

UN SISTEMA DE INTERCAMBIO HÍBRIDO: EL MERCADO/TIANGUIS *LA PURÍSIMA*, TEHUACÁN-PUEBLA, MÉXICO*

ERNESTO LICONA VALENCIA**

licona123@yahoo.es

Colegio de Antropología Social, Colegio de Antropología Social,

Universidad Autónoma de Puebla, UAP, México

RESUMEN El texto concibe al mercado-tianguis como una institución económica en la que se entremezclan varias formas de intercambio de bienes formando un sistema híbrido predominantemente monetario. Se describen etnográficamente los intercambios para revelar que los hechos económicos están mediados por los rasgos socioculturales de los sujetos, cuya función es fundamentalmente económica.

PALABRAS CLAVE:

Sistema de intercambio, trueque, mercado, tianguis, economía.

DOI: <http://dx.doi.org/10.7440/antipoda18.2014.07>

* Este trabajo forma parte de una investigación más amplia denominada “Cosmovisiones indígenas en el sureste de Puebla: nuevas configuraciones en torno al agua, la tierra y el maíz”, financiada por el Consejo Nacional para la Ciencia y la Tecnología (CONACYT), México. Para la elaboración de este texto se contó con el apoyo en trabajo de campo de las estudiantes de Antropología Ivett Pérez Pérez, Joanna Paulina Aceves Fabián y María del Rosario Buenavard González, aunque la responsabilidad final de lo escrito recae en mi persona.

** Doctor en Antropología, Universidad Autónoma Metropolitana, Iztapalapa, México.

A HYBRID EXCHANGE SYSTEM: THE *LA PURÍSIMA* MARKET/ *TIANGUIS*, TEHUACÁN-PUEBLA, MEXICO

ABSTRACT The article treats the market (or *tianguis*) as an economic institution in which several different forms of goods exchange intermingle, forming a hybrid system of predominantly monetary exchange. These transactions are described ethnographically to reveal that economic reality is mediated by the sociocultural features of subjects whose function is primarily economic.

KEY WORDS:

Exchange system, barter, market, *tianguis*, economy.

138

UM SISTEMA DE INTERCÂMBIO HÍBRIDO: O MERCADO/TIANGUIS *LA PURÍSIMA*, TEHUACÁN-PUEBLA, MÉXICO

RESUMO Este texto concebe o mercado/Tianguis como uma instituição econômica na qual se interligam várias formas de intercâmbio de bens que formam um sistema híbrido predominantemente monetário. Descrevem-se etnograficamente os intercâmbios para revelar que os fatos econômicos estão mediados pelos traços socioculturais dos sujeitos, cuja função é fundamentalmente econômica.

PALAVRAS-CHAVE:

Sistema de intercâmbio, troca, mercado, *Tianguis*, economia.

UN SISTEMA DE INTERCAMBIO HÍBRIDO: EL MERCADO/TIANGUIS *LA PURÍSIMA*, TEHUACÁN-PUEBLA, MÉXICO

ERNESTO LICONA VALENCIA

INTRODUCCIÓN

EL OBJETIVO DE ESTE TEXTO ES ANALIZAR UN SISTEMA de intercambio híbrido estructurado por tres subsistemas (mercantil, trueque y de ayuda mutua) como una disposición económica en la que sectores marginales (indígenas, campesinos y populares urbanos) construyen tácticas de subsistencia. A pesar de que la prevalencia del sistema de intercambio mercantil no suprime intercambios mediante los cuales se abaratan los precios de los productos, se estructuran relaciones sociales de ayuda mutua y se cambian bienes por bienes (trueque), los cuales funcionan como mecanismos económicos de subsistencia y, en algunos casos, como generadores de nuevas relaciones sociales y como rasgos culturales de sociedades indígenas y campesinas que caracterizan a una economía regional en un contexto de economía nacional impactada por procesos de globalización económica y cultural.

Se plantea en este trabajo que las relaciones económicas son una transacción en la que sujetos específicos acuerdan el bien y el valor que van a intercambiar en un contexto sociocultural determinado, por lo que en el mercado-tianguis de *La Purísima*, al instituirse un sistema de intercambio híbrido¹, sujetos, espacios, transacciones, bienes, importes y medidas son heterogéneos, y cual datos etnográficos, se presentan para interpretar, en primer lugar, el mercado/tianguis como un complejo económico-sociocultural, y en segundo lugar, los sistemas de intercambio trueque y socializante como mecanismos de subsistencia y de relaciones sociales de sectores marginales, que constituyen, así, una institución económica.

¹ El sistema de intercambio no está desprendido del sistema de producción, pero debido a que no es el objeto de estudio en este texto, tangencialmente será mencionado centrando la descripción etnográfica en el intercambio de bienes.

El área de observación etnográfica fue *La Purísima*, un mercado fijo ubicado en la ciudad de Tehuacán, que recibe semanalmente un tianguis o plaza². Los miércoles y sábados, ambos espacios físicos y económicos se fusionan e integran un mercado/tianguis regional en donde se intercambian productos para satisfacer necesidades de abastecimiento, acumulación y servicios. Cabe señalar que el sábado o “día de plaza” es el más importante, por la gran cantidad de personas involucradas como vendedores permanentes y ambulantes, productores, intermediarios, compradores y prestadores de servicios que construyen el espacio económico de venta y consumo popular, campesino e indígena más significativo y barato de la ciudad y de la región. Por ello, el mercado/tianguis significa para artesanos y productores campesinos, indígenas y revendedores en pequeña escala una importante opción de venta de bienes, pues con los recursos obtenidos satisfacen sus necesidades básicas, y con ello, la reproducción de unidades domésticas; pero también para ellos mismos como consumidores y para otros sectores pobres urbanos de la ciudad, el mercado/tianguis es un espacio para economizar y hacer rendir más el dinero asignado para el abastecimiento de bienes, por lo que recurren a distintos sistemas de intercambio constituyendo así una institución económica orientada fundamentalmente por la lógica mercantil pero que alberga sistemas de intercambio recíprocos.

EL ESTUDIO SOBRE TIANGUIS EN MÉXICO

Los estudios antropológicos sobre tianguis en México inician en los años cincuenta del siglo XX³. Antropólogos mexicanos y extranjeros se interesaron por los tianguis, debido a su continuidad histórica y a su función económica en regiones campesinas e indígenas; los tianguis han sido objeto de estudio por su origen prehispánico y los complejos sistemas de mercado que instituyen. Se han estudiado porque son expresión de economías indígenas locales, lugares de enlace social, abastecimiento de bienes y espacios de articulación con la economía nacional y global, entre otras razones.

2 Martin Diskin y Scott Cook afirman que un punto de partida para cualquier estudio de mercadeo es la distinción entre el mercado delimitado a un sitio particular y el mercado disperso carente de sitio definido (1975: 291). En este texto utilizamos el término “mercado” para referirnos al espacio fijo de los intercambios, el de “tianguis” o “plaza” para el espacio móvil de los intercambios y el de “mercado-tianguis” para ambos, fusionados en un día de la semana.

3 El presente apartado no pretende realizar una revisión exhaustiva de las investigaciones sobre el tianguis en México. Incorporo algunos autores que han investigado durante distintos años los tianguis para comprender cómo se han estudiado, cómo los definen y, principalmente, para construir un marco interpretativo del objeto de estudio de este texto.

Entre los estudios pioneros destacan los trabajos de Bronislaw Malinowski y Julio de la Fuente, 2005 (publicados originalmente en 1957), y el de Alejandro Marroquín, 1978 (publicados originalmente en 1957), los cuales inician el análisis de los sistemas de intercambio campesino e indígena en México, aunque con perspectivas teóricas distintas. Para los primeros, las plazas son un recurso para analizar la economía de una sociedad. En el informe que elaboraron en 1957 sobre el sistema de mercados en Oaxaca, afirmaron que los mercados de México “constituyen el principal mecanismo económico de distribución; revelan la forma en que la gente dispone de sus productos y adquiere artículos para su consumo; compendia, en suma, la organización económica de cada distrito y localidad. Desde cada hogar, desde cada poblado y área tribal se concurre al lugar del mercado en el día de plaza” (Malinowski y De la Fuente, 2005: 37).

