



BENEMÉRITA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE PUEBLA

FACULTAD DE FILOSOFIA Y LETRAS
COLEGIO DE ANTROPOLOGIA SOCIAL.

REPRESENTACIONES SOCIALES EN TORNO
AL MAÍZ DENTRO DEL MERCADO LA PURISIMA
EN TEHUACAN, PUEBLA

TESIS

PARA OBTENER EL TITULO DE:
LICENCIATURA EN ANTROPOLOGÍA SOCIAL

PRESENTA:
JOANNA PAULINA ACEVES FABIÁN.

DIRECTOR:
DR. ERNESTO LICONA VALENCIA



PUEBLA, PUEBLA.

DICIEMBRE 2014

Agradecimientos.

A mis padres, porque ahora sé que las canas no reflejan la edad, sino toda la experiencia adquirida a través del tiempo. Gracias papas porque sin su apoyo no hubiera podido alcanzar todas mis metas. Gracias por estar siempre a mi lado y enseñarme a no conformarme con lo simple e irme por lo fácil, sino a arriesgarme y valorar el sacrificio, a entender que lo difícil implica más esfuerzo tiene más barreras pero trae consigo mayor satisfacción y recompensa. Gracias por ser mi orgullo, mis modelos a seguir, simplemente gracias por ser mis padres.

Agradezco también a mi nueva familia, a mi compañero de vida y a mi hijo, que son la razón de seguir adelante y no darme por vencida, por luchar cada día y ser mejor de lo que sé quien puedo ser, les agradezco por motivarme siempre a terminar y nunca tirar la toalla y por ser mi fuente de inspiración y desvelo.

A mis profesores, por guiarme durante toda mi estancia en el colegio, por sus consejos. En especial agradezco al Dr. Ernesto Licon Valencia, por brindarme su apoyo incondicional, por motivarme a seguir adelante y por creer en mí, gracias por ser mi maestro, por escucharme, aconsejarme, y estar conmigo en momentos difíciles. Gracias por ser mi amigo.

Por último agradezco a mis compañeros y amigo, por dejarme entrar en sus vidas y ser parte fundamental de la mía, por sus comentarios de aliento, sus ánimos y su compañía, y también por los comentarios de desaliento y pesimismo que en vez de derrotarme me hicieron más fuerte, porque implico un doble esfuerzo pero logre salir siempre con la frente en alto demostrándome siempre la capacidad que tengo para ir contra cualquier adversidad.

En general gracias a todos, porque si no estuvieran presentes, no hubiera podido concluir satisfactoriamente esta etapa tan importante de mi vida.

Índice

Introducción	5
Capítulo I Marco Teórico	13
Abordamientos Conceptuales sobre el maíz.....	13
Acercamiento a las Representaciones Sociales.....	22
El estudio del espacio	26
Capítulo II Geografía del espacio	34
Valle de Tehuacán y ciudad de Tehuacán contexto histórico y actual.	34
Ubicación Geográfica del Mercado “La Purisima”	39
Espacios del Mercado-tianguis.....	45
Carnes.	46
Flores	47
Frutas y verduras	47
Área de DVD’s y CD’s	47
Ropa.....	48
Abarrotes	48
Canchas.....	48
Lo usado	48
Espacios Maiceros	49
a) Zona de Eloteros.....	50
La venta	53
Selección de mercancías.....	54
Medidas y determinación de precios	55
b) El Puestecito	57
c) El molino	58
La nixtamalización.....	61
Productos.....	62
d) La tortillería.....	64
e) El puesto de gorditas	67
f) Las Coapeñas	69

g) Los Carritos.....	72
El carrito de los elotes.	72
El carrito de los tamales.....	74
h) El Campo.....	75
Capítulo III Sujeto Social y sus prácticas.....	81
Actor social y/o sujeto social.....	81
Diferencia y categorización de los sujetos del mercado	87
Sujetos mercantiles	90
Sujetos de trueque	98
Sujetos socializantes.....	101
Capítulo IV Las Representaciones Sociales.	106
Asociaciones del maíz.....	111
El maíz como alimento y las industrias globales.....	112
El maíz como fuente de alimento y trabajo.....	115
El maíz y la elaboración de comida.....	118
El maíz y sus atributos en la vida cotidiana	118
El maíz y sus características antropomorfas.	120
El maíz y la naturaleza	122
El maíz y los animales.....	123
El papel de las hormigas en el origen del maíz.	124
El campo y el maíz.	125
Conclusiones	129
Anexos	132
Bibliografía.....	137

Introducción

La unión penetró en la intimidad molecular del maíz hasta hacerlo útil para el hombre, más inútil para sí [...] la dependencia hizo al hombre sedentario, agricultor, dialogante más intenso, ser más imaginativo [...] modeló el otro ámbito, el paralelo, invisible, sutil, y maravilloso, su naturaleza y su nueva condición social.
(López Austin 2003: 29).

Regularmente se piensa que el maíz solo forma parte de la producción y consumo rural, también se imagina que solo los granos del maíz son de utilidad y que las otras partes de la planta, por ejemplo, las hojas se desechan. Por otro lado, muchas veces este cereal es representado como una milpa, es decir, se le discurre como una planta con raíz, hojas, tallo, etc., pero en cuestión alimenticia se dice y se piensa que únicamente se le consume como elote; estas son algunas imágenes sociales que circulan en distintos medios, pero que fragmentan e invisibilizan toda la problemática social relacionada a este grano. Sin embargo, el maíz representa más que solo eso,

“el maíz está presente, hasta en las formas más inesperadas, en la mayor parte de las manifestaciones actuales de las culturas de México. Caracteriza y distingue la dieta popular y los más exquisitos platillos de la alta cocina mexicana. Está en las creaciones artísticas, desde modestas artesanías hasta famosas producciones de artistas reconocidos. Aparecen en el lenguaje, el vestido, la configuración del espacio, las formas cotidianas de pensar y comportarse. Esa presencia empezó hace mucho tiempo”(Esteva & Marielle, 2003, pág. 18).

Tiempo que en el sentido histórico constituye parte fundamental de toda una cultura: la Mesoamericana, por una parte “la molienda de maíz cocido con ceniza o cal, era considerado como uno de los elementos únicos de Mesoamérica, aunado a la coa, cultivo de chia, maguey y cacao, las pirámides escalonadas entre otros” (Kirchhoff, 1960, pág. 8) ya que el maíz fue el cultivo básico para la elaboración de tortillas y diversos productos comestibles dentro de la dieta prehispánica, también es considerado el principio de la cultura, la religión, cosmovisión,

organización social, y una planta sagrada, importancia que aún puede verse presente y reflejada en algunos pueblos.

Por otra parte “Mesoamérica es una historia en la que confluyen dos vías: cada región parece haber seguido sus propias pautas y ritmos de desarrollo, y su integración con las otras se daban por medio de alianzas políticas, principalmente, por el intercambio comercial, [...] entre los elementos que caracterizaban a las sociedades del área Mesoamericana, como el maíz, la calabaza y el frijol (Jimenez, 1969, pág. 2).

Algo que sin duda cabe resaltar es que “el maíz es fundamento de la cultura popular mexicana” y posee características innumerables, en primera instancia el maíz es [...] “una invención del trabajo humano, es el eje fundamental para la creatividad cultural, un marco referencial de tiempo y espacio y una referencia para comprender la organización social y estilos de vida de capas populares de México [...] en suma es un bien que nutre todas sus culturas” (Esteva & Marielle, 2003, pág. 11 y 17).

En la actualidad este grano, no solo está inmerso en el ámbito rural, sino que también ha evolucionado en relación con la tecnología y las investigaciones científicas; ya que tiene gran utilidad en espacios urbanos por ello se ha integrado de forma exitosa en la industria.

Uno de estos avances industrializados puede observarse en el área automotriz, donde el maíz gracias a sus grandes beneficios como suplemento de combustible en la elaboración de etanol, es empleado como materia prima para la producción de plásticos y es utilizado como reemplazo de derivados del petróleo. Por otro lado el papel que está jugando en el mercado mundial de refrescos de gran reconocimiento como lo es Coca-Cola Company, lo posiciona como uno de los principales ingredientes en su producción (Morales V & Catalina, 2006, págs. 42-43).

Puede decirse, que su presencia se hace continua en algunos aspectos de la vida cotidiana pero en un sentido más industrial; uno de estos aspectos es en la industria del entretenimiento denominado “cine” ya que dentro de este espacio, el maíz se comercializa en forma de palomitas, sin embargo su éxito y su importancia no radica en el cereal como tal, sino en la función social que cumple dentro de una situación específica y durante un periodo de tiempo relativamente corto, pues solo funciona como agente de sociabilidad durante el tiempo de duración de la película y al momento de compartirlas con el acompañante o algunas veces al aventarlas durante los comerciales como bromas entre los amigos; además de ello en el ámbito

de la publicidad o marketing “el hecho de masticar o comerlas permite anular el efecto subliminal de la publicidad mostrada”(Mellado, 2013)¹.

Otro aspecto presente en la vida industrializada del maíz, es el consumo diario de las tortillas; sin embargo su aspecto industrial no está en este producto ni en el ámbito de sociabilidad como en las palomitas, sino en el espacio donde se produce como bien de consumo, es decir en “la Tortillería”. Por su parte, estas tortillas también son importantes por el hecho de que son utilizadas para el consumo humano y animal, y traen consigo un universo de tradiciones alimenticias (Morales V & Catalina, 2006); puesto que es una faceta más en la vida de este cereal. Aunado a ello, la tortilla² es un producto que se expone como “insustituible en todo el ámbito mesoamericano, en todas las clases sociales, y que aparece en diferentes tamaños, grosores y colores” (Esteva & Marielle, 2003, pág. 23).

En este sentido, el maíz es importante ya que no solo cumple una función específica alimentaria en un contexto cultural definido, sino también en ámbitos económicos por su comercialización. El maíz en ámbitos industriales de la alimentación puede emplearse con todo el grano ya sea maduro o tierno, se puede elaborar en seco o con la aplicación de técnicas de molienda; funge como forraje principalmente para cerdos, aves de corral como gallinas, guajolotes y totolas(Morales V & Catalina, 2006, págs. 42-43).

También este grano se posiciona en el área médica por sus propiedades medicinales, pues gracias a la diversidad de componentes diuréticos y por su efecto sedante, es empleado principalmente para el tratamiento de cálculos renales (Monasterio Pedro, 2009)³. En suma, el maíz pese a su importancia no es reconocido como tal, aunque se encuentre presente en varios ámbitos cotidianos, es por ello, que en esta investigación se observó la presencia del maíz en el Mercado-Tianguis “La Purísima” de la ciudad de Tehuacán.

¹ Un estudio realizado por investigadores de la Universidad de Colonia en Alemania, descubrieron que masticar interrumpe el lenguaje subliminal que se transmite cuando se proyecta un anuncio; y que nuestro “diálogo interior”, algo que se produce cuando escuchamos el nombre de una persona o compañía y al que reaccionamos moviendo nuestros labios y lengua para simular la pronunciación de ese nombre, queda anulado. Para analizar con más detalle los efectos que tenía el comer en el cine, se realizó un experimento donde participaron 96 personas, afirmando así Sascha Topolinski, una de las investigadoras que: “La actividad mundana de comer palomitas de maíz hace inmunes a los efectos persuasivos de la publicidad”. Para mayor información acerca del texto consultar la página <http://www.abc.es/ciencia/20131015/abci-comer-palomitas-cine-anula-201310151327.html>

² Llamado en náhuatl como *tlaxcalli* y nombrado por los españoles como tortilla. Para más información consultar “la nixtamalización y el valor nutritivo del maíz” en http://www.alumno.unam.mx/algo_leer/nixtamalizacion.pdf

³ Para mayor referencia consultar la página: <http://www.inia.gov.ve/index.php/2013-02-21-19-27-37/ciencia-del-pueblo/135-propiedades-medicinales-del-maiz>

Proponiendo como objeto de estudio **las representaciones sociales** construidas por diversos sectores sociales; ya que el **maíz** no solo es un bien de consumo, sino que tiene vida social y esa misma característica lo posiciona como un elemento importante dentro de la construcción de relaciones y representaciones sociales.

Ya que no solo se constituyen este tipo de relaciones, sino que es un elemento que permite hacer, reelaborar, mantener y generar tanto practicas especificas económicas, de consumo, medicas, pero también un sinfín de relaciones, ideas, narrativas, mitos y representaciones que pretenden ser abordadas en esta investigación.

Por ello, parto de la idea de que la construcción de las representaciones sociales sobre el maíz dentro en un contexto urbano son generados por diversos grupos sociales que comercializan el grano dentro del mercado y que se objetivan en las prácticas alimenticias, rituales, mercantiles y de trabajo de manera simbólica en lugares referenciales. Para abordar el tema del maíz, me apoyaré en el concepto de “representaciones sociales”, que en mi opinión, es lo que permite entender aquellas expresiones simbólicas que giran en torno a este elemento.

En primera instancia profundizaré en el sentido teórico, para ello será necesario recurrir a diversos autores, que se han ocupado del estudio de estas; el análisis las obras permitirá reconocer los enfoques desarrollados en el estudio de las representaciones sociales, motivo por el cual, retomare a Serge Moscovichi y a Denis Jodelet.

Posteriormente podrá verse el análisis de la espacialización de las representaciones sociales del maíz a partir de las prácticas que se generan en espacios determinados dentro del mercado-tianguis “La Purisima”, en los cuales este cereal es un elemento estructurante; como en el puesto de los eloteros, la tortillería, el molino, entre otros.

Una de las bases de esta investigación, serán las narrativas que tanto trabajadores como compradores, sujetos internos y externos al mercado proporcionen sobre este elemento, motivo por el cual, propongo como modelo de análisis para las representaciones sociales sobre el maíz, que estas sean vistas y entendidas como conductos significativos que introducen a la fabricación simbólica y da acceso a las diferentes realidades sociales del maíz, mostrando un panorama de su función multifocal, es decir, cómo es que el vínculo existente entre espacio y maíz permite simbolizar y a su vez generar representaciones diversas que muestran su importancia y relevancia dentro de la cotidianidad de los sujetos de “La Purisima”.

Entender las representaciones sociales de manera espacializadas donde el maíz es estructurante, da pauta para analizar y hacer referencia a las prácticas sociales, lenguajes y narrativas específicas sobre este cereal y, ver la relación existente entre el maíz como con el lugar y la forma en la que se va construyendo un ambiente específico que lo caracteriza y lo constituye como un espacio.

El analizarlo de manera espacializada, lo considero de gran importancia ya que muestra las simbolizaciones sobre este cereal y enriquece así las perspectivas desde las cuales se ha abordado el maíz; ya que en su mayoría han sido analizados a partir de su cosmovisión dentro de los pueblos indígenas, y no con grupos urbanos en la inmediación de la ciudad.

Cabe mencionar que dentro de esta investigación se privilegiara el espacio urbano, tomando al mercado-tianguis “La Purísima” como un contenedor y contenido de las representaciones sociales, puesto que las representaciones que se tienen sobre el maíz existen gracias a la acción social generada y reproducida dentro de un espacio delimitado y específico, ya que el espacio en el que se desenvuelve el actor social (por ejemplo indígena), es elemental en la construcción de dichas representaciones.

Por otra parte, el maíz no está restringido al ámbito alimenticio, ritual, mercantil, sino que es un elemento que tiene distintas formas, usos y espacios, por tanto esto genera nuevas representaciones sociales tanto en las relaciones como en la reconfiguración de dinámicas que responden a nuevas necesidades y, que además muestran al maíz como un cereal que se adapta -o es adaptado- a nuevos cambios culturales y sociales, y “aunque la amplia y diversificada fronda de las culturas mexicanas actuales se encuentre cargada de elementos ajenos o distantes al maíz, este sigue presente, a veces en forma imperceptible, en sus manifestaciones” (Esteva & Marielle, 2003, pág. 24).

Por esta razón, planteo como objetivo general observarlo y entenderlo como un proceso de lugarización ya que el hecho de analizar estas nuevas reconfiguraciones, cambios y poder profundizar en esta temática dentro de la ciudad, en un lugar multiétnico, y abordarlo a partir de sus múltiples representaciones, permitirá contribuir al análisis de las representaciones sociales sobre el maíz en ámbitos urbanos dentro de la antropología social.

Y como un objetivo específico se elaborará una cartografía espacial del maíz dentro de las inmediaciones del mercado-tianguis “La Purísima” y se expondrán aquellas narrativas sobre el maíz como base para entender las representaciones sociales.

Considero necesario en primera instancia sumergir al lector dentro del contexto en donde se desarrolla dicha investigación, creo necesario que se conozca y se ubique el mercado “La Purísima”, tanto en su contexto histórico, como en su contexto actual y su ubicación espacial, esto con el propósito de que se pueda entender por qué se dice en el presente trabajo que las representaciones del maíz responde a nuevos cambios culturales y sociales. Y a su vez sumergir al lector en las distintas temáticas en las que el maíz se ha hecho presente, desde la medicina, la economía, política, la antropología social entre otros muchos aspectos.

Como hipótesis planteo que en la medida en que la inserción de los grupos indígenas y urbanos del sur de Puebla es mayor en los espacios urbanos de la ciudad de Tehuacán, será mayor el surgimiento de otros significados asociados al maíz como un recurso, como mercancía, sin embargo en la medida que los sujetos mantengan relación directa y estrecha con la planta, reproducirán nuevas representaciones pero seguirán dotándole características antropomorfas.

Metodología

Para poder dar cuenta de esta propuesta, se empleó como metodología la propia de la Antropología social, basada principalmente el trabajo de campo, en el cual se realizó:

Observación participante, la cual fue empleada con el propósito de entender y tener un mejor acercamiento tanto a las prácticas, como a la cotidianidad de los sujetos, este acercamiento permite hacer una reflexión y análisis más profundo y apegado a la realidad, porque ya no se tiende a especular porque el sentir y/o pensar ya es experimentado no solo por el sujeto sino también por el investigador. El realizarlo de esta manera me permitió además de acercarme a las prácticas de los sujetos, tener un acercamiento a las narrativas pues el hecho de que los sujetos puedan ver que uno como extraño intenta saber, aprender y acercarse a los que hacen, genera un vínculo diferente, es decir, lo que dicen y lo que hacen ya no es consciente y con miedo o recelo, cuidando lo que hacen, ya no se sienten objeto de investigación, no se sienten observados y perseguidos, sino que el hecho de que el investigador se acerque, abre la puerta a la confianza, a la amistad, a hablar como dicen muchos *“sin pelos en la lengua”*, son más naturales en su quehacer cotidiano y se sienten en la misma libertad, que hay veces que llegan a olvidar –no por completo– que el investigador está presente; lo cual es beneficioso para el estudio porque puede acercarse a las representaciones sociales al momento

que son enunciadas, y no al momento que son repensadas y reconstruidas para responder algún cuestionamiento.

También las entrevistas fueron de gran utilidad, ya que considero que esta es una herramienta esencial para la identificación de las representaciones, pues contiene todo un discurso que se apega al contexto y se enriquece de opiniones y narrativas que al ser analizadas se traducen en todo un saber, un hacer que a través de cuestionamientos, el sujeto responde y conforma imágenes que enuncian cosas, memorias, lugares referenciales y todo ello, por orden de importancia y relevancia en su vida, permite observar y entender mejor el contexto, las situaciones en las que dicho sujeto se mueve, y las representaciones.

Aunque los cuestionarios son muy similares a las entrevistas en cuanto a objetivos, estos permiten acercarse a aquellas cosas, lugares, pensamientos que se olvidan o se hacen de lado al momento de hablar, pero que se hacen presentes al momento en el que el sujeto escribe, porque muchas veces, el que el sujeto tenga a la mano un lápiz, y tiempo para pensar las respuestas y modificarlas, ayuda a ver y situar aquellos factores que son determinantes para la construcción de las representaciones sociales que se encuentran en torno al maíz.

El mapeo por su parte ayudo a ubicar los lugares importantes y sobresalientes de presencia maicera, estos mapas fueron resultado de recorridos de las visitas de campo y construidos a partir de las narrativas de los informantes, mismos que mostraron la distribución espacial y referencial de lugares sobresalientes, esto permitió profundizar en dimensiones o categorías de las representaciones sociales existentes en torno al maíz.

Posteriormente se realizó un recopilado de narrativas con la finalidad de tener por escrito ideas, historias y testimonios de los sujetos, estas mismas me arrojaron un panorama amplio de las representaciones sociales; ya que esta es una buena manera de ver como se personalizan los espacios y se pone en manifiesto la forma en la que se ve el mundo, además de que se expresa en distintos sentidos de rango de apropiación.

Conjuntando todos estos resultados obtenidos gracias al trabajo de campo, se elaboró la tesis dividiéndola de la siguiente manera:

En el primer capítulo denominado “merco teórico”: En este, se da a conocer un panorama de los estudios, las temáticas y los autores que han abordado y trabajado el tema del maíz, desde sus diferentes perspectivas.

El segundo capítulo llamado “geografía espacial”, aborda algunos referentes importantes del Valle de Tehuacán, y también se encuentran temáticas relacionadas al concepto de “Espacio” junto con las discusiones que este concepto ha permitido desarrollar, cabe aclarar que en ningún momento referiré al espacio como un lugar físico sino a partir de la importancia que se le otorga por las relaciones que se entablan en su interior y en la forma de cómo es representado y concebido aunado a su constante cambio, posteriormente dentro del mismo capítulo se concluye con “los espacios maiceros” en el cual el maíz es retomado como un elemento estructurante que genera diferentes espacios dentro de uno mismo y a partir del cual se entretejen nuevas dinámicas y sociabilidades.

El tercer capítulo denominado “sujeto social y sus prácticas” pretende entender el papel que juega el sujeto social, dentro de la creación de las representaciones sociales, qué es lo que se dice de los sujetos. Se abrirá con la discusión de lo que implica ser un actor o un sujeto social y como en su relación con el espacio y el maíz como “elemento estructural” generan nuevas ideas y representaciones del mismo, para que esto sea posible primero hare el análisis de la diferencia entre sujeto y actor social, para posteriormente abrir un breve análisis entre la diferencia y categorización de los sujetos presentes en el mercado “La Purísima”, para continuar profundizando en cada uno. Una vez terminado el análisis de los sujetos del mercado-tianguis pasar al siguiente y último capítulo que corresponde a las representaciones sociales.

En este cuarto y último capítulo titulado “las representaciones sociales”, se abordará las temáticas referentes al objeto de estudio de esta investigación, que concierne a las representaciones sociales que se generan sobre el maíz. Y con ayuda de los cuestionarios que se aplicaron en el mercado de “La Purísima” a los vendedores de elotes y derivados, se analizará cuales son aquellas representaciones que se generan en torno al maíz, qué es lo que los sujetos piensan y dicen de él.

Capítulo I Marco Teórico

Abordamientos Conceptuales sobre el maíz

En el presente capítulo, se expondrán una serie de conceptos e investigaciones de diversos autores que se han dado a la tarea de indagar respecto al origen del maíz, en sus diferentes disciplinas y temáticas.

Una de ellas es la Arqueología en el estudio del maíz y su presencia en Mesoamérica a partir del análisis de su origen, el cual abarca tres teorías. La primera y la más conocida es la del Teozintle, la cual inicio desde 1939, se comenzó con la búsqueda y exploración del origen del maíz, en donde sobresale la formulación de diferentes teorías e investigaciones en diversas materias, enfoques y con distintos objetivos, en los cuales se generaron una serie de argumentos sobre los antecedentes del maíz que frente a la comunidad científica internacional, se llegó a la aceptación de que el “teozintle” mexicano es el ancestro del maíz. (Serratos Hernández, 2012, pág. 15). Además, este maíz domesticado o teozintle, por lo general es relacionado a ámbitos económicos, de creencias, actos rituales, con repercusiones en la organización social y laboral, sin embargo, también se encuentra relacionado directamente con temporalidades, principalmente con el calendario agrícola (Morales Valderrama & Catalina, 2006, págs. 42-43).



La imagen muestra restos recabados de Teocintle que se encuentran expuestos en el museo del Vale de Tehuacán ubicado en Reforma Norte 200, 75700 Tehuacán, Puebla

La segunda teoría, es la del origen del “tripsacum”, también conocido como milpilla o maicillo, son pastos originarios y exclusivos del Continente Americano; existen 16 especies en el continente de las cuales hay 12 en México; éstas no se cruzan con el maíz en condiciones naturales, pero se pueden obtener híbridos en laboratorio ya que son recursos genéticos útiles al mejoramiento del maíz (Acevedo & Mota, 2012, págs. 1-19).

Por último se encuentra la idea de un maíz primitivo, en la cual resalta la presencia de Paul Christoph Mangelsdorf, el cual defendió la hipótesis de que el maíz se originó de una forma silvestre de maíz tunicado en las tierras bajas de América del Sur y, propuso que el teozintle era un híbrido natural de *Zea* y *Tripsacum*. Aunque finalmente Mangelsdorf descartó esta hipótesis, la misma generó y estimuló gran cantidad de investigaciones. En los últimos tiempos la hipótesis de participación de las tres especies, maíz tunicado, teosinte y *tripsacum* fue rechazada al no estar apoyada por dato citotaxonómico⁴ y citogenética⁵ del maíz y del teosinte (Mangelsdorf, 1947, pág. 447).

En general, dentro de este primer enfoque —el arqueológico— se ha estudiado detenidamente el registro fósil de los restos más antiguos, encontrados en diversas partes de México, en estos estudios se menciona que el registro exacto de la época de la domesticación del maíz en México está lejos de completarse, e incluso podrían encontrarse restos arqueológicos de maíz más antiguos que los reportados (Serratos Hernández, 2012, pág. 25).

“Una de estas zonas importantes en el registro fósil del maíz es el Valle de Tehuacán, dichas investigaciones tuvieron lugar entre 1960 y 1994, estas investigaciones se centraron en el desarrollo de la agricultura, particularmente del maíz (*Zea Mays*) del cual se encontraron ejemplares conservados en depósitos estratigráficos secos de los albergues rocosos de la región [...] las muestras señalaron una secuencia de nueve fases arqueológicas documentadas por miles de artefactos y evidencia ecológica [...] dicho análisis proporcionó la información sobre el desarrollo de la agricultura en Mesoamérica en las siguientes fases (S.MacNeish, 1995, págs. 18-21):

- Fase Ajuereado
- Fase El Riego

⁴La Citotaxonomía es la rama de la biología que trata de las relaciones y la clasificación de los organismos mediante estudios comparativos de los cromosomas.

⁵Parte de la genética que estudia los cromosomas y las enfermedades relacionadas causadas por un número o una estructura anormales de los mismos.

- Fase Coxcatlán
- Fase Abejas
- Fase Purrón
- Fase Santa María
- Fase Palo Blanco
- Fase Venta Salada

Otro tipo de estudios, centran al maíz como un factor de sobrevivencia, además forma parte fundamental del consumo diario de algunas poblaciones, ya que tiene una de las más prolíferas descendencias que han alimentado por siglos a los mexicanos, tiene muchos usos y los productos que pueden derivarse de él, son diversos y numerosos; en éste entran productos como los tamales, las tortillas, el atole que se preparaba y sigue preparándose a partir de una mezcla de masa con agua, por mencionar algunos (Borrero, 2011, pág. 1 y 97).

Dentro de estos estudios el maíz se involucra de forma directa a la cocina tradicional mexicana, misma que fue valorada por la UNESCO como un modelo cultural completo que: comprende actividades agrarias, practicas rituales, conocimientos prácticos antiguos, técnicas culinarias y costumbres de modos de comportamiento comunitarios ancestrales (Lozano, 2011)⁶.

En ésta perspectiva de carácter alimenticio, se reconoce también la participación de la colectividad desde la siembra y las cosechas, hasta la preparación culinaria y la degustación de los alimentos, en los cuales resaltan elementos básicos como el maíz, los frijoles y el chile.

En estos estudios, sobresalen los métodos de cultivo únicos en su género, como la milpa y la chinampa asociado a procedimientos de preparación culinaria como la nixtamalización⁷.

Siendo así el maíz el cultivo agrícola más importante de México, desde el punto de vista alimentario, industrial, político y social; es el cereal que más importancia ha tenido en varios sectores de la economía a escala mundial durante el siglo XX y en los inicios del XXI, en relación con los demás cereales que se producen en México como el trigo, sorgo, cebada, arroz y avena (Casasola, 2013, págs. 33).

⁶ Para mayor referencia consultar <http://todoculturaagencia.blogspot.mx/2010/11/la-unesco-reconoce-la-gastronomia.html>

⁷ Proceso del maíz, que se abordara capítulos más adelante.

“Solo en las últimas décadas del siglo XX, cuando la estructura de la población del país se hizo predominantemente urbana, las manifestaciones tradicionales de la cultura maicera dejaron de tener la presencia acostumbrada. La proliferación de prejuicios contra ella y contra el propio grano, cultivados por las políticas dominantes, modificó las formas en que esa cultura se manifiesta y su importancia en la configuración de las principales expresiones culturales de los mexicanos”(Esteva & Marielle, 2003, pág. 21).

Por otro lado resalta el papel de la política, en donde el periodo en donde destaca la importancia del maíz es cuando aparece

“la restauración de la república, donde la desamortización de los bienes comunales, con la que los liberales intentaron arraigar, produjo orden centralista y autoritario de la dictadura de Porfirio Díaz, basada en el despojo continuo a los pueblos campesinos” en donde estos mismos [...] “se formaron contra u régimen que los estaba condenado a la extinción, pero no para regresar a formas ya obsoletas de existencia, sino para crear estructuras sociales y políticas basadas en el dialogo con el maíz” hasta que [...] aquellos campesinos bajo limitaciones y hostigamiento constante llevaron a que en “1930 se cumplieran algunos de los principales compromisos de la revolución y comenzó así un proyecto propio que celebraba el dialogo con el maíz y lo traducía a las nuevas estructuras de vida y de gobierno” (Esteva & Marielle, 2003, pág. 26).

Otro suceso en donde la política también entra en juego es con la llamada Revolución verde, en la cual trajo “alteraciones en la organización del espacio rural mexicano tras la implementación del modelo tecnológico y qué consecuencias resultaron para la población mexicana” (Pichardo González, 2006, pág. 42).

“La revolución verde involucro un adelanto tecnológico en el sector agrícola, y en menor grado a la ganadería, comenzó en México en la participación del estadounidense Norman Borlaug siendo parte de la fundación Rockefeller. Después de la segunda guerra mundial, México se vio en la necesidad de producir mayores cantidades de alimento a bajo el supuesto de abastecer a las poblaciones más

hambrientas del mundo, paso que impulsaría a las naciones dominantes a un nuevo proceso de industrialización y en detrimento de las naciones periféricas”⁸.

Sin embargo esta “se concentró ante todo en el trigo y en la creación de condiciones para el cultivo ajenas a la realidad del país y de los campesinos [...] sacrificando así a los productores en el altar de acumulación económica” (Esteve & Marielle, 2003, pág. 27).

Desde una visión basada en las estructuras económicas, políticas, sociales muestran que “muchos de los elementos reflejan procesos de adaptación de lo importado a patrones propios”, aunado a la política viene el sector económico, disciplina en donde se han desarrollado estudios que resaltan el valor de las importaciones, ya que hoy en día, México es un país que sigue siendo considerado como la cuna del maíz, pero que depende de las importaciones para alimentarse. Estas importaciones no son cualquier cosa, ya que gran parte de ellas proviene de semillas especialmente creadas para producir variedades de maíz aptas para las demandas de los países ricos, donde impera el consumo de la carne, más que los granos (Barkin Rappaport, 2002)⁹.

Sin embargo, esto da cuenta de que México sigue importando maíz de países extranjeros, siendo que este elemento es de origen mexicano, por esta razón parece increíble pensar que el maíz que es tan abundante en el suelo mexicano no cuente con el respaldo monetario como de fuerza económica-política suficiente para competir en los mercados nacionales, por consiguiente las condiciones y la situación económica sean tan precarias.

Puede notarse que existen procesos económicos que ponen en relación las formas de organización del trabajo y las formas de control sobre los medios de producción y sobre la distribución de los bienes producidos; esto no puede ser explicado sino se considera el contexto, el cual ayuda a comprender los vínculos existentes entre las redes sociales que no solo implican la relación sujeto-naturaleza sino también cuestiones sociales y políticas. (Comas, 1998, págs. 13-15)¹⁰. Lo que a su vez también permite notar que hay estudios que consideran al maíz dentro del comercio, se hace referencia a una estructura física visible “pero tras ellos están los sistemas económicos, sociales y políticos, en donde están organizadas las personas y a

⁸ Para mayor información consultar Capítulo I “Revolución Verde” en la página oficial publicada por la UDLAP http://caterina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lri/leanos_1_ix/capitulo1.pdf

⁹ Para mayor información consultar http://www.pa.gob.mx/publica/rev_22/David%20Barkin.pdf

¹⁰ También se puede consultar el texto en <https://es.scribd.com/doc/146216260/Dolors-Comas-La-antropologia-social-estudia-la-economia-1998>

través de los cuales desarrollan sus actividades y los sistemas de relaciones entre los mismos individuos y grupos como lo son las familias, empresas sociales, civiles, culturales y de gobierno” (Turner & Clifford, 1999, págs. 1-18).

En este sentido, también bien existen estudios que subrayan el acceso desigual tanto a la riqueza como al poder de los procesos de trabajo en la producción del maíz, en donde existen normas espaciales condicionadas directamente por las comunidades, por las condiciones climáticas, por horarios pero a su vez regidos también por las prácticas de los mismos practicantes como sería la obra de Foster “Las sociedad campesina y la imagen del bien limitado”(M. Foster, 1965).

Desde la antropología social, estas prácticas o actividades expresan particularidades de una cultura, por ello es importante analizar la relación de elementos estructurantes presentes y reproducidos en un espacio referencial, como un sistema cultural comercial y como un factor de gran influencia en la acción social, ya que a partir de estos, el entendimiento y la representación de cada uno varían(Alonso, 2004, págs. 1-31).

En esta línea Antropológica destacan los estudios que abordan el maíz desde el paradigma de cosmovisión, en el cual, se ha intentado observar cuál es el vínculo existente entre el hombre, el cultivo y el grano; su importancia es dada gracias a su nacimiento con la civilización mesoamericana, ya que hasta ahora se ha observado que el maíz es creador de vida, por lo cual menciono a Tiare (Tiare, 2009, pág. 1) en un primer acercamiento a estas temáticas.

Hay que mencionar que el término cosmovisión se ha manejado es diferente a cosmogonía, relativo al origen del mundo, y cosmología, palabra que por su elemento *λογία* se limita a los actos mentales de carácter cognoscitivo, reflexivos, producidos en una entidad social”(Austin, 2012, pág. 23)¹¹.

Por lo general en éste rubro, el maíz es relacionado a la cosmovisión de las comunidades indígenas en la cual, se nota la presencia de deidades asociadas a este producto, de héroes que dieron origen al maíz, al mismo tiempo “ha dado muestra de la existencia de leyendas, mitos y rituales que involucran otros elementos de índole natural como el agua, control de plagas y cambios climatológicos” (Morales Valderrama & Catalina, 2006, págs. 42-43).

¹¹ Para mayor información acerca de esta temática, consultar la página digital en http://www.ia.unam.mx/images/difusion/Taller_Signos_de_Mesoamerica/lecturas/Cosmovisi%C3%B3n.pdf

Por ello, *“Una de las formas de acercarnos a esas figuraciones, para aprender de ellas y explorar en qué medida constituyen aun parte esencial, es examinar sus mitos, rescatados a través de sus huellas arqueológicas [...] en el mito, los dioses son concebidos como personajes de ingenio y poder, animales parlantes, seres proteicos, protoastros, protobombres, protoanimales, protovegetales; envueltos todos en una dinámica que comprende la más amplia gama de las relaciones sociales”*(López Austin, 2003, pág. 30).

El maíz dentro de estos estudios conforma un complejo: “tierra, agua, sol y hombre, elementos indispensables para la vida de la planta”(González Torres, 2013, pág. 93).

Y esto porque en “los pueblos se sigue practicando innumerables y variados rituales asociados con el maíz, que expresan y celebran la cultura propia y cumplen funciones específicas en la vida cotidiana, en las labores agrícolas y en la relación con las fuerzas de la Naturaleza”(Esteva & Marielle, 2003, pág. 22).

El concepto de cosmovisión, no sólo tiene una gran antigüedad, sino que ha marcado y transcendido dentro de diversos debates teóricos, en donde han surgido personajes importantes como lo es Johanna Broda, María Ana Portal, Alejandra Gámez y Rosalba Ramírez por mencionar algunos; en los cuales Johanna Broda reúne un compilado de amplias investigaciones reconocidas por abordar la cosmovisión y los rituales, mencionando y haciendo hincapié en “la importancia social que la cosmovisión tiene en los procesos de reproducción cultural”(Broda & Felix Báez, 2001, pág. 161), además la misma autora propone a la cosmovisión como: “La visión estructurada en la cual los miembros de una comunidad combinan de manera coherente sus nociones sobre el medio ambiente en que viven, y sobre el cosmos en que sitúan la vida del hombre”(Broda & Felix Báez, 2001, pág. 16 y 166).

Por otro lado María Ana Portal propone en algunas investigaciones que el tema de “cosmovisión tiene una vigencia de estructura político-religiosa que expresa una profunda raíz mesoamericana, pero esta mantiene las premisas culturales e históricas en la que los grupos sociales basan su identidad [...] su origen se precisa en la época prehispánica pero se reproduce de diferentes maneras al día de hoy”(Portal, 1995, pág. 2).

Por su parte dentro de estos estudios destaca la presencia de autores que se han dado a la tarea de hacer investigaciones pertinentes y actuales sobre el tema de cosmovisión como Alejandra Gámez quien ha presentado una larga trayectoria en investigaciones de la misma

índole, aunado a ello Rosalba Ramírez su discípula y colega siguiendo sus pasos y el mismo interés por la temática propone a la cosmovisión entendida como “un conjunto de pensamientos que tienden a explicar y a organizar la realidad inmediata, respondiendo al momento histórico del que forman parte los grupos étnicos, la cosmovisión permite engarzar, las particularidades socioculturales de éstos”(Rodríguez, 2008, pág. 5).

