cuyo papel radica en representar al municipio sanpedreño como una figura de gobierno oficializada desde la fundación del tianguis. Su función es mediar las relaciones comerciales entre los locatarios del tianguis y usuarios que acuden.

Su tarea no es fácil pues al ser símbolo gubernamental están como intermediarios de conflictos, como los robos, pleitos entre comerciantes, o entre agrupaciones, cotidianamente son acusados por corrupción o privilegiar a determinados comerciantes respecto de otros, por ejemplo, en el pleito de los espacios, es común que se deslindan los lugares según las medidas, por algún manteado, huacal o caja fuera de lugar. El padrón de comerciantes registrados en el tianguis es de fundamental importancia para ello, puesto que existe un directorio y se ubican a los comerciantes por agrupación, lugar y giro comercial, debido a que a veces estos cambian, heredan o concesionan sus lugares y está en constante actualización

Entre las actividades que desempeñan son el cobro de cuotas por espacio mercante, pues cada comerciante debe dar una cuota que sirve para la mantención de las instalaciones, así la administración se encarga de velar por la recolección de basura, la limpieza, la seguridad, la luz, el drenaje, etc. Su participación es indispensable para el funcionamiento interno y externo pues ayuda a mantener cohesionado a su sector social.

La clientela

Los sujetos que mayoritariamente asisten a consumir bienes al tianguis proceden de las regiones urbanas y rurales próximas del municipio de San Pedro Cholula, comúnmente descritos como la “clientela” o los “clientes” son quienes incentivan mediante la transacción comercial el consumo de mercancías del tianguis, es mediante su acción económica que la distribución y el consumo de bienes se presenta en gran parte de la región.

Se desglosan dos tipos de clientes: 1) los que compran bienes para el consumo cotidiano, y 2) los que obtienen bienes para el uso comercial en insumos. De los primeros se refiere a aquellas personas que durante los fines de semana principalmente se abastecen de bienes para el autoconsumo, fundamentalmente son familias avecindadas, que proceden de la ciudad de Puebla o los fraccionamientos (unidades habitacionales) de reciente auge en los barrios colindantes, durante los días de plaza es cuando se pueden observar gran cantidad de familias que principalmente se abastecen de bienes agrícolas y alimenticios, compran lo que se consume en la semana y vuelven a comprar el siguiente día de tianguis. Algunas de estas familias asisten desde la fundación de este mercado-tianguis, y muchas otras desde que se vendía en las calles céntricas del municipio y siguieron a sus despachantes, por lo que figuran relaciones densas entre comerciantes y clientes en la transacción comercial.

También está la clientela local del barrio de Mixquitla, que primordialmente hace uso de los servicios y consume bienes de otra índole al de los avecindados. Por ejemplo, entre semana existen puestos que venden artículos religiosos, y es común observar a los hijos de barrio adquirir algunas veladoras, inciensos, copal, flores, ollas, vasijas, etc. En su mayoría de uso ritual que utilizan durante las misas o algunas procesiones. También las herrerías, zapaterías o las carnicerías entre semana abastecen a las familias originarias de Mixquitla diariamente, por las tardes se compra carne, maíz, frijol o se asiste a comer, muchas veces también se anexan albañiles u obreros de construcción en las obras cercanas, que asisten a los restaurantes durante las horas de comida.

Los otros tipos de clientes los desempeñan otros comerciantes, que se abastecen de bienes como insumos para elaborar los suyos o para completar sus puestos de venta durante la semana, como se vera en el capítulo IV en las transacciones socializantes. Por ejemplo, hay comerciantes que van por las mañanas al mercado-tianguis y compran grandes cantidades de masa de maíz y hojas secas de este, que

usan para elaborar tamales, atole, gorditas, tlacoyos, etc. Y que venden en sus carros bicicleteros por las calles de la cabecera municipal. Otros aprovechan los días de plaza por la mañana y esperan a suministrarse de bienes con productores directos para armar puestos de venta durante ese día en reventa.

Los clientes en Mixquitla sustentan un entramado importante en el estudio de los mercado-tianguis, porque es por su presencia y acción que la actividad comercial se incentiva y propicia la configuración de la institución del tianguis de Mixquitla.

Los espacios del tianguis

La espacialidad de un mercado, al igual que sus actores es diversa, porque son estos precisamente quienes los configuran y responden a diversas circunstancias de tinte cultural, así el espacio donde se encuentra, con 9400 metros cuadrados, 740 comerciantes afiliados al padrón y 840 lugares en el tianguis de Mixquitla no es homogéneo, presenta variadas formas espaciales producto de la adaptación cultural de sus usuarios y sus trayectorias históricas, desde el puesto, el local, la techumbre y la capilla, han sufrido transformaciones en sus años y son significados por los comerciantes en diversos niveles. Clasificaremos los espacios en cuestión de su función social en: espacios económicos, religiosos-simbólicos y de infraestructura.

Espacios económicos

Dentro de los espacios económicos encontramos al *puesto*, que presenta variadas formas según el tipo de comerciante y giro comercial, a causa de que estos están determinados y adaptados según las disposiciones comerciales de sus locatarios. Encontramos puestos de *manteados* o de piso y *locales* o metálicos:

El termino de manteado refiere a la concepción cotidiana de un puesto de tianguis, ubicado en la calle que utiliza mantas o lonas, cuerdas, piedras y mesas de madera o huacales donde se montan los productos e instrumentos de venta, como basculas, cuchillos, palas, etc. Su presencia en Mixquitla es por excelencia numerosa, reviste en la memoria de sus comerciantes al ser utilizado mayoritariamente desde el tianguis céntrico de Cholula. Su disposición económica requiere de productos que puedan ser ofertados en el piso, como parte de la oferta al ser bienes en su mayoría agrícolas, en bolsitas o medidas como el manojo, su visibilidad es fácil para la clientela. En su mayoría los manteados se instalan los días de plaza, impulsados por productores directos.



(Manteado de granos de maíz, el producto se ofrece por montoncitos o medidas por litro cajas) Fotografía: Sebastian Licona Gámez

Los puestos *de piso* o *manteado* se caracterizan por elaborarse al ras del espacio permitido por la administración municipal, aunque existen comerciantes que fusionan sus manteados con la finalidad de adquirir mejores disposiciones de visibilidad y referencia comercial. Algunos otros puestos de este tipo utilizan una mesa, tabla o pedazo de madera plano sobre huacales en la que exhiben sus bienes, cabe recalcar que este tipo de puesto es de procedencia campesino-indígena al ser una continuidad sociocultural en este tipo de espacios.

Los puestos con estructura metálica o *locales* son mucho más recientes en Mixquitla y refieren a otro tipo de venta más especializada. Puesto que la administración municipal solo proporcione espacios por metros, fueron los mismos locatarios quienes construyeron sus puestos según sus necesidades y financiamientos, aunque las agrupaciones organizaban cooperativas para la construcción de techumbres entre varios comerciantes. Su material es significativo pues refiere a la constancia y la venta permanente de sus dueños, sus estructuras mayoritariamente son de metal, desde cascos enteros que forman un local cerrado, hasta varillas, rejas o tubos.



(Fila de puestos de comida sobre el pasillo principal, se observa la instalación de rejillas, tanques de gas, sillas, y segundos pisos sobre el casquete metálico). Fotografía: Sebastian Licona Gámez

Sus dimensiones son más grandes y acaparan mayores recursos para su manutención, las cremerías o comedores requieren tomas de luz constantes para la refrigeración de sus productos, los puestos de frutas y verduras montan sus bienes en formas piramidales o montones grandes, con letreros que enuncian los precios y ofertas, y que requieren tomas de agua cercanas. Algunos comerciantes han empezado a utilizar construcciones de cemento que fusionan con sus estructuras metálicas, coadyuvando a una mejor delimitación de sus lugares sin provocar pleitos y es reflejo de la inversión a futuro de sus locatarios.

Los espacios religiosos y lúdicos

Este tianguis presenta una vida social diversa, uno de los caracteres culturales de sus comerciantes son sus constructos devocionales y religiosos, muchos de ellos han ostentado cargos ceremoniales y religiosos en sus lugares de origen: fiscalías, mayordomías o diputados. Por ello, fue de importancia la instalación de espacios ceremoniales, donde residan santos y vírgenes que ayuden a proteger su lugar de trabajo.



(Pasillo de la entrada principal, enfrente de la capilla, durante la misa del aniversario, acomodados por sillas y lugares de la agrupación Carmen Serdán) Fotografía: Sebastian Licona Gámez.



(Líderes- representantes de las agrupaciones comerciales y autoridades de la administración municipal durante la misa del octavo aniversario del tianguis) Fotografía: Sebastian Licona Gámez

Los más apreciados en el tianguis de Mixquitla se encuentran sus dos capillas: dedicadas al Señor Santiago, El Sagrado Corazón de Jesús, La virgen de Guadalupe y el Niño Dios, cada imagen encomendada al cuidado de algún comerciante o miembro de la comunidad tianguista, que rota anualmente. Los pasillos principales, cuyos sitios sustentan nodos de reunión en fechas importantes y focos de protección cosmovisiva. De las fechas más importantes recae el aniversario del tianguis, celebrado el 9 de febrero, seguido del día de las madres y padres, el 12 de diciembre y Todos Santos, donde se celebran misas y se invita toda la comunidad tianguista a convivir, presentes mesas directivas, líderes de agrupaciones, personal de la administración, e invitados familiares de los comerciantes, donde se degustan variados convites; se acomodan mesas y sillas en los pasillos principales y algunos comedores funcionan para calentar los alimentos. En los espacios lúdicos, las calles y sedes de las agrupaciones circundantes al tianguis invisten importancia en ocasiones extra cotidianas, sea un convivio, cumpleaños o celebración. Se cierran las calles, se contratan grupos de música, se instalan mesas y sillas a manera de comedor y se usa el asfalto o banqueta de pista de baile, más recientemente durante la inauguración del nuevo domo que cubre al tianguis en 2019, se recurrió a instalar un gran comedor en medio del mercado, se recorrieron variados puestos y transportaron escenas musicales para decorar el ambiente, puesto que autoridades del gobierno estatal lo inauguraron.



(Convite de la agrupación Carmen Serdán posterior a la misa del aniversario del tianguis de Mixquitla) Fotografía: Sebastian Licona Gámez.

Espacios Simbólicos

Al ser un mercado-tianguis que no cuenta con una zonificación por giros comerciales, sino por secciones subdivididas por las agrupaciones comerciales; la techumbre, los pasillos, los puestos, el drenaje, las instalaciones eléctricas y demás infraestructura es producto de la inversión de cada sección mercantil, su estructura no se encuentra unificada como en el mercado municipal Cosme del Razo o el tianguis de Xixitla, se pueden encontrar techos que solo cubren una sección, lonas compartidas por familias o compañeros e instalaciones de agua apropiadas por ciertos comerciantes. Por ello existen diversas significaciones sobre sus espacios representadas por los imaginarios de los usuarios y comerciantes.

Encontramos que hay lugares buenos y malos, limpios y sucios, con buen y mal olor, etc. De los espacios “buenos” encontramos en primer lugar al pasillo principal, que es el que cruza por la administración de Este a Oeste del tianguis. El *pasillo principal* del tianguis es reconocido por los locatarios como uno de los más importantes, puesto que da “vida” al tianguis, es allí donde transita la mayor cantidad de consumidores que son atraídos hacia los demás puestos, el más iluminado, el más extenso, con mejor olor, y el más disputado.



(Vista del pasillo principal de este a oeste durante un día entre semana) Fotografía: Sebastián Licon Gámez).

Su carácter como un lugar donde la venta se da de manera regular y contante es fuertemente afianzada, los locatarios de este se aseguran de tenerlo limpio e incluso impiden el tránsito con bicicletas, motos o carritos para el fácil acceso, la mayoría de los puestos que resaltan de este espacio son los manteados y algunos puestos fijos de productores directos.

De entre los lugares malos, resaltan aquellos con mal vista y olor, especialmente por su peligrosidad y su falta de seguridad, de entre los más mencionados están los basureros y los terrenos baldíos aledaños. El primero reseña el mal olor del tianguis, y las problemáticas que este exhibe a algunos locatarios que están cerca de ello, al señalar que la clientela no se acerca o casi no se vislumbran. Los basureros para sus locatarios representan la mala higiene que existe en algunos espacios, pues a la falta de vías de transporte del mercado es común la insistencia frecuente de los usuarios al pedir la entrada de los camiones recolectores. Los terrenos baldíos son la representación de la inseguridad del tianguis, puesto que allí habitan “los malandros, las bandas y los delincuentes” que hurtan o causan agravios a algunos comerciantes durante la noche., también ser lugar donde proliferan los animales nocivos, como ratones, perros y gatos que agravan las mercancías.

Su contraparte es transpuesta por los puestos de verdura, legumbres, frutas de temporada y semillas, como los lugares que sustentan la representación imaginada del tianguis, Estos giros comerciales y sus respectivos puestos consiguen la mayoría de la atención de los visitantes y “publicidad” del tianguis. Cabe señalar que una de las representaciones más utilizadas por tianguistas y consumidores respecto al tianguis es su “frescura, limpieza y buen sabor” pues desde su fundación se presume con firmeza la producción agrícola campesina, con agua limpia de los volcanes y no “productos sucios como los de otros mercados”, es esta concepción la que a coadyuvando en gran parte a la inserción de los comerciantes de Mixquitla en la competencia comercial de Cholula frente a otras instalaciones popular- mercantiles.

Las temporalidades

Otra característica del mercado-tianguis de Santiago Mixquitla es su dinamismo al transformarse socioeconómicamente conforme a los calendarios, eventos, y fechas festivas y lúdicas de la región. Los bienes, estilos de venta y el auge de comerciantes itinerantes se enuncian en el tianguis en respectivas temporalidades del año. Se vislumbran cuatro: Día de muertos o Todos Santos, Navidad y el 12 de diciembre, Semana Santa, y el verano. Todos ellos estrechamente vinculados a las dinámicas socio religiosas y tendencias económicas del municipio, dado que al ser una región altamente devocional tiende a transformar las dinámicas de diversos entornos sociales, en este caso se expone la transfiguración socioeconómica y comercial del tianguis de Mixquitla respecto a la dinámica devocional, de como un espacio que se cree estrictamente económico propicia un sustento cultural.

Durante las fechas próximas al día de muertos es común observar el cambio de giro comercial estacional de los locatarios, especialmente los artesanos, de novedades y dulcerías. La temporada de muertos inicia a principios de octubre, cuando los bienes del período de todos santos empiezan a cobrar espacio, y los intermediarios de los comerciantes ofrecen bienes en diversos locales. De entre los bienes más comunes y consumidos se encuentran: la flor de cempasúchil, cañas de azúcar, papel picado para

adornar las ofrendas, dulces de azúcar en forma de calaveritas o ánimas, pan de muerto (hojaldras), veladoras, manzanas, duraznos, copal, carbón, imágenes religiosas, artesanías de barro (platos, jarrones, ollas), entre otras.

