



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MÉXICO

FACULTAD DE TURISMO Y GASTRONOMÍA

**LA ESTRUCTURACIÓN SOCIAL Y TURÍSTICA DEL TIANGUIS
DE SANTIAGO TIANGUISTENCO**

T E S I S

PARA OBTENER EL GRADO DE LICENCIADA EN TURISMO

P R E S E N T A

P.L.T. ANA KAREN DELGADILLO BERMÚDEZ

DIRECTORA DE TESIS

DRA. EN S. LILIA ZIZUMBO VILLARREAL



TOLUCA, MÉXICO, FEBRERO 2016

RESUMEN

México se distingue por una compleja diversidad cultural, producto de las civilizaciones de antaño que poblaron el territorio y la sociedad del viejo mundo que más tarde impero, derivando abundantes expresiones que no solo se reflejan en basamentos arqueológicos, códices y artesanías, también se fraguan en tradiciones y costumbres que parecieran ser imperceptibles en el presente, pero que tienen un vínculo sólido con el pasado del México Indígena, testimonio de estas expresiones es el tianguis o también denominado mercado indígena.

El caso particular del tianguis en el México precolombino, constituye un ejemplo de comercio con características propias, de tal forma que en la República mexicana permanecen tianguis de inminente relevancia social y económica ligada a la vida sociocultural de las comunidades en las que se lleva a cabo como lo es, el tianguis de Santiago Tianguistenco, Estado de México, el cual es de vital importancia en el sur de la cuenca del río Lerma y es uno de los más antiguos, puesto que existe registro de este desde el siglo XVI, de esta manera es preciso resaltar, que el tianguis de Santiago Tianguistenco como práctica social, contempla un andamiaje cultural, que se ha llevado a cabo como parte de la vida diaria de sus habitantes desde tiempos remotos, debido a que el municipio hoy considerado ciudad se configuro en torno al tianguis milenario, desde entonces, se destacan notables interacciones sociales con actores que van más allá de sus fronteras locales y regionales. Por otra parte, es de interés expresar que la práctica social del tianguis de Tianguistenco, conlleva a un contexto más amplio que induce a cuestionar su permanencia a través del tiempo, considerando los aspectos económicos, políticos y sociales que gobiernan el mundo contemporáneo.

En la presente investigación se parte del postulado teórico de la Estructuración, del sociólogo inglés Anthony Giddens, dicho aporte expone que la estructuración es un proceso continuo que se desarrolla a través de prácticas recursivas, acción social, y dualidad de la estructura que son elementos complementarios propios de la teoría, es decir, que las prácticas recursivas de los actores implicados son aquellas actividades que

se repiten en función de la acción social considerada como el flujo continuo de conducta, misma que edifica la estructura, de esta manera cuando la estructura y la acción social se producen y reproducen recíprocamente dan paso a lo dominado como la dualidad de la estructura, por lo tanto, la estructuración es el resultado de las condiciones que gobiernan las transformaciones propiciadas por las prácticas sociales recurrentes en un tiempo y espacio determinado.

El objetivo general propuesto es: Analizar la estructuración social y turística del tianguis de Santiago Tianguistenco a partir de las prácticas recursivas que han contribuido a dicho proceso. Los objetivos específicos son: Identificar las prácticas recursivas del tianguis y el turismo, estudiar la acción social, estructura y dualidad de la estructura en el tianguis y propiamente del turismo y conocer la importancia del tianguis para los habitantes, visitantes y comerciantes. Los cuestionamientos planteados son: ¿Son las prácticas sociales de los pobladores, los comerciantes y de los visitantes/turistas las que han originado la estructuración del tianguis? ¿Esta estructuración ha permitido conservar sus rasgos culturales como atractivo turístico?

El documento se compone de cuatro capítulos, en el primer apartado se expone el proceso metodológico y planteamiento teórico de la estructuración, posteriormente se muestra la caracterización de Santiago Tianguistenco como el lugar donde se desarrolla el objeto de estudio, prosiguiendo con una somera descripción del tianguis prehispánico y el tianguis de Santiago Tianguistenco. En el cuarto capítulo, se presentan los resultados de la investigación con base en la reflexión teórica, culminando con las consideraciones finales.

Finalmente, se concluye que el Tianguis de Santiago Tianguistenco es una práctica social y cultural de antaño que se conserva hasta la actualidad debido a las prácticas recursivas que convergen y son propias de distintos actores sociales, donde se distinguen interacciones sociales con actores más allá de sus fronteras locales y regionales, es decir, desplazamientos turísticos que vienen a complementar y fortalecer la práctica sociocultural lo que ha contribuido a su estructuración social y turística.

CONTENIDO

CAPÍTULO I.....	16
MARCO TEÓRICO, BASES PARA LA TEORÍA DE LA ESTRUCTURACIÓN	16
1.1 Prácticas Recursivas.....	18
1.2 Acción Social	19
1.3 Estructura	20
1.4 Dualidad de la estructura y Estructuración	23
2. Adaptación de la propuesta teórica al objeto de estudio	24
2.1 Análisis del tianguis y el turismo a partir de la propuesta Teórica de Giddens.....	24
CAPÍTULO II.....	27
CARACTERIZACIÓN DE SANTIAGO TIANGUISTENCO DE GALEANA: UN LUGAR DONDE SE EFECTÚA EL TIANGUIS.....	27
2.1. El Espacio geográfico	27
2.2 Antecedentes Históricos de Tianguistenco.....	29
2.3 Aspectos sociales y culturales	35
2.4 Aspectos económicos	36
2.5 El Turismo en Santiago Tianguistenco y el Turismo en el Tianguis.....	40
CAPÍTULO III	42
EL TIANGUIS: UNA PRÁCTICA REMINISCENTE DE LA CULTURA MEXICANA	42
3.1 Instauración y trascendencia histórica del tianguis prehispánico.....	42
3.2 La preponderancia social de los mercaderes en el comercio prehispánico	47
3.3 El Tianguis hoy en día.....	50
3.3 Tianguis de Santiago Tianguistenco.....	54
LA ESTRUCTURACIÓN SOCIAL Y TURÍSTICA DEL TIANGUIS DE SANTIAGO TIANGUISTENCO	57
4.1 Las prácticas recursivas del tianguis y el turismo.....	58
4.2 La acción social en el tianguis y el turismo.....	59
4.3 La estructura del tianguis y el turismo	73
4.4 La Dualidad de la Estructura del tianguis y el turismo	74

4.5 La estructuración social y turística del tianguis de Santiago Tianguistenco.....	80
Conclusiones.....	81
Referencias bibliográficas	83
Anexos.....	92

INTRODUCCIÓN

Previamente, es de interés manifestar que las expresiones de la sociedad son disímiles y profundas, cada grupo social desarrolla prácticas específicas que los distinguen en función de su territorio y sus modos de producción bajo el contexto económico, político y social predominante, derivando prácticas sociales que al mismo tiempo constituyen la cultura, entendida como “conjunto de símbolos, valores, actitudes, habilidades, conocimientos y significados, formas de comunicación y de organizaciones sociales, y bienes materiales, que hacen posible la vida de una sociedad determinada y le permite transformarse y reproducirse, de una generación a la siguientes” motivo por el cual “todos los pueblos, todas las sociedades y todos los grupos humanos tienen cultura” (Bonfil, 1991: 128).

Es preciso resaltar que toda sociedad va acumulando un acervo de elementos culturales que ha hecho suyos a lo largo de la historia (porque los creó o porque los adoptó) algunos de los cuales mantienen plena vigencia como recursos para practicar y reproducir su vida social (Bonfil, 1991). De esta manera, las prácticas sociales que permanecen a través de los años permiten la articulación y desarrollo de prácticas culturales. Muestra ilustrativa de ello son los tianguis.