Estos estudios en relación a la presente investigación, han permitido entender cuál es la visión que se tiene del maíz por el ser humano y que muchas veces le llega a dotar de vida, es decir, se le “humaniza”, pero el hecho de entender cuál es la concepción que los habitantes tienen para con él, da cuenta de su importancia dentro de la comunidad. Y es que “El hombre otorga al maíz el papel de protagonista en un buen número de relatos míticos, y dio con esta explicación adecuada a las preguntas fundamentales de su relación actual con la planta”(López Austin, 2003, pág. 31).

Dentro de esta disciplina hay que resaltar cuatro mitos existentes sobre el maíz, mismos que expone López Austin en (López Austin, 2003, págs. 30-35).

El primero referente al origen del maíz en el cual fue publicado con “el nombre de Histoire de Mechique, el cual recoge un mito de los pueblos nahuas que señalan como origen del maíz el cuerpo mismo de un dios [...] el maíz brotó de las uñas del dios de ahí su nombre principal Cinteótl (el dios mazorca), al que agregó el de Tlazopilli (“el señor amado”), debido al enorme valor de su herencia”.

La segunda es sobre el origen del hombre, registrado en el Popol Vuh en donde los dioses molieron el maíz, hicieron con la masa nueve bebidas, y con ellas crearon carne y sangre del primer varón y la primera mujer, su fuerza y su vigor. Las maravillosas criaturas fueron la primera madre y el primer padre, quienes pudieron reproducirse para llenar al mundo de seres que reconocen, alaban y alimentan con sus ofrendas a los dioses(López Austin, 2003, pág. 32).

La tercera referente sobre la inclusión del maíz en el ciclo de la vida y a muerte donde un personaje llamado santo del maíz o espíritu del maíz entre muchos otros nombres con el que es conocido, cumple un papel cósmico al enlazar el ámbito de la muerte con el mundo de los vivos... la clave del significado del mito se encuentra en la doble persona del maíz, se lo identifica como el padre, “corazón” o esencia divina de la planta que desciende en el mundo de la muerte; pero también como el hijo, poder germinativo que logra que su padre surja de nuevo al mundo de la vida [...] con la resurrección y eternación de su padre, el hijo provoca el

movimiento cíclico de la vida y de la muerte, gracias al cual el maíz estará presente cada año, por siempre, en el mundo [...] en una de versiones el niño recibe una revelación: “hijo mío... tu eres el santo y espíritu del maíz”.

El cuarto y último expone la administración del maíz por los señores de la lluvia en la obra Leyenda de los soles, la importancia de la planta radica en que Quetzalcóatl descubrió que una hormiga cargaba un grano de maíz y, queriendo destinar la planta a la alimentación del hombre, descubrió el origen subterráneo del tesoro y promovió su ruptura, ya que en ese tiempo el gran depósito central no se había abierto para su distribución en el mundo.

Este último es de gran importancia ya que sigue presente en la memoria de algunas personas; ya que esta narración se hizo presente en una de las entrevistas aplicadas¹², puede notarse que existen ciertas modificaciones que pudiesen ser gracias al contacto existente con la planta y el sujeto, al cambio en la narración sufrido a través de las distintas generaciones o a los mismos cambios económicos, sociales y culturales que se han dado en la ciudad de Tehuacán con el paso de los años.

Con toda esta información recabada acerca del estudio, las temáticas y el interés por parte de diversas disciplinas para estudiar, comprender y analizar al maíz; la que más se acerca al objeto de estudio de la presente investigación es “la cosmovisión”.

En esta investigación partiré de la idea de cuál es la relación del maíz con la vida cotidiana de los sujetos, cómo se hace presente éste elemento en el proceso de producción de conocimiento, práctica y construcción de los espacios.

Pretendo dar cuenta a partir del concepto de representaciones sociales de que el maíz, se le atribuyen simbolizaciones que lo “*humanizan*”, el cual es aquel proceso de transfiguración de significados que explican que el maíz “no habla, pero siente, no es humano pero tiene corazón, tiene partes que lo hacen ser como nosotros, tiene cabello, dientes, pero no posee manos ni piernas, y algo importante es que al igual que la mujer da vida y da de comer”¹³. Sin embargo paradójicamente son cualidades que no están presentes en la cotidianidad de las personas, es decir, los recolectores no cortan a la planta pensando que le va a doler porque tiene vida o siente, las señoras vendedoras de totemoxtle no limpian el elote pensando...no la

¹² Esta narrativa será abordada en el último capítulo como parte del análisis de las Representaciones Sociales y como una muestra de las entrevistas aplicadas.

¹³ Entrevista a vendedor de elote de nombre Agustín

voy a jalar del cabello porque le duele; pero están presentes en las representaciones que se construyen en torno al grano; es común escuchar “*voy a trabajar*” “*corto elotes*” “*vendo boja de totomoxtle*”, en otras palabras es la práctica y el contacto con el maíz, el que lo dota de vida distinta. Es la practica la que localiza al grano en diferentes espacios, en distintos contextos, con diferentes usos, no es la vida que tiene al respirar, ser o poseer algo, sino su vida es la vida dinámica que le atribuye la práctica, la vida del maíz es una “*vida referencial-practicada*” de la cual se construyen sus representaciones.

Por otra parte, al decir y hacer referencia al contacto con este cereal, se asume y se piensa que éste se delimita únicamente a la producción y consumo rural, en este ámbito se le asocia con una milpa y se le consume como elote. Por estas razones, lo que propongo es analizar al maíz a partir de dos conceptos: representaciones sociales el cual denominare “representaciones sociales de la vida maicera” y el segundo espacio social con la categoría de “espacios maiceros”.

Acercamiento a las Representaciones Sociales.

Hay que mencionar que dentro de los últimos años se ha intentado desarrollar una nueva teoría denominada como “Teoría de las Representaciones Sociales”, misma que ha cobrado importancia al situarse en muchos casos, como el objeto de estudio de las investigaciones mismas, sin embargo éste ha sido un campo muy amplio de indagaciones y respuestas, es por ello que ha sido sometida a grandes críticas, la principal es en la delimitación de las Representaciones Sociales entre lo social o lo individual (Jodelet & Guerrero, 2000, págs. 8-27).

“Esta teoría surge a partir de entender la naturaleza del pensamiento social, ya que los trabajos anteriores a estas investigaciones estaban basados únicamente en la descripción de categorías individuales, pero no se acercaban a la constitución de las conductas sociales. Por ello muchos autores piensan que esta teoría fue aceptada por la influencia que tenía la corriente conductista, y porque para muchos la representación no era más que un nuevo modo de conceptualizar la actitud” (Araya Umaña, 2002, págs. 27-28). Algunos autores que se han dado a la tarea de abordar las representaciones sociales son Serge Moscovici, Dennis Jodelet, Jean Piaget, TomásIbañez, Jean Claude, María Banchs, entre muchos otros.

Como es sabido, Moscovici integra en una psicología social las aportaciones de diversas disciplinas, permite comprender la esencia del pensamiento social desde otra perspectiva, además “hace hincapié en la distinción de las representaciones sociales respecto de las representaciones colectivas propuestas por Durkheim, en tanto estas últimas son interpretaciones amplias del mundo social, las primeras dan sentido a la diversidad de experiencias cotidianas” (Castorina & Barreiro, 2006, pág. 9), según la propuesta de este autor, las representaciones sociales son “un corpus organizado de conocimientos y una de las actividades psíquicas gracias a las cuales los hombres hacen inteligible la realidad física y social [...] son un conjunto de conceptos, enunciados y explicaciones originados en la vida diaria”¹⁴ (Moscovici, 1961/1979, citado por Perera, 2005, pág. 43).

Cabe mencionar que la Psicología Evolutiva de Jean Piaget también generó grandes aportes a esta teoría, sus ideas en torno a los estados de la inteligencia, la representación del mundo en el niño, entre otros, tuvieron presencia en los postulados de Moscovici; por otro lado también existen significativos aportes por parte de [...] Sigmund Freud, en *La Psicología de las Masas* de 1921, escrito donde plantea el carácter social de la psicología individual, como una característica constituyente de la vida humana” (Pérez, 2003, pág. 7).

Otra autora relevante en las investigaciones de las RS., es Dennis Jodelet quien continuo con la propuesta de Moscovici, la cual propone que “las representaciones sociales se construyen respecto de un horizonte ideológico, entendido como concepción del mundo [...] que se encuentran en el saber cotidiano y las cuales al mismo tiempo esta [...] vinculado a las circunstancias sociales en que son elaboradas. (Castorina & Barreiro, 2006, págs. 12, 14 y 15), según esta autora también la primera forma de representación social es la “elaboración por parte de una colectividad, bajo inducción social, [...] el conocimiento socialmente elaborado y compartido, constituido a partir de nuestras experiencias y de las informaciones y modelos de pensamiento que recibimos y transmitimos a través de la tradición, la educación y la comunicación social, sobre la actitudes que debe tomar o sobre lo que se debe llevar a cabo (Jodelet, 1997, págs. 469-494).

Estudios recientes como los que presenta María Elsa Gutiérrez profesora e investigadora de la Universidad Nacional de Colombia, propone que “las representaciones sociales son una forma de interpretar y pensar nuestra realidad cotidiana” (Catarina, 2004, pág.

¹⁴Estas pueden verse reflejados en los mitos, sistemas de creencias atribuidos en su mayoría a sociedades tradicionales

4), no alejado de la idea de la cotidianidad se encuentra Ibañez, el cual argumenta que las representaciones sociales “cumplen un papel fundamental en la comunicación social, posibilitando las conversaciones cotidianas, demandando a su vez compartir un mismo contexto dentro de las representaciones sociales, a fin de que se produzca una comprensión del significado de los mensajes” (Ibañez, 1988, pág. 125).

Es por ello, que entiende a las representaciones sociales como: “Aquellas imágenes que condensan un conjunto de significados, como categorías que sirven para clasificar las circunstancias, los fenómenos o los individuos y aunado a ello como sistemas de referencia que nos permiten interpretar lo que nos sucede o dar sentido a lo inesperado”(Jodelet & Guerrero, 2000, pág. 101).

En este sentido del estudios de las representaciones sociales empleare el termino como aquellas concepciones existentes en el saber cotidiano como lo propuso en su momento Jodelet,(Jodelet & Guerrero, 2000, pág. 109), motivo por el cuál entiendo y propongo que las representaciones sociales sobre el maíz son: la forma en la que los individuos construyen su conocimiento entorno a este grano gracias a la interacción social que presentan con él dentro de su vida cotidiana y que reproduce en espacios maiceros específicos, al mismo tiempo que el sujeto adquiere nuevos conceptos –previamente construidos por otro- y transmite el conocimiento anteriormente reconstruido sobre su propia experiencia con este elemento, para así generar con ello un ambiente de convivencia y creación de una realidad colectiva en torno al maíz.

Cabe mencionar que las realidades son tan diversas al igual que las representaciones, cada espacio, cada contexto propio y colectivo¹⁵ es determinado y construido por las personas, por su vida, su experiencia, sus relaciones y sus prácticas.

Pudiendo decir con ello, que la ciudad de Tehuacán es una ciudad rodeada de pueblos, dentro de los cuales existen personas que se ven en la necesidad de buscar, no solo un trabajo sino multiplicidad de trabajos que le ayuden para su subsistencia, sin embargo en cada lugar existe una especialización, por ejemplo, Altepexi se especializa en el desgrane y el deshoje de los elotes, sin embargo hay personas que se dedican a hacer no solo esas dos actividades sino la elaboración de canastos con carrizo, artesanías de palma para adornos de casa, a la albañilería,

¹⁵ Con ello me refiero a que la construcción de las Representaciones sociales dependen en gran medida del contexto individual de cada persona, pero también al ambiente en el que este se desenvuelve.

como comerciantes dentro del mercado “La Purisima”¹⁶, todo esto da pauta para entender como los sujetos sociales viven, y como se desenvuelven socialmente.

Lo que permite entender cómo la comunidad construye sus representaciones en torno y de acuerdo a las condiciones que configuran su propio contexto, entendiendo este punto al igual que la relación y el desenvolvimiento del sujeto dentro de grupos de trabajo distintos, podemos entender e indagar mejor en el porqué de las representaciones sociales que estos sujetos tienen presentes, es decir, no es la misma representación social del maíz de una persona que trabaja directamente con el grano dentro del campo, a una representación de aquel sujeto que trabaja con el maíz ya procesado dentro de una tortillería, puesto que para el primero, el maíz representa una fuente de trabajo porque el ir al campo o sembrarlo le dará un pago, una ganancia con la que podrá subsistir su familia además, el contacto con el grano es diferente, mientras que para el otro el maíz pudiera representar únicamente una fuente de alimento al estar generando la tortilla.

El hecho de que las personas realicen actividades diferentes, el que pertenezcan o no a una clase social alta o baja los cargan de nociones y valores disímiles ; además de que las prácticas que realizan le dan a la persona códigos, términos, actitudes, y medios que le ayuden a desenvolverse dentro de su contexto social, y toda la experiencia adquirida por su trabajo constante, sus múltiples empleos y su relación con dichas actividades los lleva a denominar, a comprender y simbolizar sus actos y las relaciones que establecen en diversas situaciones.

“Con eso podemos decir que la representación social es una modalidad particular del conocimiento, es una de las actividades psíquicas gracias a las cuales los hombres hacen inteligible la realidad física y social, [...] además que recorta y simboliza actos y situaciones que son o se convierten en comunes; es decir que es una compleja organización de imágenes y de lenguaje y son diversas y variadas según las clases, los grupos o las culturas” (Moscovici, 1979, págs. 27-54).

Es por esto, que encuentro que la mejor manera de analizar las representaciones sociales del maíz, será a partir de las prácticas sociales que lleven a cabo los sujetos presentes dentro del mercado-tianguis “La Purisima”, analizándolas en un espacio determinado, ya que los objetos materiales tienen aspectos de tipo mental y distintas caras dependiendo la mención y el contexto en el que se encuentren, es decir, considero que para poder comprenderlas,

¹⁶ Lugar donde se realizara mi investigación.

primero se debe saber que se dice sobre él y dentro de que prácticas sociales se hacen presentes estas representaciones, cómo es que se dan y en que espacios son reproducidos.

El estudio del espacio

Por ello, el análisis del espacio también es fundamental, no se trata de un espacio físico sino de un espacio construido (Castells, 1998, pág. 133); hay que entender y analizar que existen diferentes tipos de espacios que pueden observarse en la vida cotidiana y que por su función y sus prácticas llevadas a cabo en su interior, además de las relaciones de sociabilidad que se entablan en él mismo, lo dotan de contenido y lo caracteriza como un espacio, más allá de sus cualidades físicas-geográficas.

Es por esta razón que el concepto de espacio es un tanto complicado de definir, ya que el hablar de espacio involucra también actores sociales, prácticas, ideas y una serie de juicios personales que hacen que al apropiarse del él se le otorgue un sentido de pertenencia, como menciona Guitart en la *Metrópolis*, en donde, define al espacio como “El conjunto de sentimientos, percepciones, deseos, necesidades[...] construido sobre las bases de las prácticas y las actividades cotidianas desarrolladas en los espacios cotidianos, por ello posee una funcionalidad dentro de una realidad específica” (Guitart, 2006, págs. 12-14)¹⁷.

Por otro lado la discusión que se ha generado sobre “el espacio” ha sido abordada por distintas disciplinas sociales, una de ellas es la antropología social, por ello es importante dar un panorama acerca de cómo se ha venido abordando este concepto. En un primer acercamiento en los estudios sobre “espacio” se dio con la escuela de Chicago en la cual se hablaba de esas primeras ciudades industrializadas, analizaron el espacio urbano bajo el concepto de ciudad, además la escuela de Chicago propuso la utilización de un método etnográfico para el análisis de las ciudades para tener una mejor comprensión a partir de un método antropológico e intentan abordar el panorama sobre el cual se comenzó a construir una noción de espacio público en la ciudad. Uno de sus mayores exponentes es Simmel, el cual define espacio como una variable social, esto lo transformó en uno de los primeros sociólogos que reflexionaron entorno a su ontología, al mismo tiempo también habla acerca del papel que desempeña el

¹⁷ Para mayor referencia consultar <http://danielhiernaux.net/publicaciones/archivos/2006-C2.pdf>

espacio en el cotidiano de cualquier forma de interacción social (Alvarez, 2009-2010, págs. 35-49)¹⁸.

Uno de los autores que también ha retomado el espacio es Henri Lefebvre, el cual discute que “el espacio social no se regiría por un valor de cambio, sino de uso. Circunstancia que podría ser observada en los procesos de apropiación del espacio urbano” (De la Peña , 2003, pág. 5)¹⁹ partiendo de que lo urbano se encuentra vinculado por tres elementos: El Espacio, La cotidianidad y la reproducción capitalista de las relaciones sociales, el cual menciona que “el espacio social contiene y designa (más o menos) o apropia espacios a: 1) las relaciones sociales de reproducción 2) las relaciones de reproducción... donde estas están ligadas una a la otra” (Velásquez, 2008, pág. 62).

Este autor junto a Manuel Castells reconfiguran los planteamientos que se venían manejando acerca de la ciudad y de los espacios urbanos. Por su parte Castells considera al espacio como la concreción de un modo de producción específico, procede al análisis de la estructura espacial en su articulación, por un lado, con la estructura económica del modo de producción capitalista y por el otro, con la superestructura en sus componentes jurídico-político e ideológico. Para él, el espacio como producto material en relación con otro producto material, entre ellos los hombres, que al contraer determinadas relaciones sociales moldean al espacio y le aseguran tanto una función como una significación social (Lezama, 1998, pág. sec. 23)²⁰.

Por otro lado y retomando a Michelle de Certeau citado por (Augé, 1992, págs. 85-86)habría que considerar una oposición entre lugares y espacios. Entendiendo que “el espacio es un lugar practicado y transitado, en donde los elementos se mueven, se desplazan los protagonistas y *animan* el lugar; mientras que en el lugar los elementos coexisten en cierto orden”.

¹⁸ Para más información referente al texto consultar el escrito en la página web http://www.academia.edu/2091114/George_Simmel_Notas_sociol%C3%B3gicas_para_la_discusi%C3%B3n_sobre_la_naturaleza_del_espacio_y_la_cultura_de_las_metr%C3%B3polis

¹⁹ Para mayor información sobre la propuesta de la escuela de Chicago consultar <http://sincronia.cucsh.udg.mx/pena03.htm>

²⁰ El libro de Lezama se encuentra en línea, este no se encuentra por número de página sino que está dividido en secciones, para mayores referencias consultar http://books.google.com.mx/books?id=6pE3BAAQBAJ&pg=PT245&clpg=PT245&dq=castells+espacio+como+la+concreci%C3%B3n+de+un+modo+de+producci%C3%B3n+especfico,&source=bl&ots=vY9bmVoIW0&sig=POZB5LAUzO4tsEDTDfytmKZ3Vs4&hl=es&sa=X&ei=X4ZJVNuPFcPKgwSK_4CACg&ved=0CBsQ6AEwAA#v=onepage&q&f=false

Para el también entra en juego la normatividad, ya que considera que es un elemento normativo del espacio, en donde las normas condicionan la práctica de los mismos practicantes, además las prácticas de los practicantes son maneras de hacer que definen maneras de ser.

Por ello la ciudad aparece como el territorio donde se desarrolla la vida cotidiana; es el espacio tiempo en el cual se contiene esto qué es lo esencial del hombre, y por tanto constituye el gran escenario en el cual deberá producirse su liberación. Sin embargo defiende que el concepto de “espacio alude a la renuncia a un lugar considerable como propio, o a un lugar que se ha esfumado para dar paso a la pura posibilidad de lugar, para devenir, todo el, umbral o frontera [...] la noción de espacio remite a la extensión o distancia entre dos puntos, ejercicio de los lugares haciendo sociedad entre ellos, por lo que no se da como resultado un lugar, sino tan solo, a lo sumo, un tránsito, una ruta”²¹. Lo que opone al espacio en la marca social del suelo, el dispositivo que expresa la identidad del grupo, lo que una comunidad dada cree que debe defender contra las amenazas externas e internas, en otras palabras “un territorio”.

Como menciona Delgado citado en (Alcérreca, Burgueño, & Rodríguez, 2009, pág. 8), si “el territorio es un lugar ocupado, el espacio ante todo es un es un lugar practicado. Al lugar tenido como propio de alguien, se le suele asignar un nombre mediante el cual, un punto en un mapa recibe desde fuera el manto de significar. El espacio, en cambio, no tiene un nombre que excluya todos los demás nombres posibles: es un texto que alguien escribe, pero que nadie podrá leer jamás, un discurso que solo puede ser dicho y que solo resulta audible en el mismo de ser emitido”.

Por otra parte, hablar de espacio “es abstracto y da lugar a que se lo use para designar cosas tales como espacio aéreo, publicitario, espacios en los medios, lo que, en cierta forma, pone en evidencia los motivos temáticos que se instauran en esta época contemporánea y la abstracción que los amenaza” (Augé, 1992, págs. 85-86).

Otro autor relevante en estos análisis es Soja, autor que “se basa en las posiciones de Foucault y dentro de sus investigaciones referentes a la historia social del espacio, realiza indagaciones similares a las de Marshall Berman. Dentro de sus estudios Soja propone que el espacio es “una apertura a la esencia de la experiencia humana vivida más allá de lo material y

²¹Apunte sobre espacio tema Michel De Certeau, en materia de Seminario II, impartido por Ernesto Licona Valencia con fecha de 24 de Abril de 2012.

que puede ser el resultado de la combinación de varios elementos de la vida cotidiana” (Ortiz-Medina, 2006, pág. 5), quien aboga por una modernidad que integre la velocidad y simultaneidad” (Ovares, 2007, pág. 39).

Estudios más recientes como los de Ernesto Licona V., menciona que espacio no es solamente espacio físico, realidad material socialmente construida [...] sino también es una construcción simbólica, la que realizan sus habitantes, pero que al mismo tiempo el espacio puede estar creado según la producción imaginaria, ya que es estructurada a partir del espacio social en que se vive, pero el lugar desde donde se habita puede ser silenciado por la carga semiótica que irradia el sitio nombrado" (Licona Valencia, 2012, pág. 63), más adelante también menciona que determinados espacios y/o lugares albergan significados más densos que otros sitios no tienen” (Licona Valencia, 2012, pág. 74), esto es importante porque es una característica que es notable dentro de los espacios maiceros.

Además, en relación a las investigaciones que ha realizado dicho autor, habrá que mencionar la propuesta que refiere al espacio público, ya que el mercado-tianguis La Purísima, tiene como cualidad ser abierto, es un espacio público en el cual convergen un sinnúmero de sujetos de distintos lugares, el cual pareciera ser una realidad completamente distinta a la que se encuentra en calles aledañas, sin embargo hay que considerar como sugiere E. Licona que “el espacio público enriquece su sentido al ser escenario donde los sujetos sociales fabrican significados sin perder de vista que dicho espacio pertenece a un contexto social, histórico y geográfico específico y, en tal circunstancia, le asigna propiedades inherentes como estar ligado a la cultura y sociedad que lo alberga” (Licona Valencia, 2007, págs. 134-136). Por otra parte, el espacio va adquiriendo importancia, por la práctica y significado dado día con día, lo que involucra comprender, sentir y experimentar de distinta manera el espacio, es decir cada individuo lo vive, lo entiende, lo asume y lo construye de manera distinta.

Un aspecto que hay que considerar del espacio público es que al mismo tiempo es un espacio político, al hablar de espacio político habrá de considerar que los actores escenifican el campo político a través de sus propias acciones, pues por lo general estos revelan sus intereses relacionados siempre con una identidad territorial y con la competencia entre ellos mismos.

Dándose éstas la forma y la estrategia en la que cada uno se ejercita, las formas en las que se reproduce este espacio político es observado a través de los criterios que cada sujeto tiene de su propia condición dentro del mercado- tianguis, y a través de sus códigos y prácticas

que pueden ser en muchos casos repetitivas y comparables con las de otros sujetos que se encuentren en la misma posición que ellos, por ejemplo en las prácticas de venta que cada uno reproduce y compara con la del vendedor vecino —por mencionar alguna—.

También se encuentran las estrategias de los sujetos, estos mecanismos son diversos y variados cada uno de los vendedores del mercado- tianguis se da “mañas” y se hace de sus propios instrumentos o recursos para que su dinámica en el mercado sea sobresaliente; esta estrategia siempre desemboca en la competencia entre los sujetos por adquirir más riqueza, más poder, más reconocimiento, etc.

Estas dos dinámicas realizadas por los sujetos de “La Purísima” dejan entrever que existe esa realidad territorial que se ancla en cada individuo, mostrando al mismo tiempo que el espacio es confluído por la decisión y participación de los sujetos en una lucha de poder y condiciones, es decir:

“el espacio no es solamente un objeto de percepción dentro del cual los individuos o las instituciones estén caracterizadas de manera fija por la combinación de un cierto número de propiedades y por la ocupación de una posición determinada dentro de un sistema de clasificación; es también un juego de luchas entre los agentes por imponer su construcción y su representación del mundo social, sus categorías de percepción y de clasificación [...] es el juego de una lucha entre agentes que, según su posición dentro de las distribuciones de diferentes recursos sociales (los espacios de capital, económico, cultural, social) y dentro del espacio de clasificaciones en que se encuentran potencialmente inscritos, están muy desigualmente armados para imponer su visión del mundo y particularmente para actuar al nivel de las denominaciones y de las instituciones que, como los esquemas de percepción y de apreciación depositados en el lenguaje, o los títulos son ellos mismos el producto de luchas simbólicas y de luchas de clasificación anteriores y expresan, bajo una forma más o menos transformada, el estado de relaciones de fuerza simbólicas” (Bourdieu, 2013)²².

Otra manera de dar cuenta que el mercado- tianguis es un espacio de poder, es al observar la distribución existente en su interior. Pues aquellos sujetos que tienen mayor poder ya sea por su adquisición económica, por el puesto que posean o las relaciones que

²² Consultar <http://antropologies.wordpress.com/2013/10/13/pierre-bourdieu-espacio-social-y-campo-politico/>

tengan y guarden con organizaciones depende su lugar de asentamiento; puesto que todos aquellos que posean alguna de estas características se encuentran por lo general ubicados en el centro del mercado y conforme estas peculiaridades vayan disminuyendo se van expandiendo hacia la periferia.

Muestra de ello son los locales grandes, aquellos que ofrecen variedad de productos y una calidad muy buena en los mismos, por lo general se encuentran al centro, sus productos no se encuentran en el piso sino colocados en la sedimentación de su puesto, cuentan con luz propia, son muy conocidos por la gente y por lo general los compradores que acuden son fieles al puesto son personas ya conocidas que acuden recurrentemente, a diferencia de los demás, estos ya no tienen que utilizar gritos con frases llamativas para atraer a las personas sino que ya tienen un prestigio bueno y la gente llega sola.

otro ejemplo, es la administración, es el punto más importante del mercado pues ahí se maneja todo lo referente a la distribución, las comisiones, los pagos por local, la contabilización de los puestos, etc.; se encuentra al tanto de peleas o molestias que existen en el interior del mercado y es la que guarda el control dentro del mismo. Su ubicación es estratégica, pues se encuentra en la parte de arriba, es una especie de panóptico localizado en el interior de “La Purísima”;

“Todos los acontecimientos están registrados, en el que un trabajo ininterrumpido de escritura une el centro y la periferia, en el que el poder se ejerce por entero, de acuerdo con una figura jerárquica continua, en el que cada individuo está constantemente localizado, examinado y distribuido” [...] y con la finalidad de “inducir un estado consciente y permanente de visibilidad que garantiza el funcionamiento automático del poder” (Focault, 2002, pág. 182 y 185).

Por último se encuentran las organizaciones, grupos de trabajadores del mismo mercado que tienen el papel de representar al sector trabajador de “La Purísima”, estos grupos se reúnen con la finalidad de generar acuerdos o plantear aquellas necesidades y peticiones que los otros trabajadores argumentan o exigen, y tienen poder en aquellas decisiones que se lleguen a tomar, además son respetados y conocido por los mismos comerciantes.

Por estas razones, dentro de la presente investigación el espacio es importante porque lo veré como un contenedor multicultural, un lugar público abierto a cualquiera, que refleja una etapa de la vida cotidiana en la ciudad de Tehuacán, en donde están presentes personas indígenas de los pueblos aledaños, factor muy importante porque le da una cualidad diferente a las dinámicas y convivencia interna de la ciudad.

No está por demás mencionar que estas relaciones y prácticas sociales se dan en contexto, tiempo y espacio diversos, pudiendo asegurar que los usos del espacio, también fungen un papel importante, puesto que se diferencian en función de la actividad principal que se recrean dentro de los establecimientos mismos, estos establecimientos se consideran susceptibles de ser clasificadas con respecto a sus actividades principales, es decir, que el espacio lo definiré según la actividad maicera que se esté desarrollando dentro de éste.

A primera vista se puede notar que dentro del espacio, hay momentos y objetos que lo transfiguran, como por ejemplo, hay jerarquías establecidas como bien pueden ser los cargos administrativos del mercado “La Purísima”, y está presente una distribución espacial para los diferentes grupos indígenas que comercializan en dicho espacio, aunado a las fechas que han sido establecidas para la venta de artículos varios.

Por ello el espacio para mí es aquella construcción simbólica generada a través del proceso de sociabilidad dentro de la relación social²³ en un tiempo específico, que está dotado de un cúmulo de representaciones socialmente construidas y aceptadas respecto de aquellos objetos materiales volátiles y estructurantes que lo constituyen como una realidad específica dentro de un lugar físico, pero que a su vez está representado también por la esencia inmaterial que lo ambientaliza²⁴, y de la experiencia adquirida por lo vivido y lo practicado en su interior.

Además, el espacio muchas veces permite conjuntar prácticas, lenguaje, objetos tradicionales y modernos, en un tiempo específico, hay que mencionar que al referir al tiempo no se habla de tiempo histórico o del tiempo como medida, sino más bien es tomado como la

²³Entiendo con ello que el primero es el momento en que se entabla la relación de comunicación verbal o gestual y donde se da el “*proceso representacional*”; y la segunda es el conjunto e interrelación del primero en distintas redes, es decir, con diferentes personas, en distintos contextos y ambientes.

²⁴Con ello me refiero al sentir o sentimientos de las personas expresadas a través de estados de ánimo, pues hace que el espacio sea objeto de representación y de denominación, es decir, como una persona capte el ambiente en un tiempo-espacio lo denominará un espacio y tiempo de tensión, de diversión, de trabajo, espacios de poder entre otros.

referencia del ritmo, frecuencia, sentido y regulación de las actividades y acciones, lo que para Castells como hablar de una temporalidad construida socialmente (Castells, 1998)²⁵.

Por ello, en el mercado-tianguis La Purísima puede observarse que ni la modernidad llega, ni la tradición se va, sino que es un espacio híbrido²⁶, en donde todas las acciones y prácticas sociales se dan al momento de “mercado”. Y ese momento hace posible la conjunción de diversas prácticas comerciales y la aparición de nuevos sujetos y espacios, como lo son los espacios maiceros los cuales, según lo anterior los defino como:

Aquellos lugares que forman un conjunto simbólico y representacional que se estructuran a partir de una red de significados²⁷, de la relación entre el sujeto y el maíz, que hace perceptible el espacio construido y practicado vinculado a la experiencia adquirida en las diferentes actividades maiceras como el desgrane, preparación, limpia de elote entre otros, mismos que son realizados y delimitados por un tiempo específico como lo son los días de mercado o los meses de siembra y cosecha en las diferentes estaciones del año.

En suma lo que propongo para estudiar las representaciones sociales sobre el maíz es partir de un enfoque espacial, de un análisis en donde las practica en el espacio, me permitirá identificar lugares donde el maíz es estructurante por las prácticas sociales realizadas en ellos y por los simbolismos asociados, de esta manera pienso penetrar en las representaciones sociales sobre el cereal en un contexto de globalización.

²⁵ Consultar <http://herzog.economia.unam.mx/lecturas/inac3/castellsm.pdf> para mayor información y referencia sobre la propuesta de Castells

²⁶ Así lo propone Nestor García Canclini

²⁷ La red de significados puede entablarse tanto con personas como con objetos, a partir de creencias o prácticas.

Capítulo II Geografía del espacio

II

Valle de Tehuacán y ciudad de Tehuacán contexto histórico y actual.

La ciudad se localiza en la región Tehuacán-Sierra Negra²⁸; ubicada en el sureste del Estado de Puebla, mismo que su radio de influencia abarca los Estados de Oaxaca y Veracruz. Es una ciudad, municipio y cabecera municipal ubicada a 130 km del sureste de Puebla, a 257 km de la Ciudad de México y a 321 km de la Ciudad de Oaxaca, es una ciudad de clima semicálido y semiseco.

“Su nombre completo es “Tehuacán, Ciudad de Indios”, es llamada así porque el 16 de marzo de 1660 los indígenas de la región compraron el título de la ciudad a la Corona Española, ganándoles a criollos y españoles el derecho a ponerle apellido a esta población, ya que estos últimos quisieron que se llamara “Tehuacán de la Concepción y Cueva” en honor a una Virgen ibérica.”(Colín, Joaquín Paredes, 1910, pág. 10).

El Valle de Tehuacán, es un valle tan rico en recursos naturales que propicio el desarrollo de culturas con una antigüedad hasta de 10 milenios y desde los tiempos prehispánicos ha fungido como enlace comercial entre el altiplano y el sureste mesoamericano. Ciudad donde habita población indígena nahua, popoloca, mazateca y mixteca, que junto con gran número de mestizos se convierte en un área pluriétnica de aproximadamente 650 mil habitantes, 87.52% habita en el valle y el 12.48% en la Sierra Negra²⁹.

“El origen de Tehuacán, es el de un asentamiento eminentemente indígena, que con el tiempo fue núcleo de atracción de población blanca y negroide, así como escenario de

²⁸El valle de Tehuacán: “está ubicado en la parte sureste del estado de Puebla y se extiende hasta el límite norte del estado de Oaxaca. Tiene una anchura de 40 kilómetros y una longitud de unos 120 KMS. El valle desciende suavemente desde Tecamachalco, su punto norte, con una altura de 2,045 metros, hasta Teotitlán del Camino, Oaxaca., a unos 1000 metros de altura. El valle está delimitado por la sierra de Zongolica que forma parte de la sierra Madre de Oaxaca, al sureste por la sierra Mazateca y en la parte sur y oeste por la sierra de Zapotitlán y otros cerros que forman parte de la sierra de la Mixteca(Henao, 1980:16). Está misma delimitación coincide con la región Tehuacán –Sierra Negra que define el gobierno del estado en su Plan de Desarrollo la cual utilizamos para los fines de este texto en su delimitación en dos subregiones que se denominan valle de Tehuacán y Sierra Negra.

²⁹ Los datos cuantitativos que utilizamos en este apartado fueron tomados de: *Programa Regional de Desarrollo. Región Tehuacán y Sierra Negra, 2011-2017*, Gobierno del Estado de Puebla, México, 2011.

mestizaje(Hernández de la Cruz, 2008).; en la actualidad, del total de la población de la región, aproximadamente 170 mil, 26% son indígenas, de los cuales 21% se localiza en el valle y el 80% en la Sierra Negra, por lo que la presencia mestiza es mayoritaria en el valle, lo cual convierte a Tehuacán en una de las ciudades con menos oportunidades de inserción económica para los indígenas; mientras que en las serranías la presencia indígenas es evidente, con menos oportunidad de empleos, aislamiento por las dificultades para acceder y con algunos municipios que solamente hablan lengua indígena, las convierten en zonas de alta y mayor marginación dentro del estado de Puebla.

Un Acontecimiento importante del Valle de Tehuacán en inserción económica es la implementación de la industria embotelladora y:

“Un hecho que auxilio a esta tarea fue la llegada del Ferrocarril Interoceánico a la Ciudad de Tehuacán en 1891. Paredes (1953) señala que este hecho permitió el desarrollo de la industria del embotellamiento, el primero en hacerlo fue el señor Joaquín Pita bajo el nombre de San Miguelito, esta agua se vendía en botellas que tenían una etiqueta verde, expendiéndose principalmente en las boticas y teniendo su agencia principal en una Droguería que existía frente al teatro principal en México” (Hernández de la Cruz, 2008, pág. 7).

La región de Tehuacán, está conformada por 21 municipios de los cuales el principal polo económico es la ciudad de Tehuacán fundada en 1567, es la segunda ciudad en importancia del estado de Puebla y conforma una área metropolitana de dos municipios (Tehuacán y Santiago Miahuatlán) con 279'409 habitantes (Delimitación de zonas metropolitanas, 2005).

“Tehuacán es la segunda ciudad más grande del estado de Puebla. Se encuentra ubicada a 120 kilómetros de la ciudad de Puebla, que es la capital política del estado. El municipio cuenta con una superficie de 502 kilómetros cuadrados; limita con los municipios de Santiago Miahuatlán, Ajalpan, Chilac, San Martín Atexcal, Altepexi, San Antonio Cañada, Zapotitlán Salinas, Nicolás Bravo, Vicente Guerrero y Tepanco de López. Y está conformado por 99 colonias y 72 fraccionamientos – además de los asentamientos irregulares-, que se encuentran ubicados en la cabecera municipal” (Colín, Joaquín Paredes, 1910, págs. 10-11).

La zona urbana más significativa, por su comercio, servicios e industria, de una gran área que se conoce como valle de Tehuacán. “Otro factor importante que impulso el llamado boom de la maquila en Tehuacán, fue la nueva infraestructura carretera que conecto a Tehuacán con la autopista que corría directamente a Veracruz y a Oaxaca” (Hernández de la Cruz, 2008).

Desde la colonia hasta el presente, Tehuacán ha sido una de las ciudades dominantes del sureste poblano, por su hegemonía comercial y económica. Esta región fue propicia para los cultivos de trigo, maíz y otros granos (Balderas, 1998).

Los municipios aledaños a Tehuacán son Ajalpan, Tepexi de Rodríguez y Tecamachalco, y que a su vez se encuentra conformado por Ajalpan, Altepexi, Caltepec, Chapulco, Coxcatlan, Coyomeapan, Eloxochitlan, Nicolas Bravo, San Antonio Cañada, San Gabriel Chilac, San José Mihuatlan, San Sebastián Tlacotepec de Diaz, Santiago Miahuatlan, Tepango de López, Tlacotepec de Benito Juárez, Vicente Guerrero, Yehualtepec, Zapotitlan, Zinacantepec también conocido como San Sebastián Zinacantepec, Zoquitlan, San Diego Chalma y por ultimo Chigmecatitlan.