Los consumidores durante esta temporada lo sustentan los habitantes¹⁹ del barrio de Mixquitla, que buscan y comparan precios para el armado de las primeras ofrendas, inclusive es común observar a los mayordomos, principales o personajes reconocidos de la comunidad comprar algunas veladoras, flores y telas en las preparaciones de las misas en la iglesia de barrio, ya que se ofrecen también a los difuntos del año en curso y se adornan los panteones. Los comerciantes que acostumbran al cambio de giro durante estas épocas son los productores directos, aunque se incorporan algunos comerciantes fijos, que ofertan productos industrializados y que venden de manera regular entre semana durante el mes de octubre. Los productores directos por su tendencia productora campesina, algunos pueblos como San Gregorio Zacapechpan aún conservan hectáreas dedicadas a la siembra flores y poseen nexos comerciales con regiones especializadas en ello, por ejemplo, la región de Atlixco, que cuando se aproximan las fechas, son los mismos cosechadores que optan por el cambio de bien, inclusive se venden a otros intermediarios que los distribuyen en otros mercados.

La época navideña o de "invierno" en Mixquitla inicia la última quincena de noviembre, aunque el auge de esta se observa trascurridos los días del 12 de diciembre, 24 y 31, cuando las compras regulares se incrementan a causa de las fechas próximas. Bienes como piñatas, cañas, puestos de niños dios suelen ser muy comunes.

III.IV El mercado-tianguis, una institución económico sociocultural diversa

En suma, es la conjunción de las expresiones económicas y sociales de los actores del mercado-tianguis de Santiago Mixquitla quienes se apropian, norman y significan de diversas formas y expresiones el entramado cultural social económico del lugar. Desde su contexto (barrio tianguis) que entreve en su célula social la vida religiosa, la cosmovisión y su organización en sistema de cargos-parental, pasando por su dimensión organizacional e histórica, hasta su cotidianidad, en su paisaje comercial y medio espacial, el mercado-tianguis de Santiago Mixquitla se define como una institución económico sociocultural diversa.

¹⁹ Muchos de los primeros comerciantes del tianguis mencionan que, desde la fundación, sus nexos comerciales con sus clientes del centro se rompieron desde su traslado, sin embargo "sus primeros seguidores" eran aún habitantes de los barrios circundantes que compraban también en las calles céntricas del municipio, muestra de que los circuitos de intercambio popular son fuertemente afianzados.

Estos escenarios son caracterizados por los actores que operan en ellos, las formas de distribución y producción de bienes y por los distintos capitales socioculturales desplegados. Por lo que la aportación conceptual circunda en interpretar a los mercados y tianguis como aquellos espacios institucionalizados de intercambio que funcionan como centros y focos donde se matizan, expresan, reproducen y se consolidan todos aquellos elementos económicos y socioculturales que edifican la gran diversidad cultural en la que se intercambian y se forman relaciones sociales; el trueque, el pilón, la ayuda mutua, los fiados como expresiones de intercambios; el almud, los litros, tazas, cubetas o manojos como formas de medida o bien los vastos productos y servicios que miles de sujetos intercambian y/o producen cotidianamente son un ejemplo de ello.

Se afirma que la dinámica cultural de estos lugares difiere a la de otros, como las plazas y centros comerciales, donde predomina el intercambio económico globalizado, porque es en los mercados y tianguis donde se edifican otras formas de relaciones económicas matizadas siempre por los elementos socioculturales de sus actores, produciendo la multiplicidad del intercambio, una forma de vida social que expresa la complejidad del discurso humano.

Las relaciones de carácter sociocultural presentes como elementos de la complejidad antrópica en los mercados y tianguis son una oportunidad para llevar a cabo futuras investigaciones que permitirán ir ampliando y replanteando la concepción que tradicionalmente se tiene de los mercados y tianguis, los cuales han sido encasillados únicamente dentro de un tópico de carácter económico.

Capítulo IV: Familia y tianguis: dinámicas parentales en el intercambio comercial

Introducción

El presente capítulo tiene como finalidad vincular las dinámicas parentales tianguistas con las expresiones de intercambio comercial a fin de problematizar la relación de la economía con la cultura, conjeturar al intercambio como consonante cultural enlazado con dinámicas parentales de sus usuarios. Se sustenta que las expresiones de intercambio comercial en el mercado tianguis de Santiago Mixquitla son una dicción socioeconómica cultural y no solo una esfera mercantil estricta, como suele interpretarse. Se toma como afirmación que el constructo familiar guiado por caracteres culturales de sus integrantes posibilita la configuración de expresiones de intercambio diversas, formas económicas expresadas en el matriz parental.

Como se observó en el capítulo anterior, el mercado tianguis es una institución estructurada por la heterogeneidad de prácticas sociales, que no obedece leyes rigurosamente económicas sino culturales expresadas por diversos actores operantes del lugar, que modifican la lógica económica dominante según sus intereses sociales. Este capítulo busca utilizar las redes parentales tianguistas como unidad de análisis micro socioculturaleconómica del intercambio, se busca demostrar que la diversidad de sistemas de intercambio es producto del entramado parental tianguista, en su sustento sociocultural, porque estos incorporan sus capitales culturales, su modo de vida y producción económica como estrategias y mecanismos de subsistencia y sociabilidad a la hora de operar el tianguis, ello supone que la diversidad sociocultural de familias coadyuva a institucionalizar el tianguis y normar su espacio.

Los ejemplos etnográficos que se presentan circundan a tres tipos de familias tianguistas: *productores directos*, *comerciantes fijos* e *intermediarios*, ya que sus entramados familiares son los mismos que apropian el lugar, dotándolo de lógicas; tensiones, conflictos, fiesta y religiosidad. Se desglosan y analizan los matices socioculturales de las familias mencionadas, a partir de los elementos aludidos (capital cultural, modo de vida y producción comercial), y cómo estos configuran tres sistemas de intercambio: trueque, mercantil y socializante, como disposiciones socioeconómicas que permiten vislumbrar al mercado-tianguis en términos culturales y no estrictamente económicos.

Se tiene como premisa que las dinámicas comerciales del tianguis de Santiago Mixquitla responden y construyen su eje de expresión a partir de las características socioculturales familiares

tianguistas, por tanto, son ellos quienes practican el lugar y lo dotan de sentido. Se hace énfasis en cómo estos elementos socioculturales ajustan y articulan el intercambio comercial, en tiempos y espacios internos, en concreto, de los sistemas de intercambio trueque, mercantil y aquellos intercambios que consisten en estrategias de abaratamiento de precios, por medio de compras de mayoreo realizadas por comerciantes que se organizan para redistribuir los bienes de forma equitativa (Licona, Pérez y Aceves, 2015: 51), además de aquellos prestamos en bien o servicio entre comerciantes de una misma asociación, intercambios que se definen como socializantes.

Estos sistemas de intercambio servirán de modelos etnográficos, puesto que dan cuenta del quehacer familiar e intercambio, es decir, del lazo entre cultura y economía, el primero conceptualizado desde la dinámica familiar por su capital cultural, el modo de vida y producción comercial; el segundo como la expresión socioeconómica que articula su lógica y su lenguaje comercial a partir de la operatividad y el carácter sociocultural familiar.

VI.I La red familiar en un barrio-tianguis

El término de familia tradicionalmente alude a un grupo social constituido por vínculos consanguíneos, teorizado por la antropología y la historia con una larga literatura en la ciencia social, es un concepto subsumido en distintas perspectivas que supone y que expresa diversos análisis de la organización social humana, en especial como una unidad primordial para la conformación organizacional de las sociedades. Sin embargo, la familia es un producto humano y por tanto diverso en sus manifestaciones dependiendo del entorno cultural donde se le observe, muchas veces influyente en procesos socioculturales más amplios y complejos. En este sentido la familia en un barrio-tianguis como Mixquitla adquiere caracteres culturales propios, como se observó en el capítulo anterior, insertado en lógicas socio religiosas (sistema de cargos) y socioeconómicas (comercio regional popular), la familia se vislumbra como un capital social que se transforma en económico y viceversa, vía el intercambio conforma la célula del tianguis que permite el funcionamiento de este, tanto en sus términos económicos: producción, venta, distribución, consumo, etc. Como en los culturales: división del trabajo, religiosidad, conflicto, género, espacio entre otros; la familia siempre está presente dentro del proceso social, es productora de este. El fenómeno parental-familiar mantiene una de las unidades sociales de mayor peso organizacional en el tianguis de Santiago Mixquitla puesto que la mayoría de los tianguistas nunca operan aislados o individualmente, siempre apoyados y organizados en complejas redes de parentesco que van más allá de la consanguineidad.

Padres, abuelos, nietos, bisnietos, hijos, ahijados, compadres, hermanos, primos, nueras, suegras, cuñadas, etc., ocupan puestos, cargos, roles, códigos, normas y sociabilizan cotidianamente el tianguis.

Representan sujetos posicionados en esferas de alianzas, tensiones, y apropiaciones político-espaciales, porque están presentes en las transacciones, intercambios, organizaciones mercantiles y en la reproducción sociocultural del tianguis, se podría decir que el tianguis es producto de la confluencia organizacional socioeconómica de las familias, y son estos quienes dotan de caracteres socioculturales y vislumbran los modos de organización social tianguista, por eso se hace énfasis en su abordaje y en su influencia en el quehacer socioeconómico del intercambio.

El concepto de familia

Un autor que escribe sobre el parentesco y la familia es Claude Lévi- Strauss²⁰, a diferencia de los evolucionistas, enfoca su mirada al análisis de diversos sistemas parentales no occidentales, de los continentes de África, América del sur y Oceanía. Para Lévi-Strauss analizar el fenómeno familiar como una institución primitiva, antecesora del matrimonio conyugal moderno, no tiene sentido, puesto que poco se sabe, de forma certera, de las organizaciones sociales iniciada la humanidad, en su opinión, deforma y propicia una mala interpretación dogmática de las estructuras familiares. En su lugar plantea, un abordaje holístico del fenómeno familiar²¹, que busque y halle las estructuras elementales del parentesco en toda sociedad. Respecto a ello menciona:

²⁰ En su texto *La Familia: entre la antropología y la historia*, Joan Bestard-Camps ofrece apuntes de como las disciplinas (Antropología e Historia) han construido sus abordajes sobre familia y parentesco, haciendo crítica a estas, señalando que su teorización llevó a sesgos y prejuicios culturales, “ello era debido a los propios prejuicios culturales de los científicos sociales que imponían la definición de una cultura particular sobre otras definiciones culturales del parentesco” (Bestard-Camps, 1991:81). En primer lugar, aterriza la idea antropológica; los primeros escritos críticos inician con R. Needham (1957) al señalar que los abordajes de la familia inician con el estudio comparativo de sistemas parentales entre sociedades modernas y primitivas, según el enfoque evolucionista. El parentesco para el autor supone una invención, una ilusión que los científicos sociales elaboran de propios sesgos culturales para poder mirar la composición cultural de otros grupos distantes. En este sentido, el parentesco refería a una forma de organización y reproducción social arcaica, como la primera institución social que organiza en su conjunto a los miembros de un grupo, en afiliaciones y lazos de sangre, se estudiaba porque se buscaba un origen de los sistemas institucionales modernos, pues a consideración de este autor, es allí donde recae la mentira del parentesco: mirar esos sistemas con ojos de un sistema parental-cultural dominante y no en sus propios términos.

²¹ La disciplina histórica buscó algo semejante: mostrar cómo se desarrolla la familia europea moderna, es decir, intentó construir los esquemas teóricos transitorios familiares occidentales (Bestard-Camps, 1991:81). Desde esta perspectiva histórica, la familia supone una unidad conyugal ligada a una densa red de relaciones sociales, pero que se transformó según el devenir histórico occidental, así, se narra como una familia primitiva, cuyas funciones eran variadas y constituida en extensos grupos de afinidad devino en una nuclear ordenada por papá, mamá y los niños con matices individualistas: la familia industrial (Bestard-Camps, 1991:83). La familia primitiva se caracterizaba por las relaciones de reciprocidad, la segunda se observa un cambio hacia el individuo, lo emocional y lo privado. El parentesco interpretado ante todo como un sistema organizacional primitivo antecesor, coadyuvó a analizar las diferencias sociales en tradicionales y modernas, de ahí dice el autor, nacen las primeras tipologías dicotómicas: la familia urbana y campesina. La familia campesina es definida como un grupo doméstico, una unidad corporativa ligada a la tierra y patrimonio (Bestard-Camps, 1991:83), su parentesco determinaba la lógica económica campesina, donde la propiedad comunal la constituía la tierra cuyas normas de vecindad se cruzaban con las de afinidad parental. La separación entre parentesco tradicional y moderno se da en la familia conyugal, por ejemplo, mientras la familia campesina descansa sobre una unidad de producción (la tierra), la moderna en la idea del “amor romántico” del

Por otra parte, cuando consideramos la amplia diversidad de sociedades humanas que han sido observadas, digamos, desde Heródoto hasta nuestros días, lo único que podemos decir es lo siguiente: la familia conyugal y monógama es muy frecuente. Dondequiera que parece ser invalidada por diferentes tipos de organizaciones, esto sucede, por lo común, en sociedades muy especializadas y complejas y no, como acostumbraba a creerse, en los tipos más simples y primitivos de sociedad (Lévi-Strauss, 1956:5).

La familia conyugal, en sus bases, como lo plantea Lévi-Strauss, un matrimonio con descendientes es el esquema interpretativo que utiliza para crear su modelo:

Lo pertinente es construir un modelo ideal de lo que pensamos cuando usamos la palabra familia. Se vería, entonces, que dicha palabra sirve para designar un grupo social que posee, por lo menos, las tres características siguientes: 1) Tiene su origen en el matrimonio. 2) Está formado por el marido, la esposa y los hijos(as) nacidos del matrimonio, aunque es concebible que otros parientes encuentren su lugar cerca del grupo nuclear. 3) Los miembros de la familia están unidos por a) lazos legales, b) derechos y obligaciones económicas, religiosas y de otro tipo y c) una red precisa de derechos y prohibiciones sexuales, más una cantidad variable y diversificada de sentimientos psicológicos tales como amor, afecto, respeto, temor, etc. (Lévi-Strauss:1956: 6)

Este modelo supone un mirador conceptual del fenómeno familiar, que halla su lógica en codificar una ley natural sobre la familia, en su sentido conyugal. Sin embargo, en la óptica del presente trabajo, sustraemos la perspectiva de *parentalidad*, como un concepto que permite mirar el fenómeno del parentesco/familiar a mejor detalle. La parentalidad sugiere “un corpus de comportamientos, relaciones sociales, sentimientos culturalmente pautados y representaciones culturales vinculado a la procreación y la crianza”(Valdés y Vila, 2016:4) en la medida que la familia conjetura una unidad de sociabilidad socioculturalmente constituida, con sus propias lógicas de reproducción social, de ahí la variedad en formas y afiliaciones como el “compadre” o las ahijadas o ahijados en contextos más locales, debido a que también “las relaciones familiares están permeadas por normas, valores, percepciones atadas a símbolos y representaciones que en la realidad circundan y se intercambian tanto a nivel del hogar, como a nivel de la comunidad” (Salles, 1991:54).