Alejandro Marroquín escribió, a finales de los años cincuenta, que los mercados son una institución económica de carácter precapitalista que convive con otros sistemas económicos capitalistas subdesarrollados y semifeudales (1978: 10): “el mercado indígena como aparato de distribución destinado predominantemente al servicio de las comunidades indígenas y que conserva en su estructura una singular combinación de pautas y principios tradicionales, junto con normas típicas de la economía capitalista en mayor o menor grado de desarrollo [...] es una institución económico-social [...]” (1978: 37). Para este autor el tianguis cobra mayor relevancia porque sirve para satisfacer las necesidades de abastecimiento en localidades donde existe poco desarrollo técnico, insuficiencia de recursos naturales, y porque son incapaces de satisfacer sus necesidades por sí mismas (1978: 32), y subraya la importancia de su estudio porque permite conocer el grado de integración de la economía de pequeños poblados con la economía nacional (1978: 33), por lo que el tianguis es una institución más dentro del complejo engranaje de ciudades mestizas para la explotación del indígena, en su doble carácter de productor y consumidor (1978: 52).

Fernando Cámara-Barbachano (1966) describe al tianguis como “sitio de distribución preponderantemente de productos perecederos, con la presencia de ‘rescatones’ o ‘regatones’ y mercaderes y comerciantes ambulantes que concurren en plazas de lugares y días fijos [...] con la participación de una considerable población mestiza. A estas plazas acude gente que no vive en el lugar, que no tiene qué comprar en su propia localidad e intercambia mayoritariamente a base de dinero o *trueque*” (citado por Arellanes y Casas, 2011: 98).

En la década de los setenta John Durston escribió un libro sobre los mercados campesinos en el centro de Michoacán; aunque su interés princi-

pal fue la organización social de la actividad económica, también se interesó por el comportamiento y las estrategias mercantiles de los productores e intermediarios campesinos en un contexto regional (1976: 15), estableciendo la distinción entre *centros locales de mercado* y *centros urbanos intermedios*, que se diferencian por su área de influencia o territorio circundante, en donde los habitantes compran con más frecuencia (1976: 54). Para este autor, el comercio del mercado implica distintos tipos de operaciones mercantiles, y afirma:

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

Para Diskin y Cook, que estudiaron el sistema de mercados en Oaxaca, las plazas son importantes puntos de reunión social regular de grandes sectores de la población rural, así como mecanismos de articulación social entre diversos grupos y clases étnicas, por lo que constituyen un espejo que refleja un sistema sociocultural regional (1975: 26-27). Diskin afirma que en la plaza se encuentran todo tipo de formas de intercambio, papeles y funciones sociales y económicas ejecutados por diversos actores (1975: 80). En este mismo sentido, Herbert M. Eder menciona que “los mercados pueden considerarse como microcosmos que contienen un conjunto representativo del ambiente regional. Son una exhibición comprimida de la economía de la zona, su tecnología y su sociedad; en otras palabras, de la forma local de vida” (1975: 100). Para estos autores el sistema de mercados no está formado simplemente por lugares, sino que constituye una red de acción mutua entre compradores y vendedores conectados, al igual que las mercancías, dentro de un sistema de decisiones sobre precios y producción (Diskin y Cook, 1975: 293-294), por lo que distinguen entre *mercado*, *plaza* y *área de mercado*. El primero se refiere a las transacciones, la segunda, al lugar donde se realizan éstas, y el área de mercado, a las rutas de distribución de productos que ingresan a través de la plaza con destino a la casa del consumidor (1975: 170).

Ralph L. Beals, al igual que los autores anteriores, distingue entre plaza y mercado porque existen diferencias institucionales y funcionales como los tipos de transacciones mercantiles y los tipos de vendedores dentro del sistema (Beals, 1975: 65); se interesa por los rasgos comunes de los mercados de Oaxaca y dice que “operan diariamente con un grupo permanente de vendedores que ocupan locales fijos. La mayoría de los compradores son residentes de la ciudad, a excepción del día de plaza (tianguis). Muchos de los vendedores son pueblerinos o aldeanos amestizados y urbanizados [...] los vendedores se especializan en diferentes productos y dentro del mercado están agrupados según los artículos que expenden” (1975: 64). A este tenor, Richard Berg define la plaza como un lugar donde se acumulan por breve tiempo, una vez a la semana, algunos bienes y servicios que circulan entre la población campesina regional (Berg, 1975: 119).

Luisa Paré se enfoca en el *tianguis*, más que en el mercado; diferencia al primero por instalarse una vez a la semana, y al segundo, por ser permanente. Entiende al tianguis inserto dentro de la economía capitalista nacional e internacional, así como dentro de una red regional de mercados. Para esta autora el tianguis es un puente que vincula a las comunidades no capitalistas con el mercado nacional y que desempeña una doble función: extraer los excedentes regionales para su redistribución en el mercado nacional e incorporar al mercado interno al campesinado mediante la distribución de productos de origen industrial (Paré, 1975: 85-86), y explica la trashumancia del tianguis por las restricciones del mercado interno que obligan al comerciante a desplazarse en búsqueda de los clientes en los distintos tianguis de la región (1975: 86).

Para Lourdes Arizpe, el mercado, en referencia al tianguis de Zacuapán, Morelos, no es únicamente un sitio de compra y venta de mercancías, sino un microcosmos de las sociedades de la región del oriente de Morelos: “Sí, es cierto que se compran y venden cosas que tienen precio y que llenan diversas necesidades, pero se intercambia mucho más” (2009: 103), y refiriéndose al trueque, afirma:

Algunas personas, por lo regular las más pobres, ven en el trueque la posibilidad de cambiar los productos de la recolección; van a cambiar lo que les sobra por lo que les falta. Pero muchas otras, especialmente las mujeres, acuden para encontrarse con los demás, para enterarse de la última noticia, para platicar, para reírse, para ejercer control social y, en suma, para darle forma a su participación en la sociedad. Van para “reconocer” a los demás y ser “reconocidas”. Para ser parte del todo. Para acallar angustias y recoger bondades. Para constatar relaciones ya existentes y establecer nuevas. Para llevar algo y regresar a casa con lo nuevo que se recibió. (2009)

Recientemente, otro trabajo que aportó nuevas perspectivas al estudio de los tianguis es el realizado por los biólogos Yaayé Arellanes y Alejandro Casas, quienes desde una perspectiva ecológica, económica y sociocultural presentan las características comunes de los tianguis:

a) su origen prehispánico, *b)* la realización de transacciones que implican un intercambio de productos a través de un aporte monetario o un canje de productos denominado *trueque* o feriado, *c)* son semanarios, es decir, se realizan una o dos veces por semana, *d)* la presencia de numerosos vendedores de distintos orígenes, muchos de ellos mujeres, que traen recursos vegetales producidos o recolectados a baja escala provenientes de sus huertos familiares, de la parcela o de los bosques circundantes y *e)* su entrelazamiento con un mercado globalizado en donde se puede encontrar todo tipo de mercancías. (Arellanes y Casas, 2011: 97)

Estos autores realizan su investigación sobre el sistema de mercados del valle Tehuacán-Cuicatlán (Puebla) y proponen estudiarlos mediante los tipos de vendedores que reúnen (vendedores “propios”, acaparadores, ambulantes, etcétera), la procedencia y el tipo de bienes, las medidas utilizadas, las modalidades de venta (mayoreo y menudeo) y las formas de intercambio (mercantil y trueque) que se realizan en los tianguis de la región.

Sobre la base de esta apretada revisión de estudios sobre el tianguis, puedo afirmar que los estudios antropológicos han privilegiado la dimensión económica sobre la sociocultural. El enfoque económico detalla al tianguis como un microcosmos que permite estudiar la economía local y regional, y que se inserta en la economía nacional y global de manera desigual (sistema de mercados); como sistema de abastecimiento o distribución de bienes (comercialización) y como reproductor de diferentes relaciones de intercambio, mercantil y no mercantil. A diferencia, los estudios con enfoque sociocultural enfatizan al tianguis como algo más que un espacio estrictamente económico, es también punto de reunión y de establecimiento de relaciones sociales.