En el desarrollo de esta investigación es substancial conocer acerca del Valle de Tehuacán por su importancia histórica, ya que desde hace 8000 años existen asentamientos humanos según reporta la investigación arqueológica de Richard S. MacNeish, ahí encontró el registro más antiguo de domesticación del maíz en Mesoamérica (MacNeish, 1967) que ocasionó el progreso de poblaciones sedentarias a partir de la agricultura que devinieron en grandes culturas con una organización social más compleja, estatal y control territorial como el señorío popoloca-nahua que fue el que encontraron los españoles a su llegada al continente.

Según reporta Henao, a partir del siglo XVII se consolidan dos formas de organización socio-económica en el valle de Tehuacán: la comunidad de indios y la hacienda (Henao, 1980; pág. 47). Durante todo el periodo virreinal “la economía dual propiciada por la corona, la de los indígenas y la de los españoles, desapareció para dar paso a una sola formación socioeconómica, en la cual la economía indígena quedó subordinada a la hacienda y ambas a una economía nacional dependiente” (Henao, 1980; pág. 50), situación que ha variado poco en la actualidad y se puede observar en actividades agropecuarias, industria, comercio y servicios contemporáneos.

El valle desde tiempos prehispánicos hasta la actualidad ha sido una zona estratégica. Debido a su ubicación, fue y es punto intermedio para arribar al Altiplano Central (centro del país), el Golfo de México y las costas de Oaxaca y Guerrero, territorios donde se asentaron las grandes culturas mesoamericanas y que hoy siguen teniendo población indígena.

“Por otro lado, su ubicación estratégica permitió el auge en el comercio, sin embargo no solo comprendió la ciudad de Tehuacán, sino que rápidamente se expandió hacia otros municipios circunvecinos, además que acrecentó otros fenómenos como la migración intrarregional, trabajadores de los pueblos aledaños y de la zona de la montaña alimentaron por mucho tiempo a la maquila, asentamientos irregulares y nuevas colonias contribuirían al crecimiento de la ciudad de Tehuacán” (Hernández de la Cruz, 2008, págs. 8-9).

La circulación de persona, mercancías, noticias constituyeron en tiempos antiguos el importante corredor teotihuacano y la vía mexicana al sureste mesoamericano. Esta vocación estratégica la conserva hoy en día, por el valle pasan las más importantes carreteras que conducen a los dos océanos, donde se localizan puertos significativos para la exportación e importación de mercancías que impactan directamente a la industria y comercio mexicano (Gámez, 2006; pág. 8).

A pesar de su papel estratégico, el valle de Tehuacán presenta importantes desigualdades. Por ejemplo, en la planicie donde se encuentra localizada la ciudad de Tehuacán existen diferencias con el resto de la región, una de ellas es la existencia y manejo de agua³⁰ que ha permitido el desarrollo de la industria refresquera, avícola y agricultura de riego. A diferencia, otras presentan escasez del preciado líquido que impacta negativamente a la agricultura, apenas de subsistencia.

La posibilidad de contar con agua y su utilización a través de galerías filtrantes propició un cambio agrícola significativo y con ello aumentó la productividad de la tierra con productos como maíz, jitomate y ajo (Henaó, 1980; pág. 183), convirtiendo a la ciudad de Tehuacán y sus alrededores en el principal polo económico.

³⁰Ambientalmente el valle es caracterizado como árido-semidesértico con una precipitación pluvial inferior a los 500 mm. “El valle tiene 9 meses de sequía y tres de lluvia, aunque muy irregulares” (Henaó, 1980; pág. 17).

La riqueza económica en el valle se aglutina en la zona de la planicie donde se localiza la ciudad de Tehuacán desajustando con la pobreza y marginación de las poblaciones campesinas-étnicas de las Sierras Negra, Mixteca y Zongolica.

La vida económica de Tehuacán ha sido activa desde hace muchos años. Había muchas familias ricas que vivían en dicho lugar y muchas de ellas relacionadas con españoles, lograron desarrollar un buen sistema económico y comercial. Los habitantes de Tehuacán trabajaban principalmente en la agricultura, el comercio y la industria.

Al iniciar el siglo XX Tehuacán ya contaba con establecimientos industriales, manufacturas elaboradas con palma, ixtle, alumbrado público, comunicación telefónica, línea de ferrocarril y la actividad agropecuaria seguía siendo la rama productiva más importante.

Tehuacán se distinguió por su producción de jarcería durante las tres primeras décadas del siglo pasado, para ser sustituida por la industria refresquera que tuvo su auge desde los años treinta y la producción avícola en los años cincuenta del mismo siglo; durante los años ochenta empezaron a proliferar la industria maquiladora de exportación que reestructuró el mercado laboral del valle y la población indígena se incorporó al trabajo industrial reconfigurando a las propias comunidades.

“Por ellos la ciudad de Tehuacán, tiene un muy alto dinamismo de urbanización, mientras que alrededor de ella existen municipios que por sus características siguen siendo considerados como zonas rurales. Entre estos municipios se encuentra Altepexi, Chilac, Zapotitlan Salinas”(Hernández de la Cruz, 2008, pág. 9).

Actualmente la ciudad de Tehuacán concentra el 48.7% de la población económicamente activa (PEA) de toda la región, junto con otros dos municipios localizados en el valle representan el 63%, es decir, en tan solo tres municipios de los veintiuno que conforman la región converge la riqueza generada por su población económicamente activa, ocasionando una desigual distribución del empleo productivo.

Este proceso de centralización y desigualdad se observa en otros rubros económicos y de servicios. Por ejemplo, Tehuacán y sus alrededores concentra el empleo del sector



Esta imagen muestra el mismo cuadro de la ciudad pero más detallado, muestra las calles y la ubicación del mercado “La Purísima”.

Cabe mencionar que los precios que se manejan en el interior de “La Purísima” son considerados por la gente que acude como muy bajos o baratos, ya que muchos vendedores son productores de su propia mercancía, por ello el precio puede ser rebajado sin tener pérdida alguna y es atractivo para los clientes que acuden al lugar.

También es común para aquellas personas que no cuentan con suficiente dinero el recurrir al trueque o al regateo. La manera en la que se encuentra distribuido, la forma en la que se extiende entre las calles, los productos que se comercializan como las chácharas³², los

³² Cualquier cosa común que no tiene mucha utilidad para algunos, o bien algo que se busca para un uso en específico, *por ejemplo una cafetera vieja.*

juguetes, los productos artesanales, los almacenes de ropa y zapatos, las garnachas³³ y la comida que se encuentran a lo largo lo caracterizan como un mercado.

Hay que considerar también otras características que se le atribuyen al mercado público, como el hecho de que este refiere a un tipo de mercado fijo o permanente que “constituyen grupos de locatarios o pequeños comerciantes agrupados en una instalación permanente construida por el gobierno y que están regulados por reglamentos oficiales y sometidos a un control y vigilancia estatales estrechos” (Rello & Sodi, 1989)³⁴.

Por otro lado, su duración, su calendarización tan específica y la mezcla de formas tradicionales y modernas de comercio aunado a la venta de objetos típicos de la región³⁵, lo posicionan como un mercado-tianguis. Considerando también que “el tianguis refiere a un tipo de mercado móvil que se instala algunos días a la semana vendiendo principalmente alimentos y todo tipo de productos básicos sobre todo frutas y legumbres, los precios son libres y flotan en el mercado”. (Rello & Sodi, 1989)³⁶, esto ya que el mercado no está toda la semana sino solo algunos días como miércoles o sábados.

Este mercado- tianguis posee características específicas que lo hacen ser diferentes de otros espacios comerciales como el supermercado o centro comercial, y puede notarse en características como:

- a) Los pagos se realizan entre comprador y vendedor en efectivo y al momento, aunque también existen préstamos de la mercancía principalmente con aquellos con los que se guarde relaciones de consanguineidad, relaciones de compadrazgo o de simple amistad; además se paga a cada vendedor con el que se adquiriera algún producto y no en cajas específicas, donde se hacen filas.
- b) Los productos son “despachados” por el mismo dueño, o su ayudante también conocido como “el chalan”.
- c) Los precios no son fijos sino que se puede dar el regateo, y no cobran IVA
- d) Los espacios se encuentran delimitados sin embargo las mercancías no están divididas por zonas es decir que se encuentran revueltas, no hay pasillos específicos para cada producto(Contreras Soto R. , 1989, págs. 15-16).

³³ Principalmente los churros, papas naturales fritas y chicharrines colocados en bolsitas y preparados con limos, sal y salsas diversas según los gustos.

³⁴Consultar file:///C:/Users/NEW/Downloads/25918-49060-1-PB%20(1).pdf

³⁵ Como los mandiles tejidos a mano, las canastas hechas de palma, entre otros.

³⁶ibíd

Además presenta un amplio “conjunto de tradiciones y de cambios culturales que “revelan el principal mecanismo económico de distribución [...] donde bien se puede estudiar allí la gente, los objetos materiales y también los valores y las costumbres exhibidos como en un efímero, dramático, museo del día” (Malinovsky & De la Fuente, 1957, pág. 18).

Por ello este mercado-tianguis se convierte en un medio a través del cual la sociedad popular de Tehuacán se integra al sistema capitalista, además de que forma parte de todas aquellas instituciones económico-sociales que reactivan la economía local o regional de Tehuacán, y que “aloja gran diversidad cultural y de clases sociales que convergen y se relacionan dentro del mercado”((Malinovsky & De la Fuente, 1957, pág. 19).

Siendo “La Purísima” un centro mercantil que está compuesto por microempresas en diferentes fases de desarrollo, según Plattner “existen dos tipos de centros mercantiles, los agrarios y urbanos, estos a su vez pueden ser fijos e itinerantes”, además son un escenario que se encuentra en constante movilidad y cambio, pues los giros que se manejan dentro del mismo varían drásticamente de un día a otro y dependiendo de las horas en el que se acuda, por ejemplo puede observarse en una zona la venta de elotes, al día siguiente en el mismo lugar un tianguis de carros y al siguiente día la venta de fruta y verdura.

Y es que, este centro mercantil urbano itinerante como lo denominaría Plattner en (Contreras Soto R. , 1989, pág. 14), no es otra cosa más que: “Un mercado que suele instalarse con cierta periodicidad de días, múltiples llegan a ellos desde el campo para vender sus productos agrícolas y comprar tanto bienes manufacturados como materias primas alimenticias procedentes de otras zonas”; además estos mercados son asimismo activos escenarios de integración social; ya que el mercado es el aspecto abstracto del proceso de mercadeo y plaza o tianguis el lugar de mercadeo y movimiento de gente y mercancías (Contreras Soto R. , 1989, pág. 19).

Es decir, no solo se limita a las actividades comerciales, sino que para muchos es un lugar de residencia, un espacio importante debido a que define buena parte de la cotidianidad y experiencia de los actores en un marco de multidiversidad ya que, tanto compradores como vendedores provienen de distintos lugares, por ello el mercado-tianguis es como dice (Massey,

2005)³⁷ “un espacio donde se posibilita la existencia de la multiplicidad y un punto donde coexisten diversas trayectorias”.

Se pueden observar también el conjunto de elementos físicos que lo distinguen como un mercado, como la diversidad de colores que proporciona la mercancía como la ropa, las frutas y verduras, así como también lo es la estructura de metal y lámina del techo y las lonas de algunos comercios, su construcción de paredes en bloc y tabique, piso de concreto³⁸ o adoquín, algunas calles que tienen otro uso principalmente para el paso de transporte pero que en días específicos se convierten en parte de ese espacio y, las jardineras o la calle propiedad de ayuntamiento.



Esta imagen muestra la diversidad de colores que ofrecen las lonas aunado a la fruta y la verdura expuesta en el puesto.

Por otro lado, se encuentran los espacios mercantiles asignados dentro el mercado-tianguis, los cuales se alquilan a comerciantes por un pequeño pago de piso dependiendo del

³⁷ Para mayor referencia sobre el texto y la propuesta de Massey, consultar <http://www.ub.edu/geocrit/b3w-1023.htm>

³⁸ Es la mezcla de cemento con piedra, grava y arena

tamaño del puesto, o bien que les son asignados según la situación, es decir; estos pueden ser concedidos para “eventos especiales” sin pasar por alto que se debe pagar su cuota correspondiente, ésta depende muchas veces del tiempo o la antigüedad que tenga el vendedor dentro del mercado-tianguis.

El costo del lugar varía, ya que no se aplica renta por m² sino por la cantidad y variedad de la mercancía ofrecida, cuota que es determinada por la Administración, tanto para los vendedores ambulantes que pagan de \$5.00 a \$10.00 dependiendo lo que lleguen a rayar³⁹ en el día, así como también los locatarios, los cuales pagan \$2.00 pesos diarios o \$60.00 pesos mensuales. El papel que tiene la Administración dentro del reparto de los espacio en el interior del mercado- tianguis es sustancial, ya que no solo tiene la función de vigilar dicho reparto sino también es encargado de evitar conflictos entre los vendedores y de poner al tanto a todas las personas que pudieran ser afectadas por un aumento de cuotas u otros movimientos administrativos, para ello se reúnen en asambleas con los 12 líderes de mercados o bien se convoca a juntas con los líderes de comerciantes dependiendo el caso.

Sin embargo, el espacio no se reduce a un simple constructo físico o reparto administrativo sino también es un lugar construido por actividades, memorias y prácticas; cada uno de los sujeto presentes en el mercado-tianguis crean un espacio social y simbólico dentro del mismo espacio, ya que las dinámicas que realizan así como los sujetos son diversos y por tanto poseen diferentes formas de expresar su cotidianidad; “El espacio es un cruce de móviles [...] el espacio sería un lugar lo que se vuelve palabra cuando es palabra [...] en suma, el espacio es un lugar practicado”(Certeau., 2003, pág. 462). Esta diversidad permite que el mercado-tianguis sea un espacio de reconocimiento, de diversidad étnica, un espacio de trabajo donde surge la competencia, el conflicto y el peligro; con cruce de movimientos y muchos tipos de uso que lo orientan, lo circunstancian, lo temporalizan y lo llevan a funcionar como una unidad de aproximación, de trato y acuerdo.

³⁹Expresión empleada para referir a las ganancias que obtienen en un día de venta.



La imagen muestra al mercado como un espacio con cruce constante de movimientos, prácticas diversas e interacción social constante.

Espacios del Mercado-tianguis

Los espacios del mercado-tianguis generan entre los vendedores un territorio, el cual es compartido por vecinos de la zona, su uso es principalmente público, se caracteriza por ser de libre acceso para todos los habitantes de la ciudad y de sus alrededores.

El uso de los espacios públicos se modula de forma variable según los grupos, por razones culturales, sociabilidad pública tradicional, característica del grupo entre otros, cumpliendo similares funciones para todos los grupos vecinos⁴⁰(Perez, 2008, pág. 369 y 374).

La relación en el mercado combina la proximidad física y la distancia relacional entre el vendedor y el comprador, incluso entre los mismos vendedores; es un espacio disputado por su localización relativa y su multiplicidad de actividades, y a pesar de que esta zona de la ciudad se encuentra convertida en área urbana, sigue conservando su uso habitacional.

Este mercado-tianguis presenta una constante movilidad tanto de mercancías como de personas misma que puede ser observada desde muy temprano; en su mayoría la gente que

⁴⁰Abastecimiento, encuentro, e inclusión en las redes vecinales pero de forma fragmentada

acude a “La Purísima” lleva una ruta marcada para realizar sus compras, se mueve de forma muy rápida en el traslado de un local a otro, sin embargo se toma el tiempo necesario para examinar tanto el puesto, al vendedor así como la mercancía y los precios que ofrecen.

También, tienen la posibilidad de cambiar de puesto si no encuentran lo que buscaban o los precios no le convencen y puede ir al puesto de al lado o el de enfrente ya que la mayor “parte del mercado consiste de 2 filas de puestos –una de cada lado del camino” (Malinovsky & De la Fuente, 1957, pág. 44).

Puede observarse también, que la mayor parte de los compradores se concentran en un lado del mercado-tianguis, a pesar de que éste es muy amplio. Geográficamente el mercado-tianguis “La Purísima”, se encuentra dividida en seis zonas⁴¹ que son identificadas por el tipo de mercancía o giros comerciales que se manejan en cada una.

- Carnes
- Ropa
- Frutas y verdura
- Flores
- Fondas
- Canchas

Mismas que por parte de los clientes poseen un rango de ubicación más extenso; ya que lo fragmentan en:

Carnes.

La cual refiere principalmente a la carnicería, pollerías y menudencias, o bien a todo aquello que pueda ser cocinado y que sea proveniente de animales.

- Carnicería donde pueden comprar bisteces, carne molida lomo, y todo tipo de cortes de cerdo o de res.
- Menudencias, donde pueden adquirir viseras, hígado, corazón, tripas, cueritos, pata.

⁴¹Sin contar las calles que se anexan en días de tianguis.

- Pollerías, en donde encuentran todo lo derivado del pollo, piernas, patitas, alas, cabezas, pechuga entre otras.

Flores

- Arreglos florales grandes de flores variadas como rosas, nubes, margaritas o bien aquellos que van dirigidos más hacia al tipo de arreglo funerario, o de centros de mesa para las fiestas que usualmente se colocan en recipientes de plástico blanco y panes de unicel verde.
- Los hierberos que no precisamente venden flores, pero son identificados por los amuletos que comercializan y los ramos de hierbas para las limpias.

Frutas y verduras

- Como su nombre lo menciona se comercializa frutas de temporada y verduras. Pero se identifican la zona de mayoreo y menudeo es decir, aquellos que venden por kilo, por medida o por pieza y aquellos que venden por cajas, por maletas y por tonelada.
- Uno de los lugares mejor identificados de fruta es el de los plátanos ya que es parte de un pasillo que se dedica a la venta del plátano pero lo que lo distingue es el color amarillo que a simple vista lo hace notar.

Área de DVD's y CD's

- Los cuales se encuentran establecidos a mitad de pasillo o en las esquinas y entradas del mercado, lo que los hacen ser ubicados sin dificultad son las pantallas que se encuentran reproduciendo fragmentos de películas de estreno, carteles elaborados a mano con leyendas como “3 x 15”. O por la música en alto volumen con música “más sonada”⁴².

⁴² Es muy común que los vendedores de CD's empleen este término para referir a las canciones y artistas de éxito en el momento.

Ropa

- También identificada por ropa nueva de adulto o bebés
- Ropa usada
- Ropa interior
- También la venta de los zapatos la cual es una prenda más en la vestimenta se encuentra dentro de esta zona.

Abarrotes

- Son todas aquellas tiendas grandes o pequeñas, se identifican principalmente por su estructura física en donde se pueden encontrar semillas, azúcar, chiles.
- Aunque también se localizan las misceláneas, tiendas de papas y dulces de marcas reconocidas como Sabritas, coca-cola, bonafón, ciel, sonrics entre otros.

Canchas

- Las cuales presentan doble uso, por un lado en días de tianguis es utilizada para la venta de frutas y verduras, los días domingos por lo general es recurrido por los jóvenes para divertirse jugando basquetboll, y algunas veces es también usado como estacionamiento de vendedores para descargar su mercancía.

Lo usado

- Que es todo tipo herramientas, celulares, utensilios usados y viejos que son puestos en venta a un precio muy económicos.

Por la observación y algunos comentarios, se puede identificar la existencia de una zona más dentro de estas, que no estaba marcada geográficamente pero que por su importancia y el reconocimiento que tiene para las personas que acuden al mercado se le ha asignado un lugar específico y es el área de los eloteros, que abarca una calle completa y se distingue por las camionetas, la gente, el olor y las hojas del elote que se encuentran tiradas.

Este espacio es visitado principalmente por compradores que van de paso al mercado pero también por clientes específicos como vendedores de tamales y elotes preparados, por mencionar algunos.

Es importante saber y conocer esta distribución puesto que los mercados por lo general son construidos respetando ciertas características, sin embargo se idealiza la distribución que tendrán los vendedores; lo cierto es que al momento de instalarse y vivir los días de mercado la distribución es distinta.

Esta descripción etnográfica da cuenta de que si bien existe una estructura física en “La Purísima” existe una distribución espacial distinta para los compradores y vendedores. Los espacios que interesan en la presente investigación son los espacios maiceros, aquellos lugares donde el maíz es el objeto más importante en la constitución del espacio como en la reconfiguración de las mismas relaciones, al mismo tiempo que ver y conocer que no solo existe un lugar maiceros sino que existen más de uno, que son diferentes en espacio y diverso en relaciones y sujetos es fundamental.

Espacios Maiceros

Los espacios maiceros dentro del mercado-tianguis “La Purísima”, pueden identificarse lugares en donde el maíz es un elemento estructurante, su multiplicidad de formas, de significaciones y su presencia son diversas.



La imagen muestra el maíz en sus diferentes formas, como huitlacoche, elote, pinole y grano o mazorca.

Éste se presenta en forma de elote, grano como maíz palomero, pozolero o maíz quebrado, también tamales, atole o totillas. Todo esto en lugares específicos como los son el área de los eloteros, el campo, el puesto movable o carrito de los elotes, puestos establecidos dedicados a la venta de semillas o verduras, tortillerías y con vendedoras ambulantes.

Es importante valorar la funcionalidad y la pertenencia del espacio en las prácticas maiceras específicas, ya que en éste se entretajan una serie de elementos de índole cultural, social, política, económica e histórica necesarias para la construcción y percepción de este espacio en particular.

a) Zona de Eloteros

Uno de los lugares de presencia del maíz es el área de los eloteros, en donde el maíz se hace presente en forma de elote; éste elote posee dos presentaciones “el criollo o natural” y el “híbrido”, éstas son diferenciadas por su tamaño, forma, la alineación de los granos, color de las mazorcas y por el color de las hojas.

El área de los eloteros se encuentra ubicada en la calle Josefa Ortiz de Domínguez entre 11 Sur y calle “La Purísima”. Es una calle donde se encuentran situados alrededor de 20 camionetas repletas de elotes, los comerciantes en su mayoría son hombres, aunque hay algunos en los que se encuentra la familia completa (incluyendo niños).

Algunos de los vendedores de maíz sino es que la mayoría o todos, tienen terreno propio, el trabajo que se realiza desde el campo hasta el lugar de venta es dividido entre los integrantes de la familia, principalmente con los hijos.

El sembrar maíz no es cosa fácil y mucho menos es algo que convenga económicamente ya que para sembrar se necesita invertir mucho dinero y muchas veces las pérdidas son mayores a las ganancias. Para poder sembrar el elote criollo se necesita hacer una inversión de \$500.00 pesos por costal y solo hay de 2 a 3 siembras por año, mientras que el elote híbrido da de 3 a 4 cosechas por año y el costal tiene un costo de \$2000.00 pesos.



Imagen que muestra las camionetas de los eloteros, situados en la calle Josefa Ortiz de Domínguez, se puede observar que en la primera camioneta el señor está seleccionando el elote para posteriormente separarlo del más maduro, mientras que en la camioneta de junto está realizando una venta, la señora de mandil azul está seleccionando la mercancía que le pidieron mientras el joven que está en la camioneta está pasando los elotes que considera que están “buenos” y la señora compradora acomoda sus elotes en la maleta que se llevara.

Principalmente venden lo que traen de su propia cosecha aunque cuando no hay cosecha compran a otras personas para revenderlo, el elote que se llega a quedar lo traen al día siguiente para poder venderlo y no quedarse con nada que produzca pérdida, pero cuando la venta es muy baja y no llegan a ofrecer todo el elote simplemente dejan que se eche a perder o lo ponen al sol para que se haga maíz y puedan reutilizarlo en otra cosa.

Es muy poco conveniente para los eloteros generar pérdidas puesto que si la camioneta no es propia deben de pagar flete el cual les cuesta \$300.00 pesos, además deben pagar la ayuda de los trabajadores en el campo a ellos se les paga \$70.00 pesos por trabajar de 6 de la mañana a 6 de tarde y muchas veces ni para eso les alcanza.

Es un trabajo que no deja mucha riqueza, que realizan más que por gusto por necesidad de llevar un pan a su familia es un trabajo en el que hay que arriesgar mucho y correr el riesgo de perder aún más, sobre todo en tiempos de heladas donde por lo general siempre se

declarapérdida total de las cosechas. Sin embargo puede observarse que la capacidad de generar y controlar excedentes de maíz influyen en las relaciones de poder como se menciona en (Esteva & Marielle, 2003, pág. 274).

Por otra parte, el puesto de venta varía dependiendo el día, los días martes y los jueves se encuentran en una de las calles aledañas al mercado, y solo algunos aunque muy pocos puestos al interior del mercado “La Purísima”, los sábados a espaldas de la Administración y los días domingos junto al tianguis de autos, este asentamiento por calendarización comenzó aproximadamente hace 7 o 9 años comenta el secretario de la Administración don Gustavo.



Área de los elotereros ubicados en el interior del mercado “La Purísima”, puestos que solo se encuentran los días entre semana específicamente los días miércoles.

“El mercado de maíz —que invariablemente es el más animado—se vende medida tras medida. Uno distingue entre las muy pequeñas cantidades exhibidas por algunos vendedores y el puesto grande obviamente manejado por un regatón (revendedor)”(Malinovsky & De la Fuente, 1957, pág. 46).

En esta área la comercialización de los elotes es variada, además de que se deja ver diversidad de redes de comercialización y de intercambio de bienes. Por otro lado, esta área también es un espacio multiétnico y multirelacional, ya que se hace presente la diversidad de

actores sociales, tanto hombres como mujeres que conviven y comparten un espacio en común pero que desarrollan prácticas diferentes, razón por la cual estos actores pueden ser clasificados en tres categorías económicas como: vendedores, compradores, y prestadores de servicios⁴³.

A pesar de que en esta área los trabajos están sumamente divididos y diferenciados por roles de género no se puede definir como tal si se trata de un espacio femenino o masculino sino más bien es un espacio mixto; ya que la presencia de los hombres juega un papel fundamental dentro de éste lugar al igual que el de las mujeres, cabe mencionar que la presencia de compradoras es mucho mayor a la de los compradores, por el contrario al referirme al área de los eloteros como un lugar de comercio pareciera que éste se trasfigura convirtiéndose en un espacio masculino ya que la presencia de vendedoras es escasa, en este caso puede observarse que “el espacio no es un reflejo de la sociedad es su expresión, es la sociedad misma se trata de un producto material en relación con otro producto material que son los que participan en determinadas relaciones sociales y se encargan de darle un espacio una forma, función y un significado social” (Susser, 2001)⁴⁴.

La venta

Por lo general, el maíz se vende por docena o por bolsita, así le llaman a la canasta más pequeño, hay algunos eloteros que llegan a vender a peso y hasta a centavo la pieza, pero cuando se trata de la venta al mayoreo, en lugar de piezas venden comercializan el maíz llenando canastos grandes, también llamados “maletas” en las cuales caben aproximadamente entre 150 y 200 piezas de elote con todo y cascara.

La venta del elote también pasa por varias etapas, primero el comerciante ofrece el elote y expone el precio en el que lo ofrece, posteriormente los compradores, explican al encargado para que vana utilizar el elote —algún guisado, un caldo, para tamales etc.—, así el vendedor sabrá el punto en el que debe estar el elote —si maduro o tierno—y así poder dárselo. 2ºel elotero selecciona los elotes, lo muestra a la señora y se lo entrega para que lo

⁴³Estos sujetos serán desarrollados en el siguiente apartado denominado como *Sujeto Sociales y sus prácticas*”.

⁴⁴ Para profundizar y tener mayor referencia acerca de estas temáticas sobre el espacio, consultar la página web <http://books.google.com.mx/books?id=1uGIqtmzUVgC&pg=PA244&lpg=PA244&dq=Susser,+La+Sociologia+Urbana+de+Manuel+Castells.++2001&source=bl&ots=g6SmCRkVD5&sig=FsK5MkiUQJqGNFrPXsaeW8LeXxI&hl=es&sa=X&ei=C9xKVMygKeXC8QHv2YFw&ved=0CC8Q6AEwAw#v=onepage&q&f=false>

revise. 3º la señora lo toca, lo pica en algún grano y si le gusta lo acepta y lo pone en la canasta o en su bolsa del mercado y si no le gusta lo regresa y el elotero le ofrece otro. Una de las dinámicas comunes dentro de este espacio es “La selección de mercancía”.

Selección de mercancías

Los compradores, en su mayoría son mujeres, mismas que pueden elegir y seleccionar los productos dependiendo la calidad de cada uno.

Para esta selección existen varios elementos que son considerados, en primera instancia se encuentra el tamaño del elote y del grano, por otro lado el color, que es la primera muestra de que la pieza está madura; también se encuentra el tipo de elote si es criollo o es híbrido, sin embargo la gente no conoce cual es cada uno, ni las diferencias existentes entre los mismos a excepción de los mismos vendedores o personas que están en contacto diario con él y ya lo tienen identificado.

El elote criollo, tiene las hojas color verde intenso parecido al color del pasto, es largo y a su vez ancho o “gordito”, el diente o grano es “carnoso” con poca leche al interior y el “pelito” es color café; el color del grano puede ser rojo, morado, azul o su color común “cremita”.

Mientras que el elote híbrido tienen las hojas color verde claro, su apariencia parece deslavada, es largo y delgado, el diente a diferencia del criollo no es carnoso y tiene mucha leche en su interior y el pelo es color dorado a veces amarillo y el color del grano es cremita.

Dentro de la selección, lo más importante y más común entre las compradoras es observar la textura de la mazorca, ya que el estar muy duro o si se rompe con facilidad es muestra de que el elote “está tiernito”, ésta selección puede variar según el uso que se le vaya a dar al maíz; si se buscan piezas para elaborar atole o tamales se requiere que el elote se encuentre más “macizo”, jiloteado o “viejo” es decir, que su mazorca este dura ya que eso permite que la masa no se “cuarte” o que no se parta al momento de prepararlo.

Además del proceso de selección se pueden observar diversas dinámicas económicas redituables a partir del uso de la moneda como lo es la venta de los elotes, pero a su vez dinámicas de consumo de bienes por prestación de servicios; con ello me refiero a aquellas

mujeres que prestan su mano de obra para la “pela”⁴⁵ de elotes, y su paga no se hace de forma monetaria, sino más bien el pago por su servicio se da en especie, ya que se quedan con las hojas de tamal “totomoxtle” o el olote⁴⁶, es decir esta zona no solo se limita a ser un de interacción monetaria sino que se vuelve también un espacio de intercambio de mano de obra por especie e intercambio de conocimiento, debido a que en la zona de los elotereros se genera conocimiento, entre vendedores y sus esposas con los clientes que realizan sus compras en ese lugar.

Este momento, al que denomino como de “intercambio de conocimiento” se crea al momento de entablar comunicación para comentar recetas de cocina, o en muchos casos tips (por llamarlo de algún modo) referentes al estado en el que se encuentra el elote — tierno, macizo, etc. — y de cómo saben los vendedores identificar aquellos que cumplan con características específicas para determinado uso, llámese atole, tamales o guisados caseros.

Medidas y determinación de precios

El área de los elotereros no solo es un complejo de productos especializados sino también se hacen presentes otros elementos compartidos como los precios a mayoreo o menudeo y las medidas que se manejan en esta área son bien identificadas tanto por los vendedores, como por los diableros que ayudan a transportar la mercancía así como también por los sujetos que acuden a comprar; estas medidas son:

- Las maletas, es una especie de canasta de forma ovalada hecha de carrizo, aproximadamente mide 1 metro de altura por 60cm de diámetro, esta ayuda a transportar grandes cantidades de elote entero.

También se encuentran:

- La tonelada
- La tara

⁴⁵ Así denominan las mujeres a la actividad de pelar o retirar el totomoxtle o la hoja al elote

⁴⁶ Este lo adquieren en puestos pequeños en donde desgranar el elote para formar bolsitas de granos para las sopas o en combinación con verduras, que en su mayoría es empleado para los caldos. En el área de los elotereros son pocas las camionetas en donde se puede encontrar el olote, ya que estos se dedican a la venta de elote entero.

- La docena, que como su nombre lo indica es la venta de 12 piezas de elote que presentan similares características, como la madurez y el tamaño.
- La bolsita, es la canasta más pequeña.



La imagen muestra la “maleta” con los elotes que acaban de ser comprados.

Junto a las medidas vienen aunados los precios que varían si es a mayoreo o menudeo, en la cual es determinada principalmente el tamaño de la pieza, sin embargo también depende de la cosecha de la temporada, aunque es un factor que pareciera externo a la venta tiene mucha relación, pues si la cosecha fue buena o mala repercute en la cantidad de piezas con las que se cuenta y los precios que se manejarán en promedio, aunque por lo general se manejan de la siguiente manera:

- El elote grande se vende a \$1.20.
- El elote mediano de \$0.60 a \$0.80 la pieza
- Elote pequeño de \$0.50 la pieza.

b) El Puestecito

El puestecito es un espacio pequeño ya establecido que está delimitado según las medidas que establece la Administración del mercado, estos puestecitos están dedicados a la venta de semillas, se muestra el maíz en tres tipos diferentes que son el palomero, el pozolero y el quebrado, pero a su vez estos se dividen en:

Maíz negro o azul, el cual se utiliza principalmente para hacer atole de maíz, pipián, champurrado y pinole, también sirve para alimentar a pollos y puercos, y para la elaboración de tortillas, por lo general hechas a mano aunque algunas veces también es empleado en las tortillerías. La venta de este maíz se da por kilo con un costo de \$6.00 kg, y por bulto o costal con valor aproximado de \$300.00 pesos.

El maíz blanco, es empleado principalmente para elaborar tortillas y masa para preparar tamales. El proceso de obtención del maíz pasa por tres etapas:

1. La recolección utilizando maquinaria pesada el cual les permite obtener 2 toneladas/hora.
2. Secado de las “mazorquitas”, para su posterior desgrane
3. El desgrane a mano con ayuda de un cuchillo y empleando los dedos de la mano, este

Al mismo tiempo el desgrane, se encuentra dividido en dos selecciones:

- Desgrane de mazorca, en la que se observa que el elote venga completo, los granos estén bien formados y de buen tamaño. Por la dureza que presentan los dientes de elote el desgrane se realiza con los dedos de la mano, la forma correcta es poner el elote con la punta hacia afuera y empujando los granos hacia el lado contrario de su nacimiento.
- El desgrane para formar bolsitas de elote para caldos, esquites y otros alimentos, en ésta el elote viene con el grano muy pequeño y blando o tiene partes en donde “no hay elotito”. Este requiere ser pelado con ayuda de cuchillo ya que la fuerza y presión de los dedos es muy duro para intentar extraer el grano porque lo truena.

Estas semillas tienen sus precios determinados dependiendo el trabajo requerido para su extracción, su costo por bulto es de \$225.00, cada bulto contiene 50 kg y es traído de Tlacotepec de Juárez, en este sitio los productores son los mismos que lo cosechan y lo

desgranar para posteriormente venderlo, aproximadamente por hectárea obtienen 8 toneladas, también las semillas se venden por mayoreo y se encuentran divididas en dos secciones: el criollo y el híbrido; el elote criollo por su facilidad para pelar, presenta un costo de \$2300 el bulto de semilla aunque por lo general el criollo se vende por litro ya que 5 litros cuesta alrededor de \$50.00 o \$60.00 pesos.

c) El molino

Los molinos tienen gran importancia histórica dentro del valle de México, ya que gracias a las abundantes corrientes de agua, pudieron instaurarse los molinos hidráulicos. “La tecnología de los molinos traída por los conquistadores, fue el molino medieval utilizado en España, los cuales tuvieron modificaciones hasta el siglo XIX” (Gerardo, 2011)⁴⁷.

Muchos especialistas hablan acerca “de la importancia del motor hidráulico en la molienda de granos y su adaptación para la realización de otro tipo de actividades, ya que como lo señala Sigaut (1986), fue la primera máquina movida por una energía diferente a la humana o de animales, y la única por más de mil años”⁴⁸, por otra parte también “hay estudios sobre el impacto económico y social de los molinos de trigo, a pesar de que para el siglo XIX es considerada como una de las agroindustrias más importantes”⁴⁹ Uno de los principales problemas al referir a los molinos es que existen muy pocas fuentes y escasas “reflexiones sobre la organización y funcionamiento de los molinos de trigo”⁵⁰.

Esto es relevante ya que el molino es uno de los lugares cuya importancia e identificación radica y gira en torno al maíz, que como ya se mencionó con anterioridad es el cereal básico en la dieta mexicana.

Al igual que otras áreas maiceras los molinos presentan diversidad de prácticas que se encuentran bien definidos por género, una de las cualidades que poseen es que son un espacio fundamental en la vida y transformación del maíz, ya que en él se realizan procesos como la conversión de maíz a pinole, a masa y molienda, pero no solo presenta cambio físico de polvo o masa, sino también se somete al cambio de color, un ejemplo de ellos es la que se da en la

⁴⁷ Consultar la página de Historia de la Tecnología y molinos de trigo en <http://educa.upn.mx/hemeroteca/tech-mainmenu-30/219-num-06/367-historia-de-la-tecnologia-y-molinos-de-trigo->

⁴⁸ *Ibíd.*

⁴⁹ *Ibíd.*

⁵⁰ *ibíd.*

preparación del pinole de chocolate que es de color gris oscuro o café, o también colores bien identificados como lo es el color rosa o rojizo el cual se utiliza principalmente para la elaboración de tamales de dulce.

Otro rasgo de los molinos es que poseen estructuras físicas similares aunque por lo general son de distintos dueños; por otro lado, es un lugar laboral que representa únicamente trabajo y salario para aquellas personas que están en su interior.

Otros elementos que siempre están presentes en este lugar, son las máquinas de gran tamaño, hechas de acero inoxidable y que cumplen una función específica; entre ellos se encuentran los molinos de discos, la máquina de turbinas, las lavadoras, los cernidores y las batidoras. Aunque algunas hacen funciones que parecieran muy simples y sin importancia, su ausencia podría transformar completamente las dinámicas internas existentes en este espacio y dentro de los mismos productos.