En este sentido, se debe entender que el tianguis es considerado una práctica social y cultural, remite al escenario relacionado con la época prehispánica, la conquista, la colonia y la época actual. Cabe resaltar que no se pretende profundizar acerca de su origen sino resaltar que es una práctica sociocultural. Por tanto, en un primer acercamiento a esta práctica se debe entender que desde tiempos remotos, es menester de los espacios rurales intercambiar y distribuir productos agrícolas que conforman el exceso de recursos destinados para consumo familiar, esta práctica tradicional era y es realizada por productores directos, agricultores, artesanos, quienes desempeñan el papel de vendedores y compradores, generando notables movimientos de personas a un

determinado lugar con la finalidad de comercializar los productos monetariamente o por medio del trueque, en el cual se establecen interacciones económicas y sociales. Dicho lo antepuesto, este espacio social comprende expresiones culturales heredadas a través del tiempo, la importancia histórica que representa lo convierte en ícono de las civilizaciones de antaño, testimonio reminiscente de la cultura mexicana que simboliza el patrimonio cultural. (Paré 1975; Romero 1990; Aguirre 1992; Castillo 1995; Villegas 2010).

El tianguis actualmente es considerado el espacio público (Gayosso;2010) que compone un estilo de vida que refleja las costumbres, tradiciones y actividades primordiales de un lugar específico, se caracteriza por su organización en cuanto al intercambio de productos oriundos de la región, así mismo aglomera considerable concurrencia de personas, a diferencia de otros espacios comerciales en los cuales se acentúa la hegemonía cultural Ramírez (citado en Romero, 1990); Villareal de la Garza (1962).

Contreras (2007) asevera que en él se favorecen las expresiones de convivencia, propiciando la cohesión de diferentes estratos de la sociedad local y foránea, también concibe procuración de emociones y comunicación, incluso representa el mercado laboral para poblaciones rurales y se puede considerar instrumento de medición de los cambios regionales (Torres, 2008; Fabré y Yeste, 2012; Licon, 2014).

Lo anterior forma parte de las propiedades que convierten a los tianguis en un atractivo cultural para las personas que buscan las manifestaciones propias del país que visitan los tianguis, y son ellos quienes aprecian y valoran el contenido cultural ligado al contacto con los estilos de vida tradicionales y la identidad de los pueblos (Sánchez 1997; Zorrilla 2010)

Por tanto, el Tianguis de Santiago Tianguistenco es una práctica social y cultural de antaño que se conserva hasta la actualidad y se observan interacciones sociales con actores más allá de sus fronteras locales y regionales, es decir, desplazamientos turísticos, que vienen a complementar y fortalecer la práctica sociocultural del tianguis

No obstante en el tianguis se han suscitado cambios exponenciales emanados de la vida moderna y a pesar de que ya no hay tiempo para realizar las compras y preparar productos alimenticios, aunado a que el ritmo de vida hace difícil recurrir a estos lugares, éstos se mantienen, cabe destacar que a pesar de la política alimentaria existe la tradición de comprar lo propio, la búsqueda de la relaciones sociales que prevalecen porque es un espacio para manifestar la cultura, son las prácticas sociales las que permiten la permanencia de la actividad y la práctica turística que interaccionan en un mismo espacio.

En este sentido Bonfil (1991), González (2007) y Fuller (2014) sostienen que el tianguis como manifestación de la vida cotidiana se halla propenso al acelerado proceso de transformación inducida por la comunidad global. Por lo tanto, algunos se han modificado y otros han desaparecido llevando consigo no solo un andamiaje cultural sino también un emblema laboral de esta forma de comercio en vía pública donde los desplazamientos regionales desarrollados en este espacio son vitales para la permanencia del lugar.

Por esta razón el tianguis es la prueba viva, resultado de la vida tradicional de la cultura mexicana, que a pesar de las transformaciones influenciadas por la época moderna permanece hasta nuestros días, desde la perspectiva turística llaman la atención los desplazamientos turísticos generados a este lugar no solo con fines mercantiles, es de relevancia mencionar que se carece de estudios referentes a los tianguis desde el enfoque turístico, motivo que origina una realidad compleja y respalda el estudio desde un escenario dinámico, procesual e histórico.

Tomando en cuenta la realidad expuesta, el propósito de la investigación es analizar la estructuración social y turística del tianguis de Santiago Tianguistenco a partir de las prácticas recursivas que han contribuido a dicho proceso. Los objetivos específicos son: Identificar las prácticas recursivas del tianguis y el turismo, estudiar la acción social, estructura y dualidad de la estructura en el tianguis y propiamente del turismo y conocer la importancia del tianguis para los habitantes, visitantes y comerciantes. Seguidamente, es primordial atender las siguientes preguntas ¿Son las prácticas sociales de los

pobladores, comerciantes y de los turistas/visitantes las que han originado la estructuración del tianguis? ¿Esta estructuración ha permitido conservar sus rasgos culturales como atractivo turístico?

Con base en lo anterior, se parte de la propuesta teórico metodológica del inglés Anthony Giddens, la cual se enfoca en las prácticas sociales repetitivas que producen y reproducen las estructuras sociales y al mismo tiempo estas estructuras moldean dichas prácticas, por lo tanto la estructuración es el resultado de las transformaciones propiciadas por las prácticas sociales recurrentes en un tiempo y espacio determinado. Dicha aportación teórica se sustenta en la corriente analítica que permite analizar e identificar las prácticas de naturaleza recursiva de los actores involucrados para determinar cuáles han sido las transformaciones de la estructura que han permeado a las prácticas de los actores y viceversa.

A partir del planteamiento teórico se estableció el procedimiento metodológico de la investigación, el primer proceso fue la realización de la búsqueda documental en monografías, artículos de revistas indexadas, libros, tesis, e instrumentos cartográficos, entre otros, permitiendo en primera instancia la revisión de los antecedentes y caracterización de Santiago Tianguistenco de Galeana, así como también la información representativa respecto al tianguis. Dicha información coadyuvo con el acercamiento al objeto de estudio el estudio de las prácticas sociales y la estructura del tianguis. Con relación a las técnicas de campo se diseñaron instrumentos como guías de observación para obtener un panorama general respecto a la organización del tianguis y diversas actividades ejecutadas por los actores contemplados, cuestionarios dirigidos a los informantes clave (comerciantes y visitantes) del tianguis previamente seleccionados y guías de entrevistas enfocadas a población local y visitantes, que fueron elementales para complementar las prácticas de los actores. Los instrumentos antes mencionados, fueron determinantes para la comprensión del proceso de estructuración del tianguis. Además se elaboró un diario de campo que favoreció la retroalimentación de los datos que recabaron el cuestionario y la entrevista. El ordenamiento de la información propicio

el análisis con fundamento en la teoría que constituyó la elaboración de cuatro capítulos que se presentan a continuación.

En el capítulo uno se expone el proceso metodológico que orientó la investigación con base en el objetivo y los cuestionamientos al respecto. Posteriormente se da a conocer el planteamiento teórico y las pautas en que se desarrollaron las aportaciones del autor que esclarecieron los elementos centrales y el abordaje de los mismos de una forma puntual y precisa. De esta manera, se hizo énfasis en lo que concierne a las prácticas recursivas y los procesos que conllevan a una relación estrecha con la estructura y la acción social. En tanto considera la dualidad de la estructura fundamental en la estructuración. Así mismo, se trabajó la adecuación de la teoría que se pretende estudiar.

El capítulo dos presenta la caracterización de Santiago Tianguistenco, comenzando con la ubicación geográfica del municipio, ya que es el lugar donde se establece el tianguis, así mismo, se resaltan los aspectos sociales, económicos y culturales para destacar la importancia y la relación directa con la actividad comercial. El capítulo concluye con el turismo en el tianguis como fuente importante de la investigación.