El presente texto, con enfoque sociocultural, se acerca a las transacciones económicas mediante descripciones etnográficas que remiten a la dimensión cultural del mercado-tianguis, por lo que es pertinente plantear la siguiente interrogante: ¿qué es un sistema de intercambio? Para responderlo recurro a la visión sustantivista clásica de la antropología económica que dice que toda sociedad posee economía y que ésta es un complejo sistema de producción, distribución y consumo de bienes y servicios. Maurice Godelier afirma: “Se entiende por economía de una sociedad las formas y las estructuras sociales de la producción, de la distribución y de la circulación de bienes materiales que caracterizan a esta sociedad en un momento dado de su existencia” (1974: 282), por lo que cada

una de ellas imprime determinadas características a las fases económicas. Así, la producción, la distribución y el consumo adquieren los rasgos culturales de los sujetos que participan en todo acto económico. De esta manera, la lengua, el parentesco, el origen étnico, el entorno natural, el orden administrativo, la preferencia política y diversos factores intervienen en toda transacción económica, en el intercambio de bienes y servicios, por lo que Karl Polanyi afirma que la economía está inserta tanto en las instituciones económicas como en las no económicas, y que el lugar que ocupa lo económico en las estructuras sociales definirá el tipo de sociedad (1974: 161). Es decir, el intercambio exclusivamente económico no existe, estará vinculado para siempre a relaciones religiosas, culturales, políticas, etcétera. Por ejemplo, en el mercado/tianguis de *La Purísima*, en noviembre (Día de Muertos), la venta de barro negro, flor de cempaxúchitl, copal, etcétera, se realiza primeramente por impulsos religiosos, y luego por razones económicas. Debido a lo anterior, y retomando a Marroquín, definimos de manera inicial al mercado-tianguis como una institución económico-social que activa la producción regional, el comercio popular de la ciudad, así como los servicios de hospedaje, transportación, alimentación, etcétera, porque pone a circular múltiples bienes y servicios que, aunque se concentran de modo transitorio, encauzan y regularizan ese flujo (Berg, 1975: 116); además, el mercado-tianguis establece diversos sistemas de intercambio con heterogéneos sujetos, medidas, bienes y lugares, en un contexto económico-sociocultural determinado.

EL CONTEXTO

La ciudad se localiza en la región Tehuacán-Sierra Negra⁴, donde habita población indígena nahua, popoloca, mazateca y mixteca, que, junto con un gran número de mestizos, la convierte en una área pluriétnica de aproximadamente 650 mil habitantes; 87,52% habita en el Valle y 12,48% en la Sierra Negra⁵. Del total de la población de la región, aproximadamente 170 mil son indígenas, lo que representa 26%, de los cuales 21% se localiza en el Valle, y 80% en la Sierra Negra,

4 El 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. Desciende suavemente desde Tecamachalco, su punto norte, con una altura de 2.045 metros, hasta Teotitlán del Camino, Oaxaca, a unos 1.000 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). Esta 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.

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

por lo que la presencia mestiza es mayoritaria en la primera región y convierte a Tehuacán en una de las ciudades con menos oportunidades de inserción económica para los indígenas; mientras que en las serranías la presencia indígena es evidente, con menos oportunidad de empleos, aislamiento ante las dificultades de acceso, y con algunos municipios que sólo hablan lengua indígena. Por ello son consideradas como zonas de alta y muy alta marginación, respectivamente, del estado de Puebla.

La región está formada por veintiún municipios, de los cuales su principal polo económico, Tehuacán, fundada en 1567, es la segunda ciudad en importancia del estado de Puebla y crea un área metropolitana de dos municipios (Tehuacán y Santiago Miahuatlán) con 279.409 habitantes (Delimitación de zonas metropolitanas, 2005). Es la zona urbana más significativa, por su comercio, sus servicios e industria, de una gran área que se conoce como valle de Tehuacán.

El Valle es históricamente importante porque desde hace 8.000 años existen asentamientos humanos, según reporta la investigación arqueológica de Richard S. MacNeish, quien encontró el registro más antiguo de domesticación del maíz en Mesoamérica (1967), que ocasionó el progreso de poblaciones sedentarias a partir de la agricultura y propició el surgimiento de grandes culturas con una organización social compleja, estatal, y con control territorial, como el señorío popoloca-nahua, que fue el que hallaron los españoles a su llegada al continente. Según reporta Henao, a partir del siglo XVII se consolidan dos formas de organización socioeconómica en el valle de Tehuacán: la comunidad de indios y la hacienda (Henao, 1980: 47). Durante el período 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” (1980: 50), situación que ha variado poco en la actualidad y que se puede observar en actividades agropecuarias, la industria, el comercio y los 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. La circulación de personas, mercancías y noticias constituyó en tiempos antiguos el importante corredor teotihuacano y la vía mexicana al sureste mesoamericano. Esta vocación estratégica la conserva hoy en día, pues por él pasan las más importantes carreteras que conducen a las costas de los dos océanos, donde se localizan puertos significativos para la exportación e importación de mercancías que impactan directamente la industria y el comercio mexicano (Gámez, 2006: 8). A pesar de su

papel estratégico, el valle de Tehuacán presenta importantes desigualdades. Por ejemplo, en la planicie, donde se localiza la ciudad de Tehuacán, existen marcadas diferencias con el resto de la región, una de las cuales es la existencia y el manejo del agua⁶, que ha permitido el desarrollo de las industrias refresquera y avícola y la agricultura de riego. A diferencia de otras que presentan escasez del líquido, que impacta negativamente la agricultura apenas de subsistencia. La posibilidad de contar con agua y su utilización mediante galerías filtrantes propiciaron un cambio agrícola significativo, y con ello aumentó la productividad de la tierra, con productos como maíz, jitomate y ajo (Henao, 1980: 183), convirtiendo la ciudad de Tehuacán y sus alrededores en el principal polo económico de la región. La riqueza económica en el Valle se aglutina en la zona de la planicie, donde se localiza la ciudad, contrastando con la pobreza y marginación de las poblaciones campesinas-étnicas de las sierras Negra, Mixteca y Zongolica. Al iniciar el siglo XX Tehuacán ya contaba con establecimientos industriales, manufacturas elaboradas con palma, ixtle, alumbrado público, comunicación telefónica y línea de ferrocarril, y la actividad agropecuaria seguía siendo la rama productiva más importante. Tehuacán se distinguió por su producción de jarcería⁷ durante las tres primeras décadas del siglo pasado, que fue 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 empezó a proliferar la industria maquiladora de exportación, que reestructuró el mercado laboral, por lo que la población indígena se incorporó al trabajo industrial reconfigurando a las propias comunidades.

Hoy, la ciudad de Tehuacán concentra 48,7% de la población económicamente activa (PEA) de toda la región, y, junto con otros dos municipios localizados en el Valle, representan 63%, es decir, en tan sólo tres municipios de los veintiuno que forman la región converge la riqueza generada por su población económicamente activa, lo que ocasiona 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 concentran el empleo del sector primario, secundario, comercio y los servicios, siendo estos dos últimos los más significativos, y expresan una tendencia hacia la tercerización de la ciudad⁸. La concentración de la riqueza en el Valle muestra un grado bajo de marginación,

6 Ambientalmente, el Valle es caracterizado como árido-semidesértico, con una precipitación pluvial inferior a los 500 mm. "El Valle tiene nueve meses de sequía y tres de lluvia, aunque muy irregulares" (Henao, 1980: 17).

7 La jarcería es un establecimiento mercantil en pequeño, que vende bienes elaborados con fibras vegetales como mecates, estropajos, escobas, morrales, etcétera.

8 En la región Valle de Tehuacán y Sierra Negra, las actividades por sectores productivos están distribuidas de la siguiente manera: primario, 21,86%; secundario, 35,78%; comercio, 16,56%, y servicios, 25,35%.

mientras que en la Sierra Negra la marginación es alta y muy alta. La región es muy desigual en lo económico, lo cual se observa también en las percepciones de su población económicamente activa, mientras que en el Valle se perciben hasta dos salarios mínimos, y en la serranía, hasta un salario mínimo o ninguno.

En el Valle se ha formado un corredor de agricultura, industria, servicios y ciudades con actividades agropecuarias como la avícola y la porcicultura, que son de las más importantes del país; agricultura diversificada de riego, así como industria maquiladora y de confección de ropa de exportación, zapatos, alimentos, aceites y grasas vegetales, además de una industria refresquera con más de setenta años de antigüedad, que se encuentra entre las tres principales de México, y que, recientemente, asociada con capitales extranjeros, exporta a diferentes países del mundo. Yacimientos de carbón, canteras de pizarra, mármol y granito, fabricación de ladrillos, peletería, nixtamal, y una muy importante producción de tortillas, además de centros comerciales de capitales tanto nacionales como globales, convierten al Valle, y en especial a Tehuacán, en el principal polo de atracción y pujanza económica.