La máquina de discos, tiene como función primordial moler todo tipo de especias como clavo, comino, laurel, tomillo, orégano, maíz para tamal, también es utilizado para la molienda de chile seco, mojado, en pasta, aguados o en polvo.

Esta máquina tiene una entrada, que se encuentra en la parte superior, es de forma de charola rectangular y plana, en donde se colocan las especias o aquello que se pretende moler es un tipo embudo donde se vierte los granos de maíz, debajo de ese embudo-cuadrado y vienen uno de forma circular más pequeño que es donde cae poco a poco el maíz.

Al frente de la maquina hay una lámina de acero inoxidable en forma cónica, en su interior hay una turbina filosa en forma de rueda que gira todo el tiempo , es el triturador, los dientes que tiene se encuentran finamente unidos por lo que los granos no quedan ni enteros, ni grandes sino que sale fino en forma de masa que parte y avienta lo que va cayendo y se va formando, también en frente de este cono se encuentra situado un tipo arco para que no salpique al molerse el grano.



Máquina de turbinas para llevar a cabo la molienda de ingredientes como el maíz.

Después de que se vierte el maíz en el primer embudo y pasa de poco al segundo, va chocando con las navajas de la trituradora y la señora que va a moler con la mano en forma de concha va juntando todo lo que se pega en el arco, “debe de ser muy cuidadosa al introducir la mano pues el acercarse un poco a las navajas podría ocasionar la pérdida de un dedo, o en caso extremo hasta la mano y la cabeza debe de estar lo más lejos posible de la máquina y más si la persona, en especial las mujeres tienen el pelo largo pues se podría atorar jalándola hacia el interior o podría arrancarle el cuero cabelludo, nunca ha pasado pero hay que tomar precauciones”⁵¹.

En la máquina de turbinas, se prepara todo tipo de polvo para tamal, atole, polvo de especias, mole en polvo, pero a esta no se le puede agregar nada de agua todo debe de ser seco.

⁵¹ Comentario de un trabajador del molino, nombre Anónimo

Por su parte las lavadoras, sirve para lavar el maíz; mientras que los cernidores son una especie de coladera con ranuras muy pequeñas que se utiliza para quitar alguna piedrita, u otros objetos del polvo de maíz para hacerlo más fino y que quede más limpio, mientras que las batidoras solo baten solo masa para tamal.



Lavadora de maíz, el plato que se encuentra sobre la lavadora muestra el grano limpio o ya lavado, que a comparación del que esta al interior de la maquina se ve blanquecino y no amarillo.

La nixtamalización

Dentro del molino se da un proceso muy importante en la vida del maíz, denominada “Nixtamalización”, la cual proviene “del náhuatl *nixtli*, cenizas, y *tamalli*, masa, el proceso de nixtamalización se ha transmitido de generación en generación en Mesoamérica, y todavía se utiliza como en tiempos prehispánicos” (Paredes López, Guevara Lara, & Bello Pérez, 2008, pág. 63).

Este proceso sigue la siguiente secuencia:

- Primero se coloca cal y maíz y se cuece aproximadamente una hora y se deja remojando medio día.
- Después una vez que ya se ablando el grano se le retira el agua que ahora ya está concentrada.
- Posteriormente, se lava con agua limpia para quitar todos los residuos extraños.
- Por último, una vez que ya está limpio y blando está listo para moler y así hacer la masa.

Productos

No hay que dejar de lado que así como las maquinas son muy diversas también dentro del molino se identifican variados tipos de preparación, procesos y usos del maíz , por ejemplo la elaboración de polvo para tamales, pinole, grano para atole.

Uno de los productos que se derivan del maíz, es el pinole junto con la masa para tamal es el producto principal de venta en el molino solo existe de un tipo, su preparación consiste con azúcar, canela, naranja, y un poco de anís, se muele y se tuesta el maíz y queda el pinole, este es el principal producto de consumo de los “tamaleros”, pero además es importante resaltar que es un mismo polvo pero puede ser combinado con colorantes o especias lo que conlleva un diferente uso, y sabor, por ejemplo si se mezcla con cacao puede utilizarse para champurrados⁵².

⁵²Este se prepara con el maíz tostado, la masa batida para los tamales, se muele el maíz y se hace la batida para los tamales la cual tiene un precio de \$1.50 kg.



Pinole en sus diferentes sabores, maíz natural, maíz azul, combinado con chocolate.

Otro producto son las masas, la cual tiene la misma apariencia, color y textura pero se diferencia por los ingredientes con la que se encuentra elaborada. La masa se divide en dos tipos, por un lado se encuentra la masa de tamal y por otro la masa para atole.

- La masa para tamal: Es polvo de maíz lavado y molido, la base para tamal debe ser nixtamal y debe ponerse como el de tortilla, se pone se cuece, se lava y luego se muele.
- La masa para atole: Es maíz molido, este solo se lava y se muele.

Gracias a estos productos y su introducción en dinámicas de consumo cotidiano, la frecuencia con la que la gente acude al molino, pero además su contacto con el maíz en sus diversas presentaciones, le han dotado al molino y otros espacios maiceros la importancia suficiente para permanecer pese al paso de los años, aunque de forma escasa dentro de las ciudades y algunos pueblos.

Los actores que sin duda son las que acuden con más frecuencia al molino “son las mujeres mayores de edad, estas señoras más que ir a moler para sacar masa, vienen a moler

otro tipo de productos más que solo chocolate o maíz, luego traen chiles para hacer su pasta para el mole casero, o luego vienen solo a comprar el pinole”⁵³.

Sin duda el molino⁵⁴ es un espacio en donde el maíz es parte fundamental, es un espacio en donde la sociabilidad y la creación de narrativas se hacen presentes a cada instante pues también es un lugar de chisme, “luego solo vienen a chismear de sus problemas de la casa o con el marido y los hijos”, además es un espacio re-configurador de representaciones sociales maiceras⁵⁵.

d) La tortillería

Al igual que el molino, la tortillería es un espacio que no está apartado del maíz sino por el contrario todas las actividades que se realizan en su interior son en base a este elemento, además tiene la cualidad de ser un espacio femenino, ya que en su mayoría las empleadas son principalmente mujeres y aunque también hay presencia de hombres (aunque en menor medida), el papel que desempeña la mujer dentro de este lugar posee mayor importancia por el contacto y el manejo que tiene con el maíz.

La tortillería también cumple un papel multifuncional ya que no solo se dedica a la venta de las tortillas, sino también de chicharrines, papitas y totopos caseros para la comida, en algunos casos.

En este espacio puede encontrarse un sistema de productos bien identificado este se encuentra dividido en: tortilla grande de consumo hogareño, tortilla de tostadas, tortillas para chalupas, totopos, tortillas para taquitos, tortilla para memelas y las quesadillas.

⁵³ Comentario del señor “Anónimo” empleado del molino

⁵⁴ Algunos Historiadores y Antropólogos han creado una rama particular de estudio del molino denominado molinología⁵⁴; y su importancia es tal que puede verse reflejada primero en que no solo tienen un lugar determinado, sino que otros espacios donde se desarrollan practicas maiceras lo introducen como un objeto importante y fundamental en sus prácticas, como lo es la tortillería.

⁵⁵Se explica en el apartado de “Representaciones Sociales del Maíz”



Tortillería preparando la masa para la elaboración de tortillas, imagen extraída de <http://www.jornada.unam.mx/2009/02/28/politica/013n1pol>.

Con el paso de los años la importancia de tortillería ha disminuido, al principio su importancia radicaba en los beneficios que las tortillas podían brindarle a las personas por lo que la tortilla natural era más vendida para consumo hogareño, sin embargo por su elevado costo la gente prefiere unas tortillas económicas que dicen tener los mismos beneficios que son las elaboradas con productos Maseca, que para algunos consumidores “su nombre lo dice, es más seca y no trae ningún beneficio”⁵⁶. Su alto consumo no es por el sabor o las propiedades que posee sino porque “son más baratas y rinde para más”, aunado a ello, también las panaderías le han restado importancia a estos espacios maiceros.

Dentro de la tortillería se comercializa la masa y la tortilla industrial o de máquina en sus dos presentaciones.

- Tortilla chalupera: son tortillas pequeñas, aproximadamente de unos 10 cm de diámetro, los días de mayor venta es en días de feria o en fiestas patrias como el mes de Septiembre.

⁵⁶ Comentario anónimo de una clienta de la tortillería.

- Tortilla normal de consumo doméstico, que poseen un diámetro de 25cm, su preparación y comercialización es diaria, todo el año presenta un índice alto de consumo, pero existe un pequeño incremento en fechas de primeras comuniones y confirmaciones.

Y finalmente se encuentra la masa la cual pasa por el mismo proceso de elaboración principal de las tortillas con excepción de que no es sometido al corte y al calentado a temperatura alta.

Dentro de la tortillería, existen personas tanto hombres como mujeres que se encuentran interesadas en laborar en este espacio a pesar de que: “No son fáciles ni gratas las condiciones de trabajo de los obreros y obreras, se tiene un horario de trabajo apretado y ningún día de descanso en la semana; las tortillas se consumen diariamente y deben producirse a diario también”(Novelo & Garcia, 1988, pág. 51).

Por esta razón es posible observar una división de trabajo bien establecida en la mayoría de los trabajadores. Las mujeres son encargadas de la elaboración de masa, recolección de tortillas después del proceso de calentado y de la atención a los clientes que de la misma manera por lo general son mujeres o niños; por otro lado se encuentran los hombres mismos que son empleados principalmente para trabajo duro como lo es la carga de los costales de maíz y el vaciado de la mezcla en las respectivas maquinas que contienen granos de maíz, agua, sal y cal en proporciones variadas.

La tortillería también cumple un papel multifuncional ya que no solo se dedica a la venta de las tortillas, sino también de chicharrines, papitas y totopos caseros para la comida., algunas tortillerías tienen un cuarto en el cual se encuentran colocadas los costales de maíz, uno encima de otro, los tienen que acomodar bien porque si los dejan todos aventados por la humedad del cuarto los granos se ponen verdes, cuestan trabajo de preparar y la masa de las tortillas se hacen masudas⁵⁷, pero además de colocarlas de este modo por higiene también es por falta de espacio.

Existen otras tortillerías en las que se exponen los costales de maíz al público, el cual no presenta ningún problema, por el contrario pareciera ser un atractivo, sobre todo para los

⁵⁷ Este término, lo emplean para referir a que la masa tiene un aspecto chicloso, que se pega en las manos, recipientes o sobre el lugar donde se esté trabajando como la mesa, y al prepararse algún alimento tiende a quedar crudo.

niños ya que llegan preguntando ¿qué es? y si es con eso con lo que se preparan las tortillas, además en algunas ocasiones las personas tienen la oportunidad de observar cómo se selecciona, ablanda y muele el maíz para ser procesado, cortado en el respectivo tamaño y calentadas para su posterior consumo.

e) El puesto de gorditas

Estos puestos pequeños están ubicados por lo general en las esquinas de las calles, en puntos estratégicos, en donde el paso de la gente es constante, por ejemplo: la esquina de la terminal de camiones de AU en la ciudad de Tehuacán.



Se puede observar a las vendedoras del puesto de gorditas y taquitos laborando juntas y a las personas consumiendo en ambos puestos.

Lo que se puede notar es que estos puestos de gorditas se constituyen físicamente por una lonita ubicada debajo del techo de una casa con apenas un comal y una mesita para poner las especias y lo necesario para la elaboración del alimento; aunque muchas veces únicamente colocan el puesto en la esquina, sin ninguna lona que les cubra del sol o bien sin cartones alrededor del mismo puesto, solo adaptan sillas para colocar las maletas donde llevan los

ingredientes, para que en la mesa puedan comer las personas. Estos puestos ofrecen alimentos preparados principalmente con:

- Manteca
- Queso
- Quesillo
- La masa
- Las salsas roja y verde
- Cebolla
- Chiles
- Champiñones
- Flor de calabaza

Todo esto cubierto alrededor con un cartón para que al pasar los carros no les caiga basura o polvo, o bien colocan la tapa en los topers correspondientes, y debajo de la mesa se encuentra la caja de refrescos. El puesto de gorditas tiene un tiempo para todo como:

- Hacer la bola de masa
- Hacer la tortilla, ésta debe quedar de forma ovalada para las memelas, largas para las quesadillas y redondas si son para tortillas.

Preparar los ingredientes que va desde:

1. Picada de la cebolla
2. El desojar el epazote
3. Romper el chicharrón
4. Desmenuzar el quesillo
5. Freír los champiñones pero todo esto sin perder de vista lo que se está cocinando en el comal.

En este puesto de gorditas resaltan dos sujetos esenciales para la conformación de este espacio, el modo de preparar los alimentos cambiaba entre la señora y su ayudante, ya que los ingredientes son colocados de distinta forma e incluso la cantidad de ellos son desiguales, aunado a esto el modo de ingerir dichos alimentos por parte de los consumidores es muy diversa.

f) Las Coapeñas

Coapeñas es la denominación que se les da a las mujeres de Coapan⁵⁸ que venden tortillas al interior del mercado.

Para llegar al puesto de venta, hay un taxi que va a recogerlas y las lleva hasta donde el puesto se va a instalar, acomodan todos los artículos y todo el día están paradas. Ellas se encuentran en grandes grupos colocadas sobre la acera de la calle se dedican principalmente a la venta de tacos, tostadas, enchiladas de salsa de ajillo y de mole, la tortilla se sumerge en la salsa.



Coapeñas vendiendo al interior del mercado “La Purísima”, por lo general se encuentran cerca de algún puesto de comida por si alguien quiere alguna tortilla para acompañar su guisado o por si al encargado del puesto se le terminan las tortillas.

⁵⁸ Santa María Coapan es una población perteneciente al municipio de Tehuacán, en el Estado de Puebla, es muy conocido, porque las mujeres se dedican a la preparación de las tortillas y de antojitos mexicanos, que son las tostadas, tacos dorados, tacos de pollo, memelitas, atole, champurrado y todo esto lo venden en Tehuacán que es la ciudad más cercana a su comunidad, sus tortillas las cargan en su espalda en un rebozo. Los hombres se dedican a la agricultura, como sembrar su maíz y frijol, aunque algunos otros trabajan en albañilería que es la construcción de casas.

Existe una buena distribución de espacios, un lugar definido, y respeto por el mismo, las coapeñas deben respetar la propiedad de la otra, es decir si algún día faltan no se pierde dicho lugar, ni tampoco se instala un sustituto sino que el espacio queda vacío hasta que la persona regrese con su respectivo puesto.

La división de sus lugares se reafirma con la colocación de rejas de refrescos en el suelo, estos deben estar alineados (todos derechos) si uno está mal colocado entonces el espacio está mal distribuido y puede ser motivo de conflicto.

Algunos productos que las coapeñas elaboran con el maíz: Atole de granillo que a diferencia del atole normal, este tiene pedazos de maíz trozado los cuales puedes ir masticando al beberlo; y los tamales.

El maíz se presenta también como tortillas y masa, las tortillas aunque son producto derivado del maíz son susceptibles a ser clasificado en dos categorías como, las tortillas manufacturadas y esta a su vez puede ser clasificada en otra sub categoría a partir de su forma, tamaño, sus usos y su vendedor.

En este espacio el maíz es un producto y un elemento de suma importancia, ya que se utiliza para tortillas pero al mismo tiempo puede ser alimento para los animales.

No solo se emplea maíz blanco sino también el maíz azul con el cual se prepara:

- Las empanadas de champiñón
- Huitlacoche, también conocido como “Elocoche”
- Tlales (es como carne tostada de cerdo) principalmente los venden dentro de “La Purísima”.

Existen dos turnos para las coapeñas, desde las 7:00am hasta la 2:00pm y de las 2:00 pm hasta las 9:00pm; cabe mencionar que las coapeñas que se encuentran instaladas en el turno vespertino en su mayoría son familiares, primas y tías, mientras las mujeres llevan a cabo esta actividad, los hombres de Coapan están principalmente dedicados a la albañilería.



Grupo de coapeñas ubicadas en la calle, solo puede apreciarse una mínima cantidad de vendedoras ya que, son las últimas que quedan terminando sus ventas del primer grupo.

Al comenzar su día ellas se trasladan al molino, pican la lechuga, el cilantro, la cebolla, el bistec se pone a freír, la cabeza a hervir, también el frijol se pone a hervir se pasa en el molinillo y se sirve, se pican y se calienta el comal y se hacha el bistec.

Para la elaboración de la salsa mezclan agua y ajo con la finalidad de que el guiso tenga buen sabor, y agregan también aguacate y cilantro para que tenga buen aspecto y sazón; cada quien hace sus cosas aunque para la elaboración de los alimentos participan mujeres, también los niños pueden ayudar pelando las patitas.

Las enchiladas de moles son poco comunes la mayoría de las veces solo se preparan cuando ha habido fiesta la memela es pequeña de forma redonda, es más gordita que una tortilla y alrededor se pellizca para que no se riegue la salsa.

Una vez que han terminado su turno de venta, “lo que sobra se le da al marranito porque si se guarda la tortilla se pone dura y correosa, la salsa se pone negra porque es preparada con aguacate, por eso al otro día se vuelve a preparar todo de nuevo”⁵⁹, aquellas mujeres que venden el turno vespertino, preparan sus alimentos desde las 8:00 de la mañana comenzando por el molino para terminar la molienda a las 9:00 am, dejando listo todos los

⁵⁹ Entrevista a dos hermanas vendedoras de comida en la calle de las Coapeñas, para más referencia consultar Capítulo II

ingredientes para la venta, desde la picada hasta el cocimiento de las carnes, concluyendo a la 1:30pm para así laborar a las 2:00 pm en punto.

A veces a algún integrante de la familia se le antoja algo de la comida sobrante, se lo llegan a comer, pero como ya es el sobrante es más común que se les ofrezca a los animales; o bien cuando la tortilla se les termina hay una persona que pasa ofreciendo los kilos. Las coapeñas venden dos tortillas de tamaño diferente:

- Tortilla normal: Son más grandes que una tortilla chalupera, pero más pequeño que una tortilla de máquina.
- Tortilla tipo Tlayuda: Es cuatro veces más grande que la normal. El precio de venta de estas es por pieza de tortilla, no venden por kilo y el precio lo determina la vendedora.

g) Los Carritos

El carrito es un espacio que circula, no se presenta como un lugar físico establecido, más bien se presenta en forma de carrito, es movable y los habitantes lo identifican por los utensilios que llevan en el interior. Este tipo de puesto movable puede ser dividido en dos tipos de carritos con la misma estructura física pero con productos y manejado por sujetos de géneros diferentes.

El carrito de los elotes.

El carrito, puede ser utilizado para la venta de elotes preparados o esquites. Cuando las personas se acercan a comprar por lo general buscan elotes tiernitos, de gran tamaño sin mucha hoja y con las filas de maíz lo más unidas posible, esto es para que al momento de untar la mayonesa no se les cuele entre los orificios y les rinda para más.



Puesto de carrito de elotes que ofrece: esquites, elotes asados y preparados con mayonesa, queso y chile líquido y en polvo.

En éste carrito se puede encontrar el elote asado, hervido y preparado con mayonesa, queso y chile o bien también puede ofrecer esquites preparados con limón y sal o con los mismos ingredientes que el elote, y por último también se puede encontrar el chili-atole que es muy similar a los esquites solo que de color verde y de un sabor picante.

En este puesto movable no existen medidas de venta de elote sino más bien medidas de cocción de elote el cual se divide en dos: “el tiernito” y “el macizo”, el elote que se utiliza en este negocio es el criollo ya que al introducirle el palito no se parte o se raja, y estos son variados en colores pues se vende el blanco, azul y el morado. En este el proceso de selección que realiza el cliente para elegir su elote se observan tres momentos:

- El primero consiste en exhibir varios elotes de diferentes colores, tamaños y cocción
- El segundo es por parte del comprador quien con un palito o con las pinzas del elotero pica un grano o diente del elote y observa que tan tierno o macizo se encuentra
- Por último el elotero lo prepara según los ingredientes que le pidan.

Sin embargo, existe un momento previo de selección, y es el que realizan los propios vendedores, ya que al ir a comprar los elotes que posteriormente venderán, buscan aquellos

que tengan las filas y las mazorcas juntas o que no estén muy separadas, esto para que al momento de untar la mayonesa no se desperdicie, usen menos y les rinda más.

El carrito de los tamales.

Otro carrito que puede encontrarse es el de los tamales, el cual ofrece tamales de elote, jarochos y cernidos. En éste se puede encontrar variedad de sabores y diversas presentaciones de los tamales ya que pueden servirse solos y en torta, también se vende atole blanco o atole de granillo, la venta es por pieza y la medida del atole es un cucharón o un vaso de unicel del número seis. Para poder preparar estos alimentos se debe acudir previamente a comprar los elotes exclusivos para tamales esto se selecciona de la siguiente manera:

Primero se va en búsqueda de un elote macizo, se observa que se encuentre en buenas condiciones para preparar la masa del tamal, posteriormente se abre un poco la hoja verde que cubre el elote y se le pica alguno de los granitos o dientes, si sale leche o agua blanca o bien este se rompe con facilidad, entonces no sirve ya que el usarlo provocaría que la mezcla saliera aguada y el tamal saliera crudo, por ello el más recomendable es aquel elote que no se rompa con facilidad o que sus dientes sean tan duros que el instrumento (por lo general el palito para elote) no pueda perforarlo.



Tamales, se encuentran colocados dentro de bolsitas para que no se enfríen tan rápido y cuando se abran para comer aún se encuentren calientes.

Entre estos dos carritos existen numerosas semejanzas la primera es que ambos son atendidos tanto por hombres como por mujeres, los productos comercializados en estos puestos son derivados directos del maíz, en ambos se vende un producto seco como el caso del elote preparado y el tamal y uno caldoso y caliente como el atole, chili-atole y los esquites; por último cabe mencionar que sus principales consumidores son la gente de paso y trabajadores de tiendas cercanas.

h) El Campo

Como espacio referencial se encuentra el campo, el más sobresaliente es el de Altepxi, en donde el elote se presenta en su forma más natural ya que se encuentra aún unido al suelo y al carrizo, aunque no solo se encuentra elote sino también otros productos derivados del maíz como la mazorca, el totomoxtle, el carrizo. Todos estos productos dentro del campo requieren un trato y un proceso diferente, mismos que pueden ser proporcionados por las condiciones del lugar.

Todas las dinámicas o prácticas sociales que se entretajan alrededor del maíz trae consigo una clasificación tanto del producto como de la temporada, lo que trae por consiguiente la marcación de tiempos o temporadas dentro del espacio primario del maíz, denominado como el campo; en éstas temporalidades se encuentran: la siembra, el riego, la cosecha, la pixca, por mencionar algunos; sin embargo también pueden observarse diversas dinámicas que implican un trabajo compartido pero en donde se nota la presencia de una división de trabajo por géneros y se observa una especialización en diversos rubros del cuidado y manejo del maíz.

Para los hombres, el trabajo se encuentra dividido en la “pixca”, el cultivo, el riego y la búsqueda de áreas de siembra, aunque no cualquiera puede realizarla sino que existe una persona encargada, mientras que las mujeres tienen la función de deshojar el elote, preparar la comida en el área del campo y aunque ambos saben desgranar la mazorca, solo las mujeres son las que se dedican a hacerlo.

Todas estas prácticas expresan particularidades y una muestra de cómo se van generando vínculos entre personas y los espacios; es por ello que el campo no solo representa

una fuente de ingresos, sino que también es para las mujeres que acuden, un espacio de reunión y convivencia con sus vecinas y amigas, de chisme puesto que se ponen al tanto de los acontecimientos sucedidos con conocidos dentro del pueblo y por otro lado es para ellas un espacio de distracción ya que al estar ahí “se olvidan de los problemas de la casa”.

En el campo también pueden considerarse como un espacio que recrea vínculos de sociabilidad, un espacio construido y representado por un proceso de simbolización al ser un practicado y reconocido como tal.

Por otro lado, el campo representa la primera etapa en el proceso de comercialización del maíz, ya que éste no solo es visto como una unidad de consumo doméstico, sino que adquiere la calidad de mercancía por todo el proceso de producción que viene aunado a él y que le genera valor económico comunitario.

Además existen lazos de reciprocidad aunque solo entre los campos externos al pueblo de Altepexi, es decir, ellos pueden tomar elotes sin pedir permiso, pues el hecho de que estén dando la mano de obra para cosechar les da derecho de tomarlo en forma de agradecimiento; sin embargo en terrenos pertenecientes al pueblo, se tiene que pedir permiso al dueño para poder tomar alimento, esto se debe a que el pueblo en su totalidad sabe cómo deshojar el elote y por tanto no contrata mano de obra sino que el mismo dueño se hace cargo de su cosecha, pero en dado caso de que llegue a requerir ayuda, se vuelven celosos de lo que es de su propiedad.

El campo es uno de los lugares más importantes, puesto que en él se puede observar cómo se vive la realidad en el área campesina y como ha ido decayendo poco a poco debido a la intervención del sistema Agroalimentario Industrial Mundial.

Deja entrever que el problema del campo, no solo es a nivel superficial sino que trae consigo problemas como los son:

1. Daños y descomposición o mutación de alimentos naturales por el alta en el uso de químicos y conservadores.
2. Un bajo rendimiento por hectárea de la tierra de siembra.
3. Empleo temporal y los salarios rurales se ven descompensados, ya que la fuente de ingresos solo esta mientras la tierra siga produciendo. Es por esta razón que muchos deben de realizar otras actividades, como parte de sus actividades diarias.

4. Además también se puede observar los cambios en los patrones de cultivo y la migración a ciudades vecinas como es el caso de comerciantes de Altepeixi o San Diego Chalma.

De todo esto la crisis agrícola está afectando a todos los niveles y sectores como en el campo, el trabajo del campesino ha ido perdiendo importancia de “tradición natural”. Además de ello, los productos también son afectados de manera importante ya que la producción del campo se ve amenazando al incorporar Semillas de laboratorio con productos transgénicos, un problema que sin duda perjudica de manera importante porque convierte a la tierra en un trasmisor de enfermedades a través de los productos que se extraen de él, por ejemplo el huitlacoche que es considerado como cancerígeno, esto por el proceso que lleva al ser inducido químicamente para que crezca y provoca el desplazamiento de la semilla nativa, pero que sin duda ha sido aceptado por las personas por su bajo costo.

Por otro lado, se ha visto al campo como un medio de riqueza y al mismo tiempo como una inversión barata, la tierra del campo es explotada por empresas mineras las cuales no aportan riqueza a la región, como consecuencia esta también el desplazamiento a la ciudad y poblaciones vacías porque el campo no tienen ya que producir, porque la explotación de la mano de obra ha terminado con todo aquello que se encontraba presente en el suelo, produciendo una destrucción ambiental y social.

Con todo esto, el campo está siendo absorbido por la urbanización, aunque cabe mencionar que pese a este problema para muchos en la zona de Tehuacán el campo es su manera de vivir, se ha convertido en un espacio vital de trabajo, que no solo aporta productos de abastecimiento y mercancía, sino también, es un espacio de sociabilidad, de distracción y de juego.

Una constante que he notado en el trabajo de campo realizado, y de acuerdo a narrativas de actores sociales de Tehuacán y comunidades vecinas es que todos aquellos campesinos que se dedican al campo, a la cosecha, la siembra y el cuidado del maíz deben de realizar nuevos oficios para poder tener un ingreso mayor, o bien deben de adaptarse a nuevas dinámicas que respondan a las condiciones de producción que las empresas transnacionales o los químicos utilizados en la siembra puedan ofrecerles.

Y es que en la actualidad todo está cambiando y modificándose por la globalización; el constante movimiento, ritmo y transformaciones han provocado que las comunidades se vean

en la necesidad de buscar alternativas para insertarse dentro de ese mundo totalmente globalizado; lo que ha provocado un desajuste notorio en los sectores sociales.

A su vez el crecimiento de la tecnología aunadas a la alta de las empresas trasnacionales (que han tenido un impacto mayor gracias a su inserción en el campo), han venido modificando y definiendo los precios de compra y venta dentro de las cadenas productivas. Además de que estas empresas han generado que en ámbitos rurales se vea como una constante: la sustitución de la agricultura por otras actividades, es decir que las personas que viven dentro de zonas indígenas cambien sus actividades primarias por otras que se adecuen y las integren al mercado capitalista, convirtiéndose en comunidades multifuncionales.

Con esto puedo decir que Tehuacán es una ciudad rodeada de Pueblos multifuncionales, ya que las personas deben de buscar, no solo un trabajo sino multiplicidad de trabajos que le ayuden para su subsistencia, sin embargo en cada lugar existe una especialización, por ejemplo, Altepexi se especializa en el desgrane y el deshoje de los elotes, sin embargo hay personas que se dedican a hacer no solo esas dos actividades sino la elaboración de canastos con carrizo, artesanías de palma para adornos de casa, a la albañilería, como comerciantes dentro del mercado “La Purísima”⁶⁰.

El hecho de que las personas realicen actividades diferentes, el que pertenezcan o no a una clase social, los cargan de nociones y valores disímiles ; además de que las prácticas que realizan le dan a la persona códigos, términos, actitudes, y medios que le ayuden a desenvolverse dentro de su contexto social, y toda la experiencia adquirida por su trabajo constante y su relación con dichas actividades los lleva a denominar, a comprender y simbolizar sus actos y las relaciones que establecen en diversas situaciones, y dado que las condiciones de su lugar de origen no responden a las precariedades económicas en las que se encuentran, se ven en la necesidad de migrar a la ciudad más cercana, en este caso, la ciudad de Tehuacán; a éste cambio se ha sumado las actividades industriales y las políticas que el gobierno ha lanzado para el bienestar de estas.

Aunque su inserción dentro del contexto urbano no le garantiza su mejoría sino por el contrario, se ven con más carencias pero les da la oportunidad de sobrevivir dependiendo los lazos de amistad que entretengan con sus semejantes (actores sociales en las mismas condiciones); por otro lado las condiciones y características de servicios son muy escasos, y sus

⁶⁰ Lugar donde se realizara mi investigación.

viviendas se convierten en el lugar donde se conserva y se reproduce la familia, aunque la relación con ésta no sea precisamente por lazos de parentesco o de consanguinidad.

Y a pesar de la implementación de políticas restrictivas por parte de los Estados receptores, lejos de frenar la inmigración, motiva que los migrantes a que permanezcan un mayor tiempo en estos países, evitando la rápida circularidad entre origen y destino (Castells, 1998, pág. 175). A esto, también se suma el interés científico; puesto que estas comunidades han comenzado a ser un punto de atención, del cual lo importante para muchos es responder a la realidad de este medio Rural, pero sobre todo analizar y señalar cuál es el papel que funge la ciudad y el campo sin perder de vista el papel que juega la migración dentro de estos sectores.

Las teorías en este campo se restringen casi siempre a explicar la migración y no el fenómeno contrario. Implícitamente, el hecho que se quiere explicar es la decisión de una persona de irse de donde reside o de donde nació; pero sabemos que, a pesar de la importancia del fenómeno de la migración internacional en la actualidad e históricamente, hoy en día solamente una minoría de la población ha nacido en otra parte.

Además de que existe una fuerte dispersión poblacional y fuertes deficiencias en infraestructura servicios sociales, lo que ha provocado que las comunidades lleven a cabo otras tareas para poseer ingresos, que se integren a otros sujetos sociales como es el caso de las mujeres a dinámicas diversas para obtener mayores ingresos o en otros casos ha orillado a la población a emigrar a las ciudades en busca de mejores fuentes de ingresos y servicios.

Dentro del mercado “La Purísima” puede observarse cómo las mujeres juegan diversos papeles dentro de las dinámicas del mercado. Por un lado tenemos a las mujeres comerciantes que además juegan diferentes roles, como el de madre, vendedoras, hijas, esposas, estudiantes; y por lado se encuentran aquellas mujeres que si bien no forman parte de la organización interna del mercado, gracias a su frecuencia y constancia son identificadas tanto por los compradores como por los mismos comerciantes, tal es el caso de “las ahorradoras”.

Esta organización de amas de casa no paga nada a la administración de “La Purísima” ya que no comercializan o revenden el producto sino que únicamente distribuyen interiormente la mercancía, ya que la compra a mayoreo y la redistribución de bienes, es su forma de supervivencia. Pese que los estados intentan así, controlar y regular los procesos migratorios, tarea que resulta un tanto complicada ante el hecho de que los países desarrollados demandan mano de obra dispuesta a laboral (generalmente con bajos salarios, sin prestaciones, etcétera)

en aquellos empleos en los que los nativos no quieren laborar, como los de servicios de limpieza y de agricultura, entre otros (Castells, 1998, pág. 174).

Además de que estos migrantes son señalados la mayor parte del tiempo por residentes y/o habitantes de las ciudades, son criticados y acusados de quitarles las opciones de trabajo a residentes o ciudadanos legales, pese que esos pocos trabajos mal pagados a los que ellos pueden insertarse, nadie los quiere desempeñar; son mal vistos y tienen muy pocas oportunidades de crecimiento a pesar de contribuir a la economía del país, no les interesa lo poco que llegan a obtener de su arduo trabajo ya que sirve para sostener a sus familias.

Pese a todo, en estos nuevos enfoques la línea divisoria del campo y la ciudad se han desdibujado y se ha visto su interconexión y su multiplicidad; esta relación deja entrever como la ciudad de Tehuacán se vuelve un contenedor de nuevas y variadas dinámicas, que se enfatizan y crecen por la cantidad de sujetos migrantes —procedentes de Altepeixi, Ajalpan etc.— que se encuentran en nuevos procesos de adaptación y reaprendizaje a estas nuevas prácticas de supervivencia.

Cabe resaltar que la relación campo-cuidad es una variable determinante que establece cambios notorios en la economía de los actores que acuden a trabajar en este espacio debido a las condiciones precarias en las que se encuentran en su lugar de origen, pero también esta relación muestra un gran peso sobre la economía de la región o ciudad.

Es por ello que analizar todos estos espacios maiceros, permite entender aquellas dinámicas realizadas en un contexto determinado que dan cuenta de las problemáticas, los cambios, las nuevas adaptaciones y toda esta reconfiguración generada muchas veces por el proceso de globalización. Además porque a partir de estos espacios maiceros puede entenderse la relación sujeto-espacio fundamental para la construcción de las representaciones sociales, concepto que atañe a esta investigación.

Actor social y/o sujeto social

*“ser sujeto es primeramente hacer de mi vida un proyecto de vida, de tal forma que mi proyecto gobierna mi vida, no la serie contingente de hechos (...) El asunto es tomar la vida personal en manos, (...) tener la capacidad de producir, no simplemente consumir, la existencia”
(Touraine 1993a:28).*

Etimológicamente el vocablo sujeto tiene su origen en la voz latina subiectus que significa: "Lo que sustenta", "lo que está detrás", "lo que soporta", "lo que está en la base". (Stark, 2008). Ciertamente en la aplicación de este concepto en los estudios antropológicos, el término “actor o sujeto social” ha sido empleado como una simple referencia a la persona de forma indistinta, sin embargo detrás de estos términos, hay toda una estructura social que da sentido a su acción.

Cabe mencionar que dentro de los análisis filosóficos se encuentra el término de sujeto, pero no se hace un análisis o una referencia concreta de lo que es el actor. “Si bien la noción de sujeto ha estado presente desde los orígenes de la humanidad, la filosofía occidental inició de manera formal el estudio del sujeto a partir de Descartes y la separación sujeto-objeto que marcaría a la modernidad y el florecimiento de diversos pensadores que harían del sujeto el eje de sus investigaciones, desde Kant hasta el propio Foucault” (Borbolla, 2011, pág. 10).

Por otra parte autores como Alan Touraine (Borbolla, 2011)⁶¹, se ha dado a la tarea de construir una teoría del sujeto en sociedad que permita entender el papel del actor social desde una perspectiva estructural. Es importante definir que dentro de esta investigación retomare el término de sujeto, y fundamentare mi análisis retomando la idea que propone Manuel Hernández Borbolla en su texto “Sujeto y comunicación: base de la transformación social”. Me parece sustancial hacer este análisis, porque hay muchos tipos de sujetos dentro del mercado-tianguis, los cuales por su condición y su diferencia se caracterizan por su diversidad misma, pero que además “se encuentran determinados, por sus formaciones culturales y sus contextos

⁶¹ Ibid.

de oportunidad dentro de este espacio”, como mencionaría Miguel Ángel Casillas (Casillas, 2001, pág. 2).

Para ello, identifico diferentes sujetos en el interior del mercado-tianguis “La Purísima”, como son los sujetos mercantiles, sujetos socializantes y sujetos de trueque; cada uno presentando sus propias características y sub categorías.

“Hablamos de que las categorías son el resultado de una acumulación en la evolución del conocimiento; es decir, que se trata de productos históricos, entonces para llenar de contenido y de un nuevo significado a la categoría de sujeto social tenemos que partir de la revisión de los antecedentes que pueden llegar a darle sustento” (Calvillo & Favela, 1996, págs. 16-17).

Cabe mencionar que otros autores han retomado el concepto de “actor” refiriéndose a este como [...] “un individuo captado de manera intuitiva y desde el sentido común, no construido teóricamente. Es, por lo tanto, un pseudo actor, sociológicamente indeterminado, porque su acción no se inscribe en relaciones sociales sino en sus intereses y expectativas, en estrategias de juego político, en relaciones de dominación, etc.” (Gutiérrez V., 2003, pág. 33)⁶².

Una de las razones por la que retomare el termino de sujeto social, es porque según Gutiérrez define actor como alguien que no se inscribe en relaciones sociales, entre otros aspectos, y en el caso concreto de “La Purísima” los sujetos que identifico están inmersos en las relaciones sociales continuas de intercambio económico, trueque y socialización misma⁶³. La diferencia categórica entre sujeto e individuo tiene que ver con el desarrollo de los niveles de conciencia de cada uno. “Mientras el sujeto crea, el individuo reproduce. Esta noción del sujeto, ha sido un tema sumamente abordado por la ontología moderna, el cual se ha intentado denominar este estado de conciencia presente en el pensamiento humano” (Borbolla, 2011, pág. 3).