En la tercera parte se caracteriza someramente el Tianguis prehispánico para comprender la trascendencia social, económica, política y cultural que tuvo dentro del contexto del México prehispánico, que fue la pauta de aproximación para conocer cuál era su organización, principales productos, actores clave, relaciones sociales, etc., mismas que permitieron conocer algunas semejanzas y divergencias respecto a lo considerado como tianguis en la actualidad, mismo que se aborda en el desarrollo del capítulo, culminando con la mención del tianguis de Santiago Tianguistenco.

Posteriormente, en el cuarto capítulo se hace el análisis de las prácticas recursivas del tianguis mismas que permitieron conocer su estructura, lo cual propicio establecer la dualidad y estructuración del tianguis y el turismo, con base en la información obtenida de la investigación de campo, la cual generó una serie de reflexiones que enlazan los

elementos teóricos con el trabajo de campo de la investigación así como algunas conclusiones, las cuales reflejan que en el tianguis se llevan a cabo prácticas recursivas que han procurado la generación de la estructura del tianguis y esta misma ha fomentado la permanencia de la práctica del tianguis, así mismo que este proceso concede la adaptación del tianguis que coexiste con el mundo contemporáneo.

CAPÍTULO I

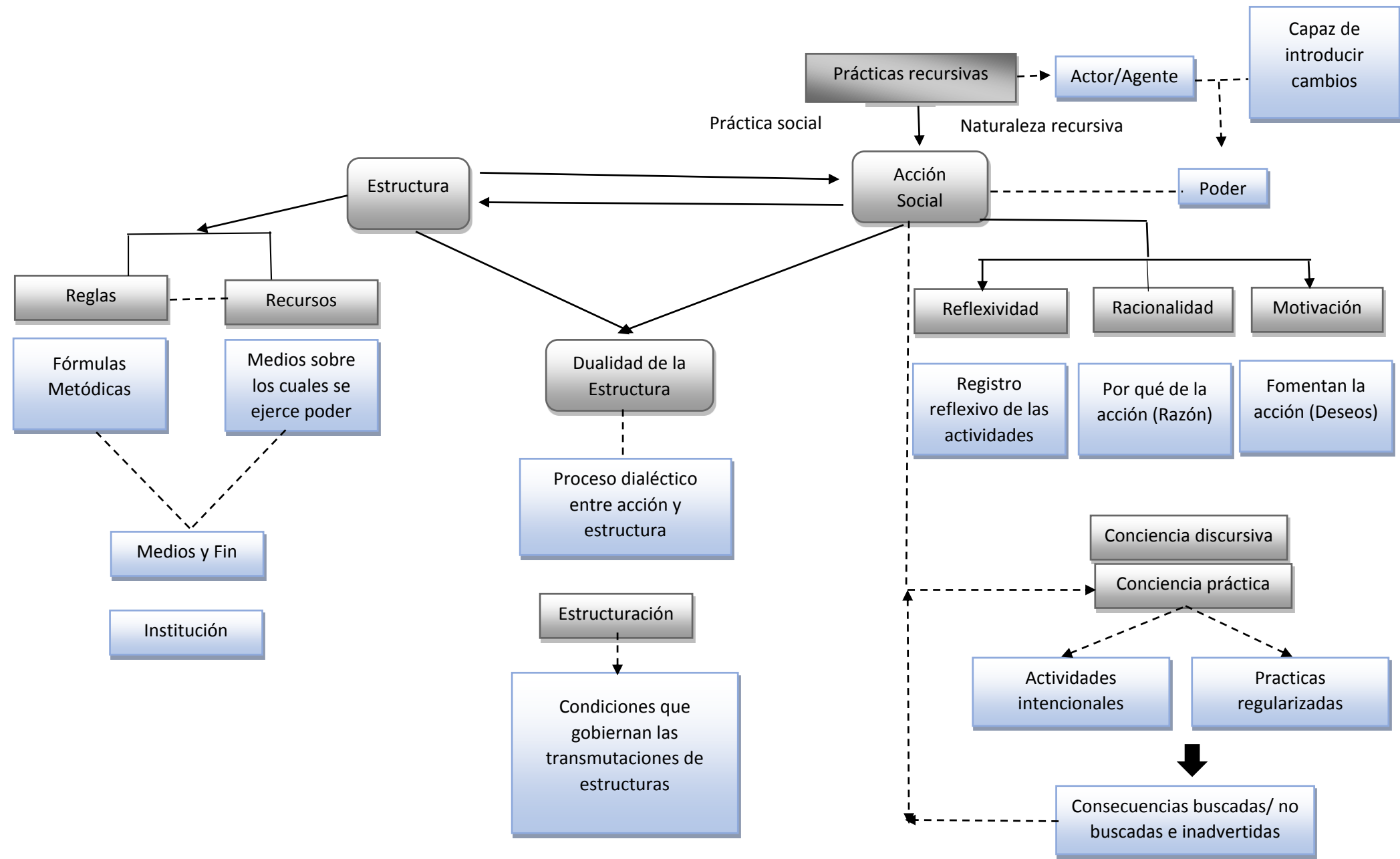
MARCO TEÓRICO, BASES PARA LA TEORÍA DE LA ESTRUCTURACIÓN

La presente investigación recurre a la Teoría de la Estructuración, propuesta por Anthony Giddens. En un intento por distinguir la aportación post estructuralista, Ritzer plantea que esta doctrina “es uno de los esfuerzos más conocidos y esmerados por integrar la Acción y la Estructura...” (I. Cohen, 1989 et. al.; citado en Ritzer, 2001: 492). A estos elementos se les atribuye la base primordial gracias a su interrelación recíproca que conllevan a la Estructuración, este proceso remite el análisis de la reproducción social derivada de las prácticas recursivas suscitadas en la vida cotidiana que permiten dilucidar las transformaciones de la realidad social debido a su concentración en el estudio de prácticas sociales reproducidas en un tiempo y espacio determinado.

Guiddens reconoce que su obra tiene influencia marxista¹, esta declaración es inocua pero relevante para la génesis de la teoría como tal. Debido a su complejidad se retomaron algunos elementos que constituyen la teoría, los cuales permitieron una aproximación para la comprensión del proceso de estructuración social tácito en el objeto de estudio, de esta manera, es importante esclarecer piezas conceptuales que se consideraron convenientes a profundizar. Para desentrañar la propuesta, el siguiente esquema pretende ejemplificar el proceso de estructuración, por tanto, es pertinente señalar el orden en que se abordará. Previamente, se establecerá qué es una práctica recursiva, su vínculo con la acción social y su relación con la estructura, para entender qué es la dualidad de la estructura y determinar a qué refiere el autor cuando habla de estructuración. Estos elementos se estudiaron de forma exhaustiva conforme el desarrollo de la investigación.

¹ “Este libro se podría definir exactamente como una reflexión ampliada sobre una frase famosa y muy citada que se encuentra en Marx. A saber: Marx explica que “los hombres [digamos enseguida, por nuestra parte, “los seres humanos”] hacen la historia, pero no en circunstancias elegidas por ellos mismos” (Guiddens, 1984: 22)

TEORÍA DE LA ESTRUCTURACIÓN DE ANTHONY GIDDENS



1.1 Prácticas Recursivas

Guiddens plantea que las acciones de la vida cotidiana retornan de continuo a través de los días, no menosprecia la importancia del individuo ni tampoco las acciones que realiza, por el contrario, le otorga mayor importancia aquellas prácticas producto del carácter repetitivo de la vida diaria que lleva a cabo el actor social. Esta connotación impera profundamente en la aportación teórica del autor para determinar dichas prácticas. Inicialmente, se expone que un rasgo central para la teoría, son aquellas prácticas que en su repetición en la vida diaria como característica que toda sociedad posee como elemento natural, generan lo que Guiddens denomina prácticas recursivas, “las actividades humanas sociales, como ciertos sucesos de la naturaleza que se auto producen, son recursivas” (Giddens, 1984: 40).