En la actualidad, Tehuacán es el mayor espacio urbano del Valle y concentra servicios financieros, educativos, comercio, industria, y habitación, con una población mayoritariamente mestiza y, en menor cantidad, indígena. Se encuentra rodeada de un sinnúmero de comunidades indígenas popolocas, nahuas, mixtecas y mazatecas, que, con sus antecedentes mesoamericanos en la organización sociorreligiosa, agricultura, comercio y cosmovisión, configuran un área pluriétnica que constituye una de las zonas de mayor diversidad cultural y de marcada desigualdad social del estado de Puebla, ya que se encuentran poblaciones campesinas e indígenas en marginación que contrastan con las colonias urbanas de la ciudad de Tehuacán. La presencia de comunidades indígenas, desde la Antigüedad hasta la época actual, ha ocasionado que el valle de Tehuacán se haya reconfigurado económica y socioculturalmente a lo largo del tiempo, y el hecho de que la incorporación y la subordinación de los indígenas se presentaran por la vía monetaria (capitalista) ha ocasionado que éstos no desaparezcan, sino que reconfiguren muchos de sus aspectos productivos, organizativos y simbólicos, definiendo con ello el complejo sistema indígena-rural/mestizo-urbano que caracteriza actualmente al valle de Tehuacán⁹.

9 El capitalismo, desde su introducción en Latinoamérica hasta la etapa actual de globalización, no ha sido un proceso homogéneo, sino desigual, condicionado por las características socioculturales de las regiones en donde penetra. Por eso, el desarrollo del capitalismo en México y en otros países es desigual, según las regiones y el tipo de población asentada en ellas. El capitalismo va articulando formas económicas campesinas o indígenas, pero no como supervivencias precapitalistas, sino enlazándolas en un solo sistema capitalista hegemónico, con expresiones económicas y culturales locales que se observan en las formas de producción, circulación y consumos de bienes.

LA EXTENSIÓN DEL SISTEMA

Todo tipo de sociedad produce e intercambia bienes; así se observa en los estudios sobre el *don*, de Marcel Mauss y el *kula*, de Malinowski; en ambos, el interés es la distribución de bienes, la cual está determinada por un modo de producción concreto que proporcionará los rasgos dominantes específicos sin invalidar otras formas de intercambio. Por ejemplo, en la sociedad actual el rasgo imperativo de intercambio es el mercado, por lo que se le denomina sociedad de mercado o sociedad de intercambio mercantil, lo que no impide otros tipos de intercambio, como puede ser el de reciprocidad y redistribución o, como se explica en el texto, intercambio trueque y socializante¹⁰. El intercambio mercantil o de mercado es la forma dominante de las sociedades capitalistas actuales. En su definición general, la economía está organizada en forma de mercado: “es un proceso organizativo de compra y venta a precios monetarios que es el mecanismo de hacer transacciones con productos materiales, trabajo y recursos naturales” (Dalton, 1974: 180). “Todos deben vender algo con valor en el mercado para adquirir los medios materiales de existencia” (1974: 181). En estas sociedades, el dinero es requisito y rasgo característico de su tipo de economía, es un bien de cambio de uso extendido y consentido por la sociedad que pauta los intercambios. Todo está organizado en forma de mercancías disponibles para ser vendidas y compradas (1974: 181). Si bien el intercambio de mercado es el tipo de organización de la economía dominante en las sociedades capitalistas contemporáneas, no es totalmente homogéneo, debido a las características de las sociedades y, principalmente, a las de los sujetos, bienes, lugares y diversidad de transacciones económicas, e incluso, la determinación de los precios es heterogénea. Todo depende de cómo se inserta la economía de mercado en las sociedades, con características socioculturales específicas, que son subsumidas a la lógica capitalista y forzadas a regirse por las reglas del mercado. El sistema de intercambio adquiere existencia en los “centros mercantiles”¹¹, que cumplen el objetivo de ofertar bienes para satisfacer las necesidades de cada sociedad, según la estructura de desigualdad social.

10 El sistema de intercambio socializante no debe confundirse con la economía solidaria. El intercambio socializante es una estrategia económico-sociocultural de supervivencia dentro del intercambio mercantil, y la economía solidaria es un tipo de economía que involucra la producción, el consumo y la distribución de la riqueza; en suma, es todo un proyecto económico, político y social.

11 Stuart Plattner también distingue “mercado” de “centro mercantil”. El primer término lo utiliza para referirse a la institución social de intercambio en la que existen precios o equivalencias de intercambio; el segundo alude a esas interacciones en un lugar y en un momento específicos y acostumbrados (1981: 235).

Una manera de acceder a la extensión del sistema de intercambio de mercado en la ciudad de Tehuacán, en particular, y en la región, en general, es a partir de “centros mercantiles” como los *mall*, los supermercados, las abarroteras y los establecimientos especializados, por un lado, y los tianguis y los mercados (entendidos aquí como lugares) por otro lado, que construyen un sistema de intercambio regional centralizado de carácter global y al mismo tiempo local.

En Tehuacán se concentran la mayoría de los “centros mercantiles”, que permiten el acceso de múltiples bienes por medio de su venta y compra diaria. La existencia de *malls* en la ciudad (El Paseo, Plaza Terrazas y Rocketto) y de plazas comerciales (Plaza Tehuacán, Reforma, Dr. Tapia, Ana María y Cristal) inserta al sistema de intercambio de mercado en la dinámica global con la presencia de tiendas departamentales nacionales y franquicias internacionales que ofrecen principalmente bienes de marcas reconocidas en todo el mundo que son adquiridos por los sectores altos y medios de la ciudad mediante dinero en efectivo, tarjetas de crédito o tarjetas de crédito departamentales, definiendo con ello un mercadeo moderno globalizado. Los supermercados son otro tipo de figura de “centro mercantil”, orientado a los sectores medios bajos y a las clases populares, que venden productos diversos y pertenecen principalmente a capitales nacionales o regionales. Destacan Aurrera y Chedraui, grandes tiendas con precios fijos en sus mercancías, donde las personas escogen los bienes que requieren y pagan sobre todo con dinero en efectivo en cajas alineadas, atendidas por cajeras uniformadas y sonrientes. La proliferación de estos establecimientos en otras ciudades de México es una realidad, pero no tanto en la ciudad de Tehuacán, principalmente por la competencia que crean las tiendas de abarrotes. Las abarroteras (Ta'barato, Alatríste, Acsapack, Hidalgo, Ofebe), como se les conoce en la ciudad, son “centros mercantiles” que venden al mayoreo o al menudeo bienes no perecederos a precios muy bajos. Estos establecimientos tienen alcance regional, debido a que innumerables personas que manejan pequeños establecimientos en los pueblos de la región llegan a surtirse de bienes que revenden en sus lugares de origen, con lo cual el sistema de intercambio de mercado de la ciudad enlaza y sujeta a numerosas comunidades campesinas indígenas y pequeños centros urbanos reforzando el papel central de Tehuacán. La ciudad también alberga cientos de establecimientos especializados en electrodomésticos, muebles, herramientas, computadoras, papelería, ropa, cosméticos, autos, bienes religiosos, etcétera, y diversos servicios como educación y financieros, que son adquiridos por los habitantes de la ciudad y de otras poblaciones de la región, por lo que el sistema de intercambio de mercado se amplía enormemente y es característico de centros urbanos en crecimiento.

En ciudades como Tehuacán y en el Valle llama poderosamente la atención la existencia de otros “centros mercantiles” que contrastan con los anteriores por el tipo de bienes, transacciones y sujetos que participan en los actos económicos; nos referimos a los tianguis¹² semanales en la región y a los mercados 16 de Marzo y *La Purísima*. Estos dos últimos forman el área comercial más importante para los sectores populares de la ciudad y las comunidades campesinas e indígenas de la región. En especial los días de plaza (miércoles y sábado) el área se altera por la llegada de comerciantes procedentes de diferentes pueblos que se concentran en *La Purísima*. Como se mencionó al principio, en especial el sábado es el día de más movimiento de personas, bienes y dinero. Todos se ven beneficiados, todos venden algo, tanto flores como elotes, ropa y herramientas; fruta y carne, etcétera. Fondas, hoteles, casas de huéspedes, taxistas, transportistas locales y foráneos, vendedores ambulantes, etcétera, obtienen un recurso económico por la venta de mercancías o de un servicio. Es un día especial, pues la llegada de vendedores y compradores de toda la región convierte a *La Purísima* en un mercado-tianguis regional central. Allí es donde se observan claramente la influencia regional y los sistemas de intercambios trueque y socializante, como se describirá más adelante.