Por otro lado, el término, “Sujeto” es retomada como una herramienta heurística, una elaboración conceptual, donde se ha planteado que: “[...] individuos y grupos se convierten en sujetos en el conflicto por el control de las orientaciones normativas de la vida social, que son

⁶² También se puede consultar el texto “Figuras del sujeto” donde se plantea una discusión acerca del sujeto, en <http://www.flacso.org.ec/docs/gutierrez13.pdf>

⁶³ El concepto será explicado a lo largo del presente capítulo.

las que definen la historicidad, por esta razón el sujeto es ante todo una forma de relación del individuo, o del movimiento social, consigo mismo” (Gutiérrez V., 2003, pág. 34).

Por otro lado el sujeto hace referencia a estas relaciones de poder⁶⁴, donde el sujeto a diferencia del actor se construye, y está en constante transformación, no está pasivamente actuando por actuar, sino que tiene una reflexión previa sobre lo que lo constituye a sí mismo.

Además tiende a actuar conforme al sistema, pero también tiene la posibilidad de obedecer a medida y el momento que es lo desee, por ejemplo, en el mercado un vendedor sabe específicamente que el día de mercado está marcado los días sábado y obedece a una regla de tiempo y espacio, sin embargo él es libre de abrir su puesto a la hora que él considere la más adecuada, podría ser en la hora que hay mayor venta, o mucho más temprano que la de sus demás compañeros.

En la actualidad, algunos indicios parecen señalar que es posible delimitar ciertas características del sujeto como un ser capaz de transformar su entorno a través del conocimiento de sí mismo, y los límites del sistema en el que se desenvuelve. Pareciera ser, que el concepto de actor y sujeto se encuentra desdibujado, que son distintos, sin embargo no es así, el actor constituye al sujeto, son complementarios uno del otro, estos tienden a solo reproducir su acción sin considerar ni reflexionar en torno a si mismo, mientras que el sujeto reflexiona y actúa para beneficio y constitución del sí, o el self⁶⁵.

Por otra parte para hablar más profundamente acerca de la categoría de sujeto social, no solo habría que ver la posición que asume en situaciones de conflicto, o en la expresión de sus vidas, sino que para ello, previamente hay que realizar un análisis de cómo es su proceso de socialización con otros sujetos pero también con su misma praxis.

Me atrevo a decir que es gracias a la falta de este análisis previo, que existe un desconocimiento de los sujetos que participan en la cotidianidad del mercado; por esa razón cuando se habla de aquellos sujetos del mercado, muchas veces se delimitan a 2 categorías, es decir, se habla acerca del comprador y del vendedor, pero el papel que tienen otros sujetos como lo son los de trueque o el diablero, por mencionar algunos, se invisibilizan aunque son reconocidos como propios del él.

⁶⁴ El autor que aborda las temáticas relacionadas a relaciones de poder es Foucault, para una mayor amplitud sobre estos Abordamientos se puede consultar “Bourdieu, Foucault y el poder”
en http://www.uia.mx/actividades/publicaciones/iberoforum/2/pdf/hugo_moreno.pdf

⁶⁵ Es una expresión en inglés que refiere por lo general al “si mismo”.

La idea de sujeto pareciera estar condicionado a los sistemas de control social, y al mantenimiento del poder político a través de la construcción de una realidad ficticia utilizada como un instrumento de control⁶⁶.

Pero el sujeto también experimenta otro tipo de característica que lo logra diferenciar a la categoría de actor, y es su habilidad para transformar y generar conocimiento, ya que a partir de este proceso el sujeto logra relacionar y sintetizar lo que constantemente está viviendo; aunado a ello, esta capacidad de generar conocimiento permite al sujeto construir representaciones sociales de forma ordenada y precisa, pero que además le permiten simbolizar el contexto en el que se encuentra inmerso.

Aunque pareciera que todos los que acuden al mercado “La Purísima” únicamente es a “comprar” o “vender”, la realidad es que las actividades y los sujetos mismos no siempre reproducen estas acciones. Muchas veces, los sujetos del mercado se caracterizan por su diversidad y la importancia que se les da en cierta temporalidad, esto porque adquieren mayor relevancia en tiempos específicos; a esto me refiero por ejemplo, en el tiempo de cosecha el sujeto que resalta e incrementa su importancia es aquel que realizara el trabajo en el campo como los hombres de Ajalpan, en temporada de muertos el sujeto relevante es el vendedor de Flores y veladoras.

La idea de que solo existen dos tipos de sujetos dentro del mercado (comprador y vendedor), es porque se ha categorizado y generalizado la idea en cuatro aspectos:

1. Que todos compran y todos venden.
2. Todos llevan dinero y pagan en efectivo.
3. Las relaciones que se llevan a cabo dentro del mercado son solo mercantiles.
4. Todos son de la ciudad de Tehuacán.

Esto permite decir que, no todos compran o venden sino que también truequean, revenden o regatean; por ello, no todos pagan o llevan efectivo, sino que como bien lo mencionaba, intercambian bien por bien durante el trueque como una forma de adquirir productos, o bien intercambia mano de trabajo por bienes⁶⁷, por último también habría que mencionar a los pepenadores, los cuales no pagan, no intercambian mano de obra, ni bien por

⁶⁶ Ibídem.

⁶⁷ Como es el caso de las peladoras de totomoxtle en el área de los eloteros, mismas que se explicaran más adelante

bien; si no que se abastecen del desperdicio o de la basura y de igual forma cubren sus necesidades.

Aunado a esto las relaciones que se dan en el interior del mercado-tianguis no son solamente mercantiles sino que hay relaciones de poder, de parentesco, de ocio etc, y no todos son provenientes de la ciudad de Tehuacán, sino que vienen de otros estados o ciudades como lo son Veracruz, Puebla, Oaxaca; o de diferentes municipios como Ajalpan⁶⁸, Altepexi, San Diego Chalma, entre otros. Dichas diferencias permiten dar cuenta de que los procesos de socialización presentes dentro del mercado son múltiples y son resultado de la diversidad de sujetos existentes.

También están presentes otras características como lo son “los valores”, aquellas actitudes y experiencias que permiten ubicar al sujeto del mercado- tianguis; si bien se puede decir que cualquier persona que acude a “La Purísima” lleva inmersa una carga de valores aprendidos desde el hogar, la escuela, los amigos, específicamente los vendedores ya sean: mayoristas, menoristas o ambulantes, poseen dos valores fundamentales para su desarrollo, éxito y permanencia dentro del mercado-tianguis que son, el respeto y la responsabilidad.

Esto lo menciono porque ellos como vendedores, deben mantener esa línea invisible pero marcada entre él y su cliente; por otro lado la responsabilidad, recae directamente en él vendedor, esto por el cuidado que deben tenerle a los productos que venden, pues necesitan estar al pendiente de que no se rompan, golpeen, pierdan o roben.

En el caso de las vendedoras de comida dentro de las cocinas económicas la responsabilidad es mayor, ya que se trata de alimentos preparados, ellas como encargadas del alimento deben estar al cuidado de que la comida está fresca, no esté caduca, este bien guisado, que no esté cruda, sea limpia, entre otras características.

Todos estos factores le darán a la cocina una buena recomendación y el éxito de sus ventas serán la mayor parte gracias a los comentarios que puedan generarse alrededor de su atención, calidad o en el caso concreto del sazón que tengan.

En esta lógica de que el sujeto inmerso en “La Purísima”, posee una carga importante de valores de los cuales rigen su vida, se podría entender que:

⁶⁸Por otro lado habría que mencionar que su presencia se ve incrementada y más constante en fechas concretas como días de muertos y en el tianguis de carros de los domingos.

“El sujeto es capaz de definir conceptos como el bien y el mal en base a su propia experiencia y parámetros de interpretación, mientras aquello que el individuo concibe como bueno y malo, es en realidad un acuerdo social previamente establecido que no conlleva ningún tipo de cuestionamiento y que se acepta como verdad absoluta, debido a que su imposibilidad de asumir un análisis crítico sobre la realidad lo obliga a ser conducido por otros” (Borbolla, 2011, págs. 17-18).

Esto porque el vendedor sabe por ejemplo, que una vez que el otro tiene un cliente o comprador ya casi dispuesto a comprar, él ya no puede hacer nada para atraer la atención del cliente aunque tenga un mejor precio en los mismos productos, es una regla interna y nadie duda en obedecer, sin embargo el sujeto es capaz de hacerse sus propias estrategias para llamarla atención de mejor manera sin causar molestias o un conflicto con el otro.

El mercado-tianguis es una parte muy importante para la conformación de nuevos valores en la vida de los sujetos, principalmente de los niños por su experiencia generada al interior de él, pero además por su contacto con otros sujetos que se encuentra también en la misma dinámica de comercio.

Además de que marca una de las tantas condiciones sociales que repercuten directamente en la vida de los sujetos, ya que a veces el estar en el mercado, corta actividades como salir al cine, con los amigos, pasear con la /el novio, por atender el puesto o su “changarro”.

Sin embargo, esta condición que viven los sujetos del mercado al tener que llevar a cabo otras actividades ajenas a su puesto y su participación dentro de “La Purísima” no es visto por los actores externos, por ello es que las personas piensan que el vendedor se dedica de tiempo completo a vender y vive completamente para su negocio, haciendo a un lado que como individuo también forma parte de otras redes de socialización que van más allá que solo el campo laboral.

Según Miguel Ángel Casillas (Casillas, 2001, págs. 2-3) pareciera que el espacio constituye esta idea de dedicación de tiempo completo a estas actividades, cuando en realidad su existencia está dividida en múltiples actividades, y la valoración que le otorgan a sus relaciones comerciales es relativa.

También la reproducción de actividades cambian de espacio, es decir, en el caso de las mujeres en su papel de amas de casa, el mercado se convierte ahora un espacio donde se reproduce el cuidado y educación de los niños y ya no el hogar, a pesar de ello “el individuo aunque se encuentre condicionado y constreñido por el mercado, se mueven en su cotidianidad a partir de sus propias experiencias vividas” (Calvillo & Favela, 1996)⁶⁹.

En conclusión, el actor y el sujeto son complementarios, no se puede hablar indistintamente uno de otro, ya que en algún momento de la vida todas las personas son actores porque siguen normas, reglas y se manejan de acuerdo a estatutos establecidos que dictaminan y dirigen en la vida social, pero al momento de reflexionar sobre su ser y deber ser y aquellas cosas que benefician y lleva a cabo en él un acto de transformación en sí, se convierten en sujetos, por lo cual no pueden separarse.

Diferencia y categorización de los sujetos del mercado

Aunque pareciera indistinto hablar de sujeto o de actor, haré referencia al sujeto, no por lo que debe ser o lo que implica ser el sujeto sino por las acciones que realizan dentro del espacio “La Purísima”, si bien los sujetos presenten características comunes por el hecho de compartir el mismo espacio, realizar actividades comerciales etc.; también poseen diferencias trascendentales.

¿Pero cómo es que se establece la diferencia entre los sujetos del mercado?, en primera instancia la diferencia se establece a partir del reconocimiento de sí mismo, la persona necesita tener conocimiento de que es aquello que lo caracteriza, lo constituye y lo identifica como parte de un grupo para así establecer la diferencia con el otro; esta puede darse de forma simple al reconocerse en primera instancia como el que compra o el que vende.

Sin embargo en un acercamiento más profundo, se puede analizar a partir de los roles sociales, como el papel de la mujer dentro del mercado que además de ser un rol marca la función social a partir de la diferencia de género, ya que la mujer dentro del mercado “La Purísima”, funge como:

⁶⁹ Consultar el texto “Hacia la categoría de sujeto social en la teoría sociológica” pág., 14-47 en la página web <http://tesiuami.uam.mx/revistasuam/polis/include/getdoc.php?id=148&article=137&mode=pdf>

“Madre”, porque la crianza de los hijos se lleva a cabo dentro de su área de trabajo, allí amamanta a los bebés, cuida a los hijos, regaña⁷⁰, enseña cosas como sumar o restar para saber dar el cambio al despachar, entre otras cosas.

Es “esposa”, su relación puede verse en las expresiones como “¡oye mujer!” o “dígame a mi señor”, incluso al adquirir algún producto el acto de solicitar su consentimiento para comprarlo o venderlo a menor precio, es muestra de la relación marital existente.

Por otro lado, es “vendedora”, porque lleva a cabo transacciones económicas, cuida el puesto, atiende, establece precios, despacha y atrae a las personas con frases como “¡pásele güerita!”, “¿qué le damos?” y por último es “comadre”, esta relación denota principalmente en la relación de reciprocidad, en favores como el fiar, prestar mercancía y después reponerla, habrá que mencionar también que estos favores solo se dan cuando hay un vínculo estrecho como lo es la existencia de los lazos de parentesco, ya sean por consanguinidad o compadrazgo.

Puede decirse que el autoconocimiento es la base para encontrar nuestro lugar en el mundo y transformarlo por medio de nuestras acciones, pues cobrar conciencia de quienes somos realmente, implica un cambio en nuestra relación con el mundo y su inminente transmutación. Un complejo proceso que es posible sólo gracias a la intervención del sujeto autónomo creador de realidad (Borbolla, 2011, pág. 19).

Por otra parte Mead, categoriza la integración del individuo dentro del contexto social y la internalización de la perspectiva del otro en la construcción del self, es decir, el sujeto dentro del contexto “mercado-tianguis” se construye como parte del conglomerado, como los vendedores⁷¹ se asumen y se construyen como “los vendedores”, mientras que los compradores asumen un papel de comprador pero también son contruidos y representados como el “marchante”, “la güerita” “la patrona” y pueden ser vistos en expresiones como “pásele marchante, qué le damos?”, que va a llevar güerita que le doy?, ahí va su pieza extra patrona”.

⁷⁰ El regañar, es una característica del ser madre, porque solo puede darse en lazos de parentesco, pero principalmente madre- hijo, ya que con hijos de otras vendedoras muchas veces no les dicen nada, son solo simples llamadas de atención, o bien con personas de la misma edad se dan pleitos o discusiones más nunca regaños.

⁷¹ Los vendedores se asumen como comerciantes y como integrantes de las organizaciones

Por su parte, las relaciones sociales son otro rasgo más que determinan la diferencia, ya que esta se entabla en la relación del sujeto con el espacio, así como con otros sujetos como lo es el caso de los niños, ya que el rol de “hijo” se pierde o se trasfigura, pues se reconoce ya no como hijo sino como otro vendedor. Según Geertz, “el mercado constituye un sistema distintivo de relaciones sociales que se centran en torno a la producción y al consumo de bienes y servicios” (Geertz, 1978, págs. 39-40).

Además su condición permite entenderlo como un sujeto en proceso de construcción en su rol de vendedor, por el hecho de aprender a regatear, a vender, a cobrar, y al asumirse como parte de esa comunidad, como lo menciona Turner, ya que realizan prácticas y asumen roles en un espacio-tiempo específico.

Es pues el mercado-tianguis, un espacio que permite generar un escenario diferente al de la vida cotidiana, ya que permite reproducir actividades como la venta, el regateo y el trueque, por otro lado permite emplear otro tipo de lenguaje económico como los gritos con frases atractivas que únicamente están presentes en el contexto del mercado el fin de semana.

Pero también es un espacio donde se generan procesos de simbolización diferentes al de la vida cotidiana, como lo es la bolsa del mandado y el diablero, que si bien el primero es un objeto y éste último es un sujeto social, ambos son símbolos representativos que permiten identificar los días de mercado, pues su presencia solo se da en ese contexto.

A su vez, se puede observar como el mercado-tianguis “La Purísima”, permite que las personas se reúnan para hacer estos intercambios ya sean económicos, de servicios y de bienes, en donde “la compra-venta se convierte en una importante preocupación o incluso una obsesión cultural” (Harris, 1984, pág. 249).

El mercado permite ubicar al individuo en otra categoría distinta al de su vida cotidiana ya sea como vendedor, comprador, ambulante, diablero, transeúnte, pepenador, etc. Por otro lado se establece la relación emisor y receptor (ejecutante y espectador) en la relación mercantil, y se da en un tiempo-espacio específico, esto porque el mercado-tianguis “La Purísima” solo se encuentra los días miércoles, viernes y sábados, sin embargo el mercado-tianguis como tal, puede observarse y vivirse únicamente el día sábado.

“La separación de lo individual y lo social no permite ver que la organización psíquica individual se desarrolla en la experiencia social e histórica de los individuos, y tampoco permite

considerar como las acciones de los individuos, las que son inseparables de su producción subjetiva, tienen un impacto que, de hecho, se asocia a nuevos procesos de transformación de las formas de vida y la organización social” (Rey, 2008, pág. 9).

Uno de los campos de estudio de la antropología lo ha constituido el “intercambio” entre los individuos, dentro del cual se distinguen tres formas: el recíproco, el redistribuido y el comercial. (Harris, 1984, págs. 236-260)⁷², mismas que también se plantean con Harris⁷³ Por todo esto identifiqué “sujetos múltiples” que los resumiré en tres categorías generales, que son: los sujetos mercantiles, los sujetos de trueque y los sujetos socializantes; los cuales defino de la siguiente manera:

Sujetos mercantiles

Son aquellos que mantienen una relación meramente económica monetaria, en la cual se buscan diferentes estrategias para conseguir cubrir sus necesidades como obtener ganancia, el otro obtener un bien que satisfaga sus necesidades, las relaciones se presentan de manera breve entre vendedor y comprador en donde su relación tiene que ver principalmente con la producción, intercambio y consumo de bienes.

Por otro lado, esta relación de comercialización, está basada “bajo condiciones competitivas, en las que el valor relativo es determinado mediante la oferta y la demanda” (Dannhaeuser, 1991)⁷⁴.

Dentro de estas relaciones mercantiles están presentes tanto el vendedor como el comprador. Los vendedores son todos aquellos que comercializan productos dentro de las instalaciones o alrededor del mercado “La Purísima”, estos pueden tener un puesto fijo o pueden ser ambulantes. A su vez estos vendedores pueden ser clasificados en vendedores mayoristas, minoristas, revendedores, vendedores directos y ambulantes.

En el mercado “La Purísima” el mayoreo es una de las principales actividades, muchos comerciantes venden al por mayor frutas y verduras, es un lugar de distribución, personas de

⁷² Estos son abordados en todo su texto, mismos que se encuentran dividido por apartados, para mayor referencia consultar la página web <http://divulgacionmarxista.files.wordpress.com/2012/10/cap13-economia-intercambio-y-control-harris.pdf>

⁷³ *Ibidem*.

⁷⁴ Consultar estructura y funcionamiento de una cadena de producción y distribución. El caso del ejote en Tenango, Morelos <https://es.scribd.com/doc/103827576/Tesis-Cadena>

otras comunidades compran ahí para así vender los productos en sus lugares de procedencia. Estas ventas al mayoreo se dan principalmente en las bodegas o naves, algunos de los vendedores son a su vez productores y vienen de Oaxaca, Veracruz o comunidades del estado de Puebla.

Puede observarse que desde muy temprano comienzan a ingresar al mercado los vendedores, aquellos que venden fruta y que por lo general vienen de otros municipios comienzan a llegar desde las 5:00 de la mañana, comienzan a colocar sus puestos, barren su lugar acomodan la mesa o donde colocaran su mercancía, ponen un mantel o lona, arreglan sus productos, cuando se trata de fruta comienzan colocando los más vistosos y grandes en la parte de enfrente y el resto atrás, lo hacen en forma de montón o pirámide; en cuanto a la ropa lo dividen por ropa de niños, mujeres, hombres y ropa interior, si se trata de zapatos colocan las cajas de los zapatos poniendo uno de los pares en la parte de encima, el resto de las cajas las pilan por números para no confundirlos, después comienzan a llegar los compradores, alrededor de las 8:00 de la mañana.

Esta actividad de venta tanto al mayoreo como al menudeo, se encuentra presente en todo el mercado, y se encuentra dividido por áreas, donde están las naves se vende al mayoreo, una franja de vendedores de ropa hace la división de la nave al mercado techado, lugar donde comienza la venta al menudeo, sin embargo esta división de actividades comerciales también se encuentra dentro del área de los eloteros.

Dentro de esta área, puede observarse y diferenciarse a simple vista cuando se está realizando una venta al mayoreo menudeo, en esta área de los eloteros, ya que cuando la venta que se está realizando es al mayoreo intervienen cuatro personas: El vendedor, el chalan o ayudante, el diablero y el comprador.

Esta venta al mayoreo se puede identificar, cuando las piezas son colocadas en costales grandes, también llamados maletas. Posteriormente en momento en que se está ejecutando el acto de vender puede observarse lo siguiente:

Primero el comprador que por lo general son mujeres se acerca a cada camioneta observando el estado y calidad en el que se encuentran las piezas de elote que se venden, por otro lado observa detenidamente a los vendedores, el estado, tamaño y limpieza del puesto de venta, ellas refieren a esta acción a “que el lugar se vea bien”, pero también se guían por la

cantidad de gente que haya alrededor del local, pues esto puede ser señal de que en ese lugar “despachan⁷⁵ bien”.

Una vez que tienen identificado el lugar donde adquirirán el producto, se acercan a la persona que se encuentre despachando⁷⁶ pidiéndole la cantidad que necesitara de elote, y vendedor sube a la batea de la camioneta y comienza a tomar montones de elotes y los avienta directamente a la maleta, o bien se los va dando al chalan y este los va acomodando.

A diferencia de los vendedores de fruta los cuales primero seleccionan la mercancía que están en mal estado, verdes o aún no han madurado y la separan de la madura posteriormente la meten en cajas que serán las que se venderán a mayoreo, los elotes no se separan tiernos o maduros sino que se cogen indistintamente a comparación de los mayoristas de fruta.

Una vez que está completa la maleta de elotes, el dueño cobra y a él se le debe entregar el dinero, es en este momento donde la relación de compra finaliza con estos sujetos; posteriormente se pasa con el diablero, que son todos aquellos sujetos que no tienen un puesto fijo en ésta área pero que prestan sus servicios tanto a vendedores como compradores, los cuales los ubico como prestadores de servicio de retribución monetaria barata.

Por el hecho de que piden una cuota mínima por la carga de estos bienes de consumo, estos diableros comparten una característica en común, todos que son solo hombres, no hay mujeres que realicen esta actividad, y que por su edad y su fuerza física tienen menos dificultad para transportar rápidamente la mercancía.

Puede ser que este se acerque con las señoras a ofrecer su servicio, o que la señora elija y designe a un diablero para transportar su mercancía, este puede ser conocido o como ellas le mencionan “que sea de fiar”, una vez que el diablero ya fue elegido comienza a subir la mercancía al diablito para trasladarlo al lugar donde le indiquen, no sin antes acordar el costo del viaje, este será designado dependiendo la distancia y el peso de la mercancía que trasladarán.

⁷⁵ Es una forma de referir al acto de vender

⁷⁶La diferencia que existe entre “el despachar bien” y “el despachador”, es que el primero refiere a que la mercancía que se ofrece está en buenas condiciones, es de buena calidad, se ofrece por kilos completos, no está mallugada o golpeada, no está picada o agusanada, está a buen precio es decir que es igual al que se está ofreciendo en otros puestos o bien que está más barata. En cambio el despachador refiere a aquella persona que ayuda a atender el puesto de venta, no es necesariamente el dueño o la esposa y muchas veces no guardan ningún lazo de parentesco con ellos.

Por otro lado, en la venta minoritaria del elote se atraviesa varias etapas, primero el comerciante ofrece el elote y expone el precio en que lo vende, posteriormente pregunta sobre su utilización para poder expedir el indicado, es decir, si el comprador “quiere hacer un caldo, debes de ver que el elote no se encuentre muy tiernito ni tampoco este muy macizo”⁷⁷; si se busca para elaborar “tamales entonces se ofrece un elote duro o macizo para que la consistencia a la hora de preparar la masa sea espesa y no se cuaje o rompa al momento de prepararlos tamales”⁷⁸.

Un segundo momento es cuando el vendedor selecciona los elotes, lo muestra al comprador y se lo entrega para que lo revise, por último el comprador lo toca, lo huele o lo pica con un palito si es necesario y, si le gusta el elote su forma su textura y su olor, lo acepta y lo pone en la canasta o en su bolsa del mercado y si no le gusta lo regresa y el elotero debe buscar otro. Posteriormente lo paga, da las gracias y el vendedor muy amablemente se despide con frases como “no, gracias a usted patrona”; “cuídese jefa” “hasta luego güerita”.

Otro tipo de vendedor es el minorista, estas ventas se dan a los alrededores del mercado, y en el centro de él; existen dos tipos de vendedores minoristas, los establecidos los cuales se encuentran a los alrededores del mercado-tianguis “La Purísima, quienes pagan uso de suelo y colocan sus cubetas sobre una manta, lona o trapo y quienes por lo general cuentan con aproximadamente un metro para colocar sus productos.

Y los vendedores ambulantes, que se encuentran caminando a los alrededores y centro del mercado para realizar sus ventas, estos no venden por cubeta o medida sino que sus ventas están basados en las piezas, su estrategia es comprar a los mayoristas del mismo mercado y luego revenderlo al menudeo, estos sujetos son personas principalmente del municipio de Tehuacán.

Para llevar a cabo la venta de sus productos, llaman la atención de los clientes con anuncios a voz de promociones llamativas, como “lleve sus nopalitos de a 5 la bolsita”, “lleve su ajo tres tubitos por \$10 pesos”, pero además de ello se acercan directamente a las personas mostrando el productos en mano y muchas veces regateando a sus mismos precios, con el objetivo de sacar su venta.

⁷⁷Testimonio de Sra. Martita vendedora de verduras

⁷⁸Testimonio de Don Isidro, trabajador del campo

Cuando no pueden completar la venta simplemente se dan la vuelta y se van, en cambio cuando llegan a vender alguna pieza, la meten en una bolsita transparente pequeña (si es necesario), aprovechan para ofrecer otros artículos o productos que estén vendiendo, posteriormente cobran dan las gracias y continúan ofreciendo.

Un vendedor minorista que se encuentra en relación con derivados del maíz, son las vendedoras de totomoxtle⁷⁹ u hoja de elote, éstas venden grandes pacas de hojas formadas en hileras por tamaños, estas están colocadas dentro de un costal parecido al de las naranjas y es amarrado con un mecate de lado a lado.

Como una de las características del sujeto es buscar construirse como un ser autónomo, capaz de crear sentido al tomar sus propias decisiones, habría que mencionar que se enfrenta al orden establecido en el mundo con el único propósito de reinventar su realidad.

En el caso de la zona de los eloteros, estos vendedores se encuentran situados en camionetas cargadas con toneladas de elotes, estos tienen la función de seleccionar, separar, limpiar y despachar su puesto, además las mujeres intercambian y comparten secretos o recetas de preparación de los elotes. Una de las características de las camionetas es que el uso de diversos medios como los letreros colocados al frente de la mercancía, con frases o descuentos son un claro ejemplo de cómo funcionan estos complejos sistemas de intercambio, pues el que sea más atractivo, el producto más barato aunado a la apariencia de los productos sea buena, tendrá mayor ventas o más personas acercándose al puesto, además esto permite observar cómo es que coexisten de forma sutil estos patrones de conducta diseñados para mantener un orden económica dominante.

A partir de esto podemos preguntarnos ¿Cómo es que estos elementos que parecieran configurar únicamente el espacio, repercuten también en el sujeto mismo?, respondiendo que el cambio se encuentra basado en el autoconocimiento y la interacción social, el “letrero” genera ese acercamiento de los compradores al puesto lo que deriva una breve relación de sociabilidad, por el contacto visual, y verbal que se pudo entablar al momento de preguntar sobre algún producto. Por otro lado, el hecho de que el precio señalado en algún letrero este

⁷⁹La técnica de estas mujeres es diferente a la de las limpiadoras de elotes en el área de los eloteros, pues primero toman el elote completo en sus manos con el dedo pulgar empujan en la cola del elote hacia arriba a manera de desprender el elote de la hoja. Cuando la hoja viene muy pegada toman la punta de elote y con cuidado introducen un dedo en la primera división de las hojas poco a poco hasta separarla, con cuidado para que estas donde rompan ya que estas las venden para aquellos que preparan tamales. Por ello las hojas más pequeñas, que están rotas, picadas o feas las desechan pues no servirán para enredar la masa de los tamales

más barato que otro, permite reconocer ese lugar como económico el que “da más barato” y al otro puesto reconocerlo a partir del sujeto que ahora será denominado “carero” en algunos casos.

Ahora bien, se podría entonces ver parte de esa constitución del sujeto dentro de las dinámicas económicas y de poder, que si bien, en este ejemplo puede verse como es que el comprador reconoce cada uno de estos puestos, también permite observar cómo es que está en juego la dinámica de “la competencia”, lo que deriva en primera instancia en el poder que cada vendedor ejerce a través de estrategias concretas para lograr un beneficio, que finaliza en la venta del producto, consumiéndose en un acto económico.

Al igual, que en el área de los eloteros se encuentran: los compradores mayoristas: que son los sujetos que compran por maletas los compradores minoristas que son sujetos que adquieren producto por piezas los cuales por lo general son amas de casa.

Por su parte las mujeres también son un ejemplo de sujeto, ya que según Borbolla, en este contexto el sujeto es potencia, es creación, “generador de lo posible”, y el hecho de las mujeres logren integrarse a laborar en espacios donde pareciera que por el trabajo y tareas “tan pesadas” serian espacios masculinos, y el hecho de que lo realicen de forma exitosa aunado a que logren que estas tareas sean reconocidas como un trabajo de mujeres y no solo como de hombres, las posiciona como los sujetos que logran hacer o generar “lo posible”.

Además reafirma, “su fuerza del sujeto se finca en el “poder-hacer, en su capacidad de desafiar los límites que le son impuestos y que pretenden convertirlo en un simple objeto que opera bajo parámetros previamente establecidos (Borbolla, 2011, pág. 20).

La capacidad de “hacer” que tienen las mujeres, puede verse reflejado en el molino, donde los principales trabajadores o su mayoría son mujeres las cuales pueden dividirse en dos grupos. Por un lado, se encuentran las “trabajadoras del molino”, este espacio abre sus puertas desde las 6:00 de la mañana, esto es de gran ayuda ya que las mujeres que venden algún producto derivado del maíz tienen la oportunidad de ir a preparar su molienda temprano para que todo sea fresco.

El cuidado que se tiene con las maquinas es muy minucioso, puesto que no permiten que se muelan chiles o especias muy olorosas en el mismo molino donde se muele maíz, ya que

esto puede hacer que la masa o el polvo “se sepa” o adquiriera un sabor desagradable, o incluso que el color cambie.

Las personas que trabajan dentro del molino guardan una buena relación, todos se hablan, se ayudan y se reparten equitativamente las tareas de limpieza y preparación, o bien si ya tienen sus tareas asignadas, las cumplen en tiempo y forma, aunque hay ocasiones en donde el ambiente se vuelve un poco tenso, cuando entre ellos hay alguna discusión o malos comentarios, según algunas opiniones, por lo general los pleitos y malos entendidos siempre se dan en lugares donde hay más mujeres que hombres.

Por su parte dentro de este espacio también se encuentran las compradoras que en su mayoría son amas de casa, estas se pueden dividir dependiendo las actividades que realizan, en las cuales logro identificar tres tipos de compradoras dentro del molino:

1. Mujeres que muelen maíz para atole o tamales, que por lo general se dedican a la venta de alguno de estos productos.
2. Mujeres que va buscando la masa o el pinole ya preparado, que aunque pareciera que también se dedica a la venta, la realidad es que también lo lleva para consumo en el hogar.
3. Mujeres que van a revolver sus ingredientes para formar su propia masa, donde estas últimas lo utilizan para venta de alimento donde principalmente se requiere de tortillas, aunque únicamente hacen la masa para consumo doméstico.

Todas ellas tienen como característica el acudir al molino, quedarse por tiempos prolongados, entablar pláticas extensas acerca de temáticas del hogar, los estudios junto con el cuidado de los hijos, o lo que hará de comer para sus familias. La importancia de estas no radica en el espacio del molino, porque este ya fue abordado el primer capítulo, sino más bien en la acción y la práctica que tienen los sujetos en su interior.

Dentro de este espacio, puede observarse un ambiente “familiar” o “privado” pues las señoras, platican lo que ellas le denominan “chismear” mientras hacen su molienda, por su parte los empleados no están distantes sino que mantienen constantemente pláticas con las personas que ingresan al molino. Por otro lado, también los hombres tienen un papel importante, su presencia se puede ver más en la tortillería, donde igual que las mujeres, también están divididos por especialidades.

Sus trabajos son más pesados, pues están encargados de cargar los bultos de harina, colocar los tanques de gas, cargarlas cubetas llenas de agua con mazorca. En algunos casos debido al peso que constantemente se encuentran cargando, se colocan fajeros que son una especie de cinturones de piel gruesa, que les cubre la cadera y parte de la espalda, en la parte de enfrente es pequeña para permitir que puedan agacharse sin ningún problema mientras que en la espalda más dura y ancha, ayuda como soporte.

También se encuentran, los “preparadores de nixtamal”, los cuales también tienen como función procesar la masa en las respectivas máquinas, el “despachador” que es aquel que despacha masa para tamal o atole, pinole u hojas de maíz, se encarga también de cobrar y estar al pendiente de que todo vaya funcionando correctamente con las máquinas y que los clientes se encuentren bien despachados, de ahí su nombre.

Algo muy común de la tortillería es ver la larga fila en espera de su kilo ya sean de masa o tortillas, además la mayor parte de la gente formada son mujeres y niños los cuales llevan el dinero en la mano, junto a una servilleta para las tortillas o bien bolsas o canastitas para echarla masa. Por lo general, es más recurrente vivir momentos de tensión cuando las tortillas no están listas y la fila de los clientes se hace más larga, el hecho de que las tortillas tarden más tiempo en salir, se debe a que las maquina apenas terminaron de ser limpiadas, o que la limpieza de los granos de mazorca haya tardado un poco, o bien que los costales de harina se rompió en el traslado a la maquina o muy raramente estén escasos.

Otro sujeto mercantil es la señora en el puesto de gorditas, personas de un rango de edad que oscila entre los 25 y los 40 años. Las más jóvenes de edad visten indistintamente falda o pantalón, sin embargo las personas de mayor edad por lo general llevan puesta falda y mandil, cabello trenzado y la mayoría son robustas.

A este sujeto femenino que vende gorditas, se le conoce y se le refiere como “señora”, ésta presenta gran habilidad en la preparación de alimentos ya que puede hacer varias cosas al mismo tiempo, es decir puede platicar con los clientes y con su ayudante encargada de recoger los platos y preguntar los pedidos, si es que la tiene, ya que no todas las “señoras” tienen un ayudante; puede picar, servir, voltear la memela en el comal caliente, con ayuda de espátula aunque por lo general lo hacen directamente con la mano, puede amasar, desmenuzar pollo, deshebrar queso etc.

Pero a pesar de todo, la relación principal se da con la finalidad de comercializar, de vender o de comprar. No está por demás mencionar que estas relaciones y prácticas sociales se dan en contexto, tiempo y espacio diversos, y pudiendo asegurar que “los usos de suelo se diferencian en función de la actividad principal de los establecimientos que en el tengan su sede” estos “establecimientos se consideran como unidades susceptibles de ser clasificadas con respecto a sus actividades principales”, es decir que el espacio será definido según la actividad maicera que se esté desarrollando dentro de este.

Sujetos de trueque

Por otro lado, aquellos “sujetos de trueque” se diferencian porque la relación que se da entre estos es más cercana y prolongada ya que entablan la conversación para acordar el equivalente del bien de cambio.

El crecimiento y la extensión del trueque es un fenómeno que por la magnitud y la actividad que se realiza dentro de ella, y por la cantidad de personas y el tipo de personas que participan depende directamente su subsistencia.

Dentro de esta práctica, se observa una situación en la cual, el bien o producto es provisto ofrecido en primera instancia por una persona y es demandado por otra, al mismo tiempo la acción se repite por parte del contrario, pero en esta situación no se puede hablar de la existencia de un comprador o vendedor, ya que ambos fungen como tales, por esta razón tampoco puede ser vista como un acto económico ya que el precio es determinado por las decisiones de ambas partes es decir, que no se encuentra regulada por una moneda ni por la oferta y la demanda.

El trueque puede ser visto desde la idea de que “para algunos el trueque es un fenómeno temporario, de refugio ante la crisis, para otros es una institución que va a permanecer una vez pasado el estado más agudo de la recesión económica, los sentidos posibles de esta actividad y los criterios para su autorregulación no pueden ser discernidos completamente de sus propios términos institucionales (Hinze, 2003, págs. 87-88).

Por otra parte, el trueque posee una importancia sobresaliente en la época prehispánica y colonial ya que:

“En el México prehispánico y en los tiempos coloniales, diversos materiales y objetos se usaron como medios de intercambio, especialmente granos de cacao, mantas de algodón y hachas de cobre. Eran ampliamente aceptados como moneda y permitían el intercambio comercial, aunque ninguno de ellos poseía un valor establecido. [...] En el siglo XVI en la Nueva España, el fraile dominico Diego Durán registró que en tiempos prehispánicos los esclavos eran intercambiados por grandes mantas de algodón (quachtli), ricas plumas y joyas de oro y piedras preciosas. Se trataba sobre todo de trueques, intercambios de mercancías por mercancías, y tal era quizás el más arraigado estilo de intercambio en los mercados del Posclásico Tardío mesoamericano. [...] En Mesoamérica, al menos hacia el Posclásico Tardío (ca. 1350-1521), diferentes tipos de materiales y objetos funcionaron según se dice como medios de intercambio en los bulliciosos mercados. Se incluían entre estos, especialmente, granos de cacao, mantas de algodón y hachas de cobre. Cascabeles de cobre, cuentas de piedras preciosas, conchas rojas, sal y cañas de plumas de ave rellenas con polvo de oro se mencionan menos a menudo como formas de dinero” (Berdan, 2012)⁸⁰.

Puede decirse que el trueque es un aparato distinto que grupos indígenas han usado para autorregularse sin ponerse en contra de las leyes del mercado, como ética implica valores agregados al objeto, esa ética regula esa temporalidad, y sus articulación con la administración, desde la lógica cultural indígena, no es únicamente la circulación de los elementos.

Cuando no se le da un valor económico como tal no puede darse un intercambio económico. Dentro de este tipo de relación en el trueque, hay un concepto relevante, que el “el valor”.