Por esta razón, es necesario hacer hincapié en que “reproducción social y recursividad indican el carácter repetitivo de una vida cotidiana, cuyas rutinas se forman en función de la intersección de los días y de las estaciones que pasan. La vida cotidiana tiene una duración, un fluir, pero no conduce en una dirección; el propio adjetivo cotidiana indican que el tiempo aquí solo se constituye en la repetición” (Giddens, 1984: 71).

Motivo por el cual focaliza su atención en prácticas que son recreadas por el actor social, estas prácticas llevan implícita la acción social² la cual concibe como un período constante y duradero de actuar.

² Acción no es una combinación de actos: los actos están constituidos solo por un momento discursivo de atención a la duración de un vivenciar, tampoco se puede considerar una acción con prescindencia del cuerpo, de sus mediaciones con el mundo circundante y de la coherencia de un propio ser actuante. (Guiddens, 1984: 41).

1.2 Acción Social

Adquiere plena importancia que la acción social denota una aptitud transformadora, la capacidad de introducir cambios, es aquí donde el papel del actor o también llamado agente, reside en incorporar cambios en su actuar cotidiano, resultado de su obrar ya que obrar denota un hacer, pero también se relaciona con ejercer alguna clase de poder, definiéndolo como la facultad de obtener resultados planeados o intentados, diferenciándose de Parsons y Foucault que “ven al poder ante todo como una propiedad de la sociedad o de la comunicación social” (Giddens, 1984: 52). La facultad de decidir de una u otra manera al final provoca resultados, por esta razón es necesario hacer hincapié que dicha acción social recurrente, resultado de las prácticas recursivas está estrechamente ligado con la conciencia práctica³ (emerge de la prácticas sociales) y posee una conexión directa con la conciencia discursiva (lo que se dice), esta noción acentúa el interés de la teoría por las acciones del actor, que intencionales o como prácticas regularizadas provocan consecuencias buscadas o consecuencias no buscadas mismas que realimentan la acción social. (Giddens, 1984)

Cabe mencionar que la acción social lleva implícito de manera natural un modelo de estratificación⁴, mismo que posibilita dicha acción, la cual se caracteriza por poseer un registro reflexivo, una racionalidad de la acción y motivación, todos como procesos inseparables e ineludibles para su ejecución. Para un mejor entendimiento se ilustra el modelo citado.

³ “La noción de conciencia práctica es fundamental en la teoría de la estructuración, es la característica del agente o sujeto humano hacia la cual el estructuralismo se mostró particularmente ciego” (Giddens, 1984: 44) Entre conciencia discursiva y práctica no hay separación; existen solo las diferencias entre lo que se puede decir y lo que en general simplemente se hace” (Giddens, 1984: 44).

⁴ Lo que denomino modelo de estratificación del propio ser actuante lleva a tratar el registro reflexivo, la racionalización y la motivación de la acción como conjuntos de procesos inmanentes (fenómeno básico para la inserción de una acción dentro de las relaciones espacio temporales de lo que denominaré copresencia (Giddens, 1984: 43).

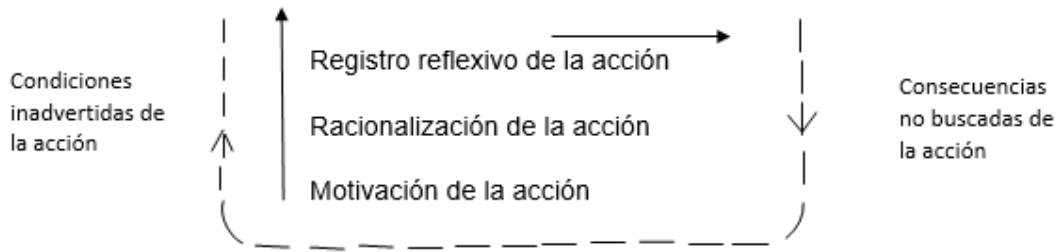


Figura 1 Modelo de estratificación. Fuente: (Giddens, 1984: 43)

El discurso giddensiano plantea que la reflexividad es el registro continuo de una acción cotidiana propia y de terceros, así como también el registro del entorno social y físico en los que se lleva a cabo la conducta recursiva. Se entiende por racionalización de la acción los fundamentos de las actividades que los actores interpretan fácilmente de forma rutinaria, es decir, la comprensión y la razón de su hacer. Posteriormente concibe motivación como el potencial de la acción, los deseos que la fomentan, en función de algo que se quiere alcanzar, un propósito o un proyecto que motiva las acciones. Sin embargo, es preciso mencionar que la motivación puede carecer de una continuidad si domina la acción, como un actuar espontáneo que rompe con la rutina. (Giddens: 1984).

Es de interés subrayar que el modelo enlaza perfectamente los procesos involucrados en una actividad continua, sobre acciones en las que se tiene control y en las que a pesar de que interfiera dicho control se obtienen consecuencias que buscadas o no propician condiciones inadvertidas de la acción que al fin y al cabo realimentan aquel registro reflexivo, para dar seguimiento a los procesos que intervienen en primera instancia.

1.3 Estructura

Una vez aclarados los procedimientos que participan en el desarrollo de la acción social y su relación de poder para ejercerla, se da paso a señalar los efectos de esa acción que en su continuidad contribuyen a la edificación de la estructura. Giddens,

concibe estructura⁵ con base en su composición, las piezas esenciales y necesarias para su articulación son reglas y recursos, por esta razón es relevante prestar atención a cada uno de los elementos que la conforman.

Previamente es importante mencionar que el autor está consciente de la existencia de las diversas definiciones respecto a reglas, por ello “Reglas como las entiendo, ciertamente conciernen a numerosos aspectos de una práctica rutinaria, pero una práctica rutinaria no es como tal una regla” (Giddens, 1984:56). Sin embargo, Giddens no pretende aportar otra definición sino destacar dos aspectos de reglas que propician la constitución de un sentido y al mismo tiempo son sancionadoras. Aquéllas que son constitutivas y aquéllas reglas reguladoras poseen estas cualidades. Para facilitar la comprensión de ambos aspectos se retoman ejemplos de la obra del autor que se muestran a continuación:

El juego de ajedrez concede ser el modelo para el primer aspecto ya mencionado, en él se esclarecen las reglas constitutivas, ya que los criterios a seguir forman parte de sus características y al mismo tiempo son las condiciones para los jugadores que intervienen, motivo por el cual en este ejemplo se habla de reglas que componen el juego pero que a su vez son condicionantes por lo que también se les puede considerar como muestra para ambos aspectos de reglas. Aunque, para el caso de reglas reguladoras Giddens plantea el ejemplo: todos los obreros deben de fichar a cierta hora, en este caso se habla de un papel regulador de fichar a cierta hora, pero también es una regla constitutiva, ya que si bien no define lo que es trabajo si evoca lo que es la burocracia industrial (Giddens, 1984). De esta manera, los dos ejemplos forman parte tanto de reglas constitutivas como reguladoras.