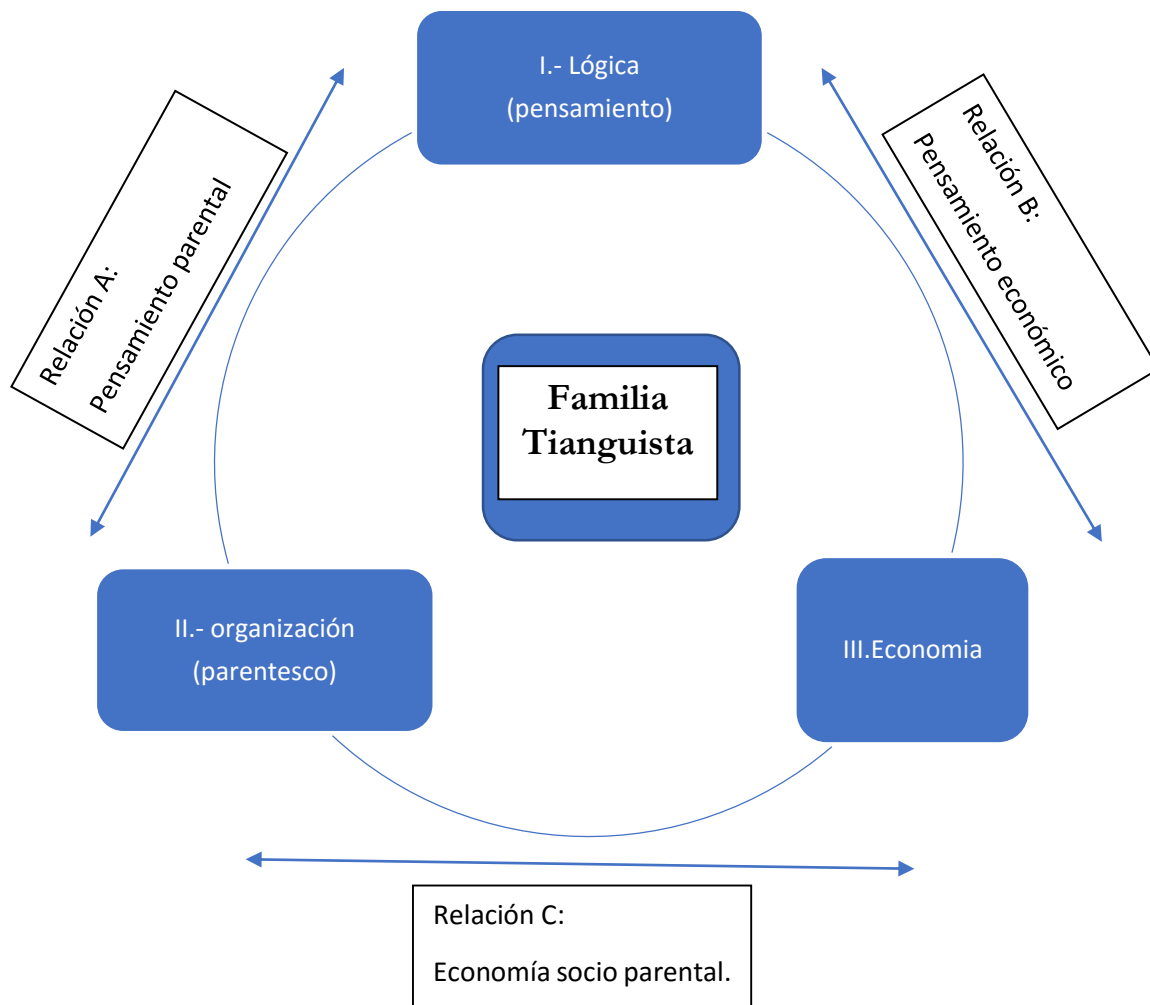
Este texto expresa que la familia condensa más que una ley universal conyugal, certifica una organización social establecida, no solo por lazos consanguíneos y económicos, sino también por aquellos simbólicos y otras afiliaciones que dictan los caracteres socioculturales de sus integrantes, que busca el desempeño, la integración y la movilidad social en las múltiples dimensiones que la cultura posee. La familia en el

matrimonio, pues esta es una invención de la modernidad, de una sociedad mercado que buscaba la realización de una pareja conyugal.

tianguis es una de esas dimensiones, edifica ciertas lógicas con relación a las normas de sociabilidad sociocultural. En el tianguis de Santiago Mixquitla, la familia es un agente institucionalizador, porque es mediante las relaciones de afinidad (sean simbólicas, sanguíneas o de otra índole) se norma, se logra la reproducción social y se edifica un estilo de vida hibridizado con el intercambio.

La familia tianguista

La familia en el tianguis de Mixquitla figura entonces como un agente social que posibilita el encuentro socioeconómico, es solo mediante su filtro parental que se definen los procesos culturales del tianguis, por ejemplo en las organizaciones mercantiles integradas por diversas familias de variadas procedencias, que toman decisiones sociopolíticas según los intereses colectivos, la distribución de los puestos internamente organizada según los parientes que se dividen los giros comerciales como estrategia de venta económica o la división del trabajo entre los miembros que se guían según roles de género y/o jerarquía, la familia se posiciona como dispositivo que viabiliza otros procesos sociales. La familia tianguista se define aquí como una red parental caracterizada estructuralmente por la relación sistémica social entre una lógica (pensamiento), una organización (parentesco) y una economía (intercambio), elementos definidos según los caracteres socioculturales concretos de las familias operantes (productor directo, comerciante fijo e intermediarios). La familia tianguista puede ser estudiada y abordada a partir de estos tres criterios, aquí un diagrama explicativo:



(Diagrama I: Elaboración propia)

En suma, la familia en el tianguis es una construcción social sistémica, cada elemento o criterio mencionado define un tipo de relación socioeconómica con otro, posibilitando que la interpretación del quehacer socioeconómico de la familia dentro del tianguis de Mixquitla refleje su incidencia con otros caracteres de la vida social, más allá de la economía, es su fuente cultural.

Este modelo sustenta una vía interpretativa familiar en contextos semejantes, pero se remarca que los elementos (I, II y III) y sus relaciones (A, B y C) son nutridas culturalmente dependiendo de la tipología familiar tianguista (productor directo, comerciante fijo o intermediario), así la organización,

lógica y economía serán diferenciadas etnográficamente dependiendo de las trayectorias culturales como se ejemplificara más adelante.

No supone entonces la misma lógica, organización o economía entre un productor directo comparado con el comerciante fijo, porque su sustento familiar tianguista depende de los capitales culturales, los modos de vida y su forma productiva, se recalca que la familia es un fenómeno que se construye en una institución económica socioculturalmente diversa (mercado-tianguis), pero que se unifica estructuralmente hibridizando sus dinámicas, la familia conforma al tianguis como un gran sistema socio-parental de intercambio.

Respecto al primer criterio: la lógica (I) socioeconómica refiere a las estrategias y los modos de pensar socioculturalmente aprendidos que se emplean en los procesos económicos, por ejemplo, la *reciprocidad* puede interpretarse como un tipo de pensar socioeconómico, con su propio lenguaje y códigos matizados por los tianguistas productores directos que revisten una lógica diferenciada del *lucro*, porque la primera constituye un modo de pensar y actuar sustentado en la idea de la ayuda mutua entre análogos, es comunal y su estrategia se edifica en el dar y recibir, mientras que la segunda se conforma como individual, cuyo pensamiento y/o lógica económica busca acrecentar el capital económico y su estrategia se conforma en el libre albedrío.

Supone interpretar que los actos socioeconómicos de las familias están mediados por una visión de cómo actuar, alimentada por un sistema de valores específico respecto al análogo y quienes rodean al grupo familiar. La lógica o el pensamiento son la guía de la práctica socioeconómica parental en el tianguis de Mixquitla.

El segundo elemento la organización (parentesco) (II) es un complejo conjunto sistémico de vínculos consanguíneos y rituales de los tianguistas dentro de una unidad familiar, donde se comparten códigos, normas, reglas, jerarquías y divisiones sociales socioeconómicas que intervienen a los miembros familiares²². La organización parental es el dispositivo operacional de los intercambios y demás procesos económicos (distribución, producción, consumo) dictados según la lógica socioeconómica, por ejemplo, si el tipo de pensamiento o lógica (I) es la *reciprocidad* consecuentemente la organización parental (II) en el quehacer económico estará en los mismos términos y viceversa, referiría a una organización parental comunal, como puede observarse en numerosas familias del tianguis de Mixquitla, donde se configura una cartografía de puestos comerciales dividida entre familiares; los padres, los abuelos, consuegros,

²² Las unidades familiares mayoritarias reconocidas etnográficamente en el tianguis de Mixquitla suponen en dos tipos, cada una con su sistema consanguíneo y ritual de parentesco: 1) *la familia extensa* y 2) *la familia nuclear*, la primera engloba términos parentales más amplios y simbólicos, se anexan primos, suegras, cuñados, compadres, ahijados etc. Mientras que la segunda es más pequeña y se consolida en abuelos, padres, hijos o incluso nietos.

compadres o los nietos poseedores de locales realizan préstamos, fiados o cambios de bienes a sus familiares, buscando sociabilizar la estabilidad económica integral entre los miembros, recíprocamente se organizan parentalmente buscando satisfacer un interés socioeconómico, a este tipo de conexiones se definen como relaciones de *pensamiento parental* (A).

El tercer término la economía (III) refiere a los mecanismos de subsistencia socioculturalmente reproducidos por las unidades familiares-parentales, que cambian según las trayectorias de vida o históricas de los grupos familiares tianguista, en su conjunto a las estrategias, modos de producción, distribución, intercambio y demás transacciones comerciales. Por ejemplo, cuando la economía (III) se vincula con un tipo concreto de organización parental (II) se producen condiciones socioeconómicas de subsistencia que definen los actos comerciales al interior del tianguis, estos diferenciados según la tipología tianguista y sujetos implicados. Así, el productor directo organizado en familias extensas que administran medios de producción propios, como los campos de cultivo agrícola (la tierra) y socializados entre los miembros logran configurar un tipo de expresión económica tianguista, que se diferencia del ambulante que no tiene medios de producción propios pero si capital social entre familiares para conseguir sus bienes que emplea itinerantemente en la oferta en el tianguis elabora otro tipo de expresión, este tipo de relaciones se definen como *economía socio-parental* (C), que en síntesis expresa la apropiación y utilización familiar de un sistema económico de subsistencia que es reproducido socioculturalmente.

Por último, la relación del *pensamiento económico* (B) define la conjetura de un tipo de lógica o pensamiento(I) socioeconómico parental-familiar tianguista y un conjunto de estrategias económicas (III) socioculturalmente transmitidas entre sus miembros, los ejemplos concretos de este tipo de relación que este texto expone son los sistemas de intercambio trueque, mercantil y socializante. Porque estos al mismo tiempo que suponen vialidades de la transacción económica, formas de sustento y obtención de bienes, también son, en su célula social, formas de mirar y actuar socioeconómicas, cuyo sustento recae en el tipo de pensamiento cultural de los integrantes familiares, quienes se apropian de estos sistemas y los utilizan según las diversas coyunturas sociocultural económicas del tianguis. Es en el *pensamiento económico* (B) donde recae la afirmación de este capítulo, la lógica socio-parental es factor configurador de los sistemas de intercambio existentes en Mixquitla, es decir, donde el sistema cultural define al económico.

La apuesta de este modelo circunda en reconocer los elementos estructurantes de la *familia tianguista* en Mixquitla y cómo opera en las mediaciones socioculturales de un mercado-tianguis y de otros contextos sociales semejantes. Con ello, se posiciona entrever al término de familia como un agente culturalizador en los procesos económicos humanos, puesto que las teorías tradicionales apostaban a visibilizarlo como un fenómeno de carácter económico o que este procedía de ello. En términos

socioculturales la familia tianguista, en término antropológico, transforma los capitales económicos en sociales, posibilitando así una amplia diversidad de la práctica humana económica.

VI.II Los productores directos y el trueque: lógicas del intercambio recíproco

Como se abordó, es el carácter del pensamiento económico (B) de las familias tianguistas aquel mecanismo sociocultural que permite la movilización de los capitales económicos a culturales y viceversa. Este apartado busca desglosar etnográficamente las características socioeconómicas de los grupos familiares productores directos y como su entramado parental posibilita a configurar un tipo de lógica económica: el sistema de intercambio trueque. Cabe señalar que este apartado también busca reseñar apuntes antropológicos circundantes a este sistema de intercambio, pues como se reseñó en el capítulo I, el intercambio suscribió un concepto mercantil de la teoría económica desplazando en su interpretación la descontextualización de su diversidad socioeconómica, entre ellas el trueque.

Así, la argumentación de la vigencia humana del trueque como un sistema de intercambio con cimientos culturales socio-parentales posibilita ampliar la mirada del fenómeno económico a esferas sociales deslindadas de la órbita del mercado capital, que hibridiza distintos capitales socioeconómicos producto de las complejas relaciones en nuestros nuevos contextos territoriales (pueblo urbano). Este sistema de intercambio se interpreta aquí como una práctica socioeconómica de origen indígena y adaptada por grupos popular-campesinos como “una estrategia de sobrevivencia, una acción colectiva de resistencia y renovación local reconstruida como memoria social, como utopía, bajo contextos o en articulación estrecha con procesos globales posmodernos...como un mecanismo actual de comportamiento económico similar y alternativo a las exigencias del sistema capitalista” (Fabre y Egea, 2015:268).

La familia extensa y simbólica

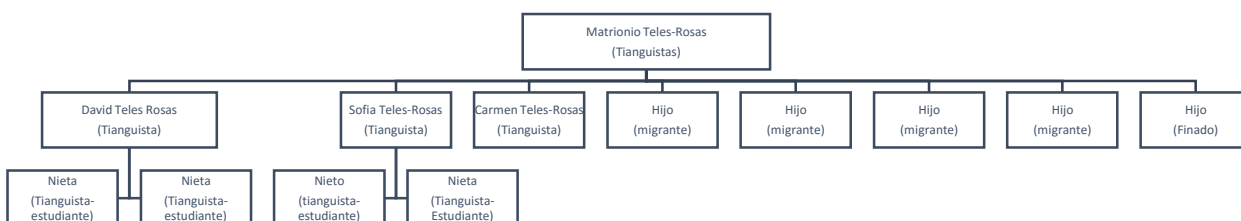
La organización social-familiar productora directa es la figura parental dominante en el intercambio comercial dentro del tianguis de Mixquitla, podría decirse que son los fundadores del sistema socio-parental de intercambio del lugar y la de más fuerza política. Sus características familiares son complejas y diversas, porque proceden de contextos sociohistóricos diferenciados al entorno cultural urbano de Cholula. Dos caracteres sobresalen de la composición sociocultural de las familias productoras directas: 1) su extensión consanguínea y 2) su cobertura simbólica define su *organización parental* (II). La primera hace referencia al alcance operacional consanguíneo de la familia, los cálculos etnográficos de las entrevistas realizadas entrevén que en promedio una familia de productores directos puede redondear los 20 miembros consanguíneos, aunque solo la mitad de ellos operen activamente en el tianguis y el resto en otras ocupaciones. Esa extensión familiar puede observarse en la repartición de puestos o lugares en

el tianguis de Santiago Mixquitla, pues al menos se tienen 5 puestos o más dedicados a la venta de productos agrícolas.