El mercado-tianguis *La Purísima* es el mercado central en torno al cual existen tianguis satélites semanales en la zona, de distintas dimensiones e importancia, algunos municipales y otros microrregionales, que forman un extenso sistema de intercambio de bienes y servicios temporal. El tianguis es de origen prehispánico, con mucho aire tradicional; Luisa Paré lo define como “el mercado local o regional donde se reúnen los productores directos, agricultores o artesanos a intercambiar sus productos y algunos comerciantes especializados que aseguran el intercambio de productos entre regiones de distintos recursos naturales y diversas especializaciones económicas” (1975: 85). En la zona de estudio esta red de tianguis está formada por microrregionales, municipales y locales. De los primeros destacan los tianguis de Ajalpan, Tepeaca y Huixcolotla, todos pertenecientes a Puebla, los cuales se distinguen por atraer vendedores, productores y consumidores de zonas alejadas, incluso de otros estados circunvecinos. Los municipales se caracterizan por realizarse en la cabecera municipal, y su ámbito de influencia son poblaciones que dependen económica y administrativamente de la cabecera, entre los cuales se pueden mencionar los tianguis de San Juan Bautista Cuicatlán (Oaxaca), Teotitlán de las Flores (Oaxaca), San Sebastián Zinacatepec (Puebla), Tlacotepec (Puebla),

12 En la ciudad de Tehuacán existen los siguientes tianguis: Colonia América, Los mayoristas, Infonavit, Colonia Puebla, Colonia Serdán, Zapata y Jardín de Guadalupe.

Acatzingo (Puebla) y Tepeaca (Puebla). Entre los locales destacan el de Coxcatlán (Puebla) y el de Coapan (Puebla), por mencionar sólo algunos de los que se realizan los domingos en las pequeñas plazas de las comunidades. Todos ellos son temporales, se llevan a cabo un día a la semana y constituyen los espacios económicos donde se articula la economía campesina-indígena con la economía nacional y global. Esta red de tianguis-plaza es la que realmente funciona como aparato de distribución e intercambio de bienes para los sectores más desprotegidos (indígenas, campesinos, sectores populares); es en estos “centros mercantiles” donde se mezcla la economía de mercado con otras pautas, como el trueque. Los tianguis son muy demandados por los bajos precios y la oferta diversa de bienes, como se describe más adelante.

Otro proceso en el que se observan la extensión y la complejidad del sistema es la procedencia de los bienes que se intercambian en el mercado-tianguis *La Purísima*. Los bienes “llegan de muy lejos”; su localización precisa permitió reconstruir una cartografía regional, y con ello, afirmar que el gran sistema de intercambio central del mercado-tianguis consigue especializar a comunidades y pueblos en la producción y circulación de ciertos bienes, con los cuales se observa el carácter regional del mercado-tianguis. Así, por ejemplo, las hortalizas proceden de San Diego Chalma; la carne de cerdo y el jitomate, de San Gabriel Chilac; los elotes, el tomate verde y el pan de muerto, de San Sebastián Zinacatepec; el incienso y el copal, de San Salvador Atoyatempan; las artesanías de mimbre, de Santa María Chigmecatitlán; los canastos de carrizo, de Ajalpan; las tortillas y la miel, de Coapan; los tenates de palma, de Santa María Texcatitlán; la flor de muerto, de Acatzingo; la caña de azúcar y el pan de burro, de San José Miahuatlán; la alfarería, de Los Reyes Mezontla; las plantas medicinales, de San Antonio Cañada, y la flor, de Orizaba. Las nominaciones de los bienes como cacayas, tetechas, pipicha, chía, taltomatic, coyoles, etcétera, no solamente expresan la presencia indígena, sino la producción y la recolección local de ciertos bienes propios de la región, que se refuerzan con el tipo de medidas utilizadas, tales como “mon-toncito”, “maleta”, “manejo”, “carga”, “huacal”, “jícara”, etcétera.

La centralidad de la ciudad de Tehuacán y la importancia del sistema de intercambio regional también se observan en las rutas de autobuses foráneos que llegan a diversas comunidades del valle de Tehuacán y de las serranías. En las inmediaciones del mercado-tianguis existen tres rutas de transporte público regional que conectan con centros urbanos del Valle y poblaciones de las serranías. Todas, en días de plaza, cargan bultos, cajas y enormes bolsas de bienes que sus compradores llevan a sus lugares de habitación. Sus usuarios son personas de los poblados de la región que llegan el día de plaza para surtirse de bienes

de todo tipo, que se abastecen para satisfacer necesidades de la familia nuclear o extensa o, en otros casos, llevan bienes para revender en pequeños establecimientos que atienden en sus lugares de origen.

El sistema de intercambio de mercado es dominante porque penetra e integra como satélites a todas las comunidades del valle de Tehuacán y de la Sierra Negra alrededor del polo central económico que es Tehuacán. El sistema de intercambio dominante se materializa en figuras socioespaciales económicas (“centros mercantiles”) que estructuran la economía de intercambio de la región, lo que expresa simultáneamente una economía nacional-global y una economía regional-local. La primera, de manera predominante mestiza urbana, con “centros mercantiles”, bienes y transacciones globalizados, pero también con “centros mercantiles” locales (abarroteras) que manifiestan una transición hacia la economía nacional y global. La segunda, con una red regional de “centros mercantiles” (tianguis y mercados) indígenas, campesinos y populares urbanos, con bienes tanto regionales y locales como nacionales y globales, pero con intercambios tanto de mercado como de trueque y socializante. El sistema de mercado es dominante porque ocupa todo el espacio económico de la ciudad, pero no imposibilita otros tipos de intercambio en la misma.

LOS SISTEMAS DE INTERCAMBIO

Se afirmó antes que un sistema de intercambio adquiere las características socioculturales de la sociedad en la cual se expande; son éstas las que matizan culturalmente los rasgos estructurales de un sistema de intercambio cualquiera. En este apartado se describen con enfoque etnográfico los sistemas (de mercado, socializante y trueque) mediante sujetos, lugares, objetos, medidas y transacciones que expresan diferencias y similitudes entre ellos, pero que sobre todo coexisten y estructuran un gran sistema de intercambio denominado híbrido, como se expresó precedentemente.

Sistema de intercambio de mercado

Estructuralmente, este sistema se define por la venta y compra de bienes entre dos personas o más, quienes acuerdan un precio que es pagado con dinero (moneda nacional) en un espacio y tiempo económicos determinados. A una de estas personas se le llama vendedor. Los vendedores en el mercado-tianguis *La Purísima* son heterogéneos y se clasifican en productores directos organizados y no organizados; intermediarios mayores y menores y ambulantes. Esta clasificación es pertinente porque sirve para catalogar, por su actividad económica, a la gran diversidad de vendedores que acoge el mercado-tianguis *La Purísima*, ya que, según una informante, existen aproximadamente veinte organizaciones

de vendedores que agrupan alrededor de 3.800 personas, y otras decenas más que permanecen en espera tratando de incorporarse como vendedores permanentes o como vendedores en día de plaza.

Los productores directos pueden estar organizados en asociaciones de productores de elotes, flores, maíz, jitomate, etcétera, y venden directamente los días de plaza. Para ejemplificar, retomo el caso de los eloteros, que son un grupo de veinte familias que producen maíz y elote, y que los miércoles y los sábados llegan en camionetas y se instalan en una calle específica a vender aquello que producen en sus tierras en propiedad, pero también otros campesinos productores les llevan sus elotes para que los revendan, y otros más, que no tienen camionetas, las alquilan para transportar el producto. El precio del elote es desigual y depende de cada productor (de cada camioneta), de la temporada y de la demanda, ya que este bien es comprado principalmente por los vendedores de elote hervido y esquites, quienes venden masivamente en la ciudad y otros poblados. La medida que utilizan es la *maleta*, un canasto de mimbre al que le caben de 150 a 200 elotes y que se vende entre \$150 y \$300. Los compradores son distintos y algunos compran hasta cinco *maletas* (mayoreo), pero también hay otros que no compran la *maleta* completa (menudeo). Cabe señalar que estos productores directos organizados incorporan la familia (mujeres e hijos) al trabajo de siembra, cultivo y venta del producto, detallando una clara división del trabajo. En el mercado-tianguis *La Purísima* existen dos agrupaciones de eloteros y otras tantas de vendedores de flores, hortalizas, frutas, pan, etcétera, que proceden de la región y de otros estados del país, como Oaxaca o Veracruz.