Empero, el autor prepondera un ejemplo de regla atribuido a una fórmula matemática⁶, pues él refiere que en la teoría social es la mejor opción para definir qué es una regla, “consideremos las reglas de la vida social, entonces como

⁵ “denota estructura no solo como reglas implícitas en la producción y reproducción de sistemas sociales sino también recursos” (Giddens, 1984: 59)

⁶ “Una fórmula es un procedimiento generalizable, porque se aplica a un espectro de contextos y ocasiones y es un procedimiento porque facilita la continuación metódica de una secuencia establecida” (Giddens, 1984: 57).

técnicas o procedimientos generalizables que se aplican a la escenificación/reproducción de prácticas sociales” (Guiddens, 1984: 57). Entonces, se entiende por reglas a las formulas metódicas de la vida diaria que carecen de naturaleza convencional debido a que el saber de la sociedad está determinado por la experiencia empírica más que por los conocimientos teóricos, puesto que hay un predominio por lo práctico, de esta manera reglas tienen que ver con fórmulas y pautas a seguir ya que en el contexto cotidiano se involucran para dar respuesta a situaciones diversas en el engranaje de la vida cotidiana.

Continuando con las piezas que integran la estructura, los recursos se refieren a los elementos y los medios a través de los cuales se ejercen las reglas. Retomando el ejemplo del juego de ajedrez, las reglas son las normas a seguir para el desarrollo del juego y los recursos son aquellas piezas que se necesitan para llevarlo a cabo. Además de que existen dos clases de recursos “recursos de autoridad, nacidos de la coordinación de agentes humanos, y recursos de asignación, que provienen del control sobre productos materiales o sobre aspectos del mundo material” (Guiddens, 1984: 32). Dicho de otra manera, los recursos de asignación son “recursos materiales empleados en la generación de poder, incluidos el ambiente natural y artefactos físicos; los recursos de asignación derivan del dominio humano sobre la naturaleza y recursos de autoridad son “los recursos no materiales empleados en la generación de poder, que derivan de la posibilidad de aprovechar las actividades de seres humanos; los recursos de autoridad nacen del dominio de unos autores sobre otros. (Guiddens, 1984:398).

De esta manera, las reglas y los recursos son vitales para la estructura. Estructura entonces se entiende como una propiedad de sistemas sociales (relaciones sociales) donde se desarrollan las prácticas recursivas. Y las propiedades de raíz más profunda se denominan principios estructurales, es decir, principios de organización, entonces los rasgos más duraderos de una vida social se denominan instituciones (Giddens, 1984). Este enunciado es importante en el sentido de reflexionar sobre aquellas actividades que han permeado el tiempo en la época actual, puede ser una respuesta al por qué de la duración de ciertas prácticas que

se han visto envueltas de propiedades y principios estructurales que los han convertido en instituciones.

1.4 Dualidad de la estructura y Estructuración

Giddens estriba su teoría en el estudio de las escuelas de pensamiento social como el funcionalismo y el estructuralismo, por esta razón, Ritzer expone que “esta doctrina es extraordinariamente ecléctica” (Ritzer, 2001: 492). En dichas posturas, observa que la vida social se considera como algo externo y no como obra de los individuos, otorgándole mayor importancia a las prácticas sociales recurrentes y se opone a la idea de que las estructuras restringen las actividades de los actores, distinguiendo como una contribución al abordaje analítico de la teoría social, la interacción dialéctica de la estructura y la acción, a este proceso inmanente lo nombra, Dualidad de la estructura.

Lo que el autor declara en su tesis como dialéctica de control podría ser un precedente al componente sustancial de la Teoría de la Estructuración. La dialéctica de control se refiere a que “todas las formas de dependencia ofrecen ciertos recursos en virtud de los cuales los subordinados pueden influir sobre actividades de sus superiores” (Giddens, 1984: 52). Se puede decir que lo anterior se concreta en una serie recíproca entre los actores que intervienen, a pesar de poseer cualidades de dominación. Lo anterior pone de manifiesto que se involucran fuerzas coercitivas en al actuar de los involucrados. Mientras tanto, declara como Dualidad de la Estructura, al proceso en el cual la estructura está conformada por reglas y recursos a partir de la acción social, que es tanto un medio como un resultado en la reproducción sistémica de prácticas sociales, es decir, qué prácticas sociales determinan la estructura y al mismo tiempo la estructura edifica dichas prácticas, tomando en cuenta que ambas se reproducen en un mismo contexto de tiempo y espacio. (Giddens, 1984).

Los cuerpos conceptuales para esclarecer la dualidad de la estructura es la estructura misma retomando la concepción anterior y complementado que aquellas reglas y recursos se organizan como propiedades de sistemas sociales, de esta

manera, sistema social se refiere a las formas de articulación entre actores, así la interacción de prácticas y estructura procuran las transmutaciones en un contexto continuo que genera como resultado la estructuración social. “Con arreglo a la teoría de la estructuración, el momento de la reproducción de la acción es también un momento de reproducción en los contextos donde se escenifica cotidianamente la vida social” (Giddens, 1984:62) tanto la estructura como la acción social se moldean simultáneamente, por tanto, la estructuración da cuenta del proceso dinámico mediante el cual las estructuras se configuran, es decir, la estructuración se refiere “a la articulación de relaciones sociales por un tiempo y un espacio, en virtud de la dualidad de la estructura” (Giddens, 1984:396).

2. Adaptación de la propuesta teórica al objeto de estudio

2.1 Análisis del tianguis y el turismo a partir de la propuesta Teórica de Giddens

En el ejercicio de la vida cotidiana se llevan a cabo prácticas sociales que constituyen a la colectividad, algunas pueden pasar desapercibidas debido a que las actividades implicadas tienen la cualidad de estar expuestas a los cambios vertiginosos emanados de la modernidad, distinguir aquellas prácticas que han perpetuado el tiempo como hechos que se han heredado por generaciones, propicia que su esbozo sea laborioso en un contexto desmesurado, tomando en cuenta que las acciones diarias son el resultado de la historia, este enunciado obliga a prestar atención en que la obra de Giddens es una reflexión ampliada de la frase de Marx. Ciertamente se induce a cuestionar sobre prácticas sociales que se conservan a pesar de los contextos que gobiernan el mundo contemporáneo.

En este sentido, la teoría giddensiana permite vislumbrar alternativas para comprender la complejidad de la civilización moderna, por tanto, examinar la constitución de la sociedad desde las bases de la teoría de la estructuración, significa analizar el grado de influencia que tienen las prácticas sociales en la producción y reproducción de la sociedad, involucrando con ello el estudio de diversos aspectos del mundo actual y asuntos de la vida diaria que se encuentran en un proceso de transformación constante.

Justamente se plantea que el Tianguis de Santiago Tianguistenco es una práctica social de antaño que ha perdurado hasta nuestros días, e involucra de forma implícita una interacción entre individuos que contribuye a la relación con actores sociales más allá de sus fronteras locales y regionales, es decir, desplazamientos turísticos desarrollados en función de una mutua interdependencia que complementa la práctica del tianguis, a pesar de que se carezca de un reconocimiento oficial de este tipo de práctica turística, finalmente, ambos elementos conforman a la sociedad moderna y por tanto, se consideran susceptibles de dilucidarse bajo el aporte teórico de la teoría de la estructuración.

Cabe recordar que el propósito de la investigación pretende analizar las prácticas recursivas del tianguis y el turismo que han contribuido al proceso de estructuración social y turística del mismo. De tal forma que se retomarán las prácticas recursivas, acción social, estructura, dualidad de la estructura y estructuración como elementos de análisis propios de la teoría, que coadyuvaran a explicar la realidad de la problemática concreta del tianguis.

Sin embargo, resulta importante esclarecer que las categorías de análisis involucradas en la teoría, no son piezas disociadas e independientes, por el contrario, permiten reflexionar la estructuración como un proceso continuo, que debe mirarse en periodos o momentos complementarios en el desarrollo de las prácticas recursivas que se generan mediante elementos que integran la dualidad de la estructura, misma que origina la estructuración, la cual se pretende esbozar en el tianguis de Santiago Tianguistenco.