(Abuela y nieta, productoras directas hortalizas de San Miguel Papaxtla) fotografía: Sebastian Licona Gámez

Por ejemplo, la familia Teles-Rosas que comercia desde hace 40 años en los tianguis de la subregión de Cholula, posee 4 puestos divididos entre abuelos, hijos, nietos y bisnietos, nueras y suegras que ofertan hortalizas en el tianguis de Mixquitla y pertenecientes a la agrupación Carmen Serdán. En uno de los puestos están los abuelos; Doña Hortensia Rosas junto con su esposo ofertan memelas, tamales, tortillas, tlacoyos, granos de maíz, habas, frijol y nopales, junto a ellos está la familia de su tercera hija con sus dos hijos, que durante el día retiran las espinas al nopal y despachan, además de ofertar cebollas y manojos de cilantro; frente de ellos se encuentra su hermano menor David, que, agrupado con su esposa y sus dos hijas y media hermana venden: jitomate, calabaza, cebolla, chícharo, zanahorias, entre otros. La familia nuclear de Doña Hortensia consta de un matrimonio y una descendencia de 8 hijos junto con los sucesores de estos, aquí un mapa genealógico por actividad:



(Mapa genealógico, elaboración propia)

Según el testimonio de doña Hortensia Rosas, solo tres de sus hijos más jóvenes desempeñan la labor de acompañarla desde niños al tianguis, y consecutivamente el de aportar al gasto familiar cada uno desde su propio puesto e incluyendo a sus nietos, su descendencia consanguínea. David por ejemplo, acude al tianguis desde la fundación del mercado-tianguis de Mixquitla, y desde antes cuando existía el tianguis céntrico de San Pedro Cholula, lleva 27 años de sus 33 de edad despachando, cargando y produciendo los bienes ofertados en los puestos que sus padres que han tenido a lo largo de su trayectoria comercial, además de las labores del campo en su pueblo, San Miguel Papaxtla, por ello la mayoría de estas familias han construido sus propios sistemas de intercambio comercial en la región, inclusive aun cuando desaparecen los tianguis donde ofertaban pero su presencia sigue en tela de demanda de sus consumidores:

La mayoría de mis clientes en *Cosme* nos siguieron aquí a Mixquitla[...] ya nos conocen y saben que damos fresco y barato (Testimonio de David Teles Rosas).

Debido al contexto sociocultural de los pueblos volcaneros, los otros hijos del matrimonio de doña Hortensia migraron a los Estados Unidos desde jóvenes, obtuvieron empleos y formaron sus propias familias. Sin embargo, recalca que, aunque no los vea y tenga poca comunicación con ellos, siguen recordando y aportando al gasto familiar al enviar dinero cada 3 meses a sus familiares cercanos, inclusive a las fiestas patronales, cuando alguien asume algún cargo importante, pues la red parental es de tal fuerza que se transforma en transnacional, y la retribución de sus consanguíneos reside en sus pueblos de origen:

a todos mis hijos les heredé terrenos [...] todavía cuando se fueron los mayores desde chamacos les dije que trabajaran el campo [...] no quisieron, mejor se fueron, pero tienen sus terrenos aquí, todos deben de tener, en especial los que se van a vender conmigo (Testimonio de Hortensia Rosas, comerciante productora directa de Mixquitla).

Es precisamente este carácter recíproco que se gesta en el entramado social de la red parental productora directa: el acto de dar y recibir donde se transforma un simple acto económico o la conjunción de estos: una ganancia, despachar, cargar, labrar, ofertar, cultivar, etc. En un producto culturalmente reproducido en el manto familiar, no se olvida a los que apoyan, se sustenta al análogo y así “comemos todos”, es decir, se obtiene un primer nivel del intercambio recíproco, que se traslada al comercial según los contextos.

Además, a esta organización consanguínea se anexan aquellos sujetos que han repercutido activamente en la organización familiar, que tienen lazos de memoria, alianza o cariño, como compadres, comadres, ahijados, ahijadas, tíos políticos, madrastras, nueras, etc., componen la cobertura simbólica de la familia. En la mayoría de los casos, esta extensión familiar se condensa desde los pueblos de origen, ya que la socialización de los productores directos inicia en ellos, y aunado a que el tianguis desempeña una

ocupación laboral común entre el sustento económico, muchas amistades, compadrazgos o afectividades de forman en el trayecto comercial:

a veces en la hora de la comida hay quienes te hablan muy bien, te invitan un taco o algo, es una convivencia bonita, que pesa, ya hasta cuando tienes una fiesta pues los invitas, se hacen tus compadres, te encariñas [...] si no hubiera estado el tianguis pues hasta ni los conoces. (Testimonio de David Teles Rosas) .



(Productores directos en el tianguis de paso *Cuatro Caminos*, al que acuden para intercambiar entre mismos productores, desde hortalizas hasta animales de campo). Fotografía: Sebastian Licona Gámez.

Inclusive esta extensión simbólica familiar contribuye a la reproducción cultural y del gasto familiar, al adquirir ciertos roles de amiguismos o compadrazgos se intercambian favores o atenciones que convengan y contribuyan a fortalecer los lazos simbólicos, pues estos matizan de forma directa los económicos:

¡Si! ¡cómo no! [...] a veces es la comadre quien se queda a cuidar a mis nietos mientras me voy a cargar la camioneta, o despacha por mí en el puesto cuando no estoy y ya deja billete ahí [...] siempre me echa una mano y yo a ella cuando lo necesita.

Es entonces la red del productor directo la que se destaca por la configuración organizacional en familias extensas, que no se obstaculiza solo en la relación de sangre directa, es comunal y solidaria.

Este territorio agrícola funda las bases socioeconómicas de la red parental productora directa en campos de cultivo familiar y comercio en variados puntos. En cuanto al primer factor, actualmente existen dos tipologías agricultoras de sus practicantes: la de riego y temporal, ambas producen diversos tipos de bienes que se comercian, se utilizan para el ganado o se consumen en la unidad doméstica. El cultivo de riego es caracterizado por los grandes pozos, jagueyes y norias²³ que la familia tiene a su disposición, aunque algunos pueblos como San Nicolas de los Ranchos y San Andrés Calpan también aprovechan las aguas de deshielos y ríos que surgen de los volcanes Iztaccíhuatl y Popocatepetl, y otros como San Jerónimo Tecaunipan obtienen riego de los ríos conectores del río Nexapa.

En este sentido, la horticultura es la principal actividad de sustento económico de las familias productoras directas en Mixquilita y en sus pueblos, son numerosos los terrenos dedicados al cultivo de verduras y derivados que se utilizan en variadas prácticas, entre ellas la principal el comercio regional de hortalizas y frutas.

En las tierras dedicadas al cultivo de temporal, la mayoría está dedicada al maíz, frijol y el nopal que también se comercian al mayoreo en variados puntos tianguistas de la región, al que se acude semanalmente dependiendo del calendario comercial y las plazas disponibles de las familias. Muchas de estas familias también dedican sus prácticas comerciales a la producción de bienes derivados del maíz, que, en suma, provén gran cantidad económica al sustento familiar. Por ello en la mayoría de los casos los terrenos son parte de la unidad habitacional donde vive la familia, que es trabajada, administrada y heredada entre los miembros, inclusive cuando se presentan circunstancias en las que alguno(s) de los integrantes familiares se ausentan o cambian de ocupación laboral, sus terrenos son utilizados por el resto del entramado parental como forma de ayuda recíproca, se utilizan o “prestan” para cultivar:

Mi hijo ya tiene otra chamba[...]pero como ahora no tiene tiempo con su nuevo trabajo su terreno lo trabajamos nosotros, a veces en vacaciones y otras no, lo vamos pichcar, a labrar y ya molemos zacate. (Testimonio de Hortensia Rosas, comerciante productora directa de Mixquilita).

El primer carácter sobresaliente de esta economía parental de productores directos es el autoconsumo, se cultiva para subsistir y tener materia agrícola para que los animales de campo puedan producir también, inclusive se pide a las deidades tutelares (santos y vírgenes) de los pueblos en temporadas de lluvia la buena cosecha, incluida la Virgen de los Remedios. Los terrenos de cultivo en este caso obtienen un papel sobresaliente, casi todos los miembros de la familia buscan obtener terrenos que se puedan cultivar para el sustento familiar, algunos los compran o se heredan dependiendo los casos:

²³ Las norias están ubicadas a las casas habitacionales de las familias que sirven para el autoconsumo familiar, así como para dar de beber a los animales de campo que se tienen, son una forma de vida económica activa del área.

Al lado de mi casa está la de mi hija...y ya cruzando la calle está la de mi otro hijo con su terreno igual... aunque ya su hijo y se compró un terrenito (Testimonio de Hortensia Rosas, comerciante productora directa de Mixquitla).

El segundo carácter lo conforma el comercio tianguista y regional, puesto que diversas son las familias que han encontrado un sustento económico mayoritario de la venta de sus bienes agrícolas, la mayoría de estos sujetos tienen trazadas sus rutas y fechas de venta en distintos puntos comerciales de la región:

Alla en San Diego Cuachayotla está la iglesia, ahí hay un mercadito los miércoles, ahí también vamos a vender, allá van ellos, y los martes vendemos acá (San Miguel Papaxtla)[...] Mi nuera tiene plaza allá, va con su familia y se regresa, yo nada más miércoles y domingo allá en Mixquitla (Testimonio de Hortensia Rosas, comerciante productora directa de Mixquitla).



(Terreno de cultivo de nopal en San Miguel Papaxtla, de los más producidos y vendidos en los tianguis regionales.) Fotografía: Sebastian Licona Gámez

Lo sobresaliente de la economía parental productora directa son sus bases sociales, al igual que la familia extensa, no hay sustento sin reciprocidad; los terrenos, los bienes, el riego, el labrado, los trasportes y/o la producción agrícola siempre será administrada en conjunto por los miembros familiares que siempre se retribuyen y distribuyen del sostén económico que de ahí produce. Por ejemplo, en San Miguel Papaxtla existen lazos familiares que poseen la repartición de tierras desde sus ascendientes desde hace más de 50 años, las familias más extensas y reconocibles de su población por la trayectoria y el apellido, se encuentran: Los Pérez, Los Rosas, Capúlín y los Grande, según testimonios locales y que también se trasladan al ámbito tianguista. Esta economía campesina, agrícola y tianguista solo es posible porque se reproduce socialmente en los lazos recíprocos de quienes la configuran. Inclusive se expande

a quienes les consumen sus bienes, no se deja de sustentar en bienes e intercambio, y es precisamente del comercio que se sociabiliza la economía parental a otros sectores de la población:

Yo por mi parte nada más voy a entregar allá a la Calzada a Guadalupe(San Pedro Cholula), cada ocho días los sábados, ahí hay un grupo de señoras con sus casas ya, ahí les entregó la tortilla [...] ya conocemos hasta las hijas de la señora, ya se casaron algunas, ya también hacemos comercio con ellas, también les entregamos tortilla[...] Vamos los domingos y miércoles allá al barrio de Mixquitla, pero ya los sábados es cuando pasa mi muchacha y ya se va a entregar... ya son como 20 años que voy a entregar allá” (Testimonio de Hortensia Rosas, comerciante productora directa de Mixquitla).

En términos de la producción de bienes agrícolas para venta tianguista, cada familia conforma su propia organización jerárquica que involucra a todos los miembros (La familia extensa y simbólica) en la realización de tareas y tiempos que permitan el mantenimiento de la estructura comercial-parental. Por ejemplo, en la familia Teles-Rosas, es la señora Hortensia junto con sus hijas más jóvenes, nietas y sus nueras quienes se levantan todos los días a tempranas horas para hacer tortillas, tlacoyos, tamales, etc:

Yo siempre me paro temprano[...]ya veinte para las tres ya le digo a mis hijas vámonos[...] Por mucho a las tres ya empiezo a hacer los tlacoyos, y ya llegan mis hijas y nos ayudan[...]ya después se para mi nuera y ya hacen las tortillas y echamos montón, ya con eso sale lo del día[...] Mis dos hijas y yo hacemos las tortillas, y ya mi nuera se hace los tamales y yo hago los tlacoyos con mi otra hija[...]ya veces anda ocupada, pero me viene a ayudar (Testimonio de Hortensia Rosas, comerciante productora directa de Mixquitla).



(Terrenos de temporal de la familia Teles-Rosas, en San Miguel Papaxtla, al fondo el cerro téjate.) Fotografía:
Sebastián Licona Gámez

Lo mismo sucede con otras tareas, en el campo, en los medios de transporte y sobre todo en la labor comercial del tianguis. por ejemplo, son David y su padre junto con sus nietos quienes labran, cultivan o cargan la mercancía en la camioneta que utilizan para trasladarse, ya a tempranas horas en el tianguis de Mixquitla o donde haya plaza, instalan sus puestos y empiezan a despachar a otros productores al mayoreo. Los padres, la hermana y sus hijas, junto con la familia propia de David cargan sus bienes en la camioneta del padre, recorren los pueblos aledaños como San Francisco Coapa hasta llegar a la Calzada de Guadalupe en San Pedro Cholula y arriban hasta llegar al tianguis de Mixquitla. Durante el día de venta se les observa despachando o pelando los nopales, mientras sus hijos y nietos hacen bolsitas o los manojos de las verduras por medida. Es decir, esta organización parental recíproca tianguista adquiere caracteres de división y organización según roles de género y trabajo.

Además, se añade que las trayectorias de los integrantes son diversas, y responden a contextos generacionales, económicos, políticos y sociales de sus comunidades y de donde se inserten, por ello sus capitales culturales adquieren nuevos matices híbridos. Por ejemplo, el matrimonio de doña Hortensia sostiene que fueron campesinos toda la vida, estudiaron hasta la secundaria y se han dedicado al comercio desde que ella era niña, y sus hijos como David Teles-Rosas cuentan con carreras universitarias, él por ejemplo en administración pública (Universidad Tolteca), quien “trabajo en finanzas en Casa Puebla con

Toni Gali”, además de tener y trabajar su terreno y acudir a comerciar al tianguis junto con sus padres y sus hermanas, actualmente desempeña como presidente de la junta auxiliar de San Miguel Papaxtla.

Esta división familiar de trabajos y tareas como se sostiene tiene su capital recíproco, aunque son unos los miembros quienes tienen los terrenos para su cultivo, es decir el medio para producir, los demás se apoyan y sustentan labores que prioricen la ayuda mutua en la tarea de comerciar, se dan terrenos, ganancias, prestamos o favores que se intercambian en el manto familiar, a cambio de apoyo, trabajo y manutención, se da para recibir:

Yo a mis hijas les regale terrenos para que pudieran vivir, uno con riego y otro sin riego, del de riego es donde ellas pueden sacar para vender y comer, pero hay que trabajarlo [...] también le damos chance a mi nuera [...] le digo échale ganas con las tortillas y te ayudamos a componer tu casa... nada más la tiene en obra negra (Testimonio de Hortensia Rosas, comerciante productora directa de Mixquitla).