Hay también productores directos, la mayoría en el día de plaza, que venden al menudeo lo recolectado y producido por su trabajo en el campo en tierras de su propiedad. Son innumerables productores no agrupados que llegan semanalmente, muchos de ellos indígenas, que venden artesanías, peras, ciruelas, cebollas, cilantro, epazote, hongos, elote, tomate, hierbas medicinales, etc., y están distribuidos en todo el mercado-tianguis. Los precios son diferentes de un productor a otro, y las medidas son heterogéneas, tales como *manejo*, *cubeta*, *montón*, *pieza*, etcétera.

A los intermediarios se les conoce también como revendedores o “regatones” y pueden ser mayores o menores; a los primeros, en épocas de crisis, se les denomina “acaparadores”. Los intermediarios mayores regularmente compran varias hectáreas de un bien (maíz, frijol, jitomate, etcétera) a campesinos de un modo directo en sus campos, como la flor en Día de Muertos. Varios productores directos de flores (cempasúchil, moco de pavo, nube, entre otras) ya tienen vendida la producción o evitan llegar hasta *La Purísima* a comercializar, por lo que prefieren vender toda —o casi toda— su producción a los intermediarios;

así, tienen asegurada la venta de su producto, sin contar con sobrantes. Los productores directos venden el producto a los intermediarios mayores a menor precio, respecto del que podrían ofertar en el mercado-tianguis, por lo que los intermediarios mayores regularmente imponen el precio del producto en la región. Estas personas tienen bodegas alrededor del mercado-tianguis, y a ellos acuden muchos “revendedores” de todo el Valle, incluso de *La Purísima*.

Los intermediarios menores son los denominados “revendedores”; cuentan con un espacio fijo que es asignado, semanal o permanentemente, por la administración municipal a cambio de una cuota en dinero; constituyen la mayoría de los vendedores; compran productos a los intermediarios mayores, a productores directos, a empresas, etcétera, y se trasladan a otras ciudades para proveerse de mercancías; ofertan todo tipo de productos. Los “revendedores” se autodenominan comerciantes y se encuentran agrupados en diversas organizaciones; una de las más antiguas es la “Agrupación Libre de Comerciantes y Ambulantes de los Mercados 16 de Marzo y La Purísima de Tehuacán, Puebla, A.C.”. También hay “revendedores” mestizos que llegan al mercado-tianguis a surtir de bienes que serán vendidos a precios mayores en comunidades indígenas y campesinas. Los precios que los “revendedores” establecen son diversos, por lo que la competencia entre ellos es más intensa.

Los ambulantes son “revendedores” minoristas que no tienen espacio fijo. Venden productos sin permiso de la administración municipal, caminan sin rumbo asegurado por todo el mercado-tianguis. Algunos vendedores con espacio fijo envían a sus hijos a vender los mismos productos que ellos mismo ofertan. Los ambulantes establecen relaciones de amistad y se reúnen en algún punto del tianguis para juntos ir ofreciendo sus productos; esto es notable entre niñas de 12 a 15 años, quienes se encuentran cada sábado en *La Purísima*. La estrategia que utilizan es seguir al consumidor y ofrecer el producto; algunos de ellos utilizan su propio cuerpo como exhibidor, otros traen carritos o carretillas con variedad de mercancías, tales como fruta, pan, ajo, miel, postres, calcetines, bolsas, productos de limpieza, etcétera; la transacción económica es fugaz y directa, sin entablar una relación social más estable. Como “espacios mercantiles” que destacan en el sistema de intercambio de mercado dentro de la *La Purísima* están el *puesto*, el *manteado* y el *local*, figuras socioespaciales en las que se expenden abiertamente los productos. Todos ellos constituyen lugares, en sentido antropológico, pues no sólo funcionan como espacios económicos, sino que en ellos existe un lenguaje especializado, un sistema objetual propio (huacales, báscula), y se establecen relaciones de parentesco y compadrazgo entre los mismos vendedores e, incluso, con algunos compradores habituales. El *puesto*, se podría decir, es un símbolo, al igual que la *báscula* (aparato que sirve para

medir pesos)¹³, ya que en ella se condensa la medida hegemónica (kilogramo) del sistema de intercambio monetario, pero que no excluye otras medidas como *montón*, *pieza*, *manejo*, etcétera, incluso dentro del mismo *puesto*.

Algo destacado de todos los vendedores antes mencionados es que estructuran sistemas de parentesco, algunos más visibles y más consolidados en determinados giros comerciales, como los que venden verduras, elotes, tenates, tortillas, o las fondas, que son los expendios de comida. Toda la familia participa jerárquicamente en la venta de bienes; llegan juntos a trabajar, y varios miembros de la familia nuclear o ampliada permanecen en los *puestos* durante todo el día. Muchas actividades económicas son heredadas desde los abuelos. Por ejemplo, en las fondas, la abuela fundadora hereda el *puesto* a la hija y ésta a la nieta, perpetuando la actividad económica durante muchos años, al menos cincuenta, una estrategia de supervivencia familiar que observamos en muchas actividades económicas. Otro caso interesante son las mujeres coapeñas¹⁴, familias completas de mujeres, abuelas, hijas y nietas que se organizan y están presentes en todos los espacios de *La Purísima* vendiendo tortillas; existen familias que han estado realizando esta actividad durante treinta años. En este sentido, se podría afirmar que el sistema de intercambio de mercado está mediado por el parentesco, por lo que la cuestión del heredero(a) es de suma importancia para la continuidad del sistema mismo.

Sistema de intercambio socializante¹⁵

Se define como una estrategia de abaratamiento de precios mediante compras al mayoreo, por personas diferentes que de manera transitoria se organizan para redistribuirse los bienes equitativamente; también se especifica por compras de bienes usados. En *La Purísima* este sistema de intercambio está constituido por las *ahorradoras* y los *rebuscadores*, un método de ayuda mutua y modalidad del sistema de intercambio de mercado desarrollado por sectores sociales pobres.

13 La *báscula* es una herramienta indispensable en los intercambios monetarios, debido a la necesidad de medir con exactitud el peso del bien que será intercambiado por moneda nacional. La báscula aparentemente no permite un excedente en el peso de la mercancía; sin embargo, sobre todo con los compradores conocidos, "los que son clientes", se permite el *pilón*, un pequeño excedente del bien comprado que es regalado por el vendedor después de haber pesado el producto; esta práctica afianza el lazo entre vendedor y comprador. Aunque también, según algunos testimonios, "hay básculas que dan 'kilos' de 900 gramos".

14 Coapan es una población de origen nahua que se localiza a cinco kilómetros de la ciudad de Tehuacán y se caracteriza porque gran cantidad de mujeres salen diariamente a la ciudad a vender tortillas y productos elaborados de maíz. Se distinguen por su vestimenta y porque hablan náhuatl. Coapan, tiene como leyenda "La capital de la tortilla".

15 Retomo el término de Manlio Barbosa Cano (1975).

Las *ahorradoras* son grupos de cuarenta y hasta ochenta mujeres que constituyen semanalmente una red efímera para hacer *mandado* o *súper*¹⁶, por medio de compras al mayoreo y cuya finalidad es obtener bienes con el precio más bajo posible. Se organizan en torno a una mujer-principal, a quien buscan para anotarse en una lista y proporcionar el dinero requerido para formar parte de la red. La mujer-principal es la que realiza las compras por mayoreo de diversos bienes; algunos vendedores le *fían* porque ya la conocen e, incluso, le ofrecen bienes nuevos a mejores precios. Durante toda la mañana hace las compras y va acumulando los bienes en un sitio de *La Purísima*, donde otras mujeres, simultáneamente, los empaquetan en “bolsitas”, repartidos de manera equitativa. Por la tarde noche se inicia la redistribución en forma de rito: las mujeres se reúnen formando un círculo amplio, en cuyo centro se encuentran la mujer-principal y los bienes empaquetados. Con lista en mano se va nombrando a las mujeres de la red y se les proporcionan las “bolsitas” con jitomate, cebolla, papa, limón, calabacitas, ejotes, chayote, espinaca, cilantro, tres frutas de temporada, etcétera, utilizando medidas como *jícara*, *pieza*, *montón*, etcétera, hasta completar la *bolsa*; si existen sobrantes, se redistribuyen de nuevo hasta agotar los bienes. La *bolsa* es una figura objetual que condensa el acto redistributivo económico. En ella, las mujeres llevan el conjunto de bienes adquiridos mediante esta forma de intercambio socializante, acto que significan como *un favor*, figura simbólica que adquiere el acto económico monetario dentro del sistema de intercambio socializante.

Los *rebuscadores* son sujetos de bajos recursos que compran bienes de “segunda”. En *La Purísima* sobresale la gran cantidad de bienes usados que se venden, a cuya sección se le conoce como tianguis de “segunda”, donde se comercializan ropa, herramientas, aparatos electrónicos, bicicletas, juguetes, etcétera. Principalmente los bienes usados son ropa, chácharas y autos.