Secundando el trayecto analítico, la teoría nos permitió comprender la práctica social del tianguis y el turismo a partir del reconocimiento de las prácticas recursivas, tomando en cuenta que la sociedad posee como elemento natural la continuidad de actividades que favorecen la reproducción social, en este caso del tianguis y propiamente del turismo desarrollado en este espacio social. Cabe resaltar, que estas prácticas recursivas se conforman mediante la acción social de los actores implicados (comerciantes, visitantes y población local), por tal razón, se tendrá que señalar cual es esa acción social que en términos de la propuesta denota una

aptitud transformadora, es decir, la facultad del actor para introducir cambios en su vida diaria, por ello, es relevante resaltar que ese actuar está ligado a lo que se denomina como proceso de estratificación y que está vinculado a la conciencia discursiva (lo que se piensa/ dice) y será necesario distinguirlo dentro de la connotación de la acción social de los actores que llevan a cabo la práctica social la cual se encuentra intrínsecamente adherida a la conciencia práctica (lo que se hace) y posibilitará visualizar las prácticas generadas en el tianguis a partir de esa *acción social*.

Acorde con anterior, dicha línea de análisis permitirá determinar la estructura o propiedades estructurales del tianguis y el turismo que se edifican mediante reglas y recursos, considerando reglas, a las fórmulas y pautas a seguir obtenidas del conocimiento práctico en este caso de los comerciantes, visitantes y población local y de igual forma se determinarán aquellos recursos de los cuales se hace uso dentro del contexto de dicha práctica, y de esta manera se concretará la *estructura*, como otra categoría de análisis.

Una vez identificada la *acción social* y la *estructura* del tianguis y el turismo, se establecerá la *dualidad de la estructura* como otro elemento de estudio, que dará cuenta del proceso dinámico de ambos elementos, es decir, la manera en que la *acción social* recrea la *estructura* y como la *estructura* recrea la *acción social*. Dicho en otras palabras, esta dualidad del tianguis y el turismo coadyuvará a explicar cómo se han logrado mantener vigentes dichas prácticas (tianguis y turismo) a través del tiempo y de esta manera conocer por qué el tianguis adquiere el carácter de institución. Además, de comprender como confluyen simultáneamente productos relacionados con la vida tradicional y moderna derivado de esa dualidad y de qué forma se va ajustando o adecuando para su conservación.

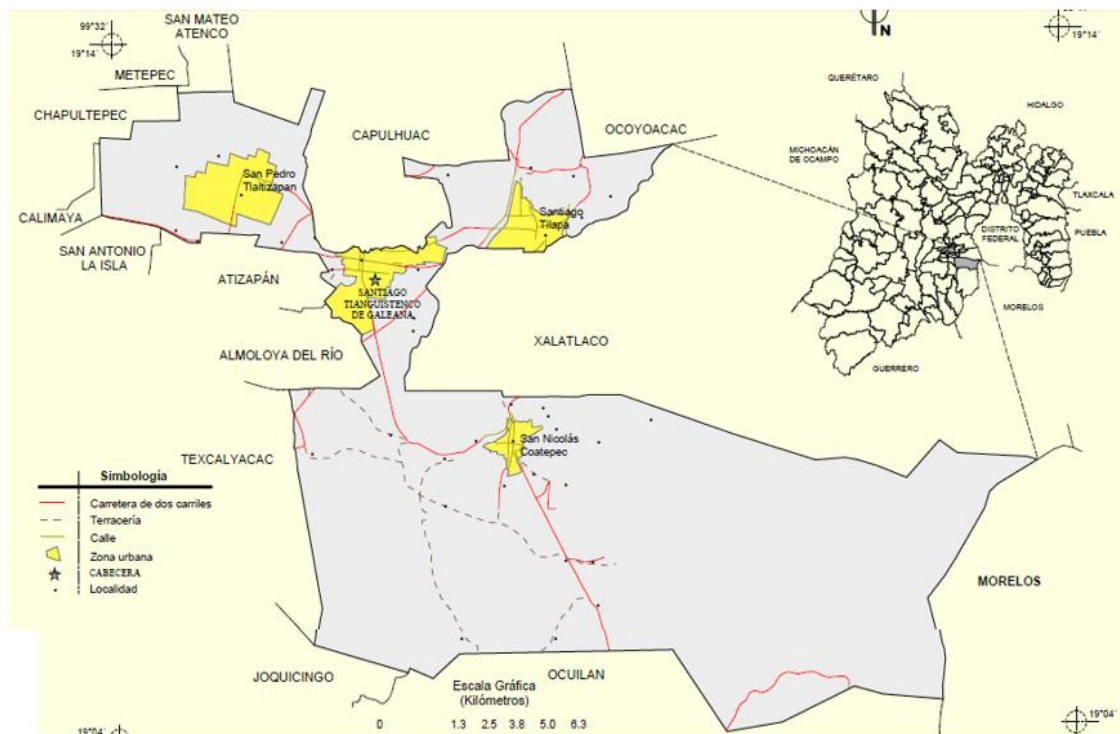
Aunado a lo antepuesto, identificada la dualidad del proceso social del tianguis y el turismo, se facilitará la comprensión de las condiciones que gobiernan las transformaciones continuas en ambas prácticas, y que a su vez favorecen su mantenimiento desde tiempos remotos hasta la actualidad, enfatizando que su continuidad se desarrolla en un mismo espacio y tiempo determinado. Los

elementos anteriores dan como resultado el estudio de la estructura-acción social y turística del tianguis.

CAPÍTULO II CARACTERIZACIÓN DE SANTIAGO TIANGUISTENCO DE GALEANA: UN LUGAR DONDE SE EFECTÚA EL TIANGUIS

2.1. El Espacio geográfico

El lugar de estudio se localiza en el municipio de Tianguistenco en el Estado de México, forma parte de la Zona Metropolitana del Valle de Toluca y pertenece a la región socioeconómica VII Lerma. Colinda al Norte con los Municipios de Lerma, Capulhuac y Ocoyoacac; al Sur con los Municipios de Ocuilán; al Este con el Municipio de Xalatlaco, el Distrito Federal y el Estado de Morelos; al Oeste con los Municipios de Metepec, Chapultepec, Joquicingo, Calimaya, San Antonio la Isla, Atizapán, San Mateo Atenco, Mexicaltzingo, Almoloya del Río y Texcalyacac. (Prontuario de Información Geográfica, 2009).



El territorio municipal cuenta con una superficie aproximada de 121.53 kilómetros cuadrados, que representa el 0.76% respecto a la superficie total del Estado de México. Las líneas geográficas de la cabecera municipal de Tianguistenco se encuentran asentadas a los 19° 10' 8" de latitud y 99° 28' 1" de longitud del meridiano de Greenwich, su elevación media es de 2,620 metros sobre el nivel del mar (snm).

Tomando como base los datos anteriores se puede visualizar a Tianguistenco en una zona estratégica debido a su proximidad con la capital del Estado de México, la Ciudad de México y el Estado de Morelos, así como la cercanía con los municipios circundantes de relevancia industrial y comercial como: Lerma, San Mateo Atenco, Ocoyoacac, Metepec, por mencionar los de mayor relevancia.

El territorio se constituye por la Ciudad de Santiago Tianguistenco de Galeana, 1 villa, 9 pueblos, 19 rancherías, 5 caseríos, 15 colonias de las cuales 5 son consideradas como colonias campesinas, 10 ranchos, 4 fraccionamientos y 2 unidades habitacionales ⁷

De esta manera, Tianguistenco tiene una posición privilegiada y un vasto territorio así como una diversidad de patrones culturales en común con las comunidades que actualmente lo componen, no obstante determinados sucesos ocurrieron a lo largo del tiempo para que se arraigaran dentro del hoy municipio de Santiago Tianguistenco de Galeana.