Inclusive se es recíproco con los animales del campo, los perros, caballos, becerros, etc. que también ayudan en las tareas y sustentan a la familia:

No, no todo lo vendemos, tenemos los becerros, los marranos, los pollos, con eso comen también nos ayudan mucho nuestros animalitos (Testimonio de Hortensia Rosas, comerciante productora directa de Mixquitla).

El trueque: lógica de intercambio recíproca y de capital campesino

Es la conjunción, de las condiciones organizacionales parentales y las económicas de subsistencia de la tierra, la migración y de tianguis quienes fundan la lógica recíproca, como se observó en los apartados anteriores, es este modo de vida el que involucra diversas estrategias socioculturales que buscan la ayuda del análogo, en otros términos, se define como *capital campesino*. Este capital campesino es de naturaleza cultural-recíproca en su trama social, que matiza a todas sus dimensiones, se transforma en socioeconómica cuando sus actores dependen de ello, como en los pasillos del tianguis, en su sociabilidad, en cada transacción y en la célula de su cotidianidad es el productor directo quien refleja su lógica recíproca en el movimiento económico y en términos del intercambio se vislumbra en el trueque.

Así, el trueque se posiciona como la expresión del intercambio socioeconómico del capital campesino recíproco (lógica del productor directo) es un sistema de intercambio que entreve la ayuda mutua al análogo más que el lucro y la ganancia. En Mixquitla se usa el trueque en varias modalidades, y siempre configuradas por los entramados familiares que referimos anteriormente.

Este sistema trueque, "en su definición clásica, se le entiende como un intercambio de bienes por bienes sin mediar un valor monetario"(Licona, Pérez y Aceves, 2014:158). En Mixquitla se lleva a cabo en espacios y temporalidades específicas, por lo que este adquiere ciertas particularidades a la hora de ser

ejecutado, el intercambio consta de la mediación recíproca del valor de bienes que es determinado colectivamente, los sujetos que utilizan el sistema trueque, en especial los productores directos intercambian casi siempre los mismos tipos de bienes, porque esos bienes tienen una función comercial y de subsistencia:

No tenemos problemas con eso, porque somos conscientes, no decimos -dame un kilo de jamón por unas hierbitas o espinaca- somos congruentes en cuanto al valor, y tratamos de ser equitativos (Testimonio de José Roberto Castillo, comerciante de Mixquitla).

Han adquirido con el tiempo y el contacto el valor aproximado de cada bien, valuado en dinero con moneda nacional, pero que no funciona como equivalente universal, sino se valúa según las necesidades colectivas de los productores, recurren a estrategias recíprocas entre ellos, como el abaratamiento o el préstamo, como se verá más adelante:

A veces llegan unas señoras, por la tarde-noche y me dicen – te lo cambio, ándale, dame un queso, quesillo- y ya se los cambio por unos chayotes, chicharos de lo que traigan de su huerto, de eso a que lo tires, mejor te ahorras el gasto (Testimonio de José Roberto Castillo, comerciante de Mixquitla).

El trueque es un sistema de intercambio que busca beneficiar a todos, donde se valúan las cantidades, medidas, tipos y formas de bienes, sean económicas o sociales. Se vislumbran modalidades centrales basadas en el tipo de bien y sujetos que participan, ya que estas son, en su mayoría, las que acaparan todas las transacciones del sistema trueque en Mixquitla.

El intercambio trueque más común es de bien agrícola por bien agrícola, que se da después del día de venta, por la tarde cuando la clientela empieza a ser poca y hay excedentes de la mercancía, se opta por cambiarlas en lugar de tirarlas entre productores. Es muy común en la mayoría de las transacciones de bienes de carácter alimenticio, se cambia por lo que no se tiene, el excedente por excedente y así se determina su valor según los criterios del comerciante expresados en moneda nacional.

Por ello el trueque es un intercambio al menudeo, se intercambian solo cantidades necesarias para poder utilizar las cantidades de mercancía que sobraron o no se pudieron vender. Es una estrategia de reinserción del producto al circuito comercial campesino, de los bienes que se intercambian se encuentran: harinas, granos como: maíz, frijol, semillas, calabaza, girasol, así como también: pinole, frutas, verduras. De los más consumidos se encuentran el maíz y el frijol, por su capacidad para transformarse en otros insumos, en especial la tortilla:

Pues es mejor, siempre uno dice que mejor a que uno lo tire pues se cambia, ya los compañeros te ahorran lo de una cebolla, que la coliflor que esto y lo otro, ya no gastas y no se tira (Testimonio de José Roberto Castillo, comerciante de Mixquitla).

Inclusive se cambia por medidas, de las verduras, por ejemplo, entre manojos y bolsitas, si son frutas van en cubetitas o jarrones, si son harinas o granos por bolas, latas o cajones. Lo que busca el trueque su función es socializar y re-economizar la mercancía entre productores, es una economía colectiva que compite y complementa al sistema mercantil, que es el dominante en el mercado, aquí una tabla por bienes y medidas susceptibles a intercambiar:

Unidad de medida	Descripción	Productos en las que se emplea
Almud	Anteriormente la medida se basaba en un cajón de madera, con el paso del tiempo se incorporó el uso de latas. Esta unidad equivale a 5 lts.	Harinas Granos
Arroba	Unidad que se despliega del <i>almud</i> , cuya equivalencia es de 10 kilogramos; principalmente se emplea para ventas a granel.	Granos Maíz Fríjol
Arpilla	Es un costal calado en el cual existen dos variantes, la primera es del costal con capacidad de 30 kg. Que equivale a 10 <i>almudes</i> y la segunda tiene capacidad para 50 kg. que equivale a 14 <i>almudes</i>	Harinas Granos
Bote/ Cubeta	Equivale a 20 lts. o 4 <i>almures</i> igualmente empleadas para la venta a mayoreo.	Granos

Latas	Se emplean como unidad de medida las latas de atún, sardinas y chiles, por ejemplo, la medida de lata de chiles tiene un precio de \$5, considerada como chica. La lata mediana es la lata de atún cuyo precio oscila entre \$10 y \$15, mientras que la lata grande o de sardina tiene un valor de \$20.	Semillas Calabaza Girasol Pinole <i>Tequesquite</i>
Montón	Se le conoce como montón a la cantidad de productos que cabe en una cubeta chica por lo regular de un litro.	Frutas Verduras
Manojo	Los sujetos que operan el puesto utilizan sus manos para preparar la medida, ponen determinada cantidad del bien en su mano y lo amarran con un cordón o un mecate, así por ejemplo cinco cebollas caben en la mano del tianguista, por lo que estas equivalen a un manojo.	Verduras Hierbas aromáticas

(Cuadro III, Elaboración propia)

El trueque puede involucrar a más de dos sujetos, entre familias o dentro de la misma familia que se encuentran y que buscan un abaratamiento de precios por los bienes que no se pudieron vender, pero si pueden cambiarse y sacarles su provecho recíproco.

Los encuentros vespertinos de intercambio trueque, en los que se pueden observar a los nietos o hijos, niños en su mayoría deambular entre los pasillos, con algunos manojos, bolsitas o cubetas de verdura y/o vegetales, preguntando a las familias cercanas si es posible “un cambio, si desean cambiar” sus bienes, es susceptible, por ejemplo, trocar una cubeta de duraznos criollos valuada por \$35 pesos, por un medio kilo de aguacates criollos con un valor aproximado de \$20 pesos, recordando que los valores son aproximados, dado que dependen del criterio del vendedor/productor y la diferencia radicaría en unos \$15 pesos, más sin embargo, si ambos sujetos están de acuerdo en los términos entonces la transacción es posible, dado a que en este ejemplo parecería sería más justo cambiar el kilo de aguacates por la cubeta, ya que si se cambiara el kilo la diferencia radicaría en unos \$5 pesos entre bien y bien; más recordemos que estas transacciones se basan en las relaciones sociales que establecen los productores directos, y un intercambio así podría significar o entonar un asunto de reciprocidad y amistad entre las familias.

Es este carácter el prioritario y el particular del sistema trueque en Mixquitla, y es que etnográficamente es reconocible como exclusivo de los productores directos, otros tipos de vendedores o comerciantes, como los fijos, intermediarios, ambulantes y mucho menos los administrativos no lo utilizan, no le ven sentido porque su capital comercial no es compartido. Ello se debe a su base recíproca porque es producto de un capital campesino que solo busca el sustento del análogo, del “que me apoyo y al que se apoya” como estrategia de subsistencia colectiva. El trueque se funda como un lenguaje recíproco que en Mixquitla solo se usa en el cambio de los bienes análogos al que se produjeron.

Y es que en el intercambio vía trueque agrícola se cambia según los intereses socioeconómicos, algunas de las entrevistas sostienen que se cambia para solventar lo del día. Por ejemplo, muchas amas de casa del tianguis buscan aceites, granos, verduras o insumos a intercambiar para preparar las comidas de la semana y ahorrarse el gasto de una despensa, los nietos o los hijos de las familias productoras, normalmente se alimentan de los mismos insumos de los puestos productores vecinos. Otros cambian para poder suministrarse de bienes para la venta en sus puestos en el siguiente día de plaza, así “al ahorrarse un gasto”, se opta por truequear en vez de comprar.

Los intercambios también se dan de bien agrícola por bien manufacturado y viceversa. Este tipo de modalidad, al igual que la anterior, es muy común y es ejercida entre productores directos, cada uno de los cuales posee un valor aproximado al bien por el que se desea cambiar. La diferencia radicaría en que los bienes manufacturados por lo general poseen un mayor valor, así que si se desea llegar a un acuerdo es necesario cambiar cantidades extra de bienes agrícolas para poder llegar a un valor aproximado, así por ejemplo si se desea cambiar una cacerola grande de barro con valor de \$100 pesos por duraznos criollos, sería necesario cambiar tres cubetas de duraznos criollos cuyo valor aproximado llega a los \$105

pesos, sin embargo, en estos casos en los que el producto agrícola ofrecido supera la expectativa del otro vendedor y este no desea demasiado el bien propuesto, es difícil entablar un acuerdo mutuo, por lo que muchos productores directos optan por dividir el pago, la mitad por trueque y la otra en moneda nacional (dinero), así entonces, se tiene que se cambian, por ejemplo, dos cubetas valuadas en \$70 pesos pagando la diferencia de \$35 pesos aproximadamente, dotando al trueque de una particularidad económica haciéndolo flexible ante cualquier situación.

Recordemos que dentro del mercado-tianguis de Mixquitla todo artículo puede ser idóneo al cambio, no existen, dentro del sistema trueque en este contexto específico, reglas o normas acerca de que bienes pueden ser susceptibles al cambio o cuales no, por lo que pueden encontrarse innumerables modalidades y formas de transacción, sin embargo, en este apartado solo he mencionado las modalidades más comunes y las más demandadas, entendiendo que no existen pautas de intercambio más bien existen tendencias de intercambio.

VI.III El intercambio mercantil y el comercio fijo

En cuanto a las familias de comerciantes fijos e intermediarios de Mixquitla, es importante señalar que se constituyen de forma distinta y diferenciada de las productoras directas. En primer lugar, porque sus entornos son más dinámicos e hibridizan capitales culturales, modos de vida y formas de producción urbanas y tradicionales. Proceden del mismo pueblo urbano de Cholula o de sus alrededores y comercialmente sus trayectorias son extensas y complejas, ya que la característica de estos es que son familias tianguistas de tradición; los hijos, nietos o en general descendientes aprenden, sociabilizan y se educan en el tianguis. Así lo han expresado los comerciantes y se observa en los pasillos del tianguis de Mixquitla y aunque la lógica socioeconómica de los comerciantes fijos e intermediarios no vislumbra la utilización del trueque en sus transacciones si matizan al sistema dominante del tianguis (sistema mercantil) de atributos socioculturales con otros sistemas de intercambio, dotándolo de características y respuestas colectivas que buscan un intercambio justo, sin pérdidas y equivalente.

Este apartado busca desglosar algunas de las características organizacionales socio parentales de los comerciantes fijos e intermediarios y como de su matiz sociocultural familiar se nutre de atributos socioeconómicos el sistema de intercambio mercantil²⁴, que posibilita el dinamismo del intercambio y su diversidad en formas, pues en especial este sistema es el que se ha interpretado como universal en toda sociedad que utiliza la moneda como equivalente indisoluble y aquí se pretende exponer su heterogeneidad de formas recíprocas, que es adaptado por la sociedad que lo ejecuta.

²⁴ El sistema mercantil es el dominante en toda transacción económica del mercado-tianguis de Santiago Mixquitla, que se define estructuralmente por la oferta, demanda y compra de bienes entre personas y/o grupos quienes acuerdan un precio valuado siempre en moneda nacional(dinero) en un espacio y tiempo determinados.

La familia nuclear y la tradición tianguista

El carácter sobresaliente de las familias comerciantes fijas e intermediarias es su rol nuclear y su herencia cultural comercial, en términos etnográficos no son tan extensas como la de los productores directos en las actividades socioeconómicas del tianguis. En la variedad de puestos fijos muchas veces se observan a matrimonios, con sus hijos, hermanos, abuelos o primos, etc. Herencia consanguínea nuclear que administran uno o dos puestos por familia, pero no abarcan la extensión socio económica parental como los anteriores.

Su sistema parental determina modos de vender y comerciar en los tianguis particulares, poseen estrategias y jerarquías de oferta a la clientela según la posición social de cada miembro de la familia. Por ejemplo, en los puestos fijos a tempranas horas del día arriban las familias, abren los puestos, los limpian y empiezan a preparar los bienes para su oferta, cada miembro ya tiene su rol de trabajo determinado, aunque se ayudan entre ellos o intercambian tareas para poder aprovechar mejor el tiempo. En las fondas, por ejemplo, son los jóvenes quienes atienden a los clientes, toman las ordenes, limpian las mesas, recogen platos, mientras las abuelas están en el comal preparando las tortillas y las hijas de éstas preparan los guisados o lavan los platos. En las cremerías quienes despachan son los hijos o nietos, y los padres son los que manejan el dinero o atienden a la clientela, en las verdulerías al mayoreo quienes cargan la mercancía son los miembros varones, y los padres administran las ganancias o despachan. Es decir, por cada puesto o lugar de venta dependiendo de los giros comerciales y su organización parental se determina la forma económica de intercambio mercantil.

De esta misma característica, el vínculo parental es de tal fuerza que la actividad económica y comercial se hereda y se reproduce socioculturalmente entre los puestos y pasillos, la dinámica tianguista es un producto de herencia parental social. Son numerosas las familias quienes heredan las concesiones y de propiedad de los locales fijos de sus ascendientes, de padres a hijos, de abuelos a nietos, de primos a primos, etc. Las modalidades de herencia son bastas, pero estructuralmente definen el modo de actuar económico y parental de estos comerciantes:

Yo vengo de familia comerciante, desde los 17 años que vendo, antes estaba en Cosme, me tardé tres años en hacer mi local aquí, había más chance en Cosme, pero ya luego abrí y ahora mis hijos me apoyan aquí en la cremería (Testimonio de José Roberto Castillo, comerciante de Mixquitla).