La noción de valor tiene diferentes acepciones en economía, que demuestran dificultades en definirlo así como diferentes análisis teóricos sobre su objeto, el valor del bien u objeto puede deberse a la satisfacción que un individuo tenga del uso de este bien u objeto, éste valor es cualificado dependiendo de características físicas, pero también de los gustos del individuo.

Por el contrario, la noción de valor de reemplazo, designa una propiedad objetiva del bien u objeto, en la medida en que no depende de gustos en particular: sino que es determinada socialmente, a través del intercambio.

⁸⁰ Consultar también Revista Arqueología Mexicana en <http://www.arqueomex.com/S2N3nMedios122.html>

El bien u objeto tiene valor de reemplazo sólo si posee un valor de uso, estos dos valores necesariamente no son correlacionados: “El bien puede, en efecto, tener un gran valor de uso sin valor de intercambio, lo mismo puede tener sólo poco valor de uso y sin embargo poseer un gran valor de reemplazo (Orléan, 2011)⁸¹.

Dentro del mercado “La Purísima” existe el trueque, no se da directamente con el maíz, sino que se ha notado su presencia en la madera, con la fruta y verdura muy madura, en esta por ejemplo, acuden las persona con aquello que pretenden cambiar y desde muy temprano acuden con los vendedores de frutas y verduras para intercambiarlo por lo que les hace falta como jitomates, tomates, papás etc., pero la única condición es que se les da, lo que se encuentra en un estado muy maduro.

Podría decirse que solo existe una práctica dentro del área de los eloteros que podría verse y analizarse desde esta perspectiva del trueque, es una actividad completamente distinta a la de la venta, que es el “desoje de elote o la quita de totomoxtle”.

Refiero que entra en esta categoría de trueque ya que se establece un mutuo acuerdo entre el comprador y el sujeto que hará el deshoje del elote, en donde el acuerdo reside en, si se acepta o no que se limpien lo elotes, además no interviene en ningún momento el uso de la moneda, sino que la mano de obra por parte del deshojador es equivalente al totomoxtle que recibirá a cambio. Esta actividad también podría entrar en la categoría de sujeto de sociabilidad, ya que este acto de pelar se presenta como un acto solidario puesto que no hay una paga monetaria, sino parecería un favor que el sujeto deshojador le hará al comprador.

Ésta actividad de deshojar, se hace con la finalidad de conseguir las hojas que cubren al elote para dárselo de alimento a sus animales, las mujeres que pelan los elotes no cobran, tampoco la gente le ofrece dinero por su trabajo, sino que su pago únicamente es la obtención del totomoxtle⁸², que tanto para el vendedor como el comprador representa únicamente “desperdicio”, ya que no les sirve para nada.

La técnica que llevan a cabo estas “limpiadoras” por denominarlas de algún modo, es la siguiente: ellas se encuentran sentadas ya sea en la banqueta o en una silla pequeña, primero toman el maíz con ambas manos, luego lo colocan entre sus rodillas haciendo presión desde la

⁸¹ Para tener conocimiento más amplio sobre la noción de “valor”, consultar el texto de André Orléan, en <http://regulation.revues.org/9483> titulado *L'empire de la valeur, Refonder l'économie*.

⁸² Entre otras actividades que se retomaran más adelante.

punta del elote y sin soltarlo jalándolo hacia abajo, sin embargo esta técnicas muy complicada pues muchas veces la hoja viene muy pegada y lo único que logran en vez de desprenderla es lastimarse las manos. La forma más fácil de quitarlas, es tomando la hoja desde la punta del elotes jalándola fuertemente hacia abajo, capa por capa.

Una vez que el elote ya está limpio lo regresan a la maleta o a la canasta que la clienta lleve para hacer sus compras. Como esta acción de deshojar se realiza dentro de la misma área de los elotereros, la mayoría de las veces frente a la camioneta donde se está realizando la compra, los clientes tienen la posibilidad de cambiar el elote que no les gusta porque viene picado, negro o en mal estado al momento.

Existen otras personas que denomino prestadores de servicio, que son todos aquellos que no tienen un puesto fijo dentro del mercado-tianguis “La Purísima” pero que prestan su servicio tanto a vendedores como compradores los cuales denomino “sujetos socializantes”.

Sujetos socializantes

El sujeto socializante es aquel sujeto que busca abaratar los precios de los bienes a través de diversas estrategias económicas como comprar al mayoreo para que el costo sea disminuido debido a la cantidad de producto adquirido.

Este proceso de socialización se puede dar gracias a la existencia de vínculos y propósitos en común, es decir, este puede darse porque se sabe o se confía en que la otra persona va a responder, pero además al igual que el truequear, estos sujetos socializantes, presentan también la característica de acto del don, presentados como sistema de prestaciones entre diversos grupos.

En esta práctica los practicantes operan tipos de operaciones es decir, este tipo de sujetos socializantes —como serían Las ahorradoras que mencionaré más adelante—se hacen de estrategias o tácticas del que dependerá su nivel de operatividad a partir del cual se relacionaran y, en la cual su práctica se verá contenida y reproducida entre normas y relaciones de poder.

Dentro de éste, existe un carácter voluntario pero a su vez siempre tienen un interés, en estas prestaciones hay formalismo e intereses económicos; esta práctica socializante equivaldría

a lo que para Mauss (Ferraro, 2011, pág. 29) sería el potlach, el cual no considera el elemento básico un ancestro en común, sino que es el mecanismo por el cual los lazos de solidaridad constituyen actos obligatorios que regulan la vida social; donde dicha regulación se vería dentro del grupo de estas ahorradoras.

Hay intercambio de productos en una especie de compra, de abaratamiento del precio y a su vez un intercambio de colectividades en donde entra lo moral al intercambiarse gentileza, por ejemplo, por esta parte, tenemos a las mujeres comerciantes que además juegan diferentes roles, como bien mencionaba con anterioridad; y por lado se encuentran aquellas mujeres que si bien no forman parte de la organización interna del mercado, es decir no son vendedoras del lugar, gracias a su frecuencia y constancia son bien identificadas tanto por los compradores como por los mismos comerciantes, y es el caso concreto de las ahorradoras.

Estas son uno de los sujetos sobresalientes en el mercado sin duda son las mujeres, que con tan poco “gasto⁸³” logran cumplir y satisfacer con las necesidades alimentarias de su familia. Dentro del mercado “La Purísima” uno de los eventos sobresalientes de ahorro y que sin duda cuenta con la participación de sólo mujeres es la cooperativa u organización de “las ahorradoras”.

Este es un grupo de 40 señoras principalmente son amas de casa, que buscan comprar todo lo necesario más barato con el objetivo de no afectar su economía, mantener un ingreso en casa, tener un ahorro para algún imprevisto. La organizadora de uno de los grupos es Doña Angélica, encargada de hacer todas las compras, la actividad que realizan las ahorradoras pasan por 4 fases para terminar la bolsa o la despensa.

1. Fase de compra: Todas las integrantes se reúnen en un punto ya conocido dentro del mercado-tianguis. Mientras que al diablero se le manda a recoger mercancía ya sea frutas o verduras con los vendedores conocidos, esto para comenzar a “adelantarle” mientras tanto doña Angélica se dirige con otro comerciante por más mercancía, toda

⁸³El gasto es el dinero que posee la mujer o la persona que se encuentra encargada de las labores del hogar, para abastecerse de alimentos en la semana o para realizar pagos de servicios como luz, teléfono, agua y gas. Por otro lado el hablar de un gasto alude a aquel ingreso extra familiar que se convierte en aquel ahorro para emergencias, lujos, necesidades, aunque en su mayoría es un ahorro empleado para el pago de egresos escolares como colegiaturas, papelería, uniformes, cooperaciones entre otros. También muestra una de las características del ser ama de casa, denota su dependencia hacia el hombre como proveedor y sustento del hogar, pues se asume que la mujer, no realiza ninguna actividad laboral fuera del hogar, sino que está condicionada al ingreso del marido, y está encargada del cuidado de los hijos, el que hacer de la casa lo cual incluye el lavado de la ropa de la familia, preparación de alimentos varios y la atención a las tareas escolares, es decir del cuidado de los hijos.

la mercancía se pide fiada excepto el pan, pues el único que se paga al momento, los comerciantes ya la conocen y muchas veces le ofrecen algún producto nuevo o bien, en el camino la alcanzan para informarle que ya tiene lo de siempre, esto lo hacen para que la compradora (en este caso doña Angélica) no se vaya con otro comprador.

Mientras tanto una de las integrantes del grupo de las ahorradoras se queda cuidando la mercancía que el “diablero” le va dejando y a su vez va empacando.

2. Empacado: La integrante del grupo que se queda cuidando, va guardando en bolsitas las frutas o verduras, todo por medidas, ya sea jícara grande, mediana o la pequeño, en caso de que las cosas sean muy grandes, se guardan por pieza. Conforme van llegando las señoras se reparten el trabajo de empacado.

Se hacen las bolsas según las personas que hayan mandado a apartar su bolsa con anterioridad, y estas bolsas deben cerrarse hasta el final ya que si llega a sobrar algo se vuelve a distribuir en todas las bolsas a modo de que a todas les toque la misma cantidad, una vez verificado esto y que ya no sobre más se cierra con nudo la bolsa y se coloca todo separado en montones.

3. Repartición: Antes de repartir, todas las mujeres forman un círculo alrededor de la mercancía ya empacada, posteriormente Doña Angélica pasa lista de las integrantes que la llamaron y apartaron la despensa, una vez terminado esto, comienza a repartir una bolsita de verdura o fruta, cabe mencionar que la fruta varia se cambia dependiendo la de temporada; el reparto comienza a las 6:30pm.

4. El pago: Una vez terminada la repartición de la mercancía las señoras que no le pagaron en todo el transcurso de la mañana se acercan a pagarle, una vez completado el dinero doña Angélica se dirige con los comerciantes y les liquida lo fiado. Esta bolsa de despensa consta de: jitomate, cebolla, papa, limón, calabacitas, ejotes, chayote espinaca, cilantro, tres frutas de temporada.

Por su parte, esta organización de amas de casa no paga nada a la Administración del mercado ya que no comercializar o revenden el producto sino que únicamente distribuyen interiormente la mercancía. Las compradoras o integrantes del grupo de las ahorradoras provienen principalmente de San Isidro, Cuixcatla, San Lorenzo, Huixcolotla.

Otro sujeto socializante se ve presente el día domingo dentro del tianguis de carros, el cual se ubica al frente de la administración y los baños, principalmente vienen de Durango, Oaxaca y Puebla —principalmente—, en este tianguis van personas de diferentes estados o municipios a vender sus autos, también es muy común que se dé el intercambio se pague la diferencia; el proceso de venta y adquisición de carros se da de la siguiente manera:

El interesado en adquirir el carro, lo observa, le busca golpes y rayones que pudiera tener, le revisa el motor, los asientos, ve que el papeleo este completo, que los pagos de tenencia, certificación y placas estén al corriente, pregunta el número de kilómetros que ha recorrido el carro, y el motivo por el cual lo están vendiendo.

Posterior a estos puede realizarse la venta o el cambio, sin embargo para cambiarlo realizan la misma acción pero con el carro contrario y acuerdan quien va a pagarla diferencia de dinero por el valor de uno u otro auto. Las personas que se encuentran vendiendo en ese tianguis y que tienen a su disposición varios autos les denominan “coyotes”, entre ellos se apartan los mejores lugares, que están ubicados a la entrada del tianguis, se ayudan a lavar sus autos, se “echan la mano” para vender sus autos, limpiar el lugar, encerar los vehículos, etc.

Pero no todo lo que realizan es vender, sino que también se dan tiempo para jugar cartas, para ello colocan una mesa cerca de donde están sus carros, pero donde no estorbe del paso, colocan las sillas y hacen una especie de bolita para hacer sus apuestas, puede observarse que la mayoría de las monedas que están en el centro son de \$10.00 pesos m/, cabe mencionar que esta práctica y la presencia de los hombres es más que de las mujeres además de las dinámicas y el ambiente que se vive en ese lugar lo hacen ser un espacio completamente masculino.

Otro suceso es la compra-venta de ropa y artículos usados, en la mayoría de los casos a este lugar acuden personas de bajos recurso aunque también personas de familias muy numerosas, las cuales su primera necesidad es conseguir ropa a bajo costo, y vestir a los miembros más pequeños.

Es un lugar femenino, porque la mayoría del personal y de los compradores son mujeres, la ropa es en su mayoría para damas y bebés al igual que el calzado; puede observarse a simple vista este lugar porque la ropa⁸⁴ se encuentra al inicio del pasillo, colocada sobre lonas

⁸⁴Estas por lo general son ropa de “paca”, es ropa importada, alguna de marca, con defectos de fábrica o de segunda mano.

las cuales son puestas encima de grandes tablones de madera con soportes de fierro en forma de “v” invertida, puede apreciarse que no se encuentra colocada como en los puestos de ropa sino que toda se encuentra revuelta; ropa de hombre, mujer, niños y bebe se encuentran sobre la misma tarima; por lo cual la gente debe acercarse y seleccionar las prendas que le sean más atractivas por color o textura.

Una vez que encuentran las prendas que le fueron más agradables o las que buscaban, las separan en otro montoncito, con cuidado de que no se vuelva a revolver y alejado un poco de las personas que siguen seleccionando ropa para que estas no las vayan a tomar, las comienzan a revisar minuciosamente buscando que no esté rota, jalada, deslavada o manchada, mientras las separan nuevamente y regresan al montón aquellas que no quieren, posterior a ello, entre las ya seleccionadas preguntan precio y compara los mismos en cuanto a precio y de acuerdo a un proceso de valoración y juicio descartan la más cara o menos llamativa para quedarse con la prenda final, se acercan al encargado y lo pagan.

Es importante, ver que todas estas prácticas que llevan a cabo los sujetos se dan en contexto, tiempo-espacio diversos sin embargo y a pesar de su diversidad, poseen característica generales pues en primera instancia todas las practicas permiten por su variabilidad comprender la multiplicidad del mercado tanto en colores, frutas, olores, como en sujetos y dinámicas.

Por otra parte estas prácticas permiten entender el mundo económico y mental en el que se desenvuelven los sujetos del mercado-tianguis “La Purísima”. Y al mismo tiempo permiten observar el sistema ideacional y representacional.

Capítulo IV Las Representaciones Sociales.

IV

Para algunas personas en el ámbito de la investigación, les resulta interesante abordar “las representaciones sociales como una forma de re-interpretar el mundo, bajo una óptica más integral”. (Hebe Lacolla , 2005, pág. 1), y el actuar de aquellos que pertenecen a una determinada sociedad o grupo social.

En el mercado, específicamente entre aquellos sujetos que basan sus actividades en relación al maíz; sus prácticas están relacionadas con las representaciones sociales, entender esto puede ser un tanto complicado, sin embargo es necesario ya que, saber cuáles son estas representaciones y bajo qué circunstancias se están generando muestra el acercamiento, la conexión, la importancia, relevancia y sobre todo el apego y simbolismo que usa el sujeto sobre este cereal dentro de su cotidianidad.

“Este tipo de representaciones tienen un origen social, es decir que surgen del trasfondo cultural que la sociedad ha acumulado a lo largo de la historia [...] son construcciones mentales que actúan como motores del pensamiento, que funcionan y perduran con independencia de tales o cuales individuos concretos y generan conductas relacionadas con ellas” (Hebe Lacolla , 2005, págs. 1, 2).

En el caso de los sujetos con actividades maiceras, van desarrollando representaciones a partir de las funciones que cada uno realiza, por otra parte, su acercamiento con el grano le da pauta de ir haciendo y actuando en base a lo que sabe y lo que le aporta su experiencia, de ir re-interpretando y construyendo una idea de realidad, pero además va guiando sus conductas en sus prácticas maiceras y generando nuevas relaciones sociales entre aquellos que comparten intereses similares.

“Las representaciones sociales, son sistemas de pre concepciones, de imágenes y de valores que tienen su propia significación cultural y que subsisten independientemente de las experiencias individuales”(Moscovici, 1979, pág. 30). En este sentido, la construcción de las representaciones sociales en base al maíz, no solo se generan por la experiencia, por el cúmulo de saberes históricos, por los mitos y leyendas del mismo cereal y del lugar, sino que a su vez

estas representaciones dependen de si son generadas en la ciudad, en un pueblo y si se dan dentro de un grupo indígena o no.

Analizarlas, es una tarea mucho más compleja, ya que el hablar de maíz y analizarlo en su contexto conlleva etnográficamente hablar de signos y símbolos y referir a aquellos objetos que estructuran el espacio, sin perder de vista que detrás de estas representaciones que se están configurando en base a este cereal, también “se constituyen modalidades de pensamiento práctico orientados hacia la comunicación, la comprensión y el dominio del entorno social, material e ideal” (Hebe Lacolla , 2005, pág. 3).

Por esta razón primero hay que entender que el maíz es un símbolo, que es visto como una unidad discreta equiparable al signo pero en otro nivel, es decir, es una unidad de análisis en los procesos de simbolización y de representación. Por otro lado, el maíz personifica el símbolo que opera como una analogía entre la idea y el objeto mismo, y va dando forma al ser social, va generando y dando forma al vendedor mayorista de maíz, a la vendedora de totomoxtle o bien al comprador dentro del mercado-tianguis.

También el lenguaje que se estructura dentro de las prácticas maiceras juega un papel fundamental durante el *proceso representacional*, pues la adquisición de lenguaje articulado dentro de este proceso permite identificar casi instantáneamente, qué tipo de relación es la que se está entablando, dentro de qué contexto pero sobre todo, bajo qué circunstancias, puesto que no es lo mismo escuchar gritos acompañados de expresiones para llamar la atención de clientes en los puestos del mercado, a escuchar conversaciones sobre la preparación de alimentos dentro del molino o ser partícipes de una plática acerca de la mala o buena cosecha entre los vendedores en la zona de los eloteros.

El maíz entonces es objeto significación que gracias a las prácticas anteriormente mencionadas ha sufrido un proceso de subjetivación, por tanto, es el conocimiento tácito de la expresión misma del saber articulado del maíz en la vida social de los actores, para entenderlo mejor, un ejemplo de ello serían las señoras de Altepeixi, las cuales generan conocimiento a partir de su trabajo y contacto con la hoja de totomoxtle, este saber que ellas poseen está ya interiorizada y articulada a su vida cotidiana, la cual es muy diferente a la de los vendedores de elotes (en la zona de los eloteros) pues ellos generan el conocimiento alrededor de la venta del maíz, distinguen los elotes híbrido del tehuacanero, por el estado y tamaño de la hoja, un conocimiento que se comparte por sus técnicas para pelar y limpiar el elote.

Es por esto, que el maíz produce representaciones a partir de sus usos, ya que hablan de su constitución biológica, propiedades químicas, medicinales, la alimentación, la industria, simbólico, religioso, de origen divino, etc., dicen por ejemplo, el maíz cuando esta “tiernito” sirve para la elaboración de tamales y cuando esta “maduro” es utilizado para nixtamal y la preparación de tortillas. Distinguen desde la elaboración de masa, la molienda, la pixca etc., es decir el maíz está previo y conscientemente interpretado.

Estos conocimientos, ya están racionalizados⁸⁵, pero a su vez se constituye y se reconstruye conocimiento sobre conocimiento gracias a red de relaciones que se entablan entorno a él, por ello su diversidad, y también gracias a la experiencia que permite dar y aunar más elementos e información, combinando y ampliando su contenido, configurando nuevas representaciones. Por esta razón el maíz posee diversidad de representaciones, las cuales pudieron ser observadas mediante los cuestionarios que se aplicaron y en las entrevistas que se entablaron en las visitas de trabajo de campo.

Dentro de las visitas al mercado-tianguis “La Purísima” se aplicaron cincuenta cuestionarios, “como bien es sabido el cuestionario es un conjunto de preguntas diseñadas para generar los datos necesarios para alcanzar los objetivos propuestos del proyecto de investigación [...] que permite estandarizar e integrar el proceso de recopilación de datos” (Galán Amador, 2009)⁸⁶.

Por otra parte las preguntas se organizan por categorías de preguntas y pueden utilizarse en el mismo curso, es decir, encaminada a obtener una respuesta o diferentes, es importante resaltar que, la utilización de los cuestionarios es fundamental para la investigación, ya que en primera instancia, uno como investigador no puede saber qué es lo que el informante piensa o lo que esta pasado por su cabeza, y a partir de la aplicación de los cuestionarios, estos sujetos pueden proporcionar información crucial sobre temáticas importantes para la investigación.

Es por ello que estos cuestionarios se encontraban enfocados a las actividades, la importancia, el conocimiento y las representaciones con respecto al maíz, cabe mencionar que únicamente fueron aplicados a aquellos sujetos que practican con el maíz, es decir a los

⁸⁵ Lo que para Dan Sperber sería el nivel pre-conceptual. Consultar Reflexiones en torno a ¿Es pre-racional el pensamiento simbólico?, en revista Alteridades 1991, pág. 65-70.

⁸⁶ Consultar <http://manuelgalan.blogspot.mx/2009/04/el-cuestionario-en-la-investigacion.html> para mayores referencias.

vendedores de elotes y derivados y a los compradores que se encontraban en los espacios maiceros, y constaban de once preguntas cada uno.

Al inicio de cada cuestionario se preguntaba el municipio donde vivía, lo que arrojó como resultado que de cincuenta informantes, treinta son provenientes de Altepexi⁸⁷, quince son de Coapan⁸⁸, cuatro de Tehuacán y uno proviene de Zoquitlan⁸⁹.

Se puede ver que los índices más altos en relación a las prácticas maiceras provienen de Altepexi y Coapan ya que son las comunidades más cercanas a Tehuacán. La mayor parte de los consultados son provenientes de Altepexi, debido a la falta de trabajo existente en el pueblo se ven en la necesidad de realizar múltiples actividades laborales en la ciudad de Tehuacán para sostener a sus familias.

Estas personas de Altepexi son reconocidas por su habilidad para realizar la pixca, y la limpia de elotes, situación que les favorece, ya que por un lado son contratados para las labores en el campo, a cambio de trabajar les regalan elotes que pueden revender, o usarlo para autoconsumo. En el caso de las mujeres contratadas para limpiar los elotes, ellas pueden revender la hoja, razón suficiente por la cual se hacen presentes en el mercado.

Respecto a Coapan los hombres principalmente laboran como albañiles, sin embargo lo que ganan no les es suficiente para mantener los gastos que requiere la casa y la familia, por ello las mujeres coapeñas, se ven en la necesidad de laborar para llevar otro ingreso familiar a través de la venta de comida, actividad que las ha identificado por años. Es por ello que a la entrada de Coapan se encuentra una estatua de una mujer cargando su canasto y portando en las manos un elote.

El siguiente porcentaje relativamente bajo es proveniente de Tehuacán, son compradoras amas de casa, que emplean el elote o el maíz desgranado para la elaboración de alimento para sus familias. El último porcentaje es proveniente de Zoquitlan, representado por

⁸⁷ El municipio de Altepexi se localiza en la parte sureste del estado de Puebla. Sus coordenadas geográficas son los paralelos 18° 18'30" y 18° 25'48" de latitud norte y los meridianos 97° 15'18" y 97° 20'36" de longitud occidental. Limita al norte con Tehuacán y Ajalpan, al sur con San José Miahuatlán, al este con Zinacatepec y al oeste con San Gabriel Chilac. "Enciclopedia de Los Municipios y Delegaciones de México Estado de Puebla, Altepexi". En: <http://www.inafed.gob.mx/work/enciclopedia/EMM21puebla/municipios/21013a.html>

⁸⁸ Pueblo Santa María Coapan se localiza en el municipio de Tehuacán. Debido a su extensión presenta varios tipos de climas. En: <http://www.vivemx.com/col/santa-maria-coapan.htm>

⁸⁹ El municipio de Zoquitlan cuenta con una superficie de 311,27 km². Limita al norte con los municipios de Ajalpan y Eloxochitlán; al este, con San Sebastián Tlacotepec; al sur, con Coyomeapan; y al poniente, con Coxcatlán. El municipio forma parte de la región económica de Tehuacán, y se encuentra enclavado en el sureste del estado de Puebla, en la denominada Sierra Negra. En: <http://es.wikipedia.org/wiki/Zoquitlan>

un revendedor de bolsitas de maíz desgranado el cual piensa que vender en bolsitas resulta mejor que vender por piezas, ya que cada bolsa la llena desgranando 4 elotes, cada elote se lo dan a \$2.00 lo que implicaría si se vendiera por piezas de a \$2.5 obtendría una ganancia total de \$2.00 por cuatro elotes, en cambio cada bolsita la vende en \$12.00, por la cual viene obteniendo como ganancia \$4.00 pesos por bolsita.

Estas respuestas dan cuenta de que los sujetos son diversos al igual que la relación o las prácticas que llevan a cabo con el maíz, es importante resaltar que las actividades principales a las que se dedican son la venta o comercio de elote entero y venta de bolsitas de maíz desgranado, la siguiente actividad maicera importante se da con relación a la venta y preparación de alimentos por parte de las coapeñas y amas de casa, sin embargo podría anexar otra actividad que a través de las visitas de campo sobresalió, y es la elaboración de piezas artesanales como aretes, collares y pulseras realizado con el “diente de maíz”, y los muñecos realizados con la hoja de totomoxtle.⁹⁰

Como puede observarse, dentro de este capítulo se mostrarán algunos datos graficados, mismos que se obtuvieron en los cuestionarios, sin embargo hay que mencionar que muchos autores refieren que las gráficas únicamente se elaboran como muestra de resultados cuantitativos, por lo que graficar resultados de preguntas abiertas suena a su parecer ilógico, falso y erróneo, sin embargo aunque fue un trabajo difícil, se logró realizar las gráficas. Ya que las preguntas realizadas no presentaban una serie de opción múltiple, sino que fueron respondidas a criterio, experiencia y saberes de los informantes, la elaboración fue muy tediosa porque había una excesiva cantidad de información, y requería mayor atención para ir entendiendo los resultados y conforme a ello para poder ir clasificándolos y acotar el rango de datos en la gráfica.

Por otra parte no se hablaba de una respuesta por pregunta sino que algunas veces había cuatro o cinco repuestas dentro de cada cuestionamiento por cada uno de los cuestionarios, lo que lo hizo confuso el trabajo de graficar, pues a simple vista en las gráficas no parecían ser muy claras por la cantidad de información y los datos parecían erróneos, un ejemplo de ello es que de cincuenta personas, cuarenta y siete dicen que el maíz se usa para hacer tortillas, sin embargo de esas mismas cincuenta personas catorce mencionan que también se elabora atole y cuarenta y cinco de esas mismas cincuenta, piensan que el maíz también

⁹⁰ Como puede observarse en la gráfica 1.

puede emplearse para el nixtamal, lo que al momento de graficarlo es complicado ya que parecía que los cuestionarios no fueron aplicados a cincuenta personas sino a ciento seis personas según estos datos.

Motivo por el cual hay que resaltar nuevamente que solo se habla de resultados o respuestas de cincuenta informantes que proporcionaron más de una respuesta a cada pregunta, a lo que se debe entender que si en las gráficas se logra ver dos o más respuestas en un rango similar, es por esta razón, ya que fundamentalmente se cuenta dentro de cada grafica el número de veces o la frecuencia de enunciación de las respuestas.

Asociaciones del maíz.

Antes de comenzar a explicar las gráficas y los resultados obtenidos a lo largo de la investigación, hay que mencionar que “los estudios sobre representaciones se apoyan en un material lingüístico, en palabras, respuestas a cuestionarios, asociaciones libres, etc.” (Zepeda, 2013, pág. 127).

Explicar qué son las asociaciones y por qué son importantes para indagar en las representaciones resulta crucial, debemos hablar de asociación⁹¹ sin embargo el término que se empleará es el “método de la asociación libre, el cual fue instalando en el psicoanálisis de manera progresiva entre los años 1892 y 1898, sin que sea posible establecer con exactitud el momento preciso en que se impone como técnica principal” (Laplanche & Pontalis, 2007, pág. 37), “la asociación libre permite reducir la dificultad o los límites de la expresión discursiva que se presenta en los cuestionarios o entrevistas, [...] el carácter espontáneo –por lo tanto menos controlado- y la dimensión proyectiva de esa producción deberían permitir así tener acceso, mucho más rápido y fácil que en una entrevista, a los elementos que constituyen el universo semántico del termino o del objeto estudiado” (Zepeda, 2013, pág. 128) por esta razón, “las asociaciones pueden surgir de manera completamente espontánea (asociación libre propiamente tal, en sentido estricto) o inducidas por algún elemento de un sueño o por cualquier otro objeto de pensamiento (por ejemplo una fantasía)” (Sigmund, 1996, pág. 518).

⁹¹Unir(se) o juntar(se) para un fin' y 'relacionar(se) mentalmente una cosa con otra, según “Diccionario panhispánico de dudas ©2005 Real Academia Española ©.

Por ello entiendo que las asociaciones tienen como objetivo, ver cuál es la relación principal que se entabla con el objeto, en este caso con el maíz a través de la enunciación principal que evoca el sujeto, es importante para el estudio de las representaciones pues en base a esta asociación puede entenderse cuál es su acercamiento y comparar si la enunciación a través de un orden jerárquico que mencionan estos sujetos, resalta la existencia o no una representación.

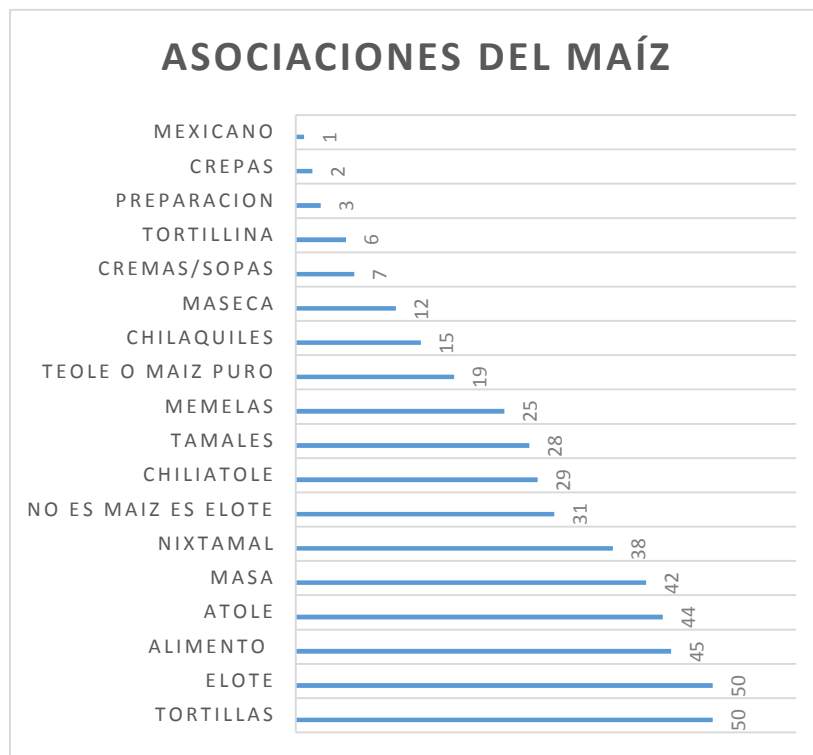
El material obtenido en los cuestionarios, se agrupó a partir de la recopilación de las palabras citadas por los sujetos en orden jerárquico y de enunciación, es decir, se tomó en cuenta la primera palabra que escribieron como respuestas a las preguntas, posteriormente se realizó un vaciado de todas las respuestas y se contabilizó por número de mención o repetición de la mismas. Lo que al graficarlo, denotó que la enunciación principal no es un uso o práctica como tal con este cereal, sino que la asociación principal se da con aquellos elementos naturales y/o manufacturados del maíz.

El maíz como alimento y las industrias globales.

El asociar y graficar las respuestas, permitió dar cuenta de la presencia de nuevos procesos globales, el acercamiento y la llegada de nuevos productos industriales que se hacen cada vez mayor dentro de la ciudad de Tehuacán, esto gracias a la respuesta de “maseca”⁹² el cual ha tenido éxito por su bajo costo, porque para algunos es más accesible y menos “laborioso” trabajarlo y manejarlo, por otra parte maseca se presenta como una industria que tienen como finalidad proporcionar harinas elaboradas “naturalmente” para la elaboración de tortillas, el cual es el producto de consumo principal no solo dentro del mercado sino dentro de la región. Además pudo notarse que su referencia de alimento fue contextualizado dentro del hogar al igual que en el campo.

⁹² Es la marca de harina de maíz que se prepara solamente con agregarle agua, y así convirtiéndose en masa, para ser cocinada y producir tortillas y productos semejantes- Pertenece a la empresa GIMSA, subsidiaria de GRUMA. El nombre "Maseca" le fue dado por Don Roberto González Barrera. El origen del nombre fue la técnica que dio pie a la gran innovación de la empresa; esto es, deshidratar la masa, volverla «seca».

Dentro de las asociaciones que se encontraron, resaltan dieciocho respuestas, de las cuales elote y tortilla, presentan un mismo margen de enunciación. Estas dieciocho palabras, muestran las principales asociaciones que se entablan con el maíz, como se muestra en la siguiente gráfica.



Sin embargo, esta misma podría explicarse a partir de tres subgrupos:

Subgrupo A “alimentos”	Subgrupo B “productos manufacturados”	Subgrupo C “enunciaciones metafóricas”
Tortilla	Masa	Mexicano
Elote	Nixtamal	
Atole	Maseca	
Chiliatole	Tortillina	
Tamales		
Memela		
Chilaquiles		
Cremas y sopas		
Crepas		

El subgrupo A o alimentos: puede estar conformado por comidas o bebidas provenientes del maíz de manera natural, al referir a alimento se hace referencia al producto ya finalizado y que puede ser ingerido, al mismo tiempo que posee características nutritivas favorables para la salud.

El subgrupo B o productos manufacturados: Refiere a los diferentes diseños o tipos de productos fabricados en una planta (FCT, 2006, pág. 24), se encuentra conformado principalmente por productos que han tenido un proceso de elaboración previo y que a comparación del subgrupo A, deben ser sometidos a más preparación para llegar a ser comestible o llegar a considerarse un alimento, por ejemplo, la masa no puede comerse en su estado de masa, sino que debe realizarse otro proceso para convertirlo en tortilla, en atole, en memela etc., de lo contrario podría ser perjudicial para la salud, pues si se ingiere cruda “uno se puede empachar”⁹³.

Por último el subgrupo C o metáforas: Representa una expresión relacionada a un objeto o idea particular pero que se aplica a otra palabra o frase, en este caso, la expresión metafórica refiere a un objeto con una identidad nacionalista, por lo cual “en el instrumental teórico proporcionado por la teoría contemporánea de la metáfora, es posible analizar esas formulaciones lingüísticas para develar ese sistema cognitivo. En particular, el análisis se puede centrar en dos cuestiones fundamentales: 1) el sistema metafórico que nutre la identificación nacionalista con un territorio y su (posible) origen o anclaje experiencial, [...] en el que tal sistema cognitivo contribuye a la definición de una concepción nacionalista; 2) la forma en que tal sistema cognitivo contribuye a la definición de una concepción nacionalista (Bustos, 2000, pág. 211).

⁹³ Cometarios de Doña Gregoria, ama de casa.

El maíz como fuente de alimento y trabajo.

Hay que recordar que para estudiar las representaciones sociales, “el vínculo con el objeto es una parte intrínseca del lugar social y debe entonces ser interpretado en este marco” (Zepeda, 2013, pág. 30), pero además del lugar o el espacio, hay que considerar dos aspectos que definen a la representación: “1º un contenido: informaciones, imágenes, opiniones y actitudes. En este contenido su relación con un objeto. 2º La representación social de un sujeto con otro sujeto, esta representación es tributaria del lugar que ocupa un sujeto en la sociedad” (Zepeda, 2013, pág. 35).

Una de las representaciones presentes resalta la idea de que el maíz alimenta tanto a hombres como a animales, esto es muy importante ya que “sin alimento nos moriríamos”⁹⁴ mencionan algunos informantes.

Curiosamente es uno de los datos a mi parecer más sobresalientes, pues no solo habla de una representación sino que la idea expresa el nivel de interiorización y acercamiento de este elemento dentro de su cotidianidad. Además da muestra de que “la frecuencia es un indicador fundamental que organiza el contenido de la representación, y por otra parte [...] se admite que existe una representación social única del objeto o por lo menos una fuerte base común entre los individuos” (Zepeda, 2013, pág. 131) al mencionarlo repetidamente.

Puesto que el imaginar una vida sin maíz es una idea impensable, no hay cabida para tal pensamiento, puede verse también que su uso principal es de alimentar, es un recurso natural accesible para todos, por el precio, porque se da en la zona, porque para muchos es un alimento que tal vez hacen una vez al día, pero les “llena y nutre”⁹⁵.

Por otro lado, otras de las preguntas que van muy de la mano a esta respuesta fueron ¿Para qué sirve el maíz?⁹⁶ Y ¿Para qué se utiliza?⁹⁷ Esto con la finalidad de saber de su uso y su

⁹⁴ Curiosamente de las cincuenta entrevistas que se realizaron, cuarenta y cinco de ellas mencionaron que el maíz es alimento, y las cuarenta y cinco argumentaron y dieron validez a esta respuesta diciendo la misma frase “sin alimento nos moriríamos”, sin duda se encuentra presente ese pensamiento colectivo que menciona Durkheim, pero también un uso o acercamiento en la vida, una interiorización más que de concepto, de aplicación a su cotidianidad; es decir es más que solo la enunciación misma. Revisar el texto: Representaciones y Clasificaciones colectivas. La teoría sociológica del conocimiento de Durkheim. De Héctor Vera, en: <http://www.revistasociologica.com.mx/pdf/5005.pdf>

⁹⁵ Entrevista con doña Rosa.

⁹⁶ Revisar grafica 2 en anexos.

⁹⁷ Revisar grafica 3 en anexos.

función, y de qué otras cosas se elaboran con el cereal que vaya más allá que solo alimento. Esto lleva a reflexionar acerca de la función y la utilización de las cosas mencionadas, para ello es necesario decir que función es distinto a la utilización, ya que la función refiere a la actividad que realizan las personas con los objetos, mientras que la utilización refiere a la diversidad de acciones que se hacen con las cosas, sin embargo ambos van muy ligados, por ejemplo, el maíz tiene como función principal el consumo humano o comer, mientras que su utilización o alguno de sus usos es para la elaboración de tortillas.