La ropa proviene de EE. UU., de plazas de la ciudad de México y de San Martín Texmelucan (Puebla). Los vendedores de ropa compran *pacas* (grandes cantidades de ropa), que seleccionan, lavan y arreglan, para venderla a precios bajos. Se encuentra mucha ropa de “marca” a buen precio y en buenas condiciones, y que es muy demandada. En el mercado-tianguis se observan muchos *puestos* de prendas de vestir amontonadas y algunas acomodadas en ganchos; algunas se venden a tres, cinco y diez pesos. Entre los bienes más buscados y caros están pantalones de mezclilla, chamarras y sudaderas, pero

16 Hacer *mandado* y hacer *súper* son prácticas sociales. La primera se refiere a dirigirse al mercado-tianguis para comprar bienes, principalmente perecederos (verduras, frutas); la segunda, a comprar bienes no perecederos (artículos de limpieza, latas) en las *abarroteras*.

su precio siempre está muy por debajo de las prendas nuevas. La ropa que se vende depende de la temporada, ya sea de frío o de calor. Estos vendedores también se encuentran agrupados y observan una regla muy especial: que los bienes de “segunda” no sean robados. Afirman que hay ropa para todo tipo de personas, necesidades y gustos y que no sólo las clases pobres compran estos bienes, también las clases medias bajas aprovechan los reducidos precios. La adquisición de bienes usados o de “segunda” por medio de transacciones mercantiles expresa no simplemente la penuria económica de los sujetos *rebuscadores* y la adquisición de bienes que satisfagan las necesidades de la familia, sino también una transacción económica en la que doblemente se consume el bien, pero ahora otorgándole otro valor, concluyendo un proceso redistributivo significado como para *ayudarse*. *Ayuda* es la forma simbólica que adquiere el bien de “segunda” dentro del sistema de intercambio socializante.

Las chácharas son otra área de venta de objetos de “segunda”. Se vende de todo: herramientas, motores, licuadoras, puertas, juguetes, monedas, llantas, balcones, espejos, televisores, cables, lavadoras, etcétera; se podría decir que es una área de carácter masculino porque sus compradores son hombres, principalmente, y por la gran cantidad de herramientas de trabajo que se comercian. La estrategia de los vendedores es visitar contenedores en ciudades como el Distrito Federal, Puebla, Xalapa, para encontrar objetos, aparentemente inservibles, considerados basura y sin valor, que ellos escogen y compran a muy bajo precio. Luego los limpian, reparan y restauran para su venta en *La Purísima*. Así, la *cháchara* es un objeto que se transforma –por la acción reparadora y el conocimiento del chacharero– en un objeto de “segunda”, para ser vendido con un valor agregado en el sistema de intercambio socializante. Si bien la operación es monetaria, la incluimos en el sistema socializante, debido al impacto que tienen los objetos de “segunda” para los *rebuscadores*. En primer lugar, economizan adquiriendo un bien de “segunda”; por ejemplo, una herramienta de trabajo (taladro) es imposible comprarla nueva, y el mercado de “segunda” la ofrece a menor precio. En segundo lugar, permite acceder a bienes diversos, por lo que esta área de *La Purísima* se convierte en regulador de desigualdades sociales al ofrecer bienes a precios muy baratos, que no podrían adquirirse en otros establecimientos mercantiles. Para los *rebuscadores*, comprar un bien de “segunda” es una estrategia de clase para buscar cierto equilibrio social mediante la adquisición de bienes revalorados.

Sistema de intercambio trueque

El trueque, en su definición clásica, es un intercambio de bienes por bienes, sin mediar un valor monetario. En el mercado-tianguis *La Purísima* existen dos áreas muy definidas para este tipo de intercambio, aunque en él se

observa el trueque, incluso en *puestos*, pero de manera reducida. Desde la seis de la mañana hasta las tres de la tarde de cada sábado los *cambistas*, sobre todo mujeres, se reúnen llevando sus bienes en bolsas, huacales e, incluso, camionetas. Los exhiben públicamente, y otras mujeres se acercan y empieza la transacción. Las *cambistas* proceden de distintas comunidades de la región, tales como Los Reyes Mezontla, Altepexi, Zapotitlán Salinas, Santa Ana Teloxtoc, Ajalpan, Mihuatlán, San Gabriel Chilac, etcétera; los hombres sólo acompañan a las esposas y atan los tercios de leña, cargan los bienes y manejan las camionetas. De acuerdo con algunos testimonios, el trueque es transmitido de generación a generación a hijas, nueras y nietas, por lo que uno de los elementos esenciales es aprender las medidas, por ejemplo: “dos leñitos por una medida”. Existen familias que tienen hasta cuarenta años *trocando*, lo que les ha permitido un mejor conocimiento acerca de las personas que truecan bienes de mejor calidad. No todos los bienes participan en el trueque; no entran en este sistema maíz, carbón, sandías y melón, sino mayoritariamente otras frutas, verduras y leña. Se observan dos tipos de *cambistas*: las que cambian un bien por otro y las que cambian para luego recambiar por otro bien de mejor calidad.¹⁷ También existen algunos intermediarios menores que “sacan” bienes mallugados para hacer trueque en áreas específicas, y otros más que en sus *puestos* apartan determinada mercancía para realizar este tipo de intercambio. La intermediaria menor pone por delante el bien que quiere intercambiar, y las personas que buscan el trueque reconocen *puestos* adecuados para ello. Se acercan y cambian una “cubetita” de chiles por tortillas o ropa para niño. Incluso, los bienes que se exhiben para el trueque se pueden vender, pero a menor precio, por lo que el bien adquiere un doble carácter, según la transacción: funciona como bien de cambio o como bien de uso.

El valor se encuentra en cualquier sistema económico, pero en el de intercambio trueque adquiere otros equivalentes y medidas diferentes a los del sistema de intercambio hegemónico, aunque persiste un equivalente en moneda nacional disminuido. Se truecan dos leños por una medida de frutos, equivalente a 10 pesos; un leño macizo por una medida de verduras que equivale a 10 pesos; dos leños por una pieza de pan; una “cubetita” de limones por una pieza de vestir, etcétera, de tal manera que la *medida* es la forma simbólica que adquiere el valor del bien en este sistema, en el que se privilegia el valor de uso por encima del valor de cambio.

17 Es el caso de una mujer que llega con una bolsa de jitomate y la trueca por doce leños, que a su vez retrueca por dos medidas de jitomate, una lechuga o un manojito de té limón.

En *La Purísima* también se lleva a cabo el intercambio de bienes por servicios. Destacan las mujeres que deshojan el elote, quienes se prestan a colaborar en el limpiado de la mazorca, ya sea en los campos o en el mercado-tianguis, a cambio de quedarse con las hojas, que utilizan para vender en forma de *totomoxtle*, que son utilizadas para elaborar el tamal, y que agrupan en *pacas* para venderlas entre 25 y 30 pesos, dependiendo del tamaño de la hoja de maíz.

Los *recolectores* son personas que recorren el mercado-tianguis ofreciéndose a recoger la basura de los *puestos* y bienes de desecho (fruta en mal estado, jitomate mallugado) que los intermediarios menores ya no quieren. A cambio de la limpieza reciben bienes que utilizan para alimentar a sus animales, y en ocasiones, para su consumo. Otro ejemplo de intercambio de bienes por servicios es el caso de los *pixcadores*, sujetos, principalmente hombres, que se prestan para cosechar un campo a cambio de elotes como “pago” en especie, pero no se les permite acumularlos para comercializarlos. El *corredor* o *coyote* es otro sujeto peculiar, debido a que participa simultáneamente en dos sistemas de intercambio: busca campos que necesitan ser cosechados, consigue a los campesinos que van a pixcar y se pone de acuerdo con el dueño del terreno, quien le paga una cantidad en dinero, pero también hace arreglos con los campesinos pixcadores, que le entregan una determinada cantidad de los bienes cosechados. El trueque por servicios y el dinero no son antagónicos, se mezclan en el acto económico.

En suma, el sistema de intercambio trueque hace converger, en un lugar y un tiempo específicos, a diversos sujetos que intercambian bienes por bienes o bienes por servicios, con valor y medidas diferentes a los del sistema de intercambio de mercado, aunque en el fondo están enmarcados por éste, transacción que es consensuada entre las partes complementándose con los sistemas de intercambio de mercado y socializante, y constituyendo una institución económica.