Estos sujetos proceden de familias antiguas de comerciantes, crecieron vendiendo y el comercio figura como su principal capital de movilidad social, en sus redes parentales se aprende a vivir del tianguis. Por eso dentro de un puesto o varios pueden observarse la concurrencia de variadas generaciones. Por ejemplo, en las verdulerías, cuando inicia la actividad comercial, solo los padres o los abuelos están en el puesto ofertando y despachando, por la tarde los hijos o jóvenes llegan de las escuelas, hacen la tarea y comen en el puesto y después de insertan en la dinámica comercial. A diferencia de

los productores directos, son comerciantes que operan todos los días, se abre el comercio entre semana y se cierra hasta la tarde, no se vende en otras plazas, el puesto para los comerciantes fijos es espacio de reproducción cultural. Inclusive hay generaciones jóvenes que aspiran a administrar el puesto de los padres con los años, entran a carreras universitarias como economía, derecho o administración con la intención de expandir sus capitales comerciales y poder adquisitivo y así tener mayor insumo comercial con el paso de los años.

Esta red parental por puestos define muchas veces la sociabilidad de un tianguis o mercado, porque es allí donde la principal interacción social se expresa en el comercio. Por eso las familias fijas e intermediarias, desde la fundación del mercado-tianguis de Mixquitla han entablado relaciones de compañerismos, amistades o compadrazgos con otras familias, e inclusive con clientes:

Si hay quienes se enamoran aquí en el mercado, a veces llegan se ponen a platicar y él de la ropa ya es novio de la chava de verduras, se dan los amoríos ya después los ves con sus hijos y un puesto diferente (Testimonio de José Roberto Castillo, comerciante de Mixquitla).

Aunque también relaciones de conflicto y enemistad, pues las familias compiten comercialmente y se buscan posiciones políticas-económicas que les ayuden a adquirir mejores ventas o ganancias:

No les gusta competir sano, se acaparan todos por las agrupaciones con los líderes, donde pasan más clientela y ellos venden mejor, además ofrecen comida o mercancías ya feas y caras, por eso mejor nosotros optamos por esta aquí tranquilos, en nuestro puesto (testimonio anónimo).

Así, el tianguis y el intercambio mercantil adquieren un carácter parental de reproducción familiar social, entre sus pasillos se reproduce la familia y se expande el capital económico y cultural. Que es otra de las características de las familias fijas e intermediarias, su alcance en capital económico es de mayor extensión que de otros comerciantes del tianguis:

Los comerciantes fijos de aquí son de Puebla o la propia Cholula [...] son de los comerciantes antiguos, buscan un bien económico [...] a veces los compañeros los ves y por las apariencias piensas que no tienen, pero luego resulta que tienen más que uno ¡[...] llevan años vendiendo, desde chicos con sus papás, invierten mucho en el comercio (Testimonio de José Roberto Castillo, comerciante de Mixquitla).

De ello puede interpretarse que esta organización parental fija e intermediaria sea una estrategia socioeconómica para mantener el capital económico dentro de la red familiar y así ahorrarse el gasto de la contratación en salarios en otros sujetos que ofrecen servicios de carga, limpieza o comercio. Se busca en esta red parental que el capital económico y cultural ayude a sustentar a la familia, que se produzca ahí y solvente la vida de los miembros. Así, de esta experiencia comercial son sus herederos quienes aprenderán a solventar, concretar y mantener el capital económico de varias generaciones atrás, “así aprendí yo y tu aprenderás así a subsistir”.



(Señor Silvestre, miembro de la comitiva de agrupación comercial de tianguistas Cholultecas, comerciante fijo de ropa) Fotografía: Sebastián Licona Gámez

Además, el capital tianguista y comercial de estas familias es diferenciado al de comerciantes productor directo y se posicionan socialmente con otros atributos comerciales. Debido a la heterogeneidad su buscan posiciones económicas y sociales, y los actores se diferencian unos de otros. Algunos de los rasgos parental-comercial de las familias intermediarias o fijas es su carácter “cerrado” como refieren algunos comerciantes, no utilizan formas de medida o valor variadas, principalmente es por litros y kilos, aunque sus precios si son variados pero diferentes a los de los productores, en suma, su lógica socioeconómica se constituye de otra forma:

Los de los puestos fijos no son tan tradicionales como los compañeros de los pueblitos, que ponen sus semillas en el piso, ellos si son más tradicionales tienen otro trato (testimonio anónimo).

El capital comercial de los comerciantes fijos tiende a ser más exclusivo con los compañeros que con su clientela habitual, aunque no se deslinda de ellos, puesto que su entramado familiar es más cerrado, no se entremen las relaciones consanguíneas extensas, se opta por resguardar solo a la familia cercana, mientras que los otros disponen de su lógica colectivamente entre familias extensas:

La gente de los pueblitos, es gente que dice y se viene en el colectivo o sus camionetas, nosotros pues es de cada quien, con su familia, dicen algunos -yo abro mañana y si nadie se lo come hoy nadie se lo come mañana- y tiran lo que no se pudo vender (Testimonio de José Roberto Castillo, comerciante de Mixquitla).

En suma, estos comerciantes construyen su dinámica comercial y socioeconómica basados en la consanguineidad y herencia nuclear de la familia, que es el carácter sociocultural que dota de sociabilidades y caracteres concretos al intercambio mercantil.

El sistema mercantil y su sociabilidad

En este sentido, el intercambio mercantil con moneda nacional adquiere una función de sociabilidad parental, factor que nutre sus especificidades culturales en las transacciones. En primer lugar, porque a diferencia de otros espacios donde prepondera el sistema mercantil como el sistema por excelencia este se expresa cerrado, lucrativo y poco flexible en sus términos, por ejemplo, un super mercado, tienda o plaza en la visión económica de quienes lo operan, su fundamento es la ganancia en estos espacios, su busca que la empresa gane y se expanda, con precios fijos y donde no es posible acordar un valor por lo que se quiere consumir.

En cambio, en mercado-tianguis Santiago Mixquitla este sistema se dota por los comerciantes fijos e intermediarios y su entramado parental (cultural) de flexibilidades socioeconómicas, y es más equitativo, flexible y rico etnográficamente. En este sistema la producción, distribución, oferta, venta y el consumo se sociabilizan entre los usuarios que lo ejecutan, al que vende se le llama comerciante, o vendedor y a los que consumen, *marchante, güero, jefe, patrón*, etc. se establece un vínculo social entre los actores y eso repercute y expresa una intención socioeconómica. El sistema mercantil en un tianguis es apropiado según intereses colectivos, es modificado para que sea equitativo y abierto.

Por ejemplo, en la venta y distribución de bienes existen estrategias de *fiado*, el *pilón* o el *moche*, que los comerciantes fijos ofrecen a aquellos clientes u otros comerciantes que ya llevan tiempo consumiéndoles. El primero refiere a un consenso entre vendedor-cliente de pagar el bien adquirido cuando las condiciones económicas de quien lo obtiene sean idóneas para saldar la deuda al que vende; el segundo se presta como un extra del bien comprado que el que oferta regala al cliente por su consumo frecuente, amistad o compañerismo de largo tiempo, “ahí le va su pilón de cebollas jefa, para que se acuerde de mi cuando venga a comprar”, y el tercero como un descuento especial a quienes conocen, apoyan o tienen algún vínculo con el comerciante, se paga o presta el bien a mitad de precio o en otras condiciones.

Además, cuando se inicia la transacción mercantil en el tianguis de Mixquitla, el consumidor no solo se lleva la cantidad de bienes que adquirió por los precios y estrategias citadas anteriormente, también intercambia sociabilidad que se trasmuta en economía. Es muy común observar cómo se traman compañerismos entre los comerciantes o los clientes, o ambos en su debido caso y que tengan una función económica en sus debidos espacios. Cuando se adquieren bienes también se intercambian palabras, chismes o platicas, se pregunta por la esposa, los padres, los hijos, la familia, se habla de política, de

memoria, sobre algún acontecimiento: una boda, una graduación, un convite o una fiesta, etc. De ahí surgen las diversas relaciones que con las trayectorias sociales se transforman en dispositivos socioeconómicos. Muchos otros intercambian recetas de cocina o consejos de cómo utilizar los bienes que se adquieren.

Siendo el *puesto* o el *local* el principal espacio del intercambio mercantil y de sociabilidad, que es el espacio de reproducción cultural por excelencia de los comerciantes fijos, es privado y a la vez público. Físicamente de concreto, metal, ladrillos o de material fuerte, con mostradores, luz, iluminados, coloreados, con pasos de agua y bien asegurados. Ahí los familiares comen, platican, leen, ven televisión, se enteran de chismes, etc. y al mismo tiempo generan sociabilidad con otras familias y crean alianzas vínculos con clientes u otros productores al vender, distribuir o producir sus mercancías. El acto del *despacho* por ejemplo es fundamental para consolidar relaciones sociales, es ahí donde se ven las intenciones de los actores durante la transacción, donde se inician los vínculos o se aíslan, “si uno atiende bien, bonito y barato los clientes vuelven”, muchas veces esos clientes no solo regresan como consumidores sino como una extensión familiar con los años.

Es decir, la intención o la lógica socioeconómica de las familias comerciantes fijas e intermediarias que se sustentan en la utilización del sistema de intercambio mercantil es crear lazos de compadrazgos simbólicos comerciales que permitan la subsistencia del grupo familiar. Y esto ocurre cuando el cliente se transforma en familiar, compadre o compañero, en “cliente especial”, de ahí su apertura y su modificación sociocultural parental. Se observa en el sistema de intercambio mercantil un tipo de relación de proximidad, y no solo económica, que se realiza con personas con las que se tiene un vínculo más fuerte que el comercial, como un vecino, un amigo, un cuñado, la suegra, el nieto, el sobrino, etc. Se refuerzan al momento del intercambio comercial, las relaciones personales más íntimas son economía, y está es sociabilidad cultural.

VI.IV Intercambios socializantes: estrategias socioeconómicas tianguistas

A estos dos sistemas de intercambio, trueque y mercantil, se le anexan los intercambios socializantes que son complementarios de los primeros, utilizados por diversos grupos familiares en la búsqueda de abaratamiento de precios y de una distribución equitativa entre comerciantes y clientes, es un sistema de intercambio que busca redistribuir los bienes de forma equivalente entre los actores del mercado tianguis, en que se utilizan transacciones de bien por bien, bien por dinero o bien por servicio.

Es un sistema compartido por productores directos, comerciantes fijos e intermediarios, que en búsqueda de un mayor dinamismo optimizan sus estrategias y sociabilizan su actividad comercial entre los comerciantes o vendedores, se definen aquí como estrategias socioeconómicas tianguistas.

Los préstamos y las reventas entre comerciantes

En el mercado-tianguis de Mixquitla las expresiones de este sistema de intercambio socializante por excelencia se da entre los intercambios de abaratamiento de precios y bienes entre los mismos comerciantes, entre productores directos, comerciantes fijos e intermediarios que realizan préstamos de bien o reventas entre ellos.

Los primeros pueden observarse durante los días de venta y como una forma de ayuda al comerciante análogo o compañero. En las circunstancias en las que por situaciones del contexto socioeconómico del tianguis algunos comerciantes no pueden sustentar con su capital económico lo requerido para un día de venta normal, pero sí con su capital social. Los préstamos se dan en especie o en servicio, y se pagan con favores o bienes en tiempos determinados, a veces hasta en años o nunca se saldan, sino que se insertan en ciclos de intercambio socializante que permite el dinamismo de la economía interna.

hay una señora al lado mío que vende lácteos también [...] yo tengo huevo, ella no y yo le presto cajas de huevo, que me cuesta decirle- ve tómalos, vende tú también para que te salga el día, y ya después me pagas- y ya ella vende durante el día tiene para comer (Testimonio de José Roberto Castillo, comerciante de Mixquitla).

Aunque en términos sociales estos intercambios son estructuralmente realizados entre comerciantes, y más aquellos que tienen lazos de amistad, compadrazgo y de trayectoria comercial fuerte.

Si con los compañeros nos ayudamos, a veces no tengo y necesito algo, decimos- hoy tu te llevaste más de aquí, de aquí en ocho días yo me llevo más- y así nos la llevamos, a veces ya ni uno se acuerda que presto o que fio (Testimonio de José Roberto Castillo, comerciante de Mixquitla).

El préstamo se transforma en un acto económico socializante, que busca des-obstaculizar la distribución o necesidad de bienes al interior del tianguis, se transforma en una estrategia tianguista de abaratamiento de precios muchas veces, puesto que hay casos en los que los comerciantes al realizar préstamos, en espacial aquellos que comercian al mayoreo que bajan sus precios a quienes les prestan bienes o servicios.

Es entre compañeros, entre nosotros [...] es igual con él de la tiendita, voy agarro unas papas, un refresco, no que ¿cuánto es? Me dice- ahí déjalo-, luego después viene él y me dice -oye dame unos quesos o unas cremas, unos jamones-, y le digo ya luego hacemos cuentas, así nos la llevamos (Testimonio de José Roberto Castillo, comerciante de Mixquitla).

Una forma de pago del préstamo es con servicios y/o favores, puesto que el primer lugar se presta por la insuficiencia del capital económico más no de fuerza de trabajo, así, por ejemplo, los favores entre comerciantes, algunas familias mandan a sus nietos, hijos o sobrinos a ayudar a despachar al compañero cuando le hace falta mano de trabajo, está en apuros o sobresaturado en clientela, y aunque no comparten

el lazo consanguíneo, si uno social. En el intercambio socializante rara vez se utiliza el dinero, casi siempre es intermediario de las transacciones, pero en los préstamos nunca se utiliza se prefiere dejar de lado puesto que su utilización es menos accesible para este tipo de circunstancias:

No manejamos dinero a veces entre nosotros, es por mercancía y así sirve que la desplazamos y así él obtiene un provecho y yo otro (Testimonio de José Roberto Castillo, comerciante de Mixquitla).

En este tipo de expresiones de intercambio socializante también existen códigos socioeconómicos o normas de intercambio en los préstamos, por ejemplo, muchos tipos de bienes no se pueden prestar o fiar, los de origen industrial, manufacturados, ropas o telas no son susceptibles a ser socializados, y quienes los ofertan le entran a los préstamos vía favores o por medio de otras contribuciones económicas, porque el valor de sus mercancías es más riesgoso y mucho más cerrado, primordialmente son los de carácter alimenticio y agrícola las que se prestan, siendo los comerciantes intermediarios de mayoreo los principales impulsores, pues al ofertar en grandes cantidades, sus excedentes en mercancías propician que tengan mejor acceso a este tipo de intercambios.

Los intercambios socializantes en las reventas se dan entre productores directos, por las mañanas, con los productores de hortalizas volcaneros, cuando arriban los días de plaza cantidades considerables de comerciantes que buscan armar sus puestos a la venta. Los productores de forma recíproca venden cantidades al mayoreo de sus bienes a mitad de precio o con un descuento a bajos precios a sus compañeros tianguistas, con la finalidad de que su gasto no sea elevado y puedan obtener una ganancia en el día:

Nosotros sembramos mucha cebolla, y la damos en manojos al mayoreo, nos compran otros compañeros y así ellos arman sus puestos (testimonio anónimo).