⁷ Véase en ANEXO 1 TABLA LOCALIDADES

2.2 Antecedentes Históricos de Tianguistenco

Para este apartado es importante resaltar algunos antecedentes históricos respecto a Tianguistenco, con el propósito de destacar elementos de tipo social, cultural y económico, que tienen relación directa con el objeto de estudio. De esta manera, es necesario abordar las circunstancias históricas del espacio que han permitido la consolidación del tianguis que a su vez son determinantes para el reconocimiento de las prácticas específicas del lugar. Razón por la cual, la memoria histórica del municipio posee un nexo permanente con el Tianguis del cual el municipio obtuvo su denominación.

Tianguistenco proviene del náhuatl, que significa “En la Orilla del Mercado”, así mismo, el topónimo correspondiente ilustra y describe “un mercado (tianquiztli), representado por un anillo de puestos de mercaderes que aparece rodeado en su exterior por una cuerda, deja libre la zona central para permitir el tránsito de los compradores, representados por las huellas de pies colocados en desorden”. (Velázquez 1999; 13).

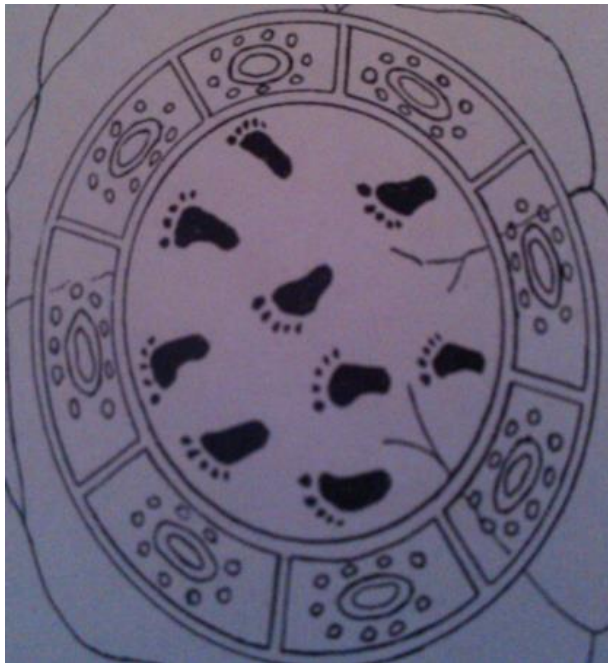


Ilustración 2 Topónimo Tianguistenco

La acepción expuesta remonta al origen del municipio en la época precortesiana, Santiago Tianguistenco, estuvo habitado por los pueblos de habla matlatzinca, otomí y mazahua, (Velázquez; 1999), debido a que el Valle de Toluca, región geográfica a la que pertenece, da cuenta de una ascendencia heterogénea, varias tribus se alojaron y dejaron su huella: preclásico teotihuacanos, toltecas, chichimecas descendientes de Xólotl poblaron la región. Los que tuvieron mayor influencia cultural fueron los Toltecas y Tepanecas. Sin embargo, los matlatzincas son el pueblo al que se ha considerado por excelencia poblador de Toluca (Hernández; 2013).

Durante el período posclásico los matlatzincas del valle de Toluca alcanzan su mayor desarrollo político y económico, la organización territorial en la época prehispánica fue en señoríos étnicos, por lo tanto formaron señoríos independientes entre sí, uno de los cuales fue Jalatlaco del cual Tianguistenco era dependiente durante el siglo XVI. Cabe mencionar, que el tianguis se sitúa en este periodo.

Dada la accidentada configuración de Xalatlaco, el tianguis local no se ubicó en el entorno urbano de la cabecera del señorío, sino que se trasladó al estratégico cruce de dos importantes otlis o caminos: el que unía a Toluca con el señorío Tlahuica de Cuauhnáhuac y el proveniente del norte, seguramente de la ancestral Tula, dirección a los centros ceremoniales de Chalma y Malinalco, localizados en la entrada a tierra caliente (Velásquez, 1993: 15).

Un acontecimiento que no puede pasar inadvertido es que para el año 1470 Axayácatl, señor de Tenochtitlán auxiliado por tlatoanis de Tlacopan y Tezcoco, Totoquihuatzin y Nezahualpilli formaron la Triple alianza, que conllevó a la invasión de las etnias del Valle de Toluca que fueron sometidos y sujetos a un régimen tributario esclavizante. Así, Xalatlaco (señorío al que pertenecía Tianguistenco) se ubicaba dentro de los 47 pueblos que tributaban al señorío de Tlacopan. No obstante el valle de Toluca permaneció bajo el dominio del imperio azteca poco más

de 40 años, hasta el triunfo definitivo de Cortés, en agosto de 1521. Y para el año de 1524 Hernán Cortés arriba al Valle de Toluca y cruza el territorio del hoy municipio de Tianguistenco (Velázquez, 1999). Posteriormente ya en la época de la conquista, en tanto se trazaba y construía la nueva ciudad de México-Tenochtitlan, Cortés estableció la encomienda⁸.

Después de la conquista, la población indígena fue reorganizada para el pago del tributo en dinero, especie y servicio personal, en el marco de la encomienda, institución que beneficio a los españoles conquistadores y a la Corona española, estableciéndose así mismo el repartimiento de indios destinados principalmente al trabajo agrícola y al de los centros mineros (Quezada, 1995: 142).

De esta manera, en el territorio de Tianguistenco desde tiempos remotos se estableció la encomienda, a finales de 1523 y principios del siguiente año, el propio Cortés, en su visita al valle de Toluca, entregó la encomienda de los pueblos de Jalatlaco y Atlapulco a Leonel de Cervantes, caballero de la orden de Santiago, para ese entonces Tianguistenco seguía siendo dependiente de Jalatlaco. (Velázquez, 1999:72-73).

Para este periodo, el protectorado que la Corona ejerció sobre los indios permitió la estructuración de las comunidades en el contexto de una organización política dual que dividió a la sociedad novohispana en la República de indios y la República de españoles, siendo la iglesia la que reglamentaba, de esta manera la iglesia y la Corona establecieron estrategias religiosas diversas para desarraigarlas y aculturar y asimilar a los indios al catolicismo, por esta razón la cabecera de congregación también se edificó en Xalatlaco (Quezada, 1995).

Respecto al tianguis, este ya se encontraba ubicado en el territorio de Capulhuác que formaba parte de la ruta de peregrinación a Chalma, en donde se veneraba a

⁸ La encomienda fue una institución establecida por Hernán Cortés en Nueva España, a raíz de la conquista del imperio azteca, como una necesidad para recompensar los servicios de los conquistadores que reclamaban resarcirse de los gastos efectuados en la campaña y obtener beneficios personales en retribución a los riesgos a los que estuvieron expuestos (Velázquez, 1999:73).

Oxtoteótl (Dios de la cueva); ya que conformaba el lugar de descanso y aprovisionamiento de alimentos y bebidas para continuar el viaje por lo que con la conquista; los hispanos se establecieron a la orilla de este como un pueblo de españoles (Velásquez: 1993). Esto último figura con los desplazamientos por motivos religiosos, hacia el Cerro de Malinalco, la Laguna de Lerma y Chalma, “lugares que fueron y siguen siendo objeto de peregrinaje y rituales con finalidades dirigidas a la fertilidad agraria y humana” (Quezada, 1995: 145).