Esto deja ver, que el maíz sirve para la elaboración de tortillas pero no solo refiere a un producto elaborado con masa de maíz nixtamalizado, ni a su forma circular y aplanada, sino que para estos sujetos la tortilla es una fuente de consumo nutritivo básico en la cocina, que favorece a grandes como a chicos, además es rico en calcio lo que ayuda a fortalecer los huesos de los pequeños, pero también es fundamental en la dieta de las mujeres pues por su periodo menstrual “o cuando está reglando se pone débil y pierde calcio y la mujer lo necesita para poder amamantar a sus hijos y la tortilla la nutre y le da lo que está perdiendo”⁹⁸.

Por otra parte estas preguntas también muestran que la siembra tiene un marco de enunciación alto, lo que deja entrever que es la actividad económica más importante y sobresaliente para los sujetos, pues sus ingresos los obtienen de esta actividad. Puede verse que este tipo de trabajo conocido como “agricultura de subsistencia tiene como base el trabajo familiar de la tierra, y se divide de acuerdo con la edad y sexo de los miembros de la familia que trabajan directamente en el campo, de forma manual o con la ayuda de los animales que arrastran el arado para facilitar las labores del campo” (Rodríguez Van Gort, 1994, pág. Cap. 10).

Posteriormente se encuentra las palabras: comer, alimento y nixtamal; es importante señalar que aunque pareciera lo mismo decir comer y alimento refieren a dos cosas completamente diferentes, puesto que el primero “comer” hace alusión a aquellos productos de ingesta humana como la tortilla, los tamales, las gorditas, los molotes etc., mientras que el segundo “alimentar” refiere a la comida que se le proporciona a las bestias o animales para su cuidado, como lo es el olote, hierbas, hojas, etc.

Y por último, y no por eso el menos importante se encuentra el nixtamal, lo cual da muestra de que sin duda su presencia es fundamental, ya que “todas lo sabemos hacer, hasta las

⁹⁸ Platica con la Señora Gregoria, ama de casa.

más chiquitas se les enseña”⁹⁹. Lo que resalta la idea de que el maíz es conocimiento que genera conocimiento dependiendo de la relación que se entable con él, y es muestra de ser transmitido generacionalmente.

Las siguientes referencias son nixtamal y tortillas, que pueden ser englobadas dentro del término comer, pero posterior a este se mencionan: vender, muchas cosas y sembrar que recae nuevamente en lo mencionado con anterioridad acerca de ser esta su principal fuente de empleo y subsistencia.

Lo que se notó en ambas gráficas es que hay una profunda relación con este cereal; en general productos de consumo alimenticio forman parte de la dieta diaria de estas personas, sin embargo la tortilla sigue siendo muy importante, pues nuevamente se posiciona como el principal, sin embargo también a la par se menciona “sembrar” y “vender”, las cuales son las dos actividades principales en relación a este cereal, pues la mayoría de las personas que venden algún derivado del maíz poseen sus propias tierras de cultivo, sobre todo los eloteros en la zona de eloteros, y aquellos que venden elotes en menor medida son contratados por los dueños de los terrenos para extraer todo el elote posible.

Un dato curioso, es que el maíz tiene dos funciones importantes: es alimento y es comida, hay que dejar claro que aunque pareciera lo mismo ellos no lo toman de la misma manera, aunque la acción tiene la misma finalidad, los medios y los productos no son los mismos.

En última instancia se muestra que además de la tortilla el uso del maíz es basado en la preparación de nixtamal, esta es la preparación previa a la masa, es un largo proceso de ablandamiento del grano, y limpia del mismo, “es una tarea muy pesada y laboriosa se necesita de paciencia y de saber hacer las cosas, a veces lastima los dedos, o se entumen por el agua y el viento frío que a luego hace, por eso desde que son chiquitas las niñas hay que enseñarles que hacer y cómo, pa’ que cuando crezcan y tengan su familia ya sepan y también les enseñen”¹⁰⁰. Puede verse que también dentro de esta concepción de alimento hay detrás otra representación del maíz y es que este cereal es usado en labores cotidianas como lo es el propio alimento, puede generar conocimiento de acuerdo al cúmulo de experiencia que han generado a partir

⁹⁹ Entrevista con la esposa de Don Isidro, trabajador del campo.

¹⁰⁰ Entrevista con Doña Guadalupe

del contacto con este, como lo es la preparación del nixtamal, pues existen varias recetas para un mismo platillo.

El maíz y la elaboración de comida

Aunado a ello también resaltan nuevamente, los principales platillos que se elaboran con el maíz tanto blanco como de color¹⁰¹, al respecto, es importante señalar que los dos productos más elaborados y consumidos tanto en el interior como exterior de los vendedores del mercado-tianguis “La Purísima” sigue siendo la tortilla y el atole, seguido por los tamales y los elotes preparados o alzados.

A pesar de ello, existe una pequeña diferencia, que las tortillas, el atole y los tamales se consumen tanto en la ciudad como en los pueblos, solo que en la ciudad la mayoría de las personas los adquieren comparándolo, mientras que en los pueblos la misma gente lo elabora, por otra parte los elotes preparados solo se compran con los vendedores de elotes y esquíes, estos no se preparan y a veces es difícil encontrarlos en los pueblos y muchos aseguran que “esos solo los encuentras en el mercado¹⁰²”, lo que sí es común preparar tanto en el pueblo pero sobre todo en el campo son los elotes asados.

El maíz y sus atributos en la vida cotidiana

La relación que guardan los sujetos con este cereal es muy importante y comienza desde muy temprana edad, y desde el hogar, por lo que hay que entender la razón por la cual el maíz para estas personas es tan importante, y ver cuáles son esas características y cuál es la razón para que prefieran seguir empleándolo en su vida y no otros productos que no requieren tanto trabajo, ni dinero, pero sobre todo que no tarda tanto tiempo¹⁰³ en producirse, lo que se encontró como resultado es que los principales atributos son en mayor medida a tres características, primero que es una fuente de alimento natural, segundo que es su principal fuente de trabajo y tercero que proporciona salud¹⁰⁴.

¹⁰¹ Revisar grafica 4 en anexos.

¹⁰² Comentario de Don Juan, vecino del pueblo de Altepexi

¹⁰³ A esto me refiero a tiempo de estaciones del año, de tiempo de cosecha.

¹⁰⁴ Revisar radica 5 en anexos.

Y es que al maíz tiene la cualidad de ser un producto natural, que a diferencia muchas veces del huitlacoche puede ser transgénico, pues según trabajadores del campo y vendedores de la zona de eloteros, el maíz de Tehuacán tiene la certeza de “ser natural” aunque se empleen químicos para su abono. Para considerar que el maíz es natural, es porque se da en el campo no en invernaderos, porque guarda su color, su sabor y se riega con agua limpia, “otros lugares o ciudades donde se vende maíz muy barato es porque es químico, pero los de aquí uno lo siembra, lo cuida y lo riega”.

Para estas personas el maíz posee principalmente atributos naturales, no posee conservadores, “la tierra misma lo brinda para comer”¹⁰⁵, es todo natural por esta razón el maíz se da en el campo no en fábricas, tarda tiempo para hacerse planta pero algunos no tanto pues algunos son de riego y otros no, además su sabor es diferente al sintético¹⁰⁶.

Esto ejemplifica que la importancia que se le da al ser un producto natural va de la mano con la salud, ya que como se puede notar es la característica principal del consumo, ya que toda la planta sirve o tiene una función, no se desperdicia nada, es una planta que por la cantidad de elementos naturales que en sí misma ya posee, la hacen rica en usos, su naturaleza proveniente de la tierra le otorga como característica hacer bien a quien lo coma, no le cae mal a nadie sino al contrario es rico proteína por lo tanto nutre a la persona, lo cura de algún padecimiento, por ejemplo el pelo del elote ayuda a sanar los riñones.

Al contrario de otros productos de consumo como el pan, el maíz no engorda y da energía, es muy útil y servible para los niños pues para estas personas el maíz representa un producto natural que conserva la higiene y limpieza de los más pequeños, argumentan que muchas veces algunos niños aún no saben cómo lavar sus bocas; entiendo que la falta de coordinación psicomotriz de algunos niños de corta edad no les permite manejar adecuadamente el cepillo de dientes, o bien aún están muy pequeños y aún no terminan de dentar o carecen de tales dientes, sin embargo generan al igual que un adulto bacterias que podrían ocasionar mal alimento y algunos otros padecimientos bucales, por ello las madres de estos pequeños recurren a la ingesta del maíz ya sea en elote u otro derivado ya procesado como la tortilla, para evitar tales problemas, esto gracias a los elementos que la planta

¹⁰⁵ Entrevista con Don Jacinto

¹⁰⁶ Cabe mencionar que para estas personas los productos elaborados en fábricas y todo aquel que se encuentre enlatado, es sinónimo de enfermedades como cáncer, de químicos como colorantes o saborizantes, además de ser productos de aspecto sintético o plastificado

contiene¹⁰⁷. A mi parecer esto no solo muestra que las personas lo emplean por cuestiones laborales o de consumo alimenticio, sino que da pauta para analizar la relación hombre naturaleza.

Y es que hay que recordar que siempre se ha intentado analizar cuál es la relación entre hombre y naturaleza, sin embargo esta se ha dado desde que “el hombre pudo tener el control sobre el abastecimiento alimenticio [...] junto con la domesticación de algunas especies animales [...] con la introducción de estas modificaciones el hombre inició el proceso de imprimir su propio sello a la naturaleza, haciéndola comportarse a la medida de sus necesidades y empezando realmente a humanizarla” (de Gortari, 1987, pág. 31).

Esto es importante puesto que si no existiera tal relación entre los hombres y el maíz, no existiría la posibilidad de compararlo con el ser humano y mucho menos de darle características propias del mismo, ya que desconocerían aspectos importantes para poder comprarlos, como el hecho de comparar el amamantar a un bebe en relación con el alimentar a una planta.

El maíz y sus características antropomorfas.

Para poder realizar esta comparación, se emplearon dentro de los cuestionarios dos preguntas que marcan esta relación, la primera es para saber si las personas consideran que el maíz es semejante a las personas¹⁰⁸ y la segunda es respecto a qué características tiene la planta y la mazorca respecto al cuerpo humano¹⁰⁹. Cabe resaltar que en ambas preguntas, se causó polémica solo entre los compradores y personas ajenas al trabajo con el maíz, es decir, ocho por ciento de las personas encuestadas que representan amas de casa provenientes de Coapan no saben si el maíz es semejante o no a las personas, al mismo tiempo solo el cuatro por ciento representado por las mismas personas tampoco saben si hay alguna similitud entre este grano con respecto al cuerpo humano.

Por otra parte el treinta por ciento refiere que no existe ninguna semejanza, curiosamente este grupo es conformado por revendedores de elote o vendedores de bolsitas de

¹⁰⁷ Dato obtenido en la tercera visita de trabajo de campo con las vendedoras de comida de Coapan.

¹⁰⁸ Revisar grafica 6 en anexos.

¹⁰⁹ Revisar grafica 7 en anexos.

maíz desgranado originarios de Tehuacan y Zoquitlan, junto con su ayudante (en algunos casos); sin embargo cabe resaltar que veinticuatro de ese mismo treinta por ciento en su mayoría de Altepexi y Coapan asegura que sí existe una similitud de la mazorca o la planta con el cuerpo humano, principalmente porque tiene dientes y pelo.

Y tan solo un sesenta por ciento de encuestados proveniente de Altepexi, representado por los vendedores del mercado y trabajadores directos en el campo, junto a sus esposas o familiares mencionan que efectivamente el maíz es semejante a las personas y si se parece al cuerpo humano.

Es decir, que las respuestas negativas, fueron dadas por los compradores principalmente amas de casa y revendedores de maíz, mientras que aquellos de respuesta positiva fueron aquellos que trabajaban directamente con el maíz, principalmente dentro del campo.

Algunas cualidades que mencionaron que hacen que esta planta sea igual o parecida a las personas, fueron que el maíz tiene pelo, tiene dientes, que también se asusta o se pone loco¹¹⁰ y esto puede observarse en el orden de los granos en el elote pues están salteados y no están en hilera, por otra parte también necesita cuidado y ser amamantado¹¹¹. Además, el maíz es delicado y también se enferma esto sucede cuando no tienen los suficientes cuidados como fumigarse correctamente y por último igual que un recién nacido necesita de calor sino no crece. No hay que olvidar que el maíz también vive, se reproduce y muere, estas características que humaniza al maíz muestra que la cosmovisión sigue estando presente en el pensamiento y vida de estas personas.

Uno de los vendedores de elote de la zona de los eloteros, cortó un diente de elote y lo partió a la mitad mientras la cascara del diente quedaba vacía lo del centro no era agua como muchos piensan sino que es una especie de bolita muy pequeña de masa, dura que al exprimirla suelta una especie de leche, a lo que el vendedor señala que el centro de cada grano de elote es una parte del corazón de esta planta, y señala que cada uno de los elementos que conforman el elote representa una parte del cuerpo, por ejemplo: los granos son sus dientes, las hojas

¹¹⁰ Ponerse loco sucede cuando el diablo anda cerca, las plantas sienten la presencia y se asustan, o también cuando hace mucho viento y lo alborota con fuerza el elote se despedían y sus granos se desacomodan.

¹¹¹ El maíz no puede ser amamantado en pecho como un niño, pero la planta se alimenta de la tierra, sus raíces toman el agua que el cielo le proporciona o el agua que las personas le ofrecen. Por esto una plátique está bien alimentada es una planta grande; sin embargo no solo necesita agua sino también comida y esa la obtiene del abono.

muestran su ropa, el centro del grano el corazón de la planta, el pelo en que está en la punta es el cabello, además posee pechos como las mujeres pues cada grano de elote saca leche y da proteínas y alimento.

Por otra parte la relación o semejanza entre el maíz con el humano no es la única que consideran existente, sino que estos sujetos mencionan que su principal relación es la que el maíz guarda con la naturaleza, esto sin duda deja entre ver qué tipo de relación tienen y qué otras asociaciones existen para enriquecer la construcción de las representaciones sobre al maíz.

El maíz y la naturaleza

Para saber que otro tipo de asociaciones guardaba el maíz, se pidió que nombrarán cinco aspectos en que relacionaran al maíz con la naturaleza¹¹², la mayoría respondió elementos naturales como tierra, agua y aire; el fuego no era mencionada dentro de esta porque estos tres son beneficiosos para la planta en cambio el fuego puede perjudicar muchas veces si hay cultivo, sin embargo una técnica que emplean con el fuego explica un joven hijo de trabajador del campo es que una vez que “la tierra da fruto se cansa y puede llegar a secarse porque las plantas le quitan todo su alimento, por lo que una vez que da frutos se van a sembrar a otro lado en lo que ese pedazo recupera sus energías, y muchas veces queman la zona para que agarre vida otra vez pues la ceniza de las plantas alimenta el suelo”.

Por otra parte un recolector de elote de Altepexi comenta que la tierra es la madre y alimenta la planta, el agua es la leche y el aire de necesita para que esta respire y crezca, por eso es la primera relación con la naturaleza¹¹³ que encuentran.

¹¹² Revisar grafica 8 en anexos.

¹¹³ Vista como ser o entidad.

El maíz y los animales

Hablar de elementos naturales implica para los sujetos, cualquier ser vivo y material existente, pues estos en conjunto funcionan para que el maíz viva, esto se presenta en el caso de los animales, por ello también se consideró preguntar a los sujetos, los principales animales que tienen relación o se asocian con el maíz¹¹⁴.

Lo cual dio como resultado una serie de animales que no solo se ligan a la planta sino, al trabajo y al espacio; también los animales tienen gran importancia porque que están presentes dentro de su cotidianidad y a su alrededor, uno el principal y el más importante es el gusano¹¹⁵, en segundo lugar se asocia con el pollo, marranos, chivos y borregos.

Es importante notar que el primer animal “gusano” al que se refieren es a aquel al que le temen, no por el hecho de que les haga algún daño, como mordida o sea un animal salvaje, sino porque maltrata los cultivos y a la larga genera repercusiones importantes en los ingresos y en la fecundidad del lugar o la zona. Los gusanos la mayoría de las veces representan un mal, pues si hay gusanos la cosecha puede morir y eso implicaría menores ventas, menos ingreso económico y un problema financiero para el hogar. Muy de la mano con el gusano vienen aspectos como el fumigar y el abono, estas aunque son químicos tienen un aspecto natural, puesto que el fumigar va relacionado directamente a que el gusano contamina come y mata a la planta, por ello una planta que no está fumigada y abonada correctamente, no tiene expectativas de vida.

Mientras que los pollos, marranos, chivos y borregos, más que estar ligados al campo y los cultivos, son animales del hogar, que por lo general crían las personas para que al momento de tener algún problema financiero, o necesitar dinero para algo importante pueden venderlos sacarles algún tipo de beneficio principalmente económico para cubrir esa necesidad.

Otro de los animales asociados más que con el maíz, con el campo es la víbora la cual tiene una gran conexión con espíritus malignos, puede atribuirse esta idea peligro, traición, miedo en primera instancia al veneno que se extrae de sus colmillos, porque muerde y ataca casi inesperadamente, por otra un testimonio señala que la serpiente es representada como una especie traicionera y peligrosa.

¹¹⁴ Revisar grafica 9 en anexos

¹¹⁵ Por lo que se explicó en la pregunta siete.

Por último, se encuentra el burro, este tiene relación con la planta ya que en el trascurso de transportar sus pesadas pertenencias con la ayuda de este, en el camino se le va alimentando con elotes o el olote, “para que este tenga fuerza y pueda aguantar el recorrido”¹¹⁶.

A pesar de ver y analizar la importancia de todos elementos naturales, humanizados de trabajo y alimento esto no hay que olvidar que dentro del análisis de las representaciones del maíz también es importante hacer frente al conocimiento histórico que poseen las personas respecto al maíz (en este se intentó incluir mitos, leyendas, la historia del maíz en Tehuacán), puesto que la construcción de representaciones como bien se mencionaba con anterioridad está dotada de conocimientos previos históricos¹¹⁷ y actuales adquiridos, sin embargo pude notar que los cincuenta informantes 16%, es decir ocho personas saben o conocen alguna historia sobre esta planta o sobre su historia y el otro 84% e decir cuarenta y dos personas desconocen algún aspecto histórico de éste.

El papel de las hormigas en el origen del maíz.

Una de las historias respecto al maíz fue contada por una señora de Coapan que se encontraba comprando verdura y algunas piezas de elote, ella comentaba que cuando era pequeña su abuelo en ese entonces contaba historias y que le llegó a decir que el maíz fue descubierto por las hormigas que penetraron al corazón de la tierra.

“Hace muchos años el mundo estaba seco, las personas morían de hambre, un día un hombre observo a las hormigas que se pasaban los días trabajando y no morían, así se pasó el tiempo viéndolas, pero no sabía porque siempre caminaban en la misma dirección.

Un día en que las observaba como ya era costumbre se dio cuenta de que una hormiga tenia cargando un diente de elote, pero este como nunca antes lo había visto, no sabía que era, así que siguió a las hormigas a lo largo de su camino, cauteloso y paciente, cuando miro que se metieron a un hoyo que estaba en el piso. Por largo tiempo durante meses el hombre caminaba hasta ese punto donde las hormigas podían entrar al corazón de la tierra, las gotas de agua de su balde

¹¹⁶ Comentario de un vecino de nombre anónimo que se encontraba de paso rumbo a su casa.

¹¹⁷ Revisar grafica 10 en anexos.

caían a la tierra y la oraban cada vez que este bebía agua. Hasta que un día agotado, cansado y hambriento observo que una plantita verde salía del piso; miro como las hormigas la cuidaban y la resguardada, al paso del tiempo creció una milpa dando dos elotes, uno se lo comió y otro se los entregó a las hormigas como agradecimiento por haber entrado hasta el fondo de la tierra para que esta se apiadara y les regalara un poco de comida. Al ser tan generoso y agradecido el hombre con ellas, las hormigas le mostraron como plantar y años después se hicieron los campos llenos de maíz”¹¹⁸

La siguiente muestra las creencias y mitos existentes alrededor de los campos de maíz, este lugar representa para la mayoría un lugar místico, misterioso, lleno de aventuras, pero también de diversión y tranquilidad.

Se dice que en el campo se llegan a escuchar voces y es común que existan presencias malignas; por general el campo es asociado con la presencia del diablo, por su soledad, silencio, y su aspecto tan imponente y muchas veces aterrador que tiene durante la madrugada¹¹⁹.

El campo y el maíz.

Se dice que el campo es el lugar más común en donde las personas ven cosas raras o extrañas, o donde suelen espantarse con mayor frecuencia; por lo general cuando existe o anda cerca alguna presencia maligna a las personas les da “mal aire” esto se sabe porque la persona tiene síntoma como calentura, mareos o dolores de cabeza sin ninguna explicación “te sientes mal de la nada”, sin embargo es recomendable que las personas sobre todo mujeres embarazadas, o personas que tengan un bebe recién nacido en casa y los niños, no vayan al campo, o bien las embarazadas porten un listón rojo alrededor de la cintura y tenga seguidos color plata alrededor del resorte de su calzón, mientras tanto los más pequeños deben portan un listón rojo con su ojito de venado alrededor de la mano y de ser posible deben portar en cada lado de la cabeza justo detrás de la oreja unas ramitas de no se separen por ningún motivo de su madre.

¹¹⁸ Entrevista con Doña Lore

¹¹⁹ hora en que los campesinos deben laborar, esto gracias a que más tarde “el sol se hace muy fuerte y quema¹¹⁹” razón por la cual no pueden trabajar,

Un informante cuenta una historia en donde ejemplifica porque se debe de tener cuidado al acudir a un lugar como el campo; él menciona que hace algún tiempo:

“unas personas no creían en cosas del diablo, asique se fueron al campo, se llevaron a sus hijos entre ellos iba el mediano, in niño apenas de unos dos o tres añitos, todos los niños iban sin ninguna protección, mientras jugaban el diablo pudo oler y ver al niño, es sabido que al diablo le gustan los niños porque son de alma noble y sana porque no tienen pecados, así que comenzó a llamarlo con susurros, y el pequeño se fue alejando poco a poco, conforme se acercaba el niño al lugar donde estaba el diablo, este se disfrazó de borrego blanco y juguétón, sus padres al darse cuenta de la ausencia del niño comenzaron a buscarlo, llamaron a la gente para que lo ayudaran a encontrarlo, le gritaban por su nombre pero fue inútil, el mal se apoderó de los oídos del pequeño, este no podía escuchar nada, parecía estar hipnotizado, lo buscaron durante horas sin éxito hasta que no muy lejos de ahí un ruido acompañado de un grito de horror se escuchó, el diablo dejó caer al pequeño a una barranca, lo que sorprendió a todos los que estaban presentes pues ya habían revisado el lugar y en ese sitio estaban presentes muchas mujeres, y ninguno pudo ver al niño, parecía como si este fuera invisible.

Otro caso similar ocurrió con el compadre de uno de los informantes, el cual narra que se fue un día su compadre al campo, sin querer le dio aire, él no lo notó y si lo notó no le dio mucha importancia, pero sin pensar llegando a casa lo primero que hizo fue abrazar al recién nacido, pasándole el mal que llevaba a la mañana siguiente el pequeño estaba son vida, no había explicación para su muerte”.

Lo que se pudo notar en este cuestionamiento es que si emplea solo la palabra historia las personas automáticamente mencionan que “Tehuacán era un pueblo pequeño”, sin embargo al agregar la palabra “del maíz” los sujetos mencionan que “fue creado hace mucho tiempo, y el primer invento fue el maíz, y este nos dio vida”¹²⁰; esto sin duda denota parte de su cosmovisión, esto considero no puede verse aún como una representación, porque aunque lo saben porque sus abuelos se los han contado no es algo de lo que muchos estén de acuerdo, es

¹²⁰ Entrevista y cuestionario de Don Benito.

decir, algunos no comparten esta idea porque para ellos “quien creó todo fue Dios y no fue de maíz sino de barro”¹²¹.

Con todo ello se puede observar que la mayor parte de las representaciones son generadas en el campo, el cual es un lugar ambivalente, encantado, sagrado, peligroso, al mismo tiempo que es vista como “un área de trabajo para los hombres, y para mujeres y niños es un área de descanso y diversión”¹²², lo que deriva en que el descanso trae consigo tranquilidad, y la diversión es sinónimo de felicidad.

El hecho de mencionar campo, da pauta para pensar que las personas sienten un apego a ese sitio, un sentimiento de arraigo y cariño, con lo que se muestra que las representaciones no solo se generan por el contacto con el objeto mismo, si no que vienen acompañadas de emociones, una característica atribuida por Levi-Bruhl¹²³.

Los sentimientos que llegan a generar en cualquier espacio, bajo la relación que se guarde con el maíz, “están asociadas al sentido subjetivo, las emociones se convierten en un aspecto central que alimenta las representaciones sociales desde procesos subjetivos implicados con esferas diferentes de la subjetividad social”¹²⁴, es decir con las emociones que han sido generadas y que son compartidas por los sujetos presentes.

Por otra parte también puede notarse que el principal lugar que se relaciona con el maíz es Altepexi, pues la mayoría de trabajadores del campo son del lugar, ellos se juntan desde muy temprano hacen grupos de trabajos en donde participan tanto mujeres como hombres. Las mujeres van para desgranar el elote y preparar alimento para los hombres cansados y hambrientos, mientras los hombres van para buscar los elotes buenos y cosecharlos en una maleta que se cuelgan en la espalda; una vez que está llena la vacían en las camionetas para que el dueño pueda venderlo. Otra de las razones es que todos los terrenos de elote están del lado de Ajalpan¹²⁵ y las vendedoras de hoja de totomoxtle también son provenientes de ese lugar¹²⁶.

Por último hay que resaltar es que las cincuenta personas representacionalmente, el hablar de maíz o elote posee el mismo significado tanto de importancia como de enunciación,

¹²¹ Entrevista y cuestionario de la esposa de Don Benito.

¹²² Referencia de Doña Flor, vendedora de hoja de totomoxtle.

¹²³ Leer el texto de Acercamiento a la noción cognoscitiva de 'representación colectiva'. El caso histórico de Lévy-Bruhl, 2008 en: http://www.ugr.es/~pwlac/G24_43Enrique_Anrubia.html

¹²⁴ cita retomada de los puentes de Teorías del Ritual de la maestra Norma Barranco 15 de Marzo de 2014

¹²⁵ comentaba una vendedora de verdura al menudeo

¹²⁶ Entrevista con Doña Flor

sin embargo, algunos argumentan que maíz es más referido al grano, tiene un gran apego con espacios como el campo o el hogar para elaborar nixtamal y el elote es para referir a toda la planta.

Por tanto el maíz es objeto de representación, es así mismo en su constitución y su uso un estímulo de la categorización conceptual particular, porque permite generar y ubicarlo en diferentes tipos de procedimientos mentales, como en concepto pues es alimento, mercancía, desperdicio, hojas, granos, mazorca, totemoxtle, tortilla, don, sagrado, humanizado, entre otros. Es visto y entendido no por el uso cotidiano de la palabra, sino por como este ha sido interiorizado por el sujeto dentro de su práctica, pero a su vez este concepto previamente elaborado, y es el reflejo de la razón misma del ser social, del sujeto.

Conclusiones

V

El objeto de investigación fueron las representaciones sociales sobre el maíz, generadas por los sujetos que trabajan dentro del mercado “La Purísima” y desde su lugar de residencia, como es el caso de los eloteros, las coapeñas, la vendedora de elotes por mencionar algunos.

Para desarrollar la presente investigación se planteó como hipótesis que en la medida en que los grupos sociales estén en contacto, o su presencia sea mayor dentro de los espacios urbanos, habría cierta modificación y re-construcción de sus representaciones sociales sobre el maíz, sin embargo en la medida en que los grupos mantengan contacto con la planta seguirá presente la atribución de características antropomorfas.

Por ello, el trabajo de campo, las entrevistas, los cuestionarios fueron fundamentales para la obtención de datos que mostraran las representaciones de los sujetos, por lo que identifico y destaco cinco principales conclusiones:

- a) Al maíz se le asigna otros sentidos dentro del espacio urbano, es visto como un objeto inanimado cualquiera y como un objeto de consumo, pues desconocen todo el proceso que experimenta la planta y únicamente conocen el maíz como un producto ya procesado, en cambio aquellos sujetos que tiene un mayor contacto con el campo y una relación más estrecha con la planta aún semejan al maíz con el humano mismo, pues como se vio en capítulos anteriores, aquellas personas que trabajan el campo le encuentran características antropomorfas como el de poseer corazón, dientes, incluso experimenta emociones como ponerse “loco” o “espantarse”.
- b) En la ciudad, el maíz es visto primordialmente como mercancía, pues la actividad principal es en torno a su venta, y significaciones como fuentes de salud u otros atributos quedan en segundo término, se nota que laboralmente estos sujetos desarrollan nuevas estrategias de venta, como en los gritos con frases llamativas que se mencionaron capítulos anteriores, pues se busca la manera de hacer su trabajo más llamativo, más dinámico y obtener mayor número de ventas en el día, se trata de ganar cliente y vender más, todo a base de reglas pero en constante lucha por vender pues

esto implica llevar más recursos, generar mayor ingresos, y por tanto cubrir mayor necesidades de la casa y la familia, el maíz y su venta se utiliza como una estrategia de sobrevivencia.

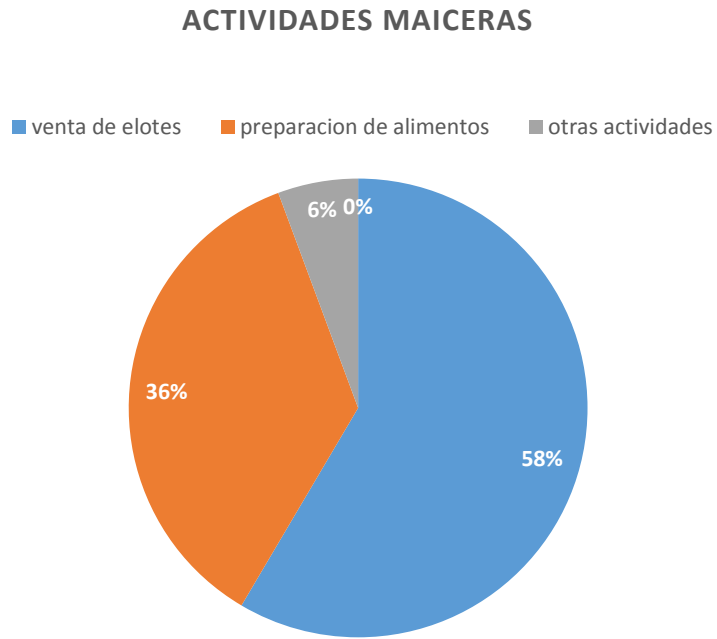
- c) En la ciudad se pierde la distinción entre maíz criollo e híbrido. Se resalta el carácter de cereal que alimenta, satisface el hambre, a diferencia de las comunidades campesinas e indígenas donde todavía se busca “lo más natural” y el cultivo y consumo de maíz criollo se privilegia porque además se asocia con la salud y la enfermedad de las personas.
- d) El maíz dentro del espacio urbano es un recurso de poder económico y político, puesto que aquellos que poseen tierras, son también los que poseen camionetas propias, llevan a la venta mayor cantidad de producto, pero además tienen la posibilidad de vender a otros revendedores o dar a menos precio, obtenido aun así ganancias. Además que la posesión de mayor producto o tierras proporciona dentro del grupo mayor jerarquía y capacidad de tener decisiones.
- e) Por último se observa que el maíz en la ciudad no es un rasgo identitario en comparación al campo; ya que para los sujetos del campo su apego cotidiano con este cereal, les crea cierta identificación que se sigue manteniendo con el paso de los años; a diferencia en la ciudad, el maíz pierde su rasgo identitario porque adquiere el carácter de mercancía.

Por estas razones considero que las representaciones sociales no son, ni en ningún momento debe considerarse como una verdad absoluta sobre algo, sino más bien marcan el inicio de un proceso de construcción y re-construcción del pensamiento; esto genera un pensar que se encuentra presente dentro de la vida social, y que interviene desde el self de cada individuo, hasta los roles sociales que desarrolla cada uno.

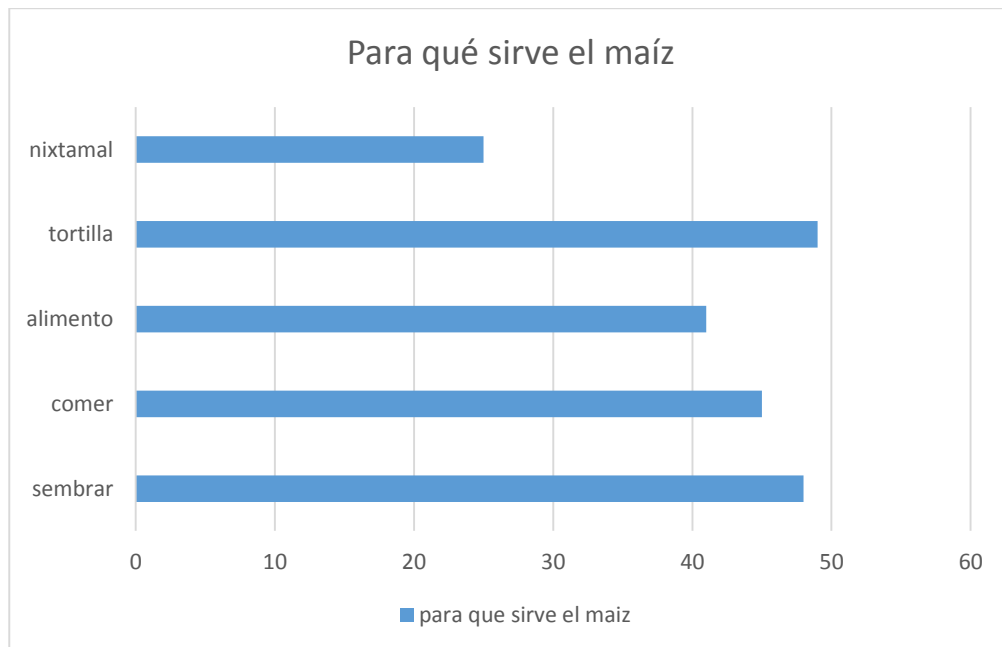
Por otra parte, estas representaciones sociales permiten captar aquellos nuevos elementos, que estos sujetos adjuntan a sus dinámicas a partir de un proceso inconsciente de selección y adjunción de términos y referencias teóricas, experienciales y contextuales que enriquecen de manera significativa las mismas representaciones. Es por ello, que encuentro que las representaciones sociales son:

- Variadas, pues se encuentran expresadas en el cúmulo de creencias, de valores, actitudes, pero también en las normas y tradiciones con que los individuos viven su cotidianidad; por ello que son consideradas un “producto sociocultural” puesto que estas permiten entender aquellas características propias de algunos grupos o bien las ideas, conceptos y pensamiento en el actuar que asumen estos.
- Son diversas según el lugar donde se habita, pues el espacio y los mismos objetos que lo constituyen, aportan nuevos elementos y favorecen el ambiente donde se entablan un tipo de relación específica como la campesina, de mercadeo, de alimentación etc., enmarcando y exaltando una nueva configuración ideacional fundamental para la construcción de las representaciones.
- Son expresadas a través de narrativas, a partir de estas logra observarse la construcción y contenidos de las representaciones sociales; narrar da pauta para que el sujeto se desenvuelva y exprese sus juicios, opiniones y conocimientos adquiridos generacionalmente o por experiencias misma, que a su vez se encuentran cargados de historia y valor simbólico, pero también mucha veces de una valor emocional.

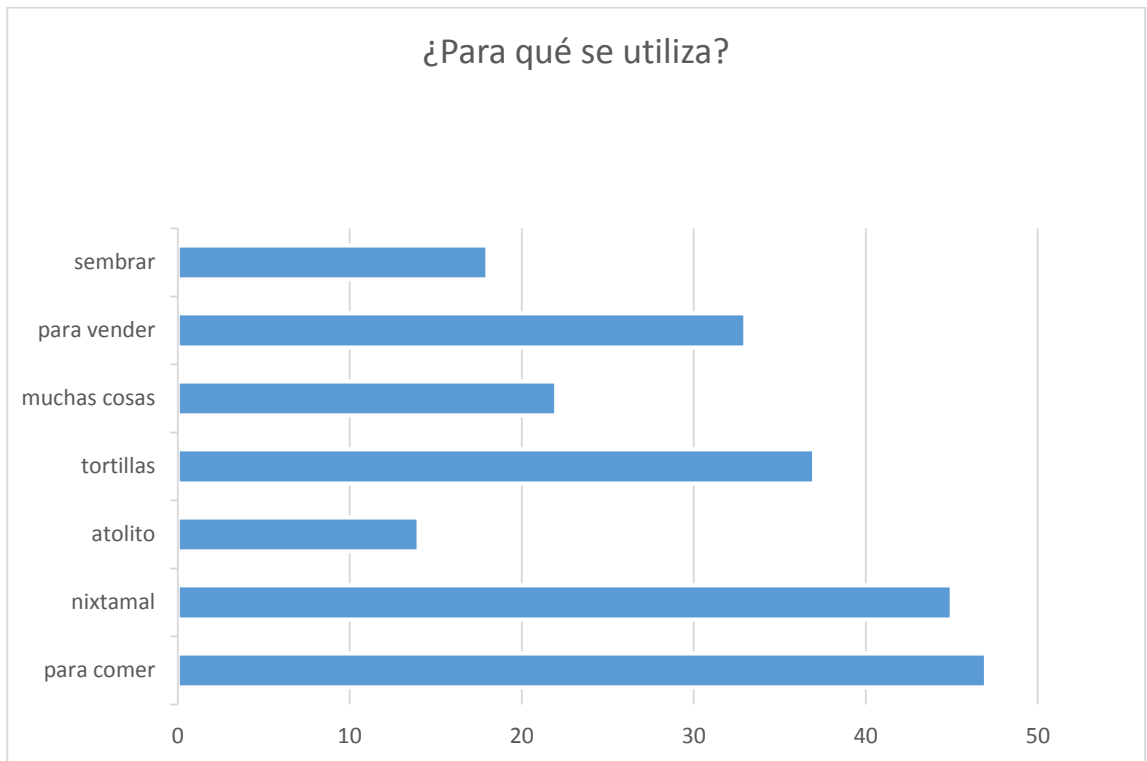
Grafica 1.