La reventa también puede transformarse en trueques de largo plazo acumulativo, debido a la variedad de bienes agrícolas, muchos productores directos dependen semanalmente de la producción del otro para armar sus puestos, unos producen algo y otros de diferente tipo para complementarse y ofertar variado en sus puestos, así se han construido lazos comerciales complejos, que inclusive ya no se compran al mayoreo sino se cambian para ahorrarse la interacción en moneda nacional:

Yo tengo cebolla y cilantro [...] y él tiene haba y todo lo demás, él me da o vende lo que trae y yo le cambio lo que traigo, y así ya a completo para mi puesto (testimonio de David Rosas, productor directo de Mixquitla).

Al igual que los préstamos, uno de los códigos de la reventa es el compañerismo, solo se establece el trueque o revende al compañero-conocido que se afilia en alianza comercial con el que oferta. Por tanto, una de las normas intrínsecas en este tipo de transacción es la fidelidad comercial entre

productores. Se le da un precio especial o se cambian grandes cantidades de bienes a los que son fieles y se apoyan unos a los otros:

Eres productor y al menudeo al mismo tiempo [...] por eso no damos caro a otros productores porque sabemos lo que implica, no damos caro, das barato porque estamos en la misma línea (testimonio de David Rosas, productor directo de Mixquitla).

En suma, los intercambios socializantes mezclan diversos actos económicos de otros sistemas, coadyuvando a que su eficacia comercial y económica sea reproducida y adquiriendo un papel importante en el intercambio comercial de Mixquitla. El intercambio socializante dota entonces de un carácter dinamizador a las formas de intercambio, que buscan el abaratamiento y la ayuda a los análogos para que todos tengan para que todos ganen, una muestra del sustento diverso económico que tiene su origen en las lógicas parentales de diversas familias.

VI.V El tianguis: un sistema socio-parental de intercambio en Mixquitla

En suma, es la conjunción de los tres sistemas de intercambio, trueque, mercantil y socializante quienes fundan las bases socioeconómicas del intercambio en el mercado-tianguis de Santiago Mixquitla. Su presencia deja entrever a este lugar como un sitio de complejidad socioeconómica que no se nutre exclusivamente de parámetros economicistas o leyes de racionales del manejo material de los recursos, son muestra que su conjunción edifica un sistema híbrido de intercambio, guiadas por la lógica cultural familiar. Es la lógica cultural parental la que produce una lógica económica (sistema de intercambio) concreta, y en su conjunto las familias conforman y definen al mercado tianguis como un sistema socio-parental de intercambio.

Es entonces el entramado parental el que deja entrever el sustento cultural de la economía, son sus capitales, sus estilos de vida y las formas de producción familiar quienes, en su sociabilidad, apropian en formas del intercambio expresiones que no se quedan solo en la obtención de recursos monetarios. Ante las demandas del mundo global, son estas familias las que buscan estrategias económicas para su subsistencia, porque el competir con transnacionales, grandes plazas comerciales o las políticas neoliberales de los gobiernos próximos hace cada vez más difícil sobrevivir.

El parentesco y la economía fundan así una respuesta antropológica, una resistencia colectiva que busca posicionarse como una opción comercial alternativa a la expansión global, una que sustenta las bases de reproducción cultural-económica de nuestros territorios próximos, así, la familia e intercambio delimitan al tianguis como una respuesta colectiva de subsistencia a este gran macro contexto, en su entramado, en tu tejido y en cada célula de su cotidianidad, es ante todo una representación de relaciones humanas.

Conclusiones

Este trabajo buscó, ante todo, ampliar las miradas interpretativas de la antropología económica, como disciplina antropológica que debe empezar a fabricar su propio corpus conceptual y dejar de lado los obstáculos epistemológicos que las leyes universales economicistas han planteado desde el siglo XIX en el análisis social. Se insistió en proponer un marco explicativo en el que los fenómenos económicos se dimensionaron en un entramado cultural, no separar las dos dimensiones (Antropología y Economía) que por naturaleza social son holísticas en nuestras sociedades próximas.

El objetivo circundó en demostrar etnográficamente que la configuración de la vida económica en nuestras sociedades, y en especial, aquellas con un corpus social tradicional, campesino e indígena que hoy en día hibridizan su expresión con las formas culturales de la globalización en contextos urbanizados-populares (pueblo urbano), no conciben su subsistencia económica sin las demás dimensiones de su vida cultural.

Desde el objetivo general, pasando por los particulares y la hipótesis planteada se afirmó que epistemológicamente la economía tiene influencias culturales, y ésta a su vez, va más allá de la subsistencia material de los grupos humanos, y no fueron las reflexiones de escritorio quienes redactaron tales vigiliás, sino ante todo, procedieron de las mismas familias tianguistas, de su parentesco comercial, del intercambio recíproco y la experiencia socio religiosa del barrio-tianguis de Santiago Mixquitla, quienes, a consta de golpes de realidad etnográfica, lograron persuadir que había que ampliar la mirada antropológica del fenómeno económico. El intercambio, el tianguis y el parentesco fueron nuestros pretextos etnográficos para la colisión de ello.

El fenómeno del intercambio suponía un hecho social universalmente constituido en toda sociedad, y más aún, en los nuevos contextos globales neoliberales, objetivados en San Pedro Cholula, se creían inexistentes las prácticas tradicionales por algunas corrientes teóricas. La vigencia de estas expresiones demuestra lo contrario, precisamente porque los procesos homogeneizantes globales no logran extinguirlos, donde quiera que arriben.

Así la plática y la convivencia con los actores del mercado-tianguis de Mixquitla mostraron que el intercambio iba más allá de la distribución y consumo de bienes materiales, mostró la sociabilidad profunda que lo convirtió en objeto de estudio antropológico. Por supuesto que durante el abordaje del tema, las relaciones dominantes del intercambio inferían un carácter socioeconómico cuando los tianguistas ofertaban sus bienes, pero aún más, con la profundización del acontecimiento en el intercambio revelaron que la verdadera intención de los tianguistas, a través del intercambio, era la de

crear comunidad, grupos sólidos, culturalmente fuertes ante los contextos avasalladores modernos, respuesta parental colectiva que busca la sobrevivencia.

Inclusive, en términos metodológicos, de observación participante e interpretación, fue imposible dilucidar qué expresiones o prácticas de los usuarios eran pura economía y cuáles no. La complejidad cultural de los entramados tianguistas, fuerza al interesado en explicar fenómenos sociales, a mirar conjuntamente, no es posible revelar el intercambio sin el conflicto, sin la religión, sin el género, sin lo simbólico, sin el parentesco. Porque su ontología fue construida precisamente así, con resistencia cultural que permite su continuidad en el tiempo. Con tal experiencia, el ejercicio etnográfico en el tianguis de Mixquitla, me dejó ese aprendizaje, decretó mi mirada antropológica para siempre, y seguramente de quien se adentre al estudio de algún contexto similar. No todo es economía, no todo es política, no todo es género, no todo es religión, es todo eso a la vez, porque en el estudio científico social hay que analizar holísticamente, así está constituida la cultura en nuestras sociedades, por tanto es el etnógrafo o el investigador de la cultura quien debe esforzarse en abstraer esas dimensiones más allá de su pasión por la temática que seleccione, así como el intercambio parecía ser una práctica de explicación económica resultó que era una de abordaje cultural-parental, y sostengo que así será cual sea el fenómeno que se desee explicar, porque así es la expresión cultural humana, sus giros son infinitos.

Por ello, no solo se afirma que las preguntas, objetivos e hipótesis que este trabajo planteo, fueron satisfechas, también fueron rebasadas por lo mostrado en campo y que circunscriben los aportes de esta investigación. En primer lugar, porque la realización de esta investigación derivó en un trabajo pionero en su clase, nunca se había explorado la vida social y económica en los centros comerciales de Cholula, puesto que la tendencia e historial investigativa en su territorio, circundaban primordialmente en estudios arqueológicos, de sus sitios antiguos y archivos, pero casi nunca de su población viva. Así lo que este trabajo ofrece es una vista etnográfica, un análisis y una re-caracterización interpretativa de los comportamientos humanos en los nodos socioeconómicos comerciales de la subregión de Cholula, cuya comprensión es fundamental si se quiere incentivar la gestión social y el bienestar de nuestras sociedades.

Lo esbozado en este trabajo analiza al intercambio como una construcción antropológica, y no solamente económica, su caracterización mediante la experiencia en Mixquitla, devino en entenderlo como un fenómeno que crea comunidades, lazos, vínculos y relaciones socioculturales y no solo materialidad consumible en mercancías, tal mirada coadyuvó a buscar etnográficamente los entramados sociales, en cómo se conformaba el intercambio, su dimensión cultural.

De esa nueva perspectiva antropológica del intercambio fue necesario contextualizarla, y es que en un entorno tan dinámico como San Pedro Cholula, donde se coexiste híbridamente con tradiciones culturales de tendencia mesoamericana, popular tradicional, que no distinguen su vida social fuera del

entramado socio religioso, pero que al mismo tiempo se coexiste con una forma de habitar urbana, moderna y global, fue necesario re-caracterizar la expresión misma de quienes hacen el intercambio comercial.

En este sentido, la definición de *pueblo urbano* en el capítulo II fue un marco conceptual útil al identificar en dónde quedan posicionadas y desde dónde se construyen las prácticas de intercambio en Mixquitla. En los contextos tianguistas, se mezclan estas dos tradiciones culturales como una respuesta sociocultural de subsistencia, cuyo aporte devino en la definición del *barrio-tianguis*, como aquella unidad de análisis social-territorial que permite abstraer la realidad social religiosa económica de sus habitantes. El *barrio-tianguis* previamente apuesta en dilucidar las expresiones de carácter económico comercial-popular tianguista conjugadas con socio religiosas, cosmovisivas y festivas, desplegando así una apuesta interpretativa en entornos similares. Es un concepto antropológico que busca desplegar un modelo interpretativo en el que etnográficamente se demuestra cómo el constructo religioso de los habitantes de Mixquitla se torna económico y viceversa, lo que teóricamente se vislumbraba por separado (religión y economía), el *barrio tianguis*, sostiene en su trama cotidiana, que son indisolubles, semejante a muchos entornos en el valle-Puebla Tlaxcala.

Otro de los aportes conceptuales se dilucido en el capítulo III al definir al mercado-tianguis como una institución económico sociocultural diversa, en la que confluyen heterogéneos actores que socioeconómicamente se desplazan según sus capitales, modos de vida y sociabilidad. Las anteriores visiones sostenían que el tianguis y mercado referían a entornos de mera subsistencia económica popular-indígena en México, separados de la economía nacional, tal afirmación fue expandida gracias a la etnografía realizada en Mixquitla, sus usuarios dejaron observar que estos lugares son mucho más que subsistencia, también es lugar de comunidad, de conflicto, de religión, de sociabilidad e intercambio cultural. Y es precisamente lo que la palabra institución refiere, un aparato social sistémico constituido por normas, signos, códigos y significados que un grupo social construye para estabilizar su vida social, así el mercado-tianguis debe interpretarse como ello, una institución que salvaguarda a comunidades y grupos, una forma de actuar y vivir socioeconómicamente de la que no se vislumbra su extinción.

Esta definición quedó a su vez completada en el capítulo IV, al incluir al tianguis como un gran sistema socio-parental de intercambio, enunciación obtenida del modelo analítico que se esbozó sobre la *familia tianguista*, un esfuerzo de abstracción etnográfica que buscó aportar al análisis científico social del fenómeno parental, que estructuralmente es una relación sistémica social entre una lógica (pensamiento), una organización (parentesco) y una economía (intercambio), elementos precisos según los caracteres socioculturales concretos de las familias operantes (productor directo, comerciante fijo e intermediarios). Las familias tianguistas por la trama sociocultural parental, muestran las influencias sociales y

configuraron tres sistemas de intercambio (trueque, mercantil y socializante) que en su célula social son tres formas de actuar, tres maneras de socializar, tres cualidades de subsistir colectivamente en el tianguis.

Fue esta aseveración, que a lo largo de este trabajo, demostró nuestra tesis argumentativa: la economía es holísticamente una con la cultura, su análisis debe ir siempre encadenada con las construcciones culturales de quienes la ejercen, inclusive, los sistemas capitalistas hegemónicos de intercambio como el mercantil, seden ante la fuerza cultural de los comerciantes del tianguis, que se complementa con otros (trueque y socializante) y aunque el conflicto comercial sea parte del esqueleto social del lugar, no es suficiente para desestabilizar la intención social de quienes intercambian, la de construir un gran constructo sistémico socioeconómico cuyas leyes se basan en la reciprocidad, equivalencia y la ayuda mutua de su comunidad.

En suma, “*Prácticas de intercambio y redes parentales en el mercado-tianguis de Santiago Mixquitla, San Pedro Cholula*” es un texto cuya búsqueda radica en aportar al conocimiento del actuar económico humano, inmiscuir en la investigación antropológica y social una nueva epistemología interpretativa, que su presencia es fundamental para la resolución de las problemáticas emergentes en nuestros territorios, que en mi pensar quedó elucidada por las estrategias de familias ante el tianguis e intercambio, en su cotidianidad, en su transacción cultural que dejaron entrever en estas líneas la compleja vida social.

Bibliografía

Arellanes Cancino Yaayé y Casas Fernández Alejandro (2011). Los mercados tradicionales del Valle de Tehuacán-Cuicatlán: antecedentes y situación actual. En *Nueva Antropología*, Vol:24, Num. 74, (pp:93-123). México.

Argueta Prado T, Jorge Quetzal y Cortez Noyola Martín (2016) Trueque, intercambio y reciprocidad: Economía solidaria en las comunidades purépecha. En *Revista Etnobiología*. Vol: 14, Num. 2. (pp:79-89). México.

Ávila Sánchez Héctor (2001). Ideas y planteamientos teóricos sobre los territorios periurbanos, las relaciones campo-ciudad en algunos países de Europa y América. En *Investigaciones Geográficas*. (pp:108-127). Instituto de Geografía. México.

Argueta Villamar Arturo (2016). El estudio etnobiológico de los tianguis y mercados en México. En *Revista Etnobiología*, Vol: 14, Num:2, (pp:38-46). México.

De Lameiras B, Brigitte (1989) El mercado y el Estado en el México prehispánico. En *Mesoamérica y el Centro de México*. INAH. México.

Barbosa Cano Manlio (2012). *Regiones Naturales Étnicas y Culturales De Puebla*. BUAP. Puebla. México.

Bestard-Camps Joan (1991). La Familia entre la antropología y la historia, En *Papers, Revista de Sociología*. Vol. 36. (pp:79-91). España

Bonfil Batalla, Guillermo (1973). *Cholula la Ciudad Sagrada en la Era Industrial*. Universidad Nacional Autónoma de México. México.

Broda, Johanna (2001). Introducción. En Johanna Broda & Félix Báez-Jorge (coords.) *Cosmovisión, ritual e identidad de los pueblos indígenas de México* (pp:15-45). México.