CONCLUSIONES

En *La Purísima* se forma un sistema de intercambio híbrido abierto que articula simultáneamente al sistema de intercambio hegemónico de mercado con otros sistemas (socializante y trueque) constituyendo una institución mercantil en la que destacan tácticas económicas de subsistencia.

El mercado-tianguis es una institución económica compleja porque integra agentes económicos, lugares, medidas y transacciones mercantiles caracterizados por el intercambio de bien por dinero, bien por bien y bien por servicios. Cada transacción está matizada por los atributos socioculturales de los sujetos, los productos de la región y las relaciones sociales que

establecen entre ellos. Por ejemplo, *fiar* es una peculiaridad de las transacciones que supone un conocimiento mutuo entre vendedor y comprador, en donde el primero proporciona el bien necesitado, y luego el comprador “pasa” a liquidar con dinero lo que ya consumió; se trata de un crédito sustentado en la confianza, la palabra y el conocimiento de la persona, y que interpretamos como una relación social táctica que posibilita sobrellevar la desigualdad económica y social. De igual manera, el *regateo* se utiliza como táctica de sustento, pues como relación económica tiene como objetivo un ajuste momentáneo del precio del bien en el que las partes están de acuerdo pero que al mismo tiempo, en algunos casos, implica una relación de afectividad entre vendedores y compradores, caracterizando así los intercambios en el mercado-tianguis.

Si bien en el mercado tianguis, como institución económica, existe un proceso hegemónico de asignación de valores y medidas (intercambio mercantil), éste no impide que se manifiesten otras más, como se expresa en la descripción etnográfica del sistema trueque y socializante, que, para los sectores más pobres, tiene la función real de intercambiar bienes para subsistir en mejores circunstancias.

La práctica socializante se lleva a cabo, no por la escasez de bienes, sino debido al acceso desigual a ellos, por lo que los grupos sociales más pobres implementan tácticas económico-socioculturales para acceder a bienes más baratos, como la forma organizativa de las *ahorradoras*, a la cual definimos como una organización social de subsistencia económica con respaldo femenino, porque se estructura con base en una jefatura (mujer-principal) que promueve fundamentalmente la ayuda mutua entre las mujeres, y no la acumulación, ya que no hay pago para la jefatura y no hay prestigio o poder. “Rebuscar” es otra táctica de subsistencia económica, no sólo porque es la única posibilidad que tienen los sectores pobres de adquirir determinados bienes, sino porque poseerlos normaliza la desigualdad social, que, considero, es la función social del bien usado.

La práctica trueque, en primer lugar, se lleva a cabo porque para los sectores más pobres es difícil adquirir ciertos bienes mediante el sistema de mercado. En segundo lugar, debido a que para los productores directos es la forma de adquirir bienes, al intercambiarlos por otros excedentes, y en tercer lugar, porque para los comerciantes intermediarios recurrir al trueque significa evitar pérdidas, por la obsolescencia de bienes perecederos y, tangencialmente, para obtener otros bienes de subsistencia. El trueque es una forma tradicional de intercambio, dada su continuidad histórica, ya que procede de épocas prehispánicas y se ha estructurado como un sistema abierto en el cual

intercambian varias personas en relación equilibrada; se trata de un sistema relativamente estable porque sus equivalencias no se ven alteradas por las fluctuaciones del sistema de mercado y porque los bienes trocados no son valorados por el dinero o por los precios del mercado (Casaverde, 1981: 142). Es estable porque se realiza semanalmente, por lo que es un sistema regular extraordinario dentro del sistema de intercambio híbrido, cuya función social es complementar las tácticas económicas de subsistencia en sectores empobrecidos, ya que es una práctica de subsistencia y no de mercado (Casaverde, 1981: 142) que coexiste con éste.

Finalmente, este texto es un acercamiento al mercado-tianguis como institución económica completa y compleja, por lo que cabe preguntar: ¿cuál es la función principal del mercado-tianguis? En el caso de *La Purísima*, funciona como un lugar central articulador de la economía del valle de Tehuacán y la Sierra Negra, por lo que su influencia es regional. Funciona como lugar confiable y cíclico para la obtención de recursos económicos para todo tipo de productores y vendedores (“todos venden algo”); para los compradores más empobrecidos es un gran universo de bienes, accesibles mediante tácticas de subsistencia. No obstante, y a pesar de acudir al mercado-tianguis por razones económicas, también concurren para socializar o para establecer nuevas relaciones sociales.

Así, el mercado-tianguis funciona fundamentalmente como mecanismo económico (Malinowski y de la Fuente, 2005: 174) que mixtura diferentes sistemas de intercambio matizados por los rasgos socioculturales de los participantes, por lo que es una institución económico-social. ✱

REFERENCIAS

1. Arellanes Cancino, Yaayé y Alejandro Casas Fernández. 2011. Los mercados tradicionales del Valle de Tehuacán-Cuicatlán: antecedentes y situación actual, *Nueva Antropología* XXIV (74), pp. 93-123.
2. Arizpe, Lourdes. 2009. *El patrimonio inmaterial de México. Ritos y festividades*. México, Conaculta.
3. Barbosa, Manlio. 1975. *Los sistemas de intercambio ritual y comercial en la región poblano-tlaxcalteca*. México, INAH.
4. Beals, Ralph L. 1975. El estudio de mercados en Oaxaca: su origen, ámbito y hallazgos preliminares. En *Mercados de Oaxaca*, eds. Martin Diskin y Scott Cook, pp. 54-73. México, INI-CNCA.
5. Berg, Richard L. 1975. El sistema de plaza Zoogocho en el distrito de la sierra zapoteca de Villa Alta. En *Mercados de Oaxaca*, eds. Martin Diskin y Scott Cook, pp. 116-143. México, INI-CNCA.
6. Casaverde, R., Juvenal. 1981. El trueque en la economía pastoril. En *Antropología económica. Estudios etnográficos*, comp., Josep R. Llobera, pp. 131-145. Barcelona, Anagrama.
7. Dalton, George. 1974. Teoría económica y sociedad primitiva. En *Antropología y economía* ed. Maurice Godelier, pp. 179-207. Barcelona, Anagrama.
8. Diskin, Martin y Scott Cook. 1975. *Mercados de Oaxaca*. México, INI-CNCA.
9. Durston, John W. 1976. *Organización social de los mercados campesinos en el centro de Michoacán*. México, INI-CNCA.
10. Eder, Herbert M. 1975. Los mercados como reflejo de la actividad económica y la cultura regional de la costa de Oaxaca. En *Mercados de Oaxaca*, eds., Martin Diskin y Scott Cook, pp. 100-115. México, INI-CNCA.
11. Gámez, Alejandra. 2006. *Popolocas*. México, Comisión Nacional para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas.
12. Godelier, Maurice. 1974. Antropología y economía. ¿Es posible la antropología económica? En *Antropología y economía*, ed. Maurice Godelier, pp. 279-333. Barcelona, Anagrama.
13. Henao, Luis Emilio. 1980. *Tehuacán. Campesinado e irrigación*. México, Edicol.
14. Llobera, Josep R. (comp.). 1981. *Antropología económica. Estudios etnográficos*. Barcelona, Anagrama.
15. MacNeish, Richard S. (ed.). 1967. *The Prehistory of the Tehuacan Valley*. Texas, Foundation University of Texas.
16. Malinowski, Bronislaw y Julio de la Fuente. 2005. *La economía de un sistema de mercados. Un ensayo de etnografía contemporánea y cambio social en un valle mexicano*. México, UIA.
17. Marroquín, Alejandro. 1978. *La ciudad mercado. Tlaxiaco*. México, INI.
18. Paré, Luisa. 1975. Tianguis y economía capitalista. *Revista Nueva Antropología* I (002), pp. 85-94.
19. Plattner, Stuart. 1981. Mercados y centros mercantiles. En *Antropología económica. Estudios etnográficos*, comp. Josep R. Llobera, pp. 155-178. Barcelona, Anagrama.
20. Polanyi, Karl. 1974. El sistema económico como proceso institucionalizado. En *Antropología y economía*, ed., Maurice Godelier, pp. 155-178. Barcelona, Anagrama.

DOCUMENTOS DE GOBIERNO

21. *Programa Regional de Desarrollo. Región Tehuacán y Sierra Negra, 2011-2017*. México, Gobierno del Estado de Puebla.
22. *Delimitación de zonas metropolitanas de México*. 2005. México, SEDESOL-CONAPO-INEGI.