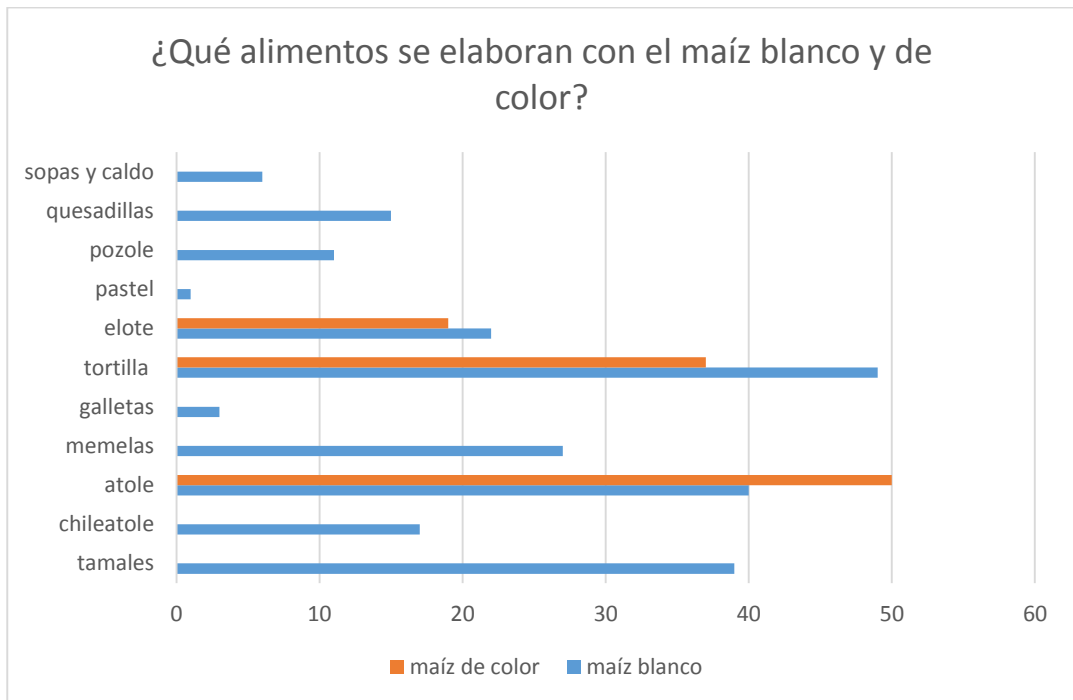
Grafica 2.



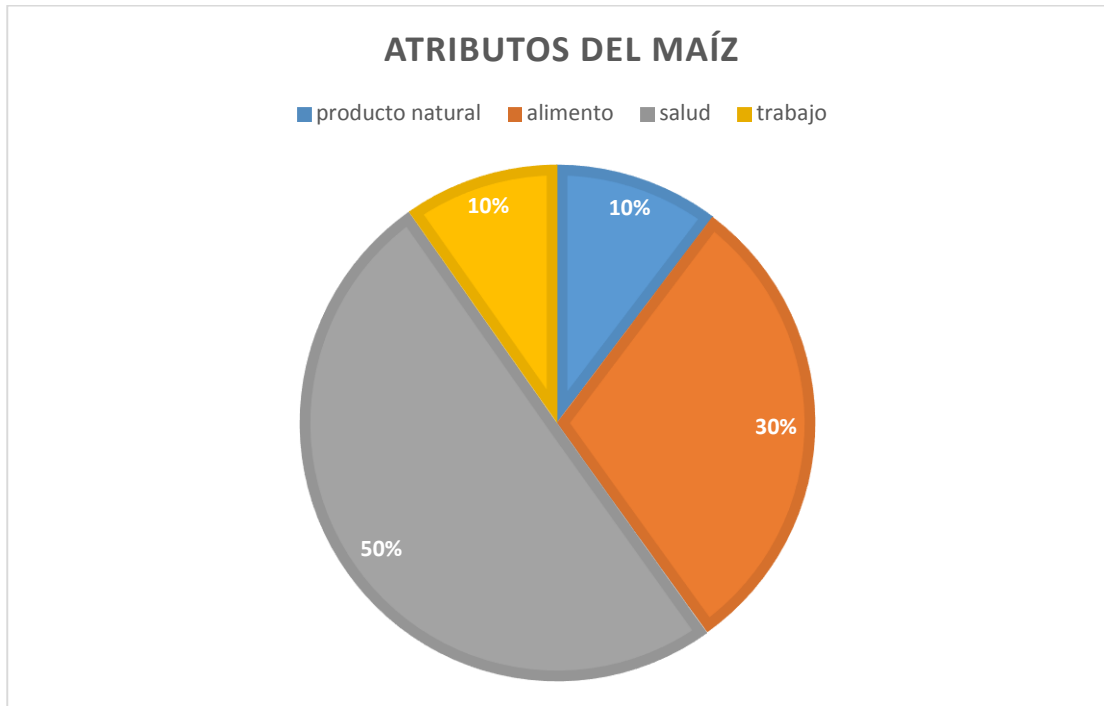
Grafica 3.



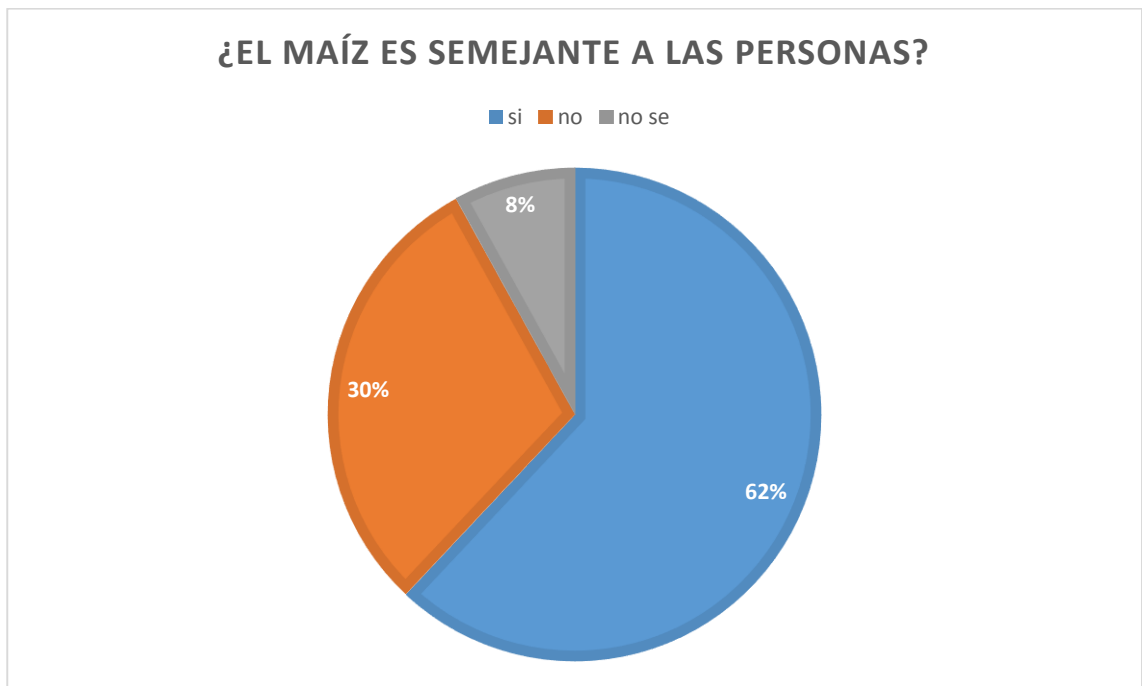
Grafica 4.



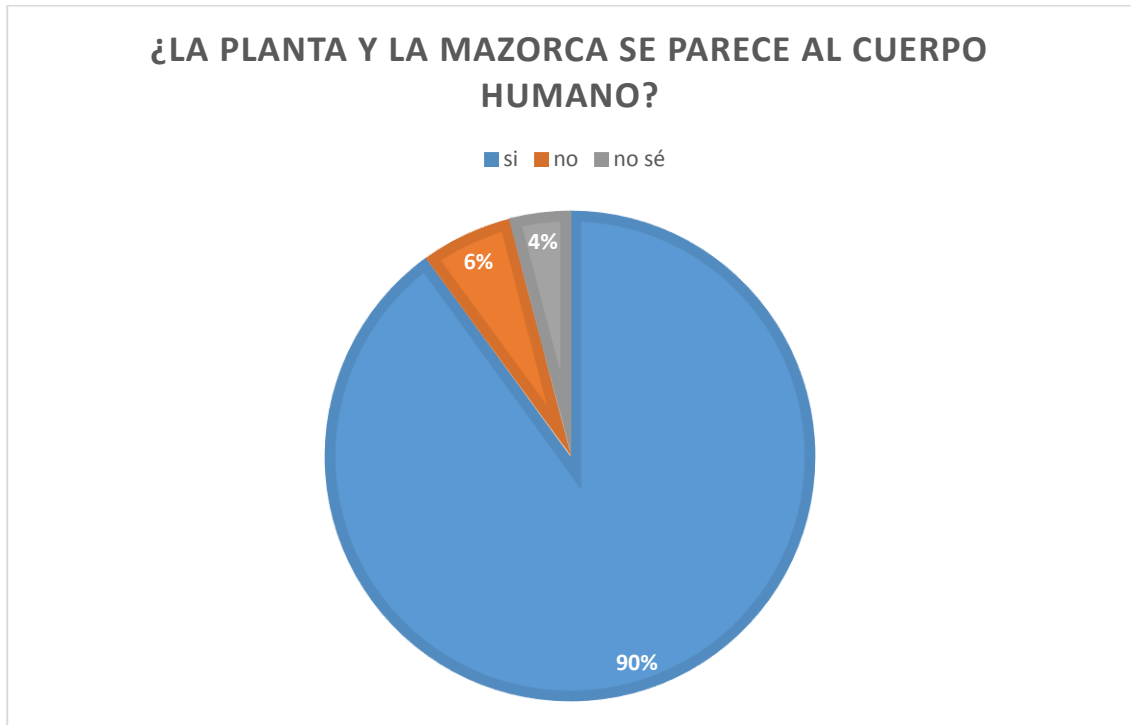
Grafica 5.



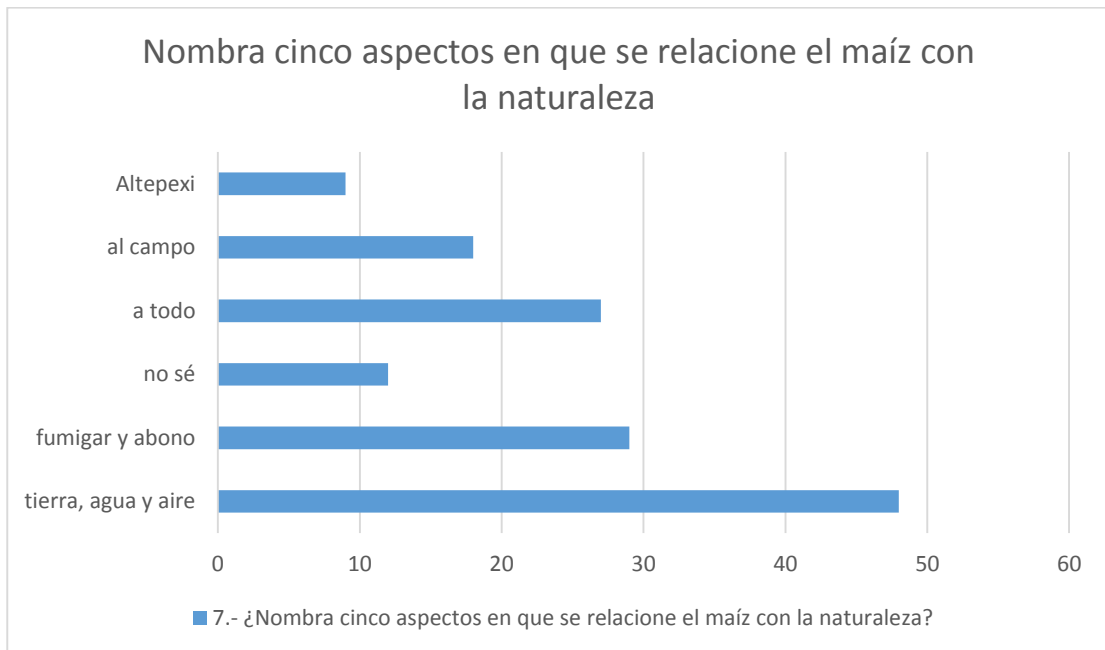
Grafica 6.



Grafica 7



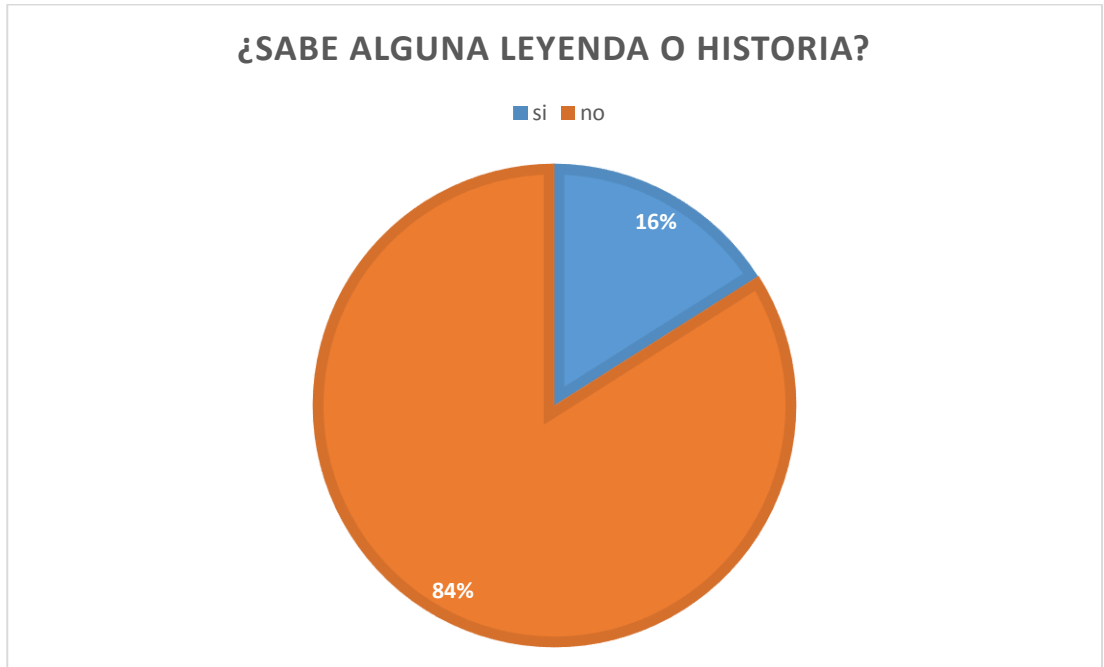
Grafica 8



Grafica 9



Grafica 10



Bibliografía

- Acevedo, F., & Mota, C. (Agosto de 2012). *Diversidad de los maíces nativos de México*. Recuperado el 04 de julio de 2013, de http://www.biodiversidad.gob.mx/Difusion/pdf/2aSemanaDB/MaicesMexico_Final.pdf
- Ortiz-Medina, M. I. (2006). La materialización, manifestaciones y significados del tercer espacio en el film de como agua para chocolate. *Divergencias. Revista de estudios lingüísticos y literarios Vol. 4 No. 2*, 10.
- Alcérreca, L. I., Burgueño, S. P., & Rodríguez, A. (2 de Junio- Diciembre de 2009). Apropiación del espacio por medio de actividades recreativas y de educación ambiental: el caso de joya de nieves, sierra de guadalupe en el distrito federal. *Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal*, 11(2), 1-17. Obtenido de <http://www.redalyc.org/pdf/401/40113786001.pdf>
- Alonso, L. E. (2004). *Dialnet*. Recuperado el 16 de Enero de 2014, de PIERRE BOURDIEU, EL LENGUAJE Y LA COMUNICACIÓN: DE LOS MERCADOS LINGÜÍSTICOS A LA DEGRADACIÓN MEDIÁTICA.: http://www.unavarra.es/puresoc/pdfs/c_tribuna/TL-Alonso-lenguaje.PDF
- Alvarez, G. H. (2009-2010). NOTAS SOCIOLOGICAS PARA LA DISCUSION SOBRE LA NATURALEZA DEL ESPACIO Y LA CULTURA DE LAS METROPOLIS. *ESTUDIOS SOCIOTERRITORIALES. Revista de Geografía*.Nº 8, 35-51. Obtenido de http://www.academia.edu/2091114/George_Simmel_Notas_sociol%C3%B3gicas_para_la_discusi%C3%B3n_sobre_la_naturaleza_del_espacio_y_la_cultura_de_las_metr%C3%B3polis
- Araya Umaña, S. (2002). *Las representaciones sociales: Ejes teóricos para su discusión*. Costa Rica: (FLACSO), Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales. Obtenido de Cuaderno de Ciencias Sociales.
- Arce, R. E. (2009). La formación: Una mirada desde el sujeto. *X CONGRESO NACIONAL DE INVESTIGACIÓN EDUCATIVA* |. Veracruz.
- Augé, M. (1992). *Los no lugares espacios del anónimo. Una Antropología de la sobremodernidad*. España : Gedisa .
- Auge, M. (1993). *Los no lugares: Espacios del Anónimo. Antropología sobre modernidad*. Gedisa.
- Austin, A. L. (16 de Agosto de 2012). *Sobre el Concepto de Cosmovisión*. Obtenido de Debate sobre el concepto de Cosmovisión: http://www.ia.unam.mx/images/difusion/Taller_Signos_de_Mesoamerica/lecturas/Cosmovisi%C3%B3n.pdf

- Barkin Rappaport, D. (2002). *La Soberanía alimentaria: el quehacer del campesinado mexicano*. Recuperado el 02 de junio de 2013, de Estudios Agrarios : http://www.pa.gob.mx/publica/rev_22/David%20Barkin.pdf
- Berdan, F. (2012). Los medios de intercambio en la época prehispánica y la Colonia. *Arqueología Mexicana. Comercio y Mercado*, 62-67. Obtenido de <http://www.arqueomex.com/S2N2SUMARIO122.html>
- Borbolla, M. H. (2011). *Sujeto y comunicación: base de la transformación social*. Mexico D.F: UNAM.
- Borrero, J. M. (2011). *El Maíz en América. Una breve visión sobre su historia precolombina*. Argentina : Universidad de la Cuenca . Obtenido de <http://es.scribd.com/doc/14813466/Historia-del-Maiz>
- Bourdieu, P. (13 de Octubre de 2013). *Espacio social y campo político*. Obtenido de Antropología, transmisión cultural, educación (social): <http://antropologies.wordpress.com/2013/10/13/pierre-bourdieu-espacio-social-y-campo-politico/>
- Broda, J., & Felix Báez, J. (2001). *Cosmovisión, ritual e identidad de los pueblos indígenas en México*. Mexico D.F: CONACULTA.
- Bustos, E. (2000). *La estructura cognitiva del nacionalismo: metáforas de la identidad colectiva*. Mexico, D.F: Fondo De Cultura Económica/Universidad Nacional de Educación Distancia. Obtenido de En E Bustos: “La estructura” http://www.uned.es/dpto_log/ebustos/Publicaciones/metafora/Capitulo9.pdf
- Calvillo, M., & Favela, A. (1996). Hacia la Categoría de sujeto social en la teoría sociológica. *Polis 96. Investigación y Análisis Sociopolítico y Psicosocial*, 2.
- Casasola, P. M. (19 de Mayo de 2013). *Vida y obra de los granos y semillas*. Obtenido de La ciencia para todos: <http://bibliotecadigital.ilce.edu.mx/sites/ciencia/volumen3/ciencia3/146/htm/vidayob.htm>
- Casillas, M. A. (2001). Los estudiantes de la UAM-A, un sujeto social complejo. *Revista Mexicana de Investigación Educativa*, 139-163.
- Castells, M. (1998). *La era de la información. Economía, sociedad y cultura*. Madrid: Alianza Editorial.
- Castorina, J., & Barreiro, A. (Marzo de 2006). Las representaciones sociales y su horizonte ideológico una relación problemática. En J. C. Barreiro, *Boletín de psicología No. 86* (págs. 7-25). Buenos Aires: CONICET.
- Catarina. (26 de Noviembre de 2004). *Capítulo 2. representaciones de la cultura*. Obtenido de UDLAP:

http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lco/ramirez_m_md/capitulo2.pdf

- Certeau., M. d. (2003). *El caminante herido*. México D.F: Universidad Iberoamericana, Departamento de Historia.
- Colín, Joaquín Paredes. (1910). "Apuntes Históricos de Tehuacán". En *Acta de Cabildo de Tehuacán del 16 de marzo de 1660*. Tehuacan Puebla. Obtenido de <http://es.maquilasolidarity.org/sites/maquilasolidarity.org/new/espanol/files/Tehuacan%20SP%20chapter%202.pdf>
- Comas, D. (1998). *La Antropología Social estudia la Economía; Capítulo I*. Barcelona : Pontificia Universidad Javeriana, Bogotá. Obtenido de www.javeriana.edu.co/personales/jramirez/antropoeconomica.htm
- Contreras Soto, R. (1989). *Mercados Itinerantes: estudio exploratorio de los tianguis en Celaya Guanajuato México. La lógica de los mercados*. Mexico: CONACULTA. Obtenido de [file:///C:/Users/NEW/Downloads/296%20Mercados%20Itinerantes%20%20estudio%20exploratorio%20de%20los%20tianguis%20en%20Celaya%20Guanajuato%20M%C3%A9xico%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/NEW/Downloads/296%20Mercados%20Itinerantes%20%20estudio%20exploratorio%20de%20los%20tianguis%20en%20Celaya%20Guanajuato%20M%C3%A9xico%20(1).pdf)
- Dannhaeuser, N. (1991). La comercialización en las áreas urbanas en desarrollo. En P. Stuart, *Antropología Económica* (págs. 303-344). Mexico: CONACULTA.
- de Gortari, E. (1987). *El hombre y la Naturaleza*. Mexico D.F: UNAM.
- De la Peña , G. (2003). *Simmel y la Escuela de Chicago en torno a los espacios públicos en la ciudad*. (C. S. ITESM, Ed.) Obtenido de Sincronía: <http://sincronia.cucsh.udg.mx/pena03.htm>
- Esteva, G., & Marielle, C. (2003). *Sin maíz no hay país*. México D.F.: CONACULTA. Obtenido de http://www.culturaspopulareseindigenas.gob.mx/cp/pdf/sin_maiz_no_hay_pais.pdf
- FCT. (2006). Productos Manufacturados. *UMSS, Facultad de ciencia y tecnología. Ingeniería mecánica-tecnología mecánica II*, 24-25.
- Ferraro, E. (5 de Noviembre de 2011). *Reciprocidad, Don y Deuda. Formas y relaciones de intercambio en los Andes de Ecuador: La comunidad de Pesillo*. . Ecuador: FLACSO. Obtenido de Introducción a la Antropología Económica: http://books.google.com.mx/books?id=x0rCAYFWBcsC&pg=PA29&lpg=PA29&dq=que+es+el+potlatch+para+Mauss&source=bl&ots=0eV_sqi7Q5&sig=ubKffiWdyjg5Q-6Oza64dPxBPGs&hl=es&sa=X&ei=peFLVL3SGK8QG-ooBY&ved=0CDwQ6AEwBQ#v=onepage&q=que%20es%20el%20potlatch%20para%20Ma

- Foucault, M. (2002). *Vigilar y castigar. Nacimiento de la prisión*. Argentina: Siglo XXI. Obtenido de <http://www.ivanillich.org.mx/Foucault-Castigar.pdf>
- Galán Amador, M. (27 de Abril de 2009). *El cuestionario aplicado en la investigación*. Obtenido de <http://manuelgalan.blogspot.mx/2009/04/el-cuestionario-en-la-investigacion.html>
- Gamez Espinoza , A. (2010). *San Juan Atzingo. Pueblo ngiwá (popoloca) del Valle de Tehuacan*. Puebla, Pue.: Secretaria de Cultura.
- Geertz, C. (1978). The bazaar economy: information and search in peasant marketing. En C. Geertz, *American economic review* (págs. 38-52).
- Gerardo, V. G. (25 de ABRIL de 2011). *Universidad Pedagogica Nacional*. Obtenido de Historia de la Tecnología y molinos de trigo: <http://educa.upn.mx/hemeroteca/tech-mainmenu-30/219-num-06/367-historia-de-la-tecnologia-y-molinos-de-trigo>
- Gerhard, P. (1986). *Geografía histórica de la Nueva España*. Mexico. D.F: UNAM.
- González Torres, Y. (2013). "Notas sobre el maíz entre los indígenas mesoamericanos antiguos y modernos". En A. N. Áñvarez, *El Maíz y la noción mazateca de persona. El caso de Mazatzongo de Guerrero, Puebla*. (pág. 93). Puebla: BUAP.
- Guitart, A. O. (2006). Uso de los espacios públicos y construcción del sentido de pertenencia de sus habitantes en Barcelona. En A. Lindón, M. Á. Aguilar, & D. Hiernaux, *Lugares e Imaginarios en la Metrópolis* (pág. 67). Barcelona: Rubí. Obtenido de <http://danielhiernaux.net/publicaciones/archivos/2006-C2.pdf>
- Gutiérrez V., D. (2 de Octubre de 2003). *Figuras del Sujeto*. Recuperado el 16 de Febrero de 2014, de Dossier: <http://www.flacso.org.ec/docs/gutierrez13.pdf>
- Gutiérrez V., D. (02 de Octubre de 2003). *Figuras del Sujeto*. Recuperado el 20 de Febrero de 2014, de ICONOS 13: <http://www.flacso.org.ec/docs/gutierrez13.pdf>
- Harris, M. (1984). Cap XIII. Economía, intercambio y control. En M. Harris, *Introducción a la antropología en general* (págs. 236-260). Madrid: Alianza.
- Hebe Lacolla , L. (2005). Representaciones Sociales: Una manera de entender las ideas de nuestros alumnos. *Revista ieRed*, 1-17.
- Hernández de la Cruz, L. A. (1 de Marzo de 2008). *EL VALLE DE TEHUACÁN, PUEBLA*. Recuperado el 27 de Enero de 2014, de Doctorante en Geografía UNAM: <http://observatoriogeograficoamericalatina.org.mx/egal12/Geografiasocioeconomica/Geografiaspacial/65.pdf>
- Hinze, S. (2003). *Trueque y economía Solidaria*. Buenos Aires: Universidad Nacional de General Sarmiento.

- Ibáñez, T. (1988). *Ideologías de la vida cotidiana. Psicología de las representaciones sociales*. Barcelona: Sendai.
- Jimenez, M. W. (1969). Mesocmerica. *Enciclopedia de México, III*.
- Jodelet, D. (1997). "La representación Social: fenómenos, conceptos y teorías". En D. Jodelet, *Psicología Social II. Pensamiento y vida social. Psicología social y problemas sociales*. (págs. 469-494). Buenos Aires: Paidos.
- Jodelet, D., & Guerrero, A. (2000). Develando la Cultura. En D. Jodelet, & A. Guerrero, *Representaciones Sociales* (págs. 7-215). Mexico: UNAM.
- Kirchhoff, P. (1960). Mesoamerica. Sus limites Geográficos, composición étnicay caracteres culturales. *Tlatoani*.
- Laplanche, J., & Pontalis, J. B. (2007). *Diccionario de Psicoanálisis*. Buenos Aires: Paidos, 9ª Edición .
- Lezama, J. (1998). *Teoria Social espacio y ciudad*. México D.F.: Centro de Estudios Demográficos, Urbanos y Ambientales. Obtenido de http://books.google.com.mx/books?id=6pE3BAAQBAJ&pg=PT245&lpq=PT245&dq=castells+espacio+como+la+concreci%C3%B3n+de+un+modo+de+producci%C3%B3n+especifico,&source=bl&ots=vY9bmVoIW0&sig=POZB5LAUzO4tsEDTDfytmKZ3Vs4&hl=es&sa=X&ei=X4ZJVNuPFcPKgwSK_4CACg&ved=0CB
- Licona Valencia, E. (2007). *El zocalo de la ciudad de Puebla, actores y apropiacion social del espacio*. Puebla: BUAP, CONACYT, UAM Iztapalapa.
- Licona Valencia, E. (2012). Construcción simbólica del espacio urbano. Texto 5. *Revista Antropologica Experimental*, 61-75.
- López Austin, A. (2003). Cuatro mitos Mesoamericanos del maíz. En G. Esteva, & C. Marielle, *Sin maíz no hay país* (págs. 29-35). Mexico D.F.: CONACULTA.
- Lozano, A. (2011). *Reconoce UNESCO la Comida Mexicana como Patrimonio Cultural de la Humanidad*. <http://todoculturaagencia.blogspot.mx/2010/11/la-unesco-reconoce-la-gastronomia.html>: SRE. Embajada de México en Canada.
- M. Foster, G. (2 de Abril de 1965). Las sociedad campesina y la imagen del bien limitado. *American Anthropologist*, 67(2), 293-315. Obtenido de <https://es.scribd.com/doc/170433190/La-Sociedad-Campesina-y-La-Imagen-Del-Bien-Limitado-FOSTER>
- Macip Rios, R. (2003). La Sierra Negra y el Valle de Tehuacan. Integración Agrícola y Laboral. *Mirada Antropologica*.

- Malinovsky, B., & De la Fuente, J. (1957). *La economía de un sistema de mercados en México: un ensayo de etnografía contemporánea y cambio social en un valle mexicano*. México D.F: Instituto Nacional de Antropología e Historia.
- Mangelsdorf, P. (1947). The origin and evolution of maize. In M. Demerec. En R. Paliwal, *Origen, evolución y difusión del Maíz*. New York, NY, USA, Academic Press.: Advances in genetics.
- Massey, D. (3 de ABRIL de 2005). *LA FILOSOFÍA Y LA POLÍTICA DE LA ESPACIALIDAD: ALGUNAS CONSIDERACIONES*. BUENOS AIRES : PAIDÓS. Recuperado el 5 de JUNIO de 2013, de Redes y Territorio: articulaciones y Tensiones: http://extensioncomahue.files.wordpress.com/2012/10/blanco_redes-y-territorios.pdf
- Mellado, A. (15 de octubre de 2013). *ABC.es CIENCIA*. Recuperado el 21 de Enero de 2014, de Comer Palomitas en el cine anula el efecto subliminal de la publicidad: <http://www.abc.es/ciencia/20131015/abci-comer-palomitas-cine-anula-201310151327.html>
- Monasterio Pedro, P. (2º semana de Agosto de 2009). *Gobierno Bolivariano de Venezuela*. Recuperado el 22 de Diciembre de 2013, de Las propiedades medicinales del maíz. Instituto Nacional de Investigaciones Agrícolas: <http://www.inia.gov.ve/index.php/2013-02-21-19-27-37/ciencia-del-pueblo/135-propiedades-medicinales-del-maiz>
- Morales V, C., & Catalina, R. L. (2006). El Maíz como producto cultural desde los tiempos antiguos. *Desgranando una mazorca. Orígenes y Etnografía de los maíces nativos.*, 42-43.
- Morales Valderrama, C., & Catalina, R. L. (2006). El Maíz como producto cultural desde los tiempos antiguos. *Desgranando una mazorca. Orígenes y Etnografía de los maíces nativos.*, 42-43.
- Moscovici, S. (1979). La Representación Social: un concepto perdido. En S. Moscovici, *El psicoanálisis, su imagen y su público* (págs. 27-54). Buenos Aires: Anesa Huemul.
- Novelo, V., & Garcia, A. (1988). *La Tortilla: alimento, trabajo y tecnología*. Mexico D.F: UNAM.
- Noyola, P. (24 de Enero de 2013). *La sierra negra una historia muy antigua*. Recuperado el 29 de Marzo de 2014, de Mundo Nuestro: <http://mundonuestro.e-consulta.com/index.php/cronica/item/la-sierra-negra-una-historia-muy-antigua?start=3>
- Orléan, A. (2011). "L'empire de la valeur" *El imperio del valor*. Le Seuil .
- Ovares, M. G. (2007). Espacio Urbano y las relaciones sociales: una irada a las teorías de Edward Soja. *Instituto Tecnológico de Costa Rica*, 36-42.

- Paredes López, O., Guevara Lara, F., & Bello Pérez, L. (12 de Octubre de 2008). *La nixtamalización y el poder nutritivo del maíz*. Obtenido de Ciencias: http://www.alumno.unam.mx/algo_leer/nixtamalizacion.pdf
- Perez, F. T. (2008). LOS NUEVOS VECINOS EN LA PLAZA. Inmigrantes Espacios y Sociabilidad Publica. *Revista de antropología Iberoamericana* , 33.
- Pérez, M. P. (2003). A propósito de las representaciones sociales : apuntes teóricos, trayectoria y actualidad. *CD Caudales. La Habana : CIPS, 2003.*, 36.
- Pichardo González, B. (2006). *A green revolution in Mexico*. Obtenido de Geógrafa por la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM): <http://www.revistas.usp.br/agraria/article/viewFile/121/121>
- Polanyi, K. (1976). Cap. III La economía como actividad. En K. Polanyi, *Comercio y mercado en los imperios antiguos* (págs. 289-316). Barcelona: Labor Universitaria.
- Portal, M. A. (1995). *Práctica religiosa y cosmovisión en México*. Obtenido de MéxicoAlteridades : <<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=74711352001>> ISSN 0188-7017
- Rello, F., & Sodi, D. (1989). *Abasto y distribución de alimentos en las grandes metrópolis*. Mexico: Nueva Imagen DDF.
- Rey, F. G. (Julio-Diciembre de 2008). Subjetividad Social, Sujeto y Representaciones Sociales. *Diversitas: Perspectivas en psicología*, 4(2). Obtenido de http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S1794-99982008000200002&script=sci_arttext
- Ricardo Contreras Soto. (26 de 07 de 2013). *Mercados itinerantes estudio exploratorio de los Tianguis en Celaya Guanajuato Mexico, La logica de los Mercados*. Recuperado el 25 de 01 de 2014, de eumed.net: <file:///C:/Users/NEW/Downloads/296%20Mercados%20Itinerantes%20%20estudio%20exploratorio%20de%20los%20tianguis%20en%20Celaya%20Guanajuato%20M%20C3%A9xico.pdf>
- Rodriguez Van Gort, M. F. (1994). La agricultura en Mexico. En J. Velasco Ocampo, & L. Gonzalez, *Conceptos basicos 2*. Mexico D.F: Secretaria de Educacion Publica.
- Rodríguez, R. R. (2008). Las representaciones popolocas en torno a las ofrendas dedicadas a los difuntos. Un acercamiento a la cosmovisión indígena. *Primer coloquio de Cosmovisión indígena en Puebla*, (pág. 32). Puebla.
- S.MacNeish, R. (Mayo-Junio de 1995). Investigaciones Arqueologicas en el Valle de Tehuacán. *Arqueología Mexicana*, III(13).
- SENT. (s.f.). *Tutoriales de ayuda al alumno*. Obtenido de Servicio de e-learning y nuevas tecnologías de la UCV.

- Serratos Hernández, J. A. (Septiembre de 2012). *Greenpeace*. Recuperado el 06 de Junio de 2013, de El Origen y la diversidad del Maiz en el continente Americano:
<http://www.greenpeace.org/mexico/Global/mexico/report/2012/9/GPORIGENMAIZ%20final%20web.pdf>
- Sigmund, F. (3 de Abril de 1996). *Die Freudsche psychoanalytische Methode, D'association libre*. Buenos Aires: Amorroutu. Obtenido de Freud, Sigmund, El método psicoanalítico de Freud en Obras Completas, Vol. VII, Amorroutu, B.Aires 9ª. Edición 1996, pág. 233, ISBN 950-518-583-9 (Título original: Die Freudsche psychoanalytische Methode", 1904:
http://es.wikipedia.org/wiki/Asociaci%C3%B3n_libre
- Stark, R. (9 de Diciembre de 2008). *Ponencia: El término sujeto como punto de partida*. Recuperado el 20 de Febrero de 2014, de 2da_mesa_roberto_stark:
http://www.corredordelasideas.org/docs/ix_encuentro/2da_mesa_roberto_stark.pdf
- Susser, I. (2001). *La Sociología Urbana de Manuel Castells*. Madrid: Alianza. Obtenido de
<http://books.google.com.mx/books?id=1uGIqtmzUVgC&pg=PA244&clpg=PA244&dq=Susser,+La+Sociologia+Urbana+de+Manuel+Castells.+2001&source=bl&ots=g6SmCRkVD5&sig=FsK5MkiUQJqGNFrPXsaeW8LeXxI&hl=es&sa=X&ei=C9xKVMygKeXC8QHv2YFw&ved=0CC8Q6AEwAw#v=onepage&q&f=false>
- Tiare. (17 de Noviembre de 2009). *EL MAIZ EN LA MITOLOGÍA PREHISPANICA*. Recuperado el 22 de Febrero de 2014, de Gabito Grupos:
<http://www.gabitogrupos.com/LACOCINADETIARE/template.php?nm=1258483425>
- Turner, V., & Clifford, G. (1999). *La antropología simbólica*. México: La antropología tercer milenio.
- Velásquez, B. R. (14 de Abril de 2008). *Lefebvre y la producción del espacio. Sus aportaciones a los debates contemporáneos*. Obtenido de Biblioteca Digital:
http://148.206.107.15/biblioteca_digital/articulos/12-264-4135hoz.pdf
- Zepeda, G. S. (2013). *No se necesita ser un experto para ser un gran héroe. La representación social acerca del museo de los estudiantes de primaria y secundaria visitantes al museo de la no-intervención del fuerte de Loreto en Puebla*. Puebla: Colegio de Antropología Social. BUAP.