Cabrera, Becerra. V. y Guerrero Bazán J. M. (2008). *La política del suelo en Puebla. La Reserva Territorial Quetzalcóatl Atlíxcáyotl, fuente de segregación socioespacial y riqueza selectiva*. Facultad de Arquitectura, Dirección de Fomento Editorial, Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, Puebla.

Carrasco Pedro. (1971). *Los barrios antiguos de Cholula, Estudios y documentos de la región Puebla Tlaxcala*. Instituto Poblano de Antropología e Historia. Vol III. México.

Carrasco Pedro. (1978). La economía del México prehispánico. En *Economía Política e Ideología en el México prehispánico* (pp:13-75). Nueva Imagen S.A. México.

Castillo Palma Norma Angélica (2015). Las huellas del oficio y de lo sagrado en los nombres nahuas de familias y barrios de Cholula. En *Dimensión Antropológica*, Año 22, Vol: 65. (pp: 264-203). México.

Contreras, Jesús. (1981). La antropología económica: entre el materialismo y el estructuralismo. En Llobera, J. R. (Comp.). *Antropología económica. Estudios etnográficos*, Editorial Anagrama, Barcelona.

Contreras-Juárez, Yadira (2014) Movilidad y consumo en un pueblo urbano: el caso de Cacalomacán, Estado de México Quivera. En *Revista de Estudios Territoriales*, Vol: 16, Núm: 2. (pp: 85- 110). Universidad Autónoma del Estado de México Toluca, México.

Cuervo Morales, Mauro Julián (2010) Población, territorio y desigualdad en la zona Puebla-Tlaxcala. En *Análisis Económico*, vol. XXV, núm. 60, (pp:55-79) Universidad Autónoma Metropolitana Unidad Azcapotzalco Distrito Federal. México.

Cobos Rafael (2013). Intercambio de mercado en el área maya. En *Arqueología mexicana*, Vol: XXI, Num :122, (pp:54-61). México.

Disskin, Martin y Scott Cook. (1975) *Mercados de Oaxaca*. INI- CNCA. México.

Durston, John W. (1976) *Organización social de los mercados campesinos en el centro de Michoacan*. Instituto Nacional Indigenista- Consejo Nacional para la Cultura y las Artes. México.

Durán, D. (1880). *Historia de las indias de Nueva España e Islas de tierra firme*. Imprenta de Ignacio Escalante, México.

Demonte, Gabriel Norberto (2015). Antropología y economía: apuntes para el debate desde las ciencias económicas. En *ciencias económicas divulgación*. (pp:67-80). Argentina.

Earle, Timothy .K. (1982). Prehistoric Economics and the Archaeology of Exchange. En: *Contexts for Prehistoric Exchange*. Ericson, J.E. y T.K. Earle (eds):1—12. Academic Press. New York.

Entrena Duran Francisco (2004). Los limites difusos periurbanos: una propuesta metodológica para el análisis de su situación económica y procesos de cambio. En *Sociológicas*. (pp:28-63). Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Brasil.

Eder, Herbert M. (1975). Los mercados como reflejo de la actividad económica la cultura regional de la costa de Oaxaca. En *Mercados de Oaxaca*, (eds), Martin Diskin y Scott Cook, (pp. 100-115). INI-CNCA. 11. México

Frances, F. Berdan. (1978). Tres Formas de Intercambio en la Economía Azteca. En *Economía Política e Ideología en el México prehispánico*. Nueva Imagen S.A. (pp:13-75). México.

Frances F. Berdan. (2013). Los medios de intercambio en la época prehispánica y la colonia. En *Arqueología Mexicana*, Vol: XXI, Num: 122, (pp:62-67). México.

Fabre Platas Danú A. y Egea Jiménez Carmen (2015). Los espacios de intercambio. Los tianguis de Páztcuaro (Michoacán, México), entre la tradición y las estrategias de supervivencia. En *Documents d'Anàlisi Geogràfica* Vol: 61/2 (pp:265-287). México.

Gámez Espinosa, Alejandra, Rosalba Ramírez Rodríguez & Leticia Villalobos Sampayo (2016). Las Cholulas: Historia, cultura y modernidad. En *Territorio, fiesta y ritual en las Cholulas, Puebla* (pp. 21-98). México: Benemérita Universidad Autónoma de Puebla.

Giménez, Gilberto (1978). *Cultura popular y religión en el Anáhuac*. Centro de estudios Ecuménicos. México.

Giménez Gilberto (1999). Territorio, Cultura e Identidades la región socioculturales. en *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*, época II n. Vol: V. Num: 9, (pp:25-57). México.

Godelier, Maurice (1976) *Antropología y economía*. Editorial Anagrama

Godelier, Maurice. (1974). Antropología y Economía. ¿es posible la antropología económica? En *Antropología y Economía*, (pp: 279-333). Anagrama, Barcelona.

Guber, Rosana (2001), *La etnografía Método, campo y reflexividad*. Norma. Enciclopedia Latinoamericana de Sociocultura y Comunicación. Colombia.

Hassig Ross. (1990). *Comercio, Tributo y Transportes, La economía política del Valle de México en el siglo XVI*. Editorial Patria. México

Hassig Ross. (2013). El tributo en la economía prehispánica. En *Arqueología Mexicana*, Vol: XXI, Num: 124, (pp:32-39).México.

Humphrey, C. y S. Hugh-Jones. (1992). *Barter, Exchange, and Value: An Anthropological Approach*. Cambridge University Press, Cambridge.

Herskovits, M. J. (1952). *Economic Anthropology; a Study in Comparative Economics*. Knopf, New York.

Hernández Flores López, J. A. y Martínez Corona, B., (2011) Disputas del territorio rural: la Cholula prehispánica frente a la expansión de la Puebla colonial. En *Agricultura, sociedad y desarrollo*, Vol.: 8(2), (pp:281-296).

Kenneth, G. Hirth. (2013). Los mercados prehispánicos, la economía y el comercio. En *Arqueología Mexicana*, Vol: XXI, Num:122, (pp:31-35). México.

Kubler George (1968). La traza colonial de Cholula. En *Estudios de Historia Novohispana*, Vol: 002, Num: 002. (pp: 2-30) UNAM. México.

Lazzari, Marisa (1995). *La economía más allá de la subsistencia, intercambio y producción lítica en el Aconquija* (tesis de pregrado). Facultad de Filosofía y Letras, Universidad de Buenos Aires. Argentina.

Lévi-Strauss Claude (1956). La Familia. En Lévi-Staruss, C.; Spiro, M.E. y Gough, K(Comp). *Polémica sobre el Origen y la Universalidad de la Familia*. Barcelona: Anagrama.

Licona Valencia, Ernesto (2015). Ciudad sagrada y cosmopolita. *En RE-incidente, Historia, Economía, Sociología, Ciencias y otras cosas...*, No: 103, (pp:1-2). México.

Licona Valencia Ernesto, Pérez Pérez Ivett, P. Aceves Fabián Joanna. (2015). *El mercado/tianguis La Purísima Tehuacán (un acercamiento etnográfico)*. Benemérita Universidad Autónoma de Puebla. México.

Licona Valencia Ernesto, Gámez Espinosa Alejandra y Villalobos Sampayo Leticia (2016). *Hacia una Definición Sociocultural Territorial del Valle de Puebla-Tlaxcala*. Benemérita Universidad Autónoma de Puebla. México.

Licona Gámez Sebastián y Sánchez Aguila Daniel (2019). Fiesta y cosmovisión. La celebración al señor Santiago de Mixquitla, San Pedro Cholula. En *Fiestas Patronales Barriales en la Ciudad Dual de Cholula*, Alejandra Gámez Espinosa, Rosalba Ramírez Rodríguez y Angelica Correa de la Garza(coords). (pp:125-167) BUAP, México.

Licona Gámez Sebastian (2017). Mercado y fiesta religiosa, el trueque un sistema de intercambio contemporáneo en los festejos dedicados a la Virgen de los Remedios. En *Cholula, Ciudad Dual, Sagrada y Cosmopolita*. (pp:213-237). BUAP. México.

Licona Valencia Ernesto, Gámez Espinosa Alejandra, Ramírez Rodríguez, Rosalba (2013). *San Miguel Canoa, Pueblo Urbano*. BUAP. México.

Macías Nuñez Paulina (2018). Cómo hacer etnografía en tianguis y mercados. En *Etnografías tácticas y estrategias para el registro y análisis de la diversidad cultural*, Alejandro Vázquez Estrada y Adriana Terven Salinas (coords). (pp:206-226) Universidad Autónoma de Querétaro. México.

Malinowski, B. (1999). Principales características del Kula. En *Los argonautas del Pacífico occidental*. Altaya. (pp:35-115). México.

Malinowski, B. (1921). The Primitive Economics of the Trobriand Islanders. En *The Economic Journal*. Vol: 31(121): (pp:1-16) Oxford University Press.

Malinowski, B y De la Fuente J. (2005). *La economía de un sistema de mercados en México, Un ensayo de etnografía contemporánea y cambio social en un valle mexicano*. Universidad Iberoamericana. México.

Mauss, M. (1989). Sobre los dones y la obligación de hacer regalos. En *Sociología y Antropología*. Tecnos, (pp:155-166). Madrid- España.

Mohar Betancourt Luz María (2013). Los productos tributados a Tenochtitlan. En *Arqueología Mexicana*, Vol: XXI, Num:122, (pp:56-63), México.

Morales Rodríguez, F. José (1978) La teoría del intercambio social desde la perspectiva de Blau Reis. En *Revista española de investigaciones sociológicas*, ISSN 0210-5233, Num: 4. (pp:129-146). España

Marroquín Alejandro. (1978). *La ciudad mercado (Tlaxiaco)*. Libros de México. México.

Matta, Juan Pablo (2012). Más allá de la economía. Una revisión crítica del lugar del intercambio como problema antropológico. En *Kula. Antropólogos del Atlántico Sur*. Num: 7. (pp:5-19). México

Mayol, Pierre (1999). El barrio. En *La invención de lo cotidiano 2. Habitar, cocinar*. (Coord.)

Michel De Certeau, Luce Giard y Pierre Moyol, Universidad Iberoamericana. Ciudad de México.

María Valdés y Anna Piella Vila (2016). La parentalidad desde el parentesco. Un concepto antropológico e interdisciplinar. En *Quaderns-e Institut Català d'Antropologia*. Número 21 (2) Any 2016 (pp:4-20). España.

Merlo Juárez, Eduardo (2012). Cholula, la Roma de Mesoamérica. En *Arqueología Mexicana*, Vol: XX, Num: 115, (pp:24-30). México.

Narotzky, S. (2004) *Antropología económica: nuevas tendencias*. Melusina, Barcelona.

Noceti María Belén (2013). Economía y Antropología, Diálogos Disciplinarios. En *Estudios Económicos*. Vol: XXX (N.S.), Num: 60, (pp:71-83). México.

Nutini, H y Isaac, B. (1989). *Los pueblos de habla náhuatl de la región de Tlaxcala y Puebla*. INI-CENCA. México.

Olivera, Mercedes (1971). La vida religiosa en la actual Cholula. Cholula, ciudad Sagrada. En *Artes de México*, (pp:59-70). México.

Olivera Bustamante Mercedes y Cayetano Reyes García (1969). *Los chololtecos y los cholultecos: apuntes sobre relaciones étnicas en Cholula hasta el siglo XVI*. Anales del Instituto Nacional de Antropología e Historia, Tomo I. Secretaría de Educación Pública, Ciudad de México.

Olivera, Mercedes (1970). La importancia religiosa de Cholula. En *Proyecto Cholula*, Ignacio Marquina (coord.), (pp:211-247). INAH. México.

Paddock, J. (1987). Cholula en Mesoamérica. En *Notas Mesoamericanas*, Vol:10, (pp:21-70). México

Padilla Pineda, Mario (2000) Sistema de cargos, intercambio ceremonial y prestigio. En *Cuicuilco*, Vol:VII, núm.: 19. Centro de Investigaciones y Estudios Superiores en Antropología Social-INAH. México.

Paré, Luisa. (1975). Tianguis y economía capitalista, En *Nueva Antropología*, vol. I, Núm: 2, (pp:85-93), Asociación Nueva Antropología A.C. Distrito Federal, México.

Plattner Stuart (1991). Mercados y centros mercantiles. En *Antropología económica*. Alianza Editorial. (pp:235-285). México.

Piña Chan Roman (1976). Tianquiztli. En *Esplendor del México Antiguo*. (pp:921-933). México, D.F: Valle de México.

Polanyi, K.(1944). *The Great Transformation*. Farrar & Rinehart, New York.

Polanyi, K. (1976) El sistema económico como proceso institucionalizado. En *Clásicos y Contemporáneos en Antropología*. (pp:155-178) CIESAS-UAM-UIA, México.

Portal, Ariosa M. Ana (2013). El desarrollo urbano y su impacto en los pueblos originarios de la Ciudad de México. En *Alteridades*. Vol: 23. Num: 46. (pp:53-64). México.

Samuelson, P. ([1948] 1978). *Curso de economía moderna*. Aguilar. Madrid- España.

Salles, Vania (1991). Cuando hablamos de familia, ¿de qué familia estamos hablando? En *Nueva Antropología*, Vol: XI, núm. 39, (pp:53-87) Asociación Nueva Antropología A.C. Distrito Federal, México.

Solanes Carraro, Ma. del Carmen (1995). Cholula. En *Arqueología Mexicana*, Vol: III Num:13, (pp:24-30). México.

Shadow Robert D. y Rodríguez-Shadow, María J.(1992). Las ladrilleras de Cholula: características demográficas y organización socioeconómica. En *Alteridades*, vol. 2, núm. 3, (pp: 62-77) Universidad Autónoma Metropolitana Unidad Iztapalapa Distrito Federal, México.

Tlatoa Guízar Manuel y Gámez Espinosa Alejandra (2019). Mayordomías, circulares, mayores y menores en San Pedro Cholula. Una tipología general. En *Fiestas patronales barriales en la ciudad dual de Cholula*. (pp: 301-326) BUAP. México

Trujillo Trujillo Nelson Jonh y Álvarez Marín. (2010). Intercambio y Mercado en el pensamiento de Max. En *Semestre Económico*. Vol: 13, (pp:137-154) Medellín, Colombia.

Trincherro Hugo (1998). *Antropología Económica: ficciones y producciones del hombre económico*. EUDEBA, Buenos Aires.

Valdés Maria y Piella Vila Anna (2016). La parentalidad desde el parentesco. Un concepto antropológico e interdisciplinar. En *Quaderns-e Institut Catalá d'Antropologia*. Num: 21. (pp:4-20) España.

Villela F. Samuel (2013). Mercados indígenas en México. En *Arqueología Mexicana*, Vol: XXI, Num: 122, (pp:74-79). México.

Villegas, Pascale (2010). Del tianguis prehispánico al tianguis colonial: Lugar de intercambio y predicación (siglo XVI). En *Estudios Mesoamericanos*, Nueva Época 8. (pp:93-101). México.

Weber, Max (2001). *Historia económica general*. Fondo de Cultura Económica. México.
<https://www.inegi.org.mx/app/mapa/denue/Default.aspx?idee=3451897>