La ubicación de Tianguistenco como punto central y lugar de paso obligado para trasladarse a espacios religiosos favoreció las actividades que se llevaban a cabo, del tal manera que Tianguistenco como centro comercial, fue separado políticamente de Xalatlaco y a finales del siglo XVI se fundó el pueblo de Tianguistenco en torno al tianguis, para ser residencia de la república de españoles de la región (Velázquez 1993: 16).

Los españoles, al ver la importancia que tenía el tianquiztli y que Tianguistenco se consolidaba como una comunidad de paso, crearon mesones y lugares en los que se vendían comida o cosas necesarias para los peregrinos, favoreciéndose con ello el crecimiento de la cabecera municipal de Santiago Tianguistenco y la llegada de gente de diferentes lugares a vender y comprar (Escamilla y Guerras, 2009). La importancia que tenía el tianguis en el siglo XVI lo confirma la disposición del virrey Luis de Velasco, dada en mayo de 1551, para conservar este mercado.

De este modo, para año el 1576 Luis de Velasco y Castilla Virrey de la Nueva España y encomendero de Jalatlaco separo a Tianguistenco de su ancestral dependencia de ese señorío para constituirlo como una encomienda independiente, gobernada por sus propias autoridades indígenas. Pues se menciona a “Tomas de Alarcón como gobernador para el año 1628” (Velásquez, 1999; 145-78).

Hacia el año de 1755 se inició la construcción del santuario parroquial de Santa María del Buen Suceso, imagen que fue traída por jóvenes españoles con el fin de

colectar limosnas, construcción ubicada en el centro de la cabecera municipal. Empero, el santo patrono del municipio es Santiago Apóstol, representación originaria de Santiago de Compostela, España y adjudicada al nombre del municipio debido a la similitud cultural de peregrinos, pero dirigidos al Santuario del Señor de Chalma. Por esta razón, su denominación como otros municipios de México respecto al santo patrón se estableció como “Santiago Tianguistenco”. (Velázquez, 1999).

Retomando lo anterior, es pertinente mencionar que el tianguis favoreció la consolidación del municipio de Tianguistenco, tomando en cuenta que la actividad comercial del tianguis comenzaba a extenderse y destacaba un papel relevante en la articulación y organización socioeconómica y política de la región.

Por otra parte durante la segunda mitad del siglo XVIII, dada la importancia que adquiriría Tianguistenco fue establecida una aduana para el cobro de alcabalas, la aduana era la dependencia del gobierno virreinal encargada de cobrar los impuestos que se tasaban sobre el valor de todas las mercaderías que se vendían o permutaban. En la intendencia de México, Toluca era cabecera de la real administración de alcabalas, la receptoría; de ella dependía la aduana de Tianguistenco, Yancuictlapan, Jalatlaco y Tilapa (Velázquez, 1999).

Para el último tercio del siglo XVIII, el camino de México, Toluca, Zitácuaro, Valladolid y Sayula, concentraba 16% del valor total del comercio novohispano, para las mismas fechas, Santiago Tianguistenco ya figuraba como una de las poblaciones pertenecientes como subreceptorías de Toluca, junto con Ixtlahuaca, Tenango, Metepec y Lerma, en orden de importancia, así mismo, Tianguistenco era ya considerado como uno de los circuitos comerciales interregionales, donde predominaba el comercio realizado por los indios (Menegus, 2000). Por tanto, aun después de la conquista, el tianguis del municipio tenía importancia comercial dado que se hablaba de él dentro de circuitos comerciales importantes para la región y población.

Además de la importancia mercantil del municipio, Tianguistenco fue sede de un hecho histórico de gran envergadura para el país, ya que este sitio en la época de Independencia en octubre 1810 fue lugar de paso y alojamiento para el ejército insurgente al mando de Miguel Hidalgo, que se dirigía hacia la serranía de Las Cruces que viene a complementar la importancia geográfica de la zona desde aquel tiempo.

Por otra parte, dentro del marco político y religioso del municipio se menciona que el 9 de julio de 1820 se erige el primer ayuntamiento Constitucional de Santiago Tianguistenco y para el año de 1821 el territorio de Tianguistenco estaba sujeto eclesiásticamente a dos jurisdicciones parroquiales: Santa María de la Asunción, en Jalatlaco y san Bartolomé en Capulhuác. Posteriormente en junio de 1840 los vecinos de Santiago justificaban entre otras razones la preponderancia demográfica y económica ante el arzobispo de México, Manuel Posada y Garduño para la gestión de que Tianguistenco se erigiera como cabecera parroquial y en enero de 1842, en documento firmado en Santiago Tianguistenco, “el presbiterio de la Piedra apoyó la conveniencia de trasladar la cabecera Parroquial a Tianguistenco, entre otras cosas por su comercio y día de mercado; lo que facilita la distribución de la palabra divina. No obstante, el rango parroquial se erigió hasta 1877” (Velázquez, 1999:126).

En el año 1878 el pueblo de Santiago Tianguistenco es elevado al rango de Villa, agregando el apellido del valiente héroe de la independencia, Hermenegildo Galeana quedando con el nombre de Santiago Tianguistenco de Galeana. Y para el año 1996 el congreso estatal decreta elevar al rango de ciudad a la villa de Santiago Tianguistenco (Velázquez, 1999).

Por lo expresado con anterioridad, la población de Tianguistenco tiene una diversidad étnica al igual que otros municipios, sin embargo este lugar en particular destacó por su actividad comercial, de esta manera el vínculo del municipio con el tianguis es preeminente, Tianguistenco ha contemplado el transcurso de los años

frente al Tianguis. La práctica social de antaño en el municipio conformó y derivó expresiones tradicionales que actualmente se llevan a cabo, situando así las actividades culturales y económicas de la población.

2.3 Aspectos Sociales y Culturales

El tianguis de Tianguistenco de Galeana se concibe como una de las actividades culturales de mayor importancia gracias a la antigüedad que posee, ya que existe información respecto a él desde el siglo XVI, para efectos de la investigación se profundizará en un apartado posterior.

Dentro de las tradiciones relevantes del municipio, se hace énfasis en las festividades religiosas de la cabecera municipal y comunidades tianguistecanas entre las que destacan: la festividad de la Virgen del Buen suceso llevada a cabo el 1 de enero, festividad del señor de Santiago Apóstol el 25 de julio y la fiesta y paseo de carros alegóricos realizado del 25 de diciembre, este último data desde 1935. En dichas fiestas participan varios grupos de danzas tradicionales de la región, como: los arrieros, negritos, vaqueros, arcos o inditos, las pastoras, los negritos o maringuilas, los chinelos, los concheros.

Algunos de los pueblos que forman parte del municipio son reconocidos por su patrimonio cultural tangible que está íntimamente relacionado con sus aspectos religiosos: tal es el caso del templo de Santiago Tilapa, construcción que data del siglo XVI, Templo de San Nicolás Coatepec, el cual data de la segunda mitad del siglo XVII, Templo de San Pedro Tlaltizapán, construcción del siglo XVIII, Templo La Magdalena de los Reyes, construcción del siglo XVI, Templo de San Lorenzo Huehuetitlán, única capilla abierta que data en el siglo XVI, Templo de la Purísima Concepción de Atenco, la cual es parte de la hoy Ex Hacienda de Atenco, ambas construcciones del siglo XVI, se destaca que Hernán Cortés fue su primer propietario. Templo de Santa María Guadalupe Yancuictlalpan construida en 1679 y terminada en 1725.

Por otra parte, se considera patrimonio cultural intangible, las artesanías de “Gualupita” comunidad (Guadalupe Yancuictlapan) que es famosa, por sus tejidos de lana. La presencia de ganado ovino en estas tierras desde los primeros años inmediatos a la conquista propició el desarrollo de la industria textil de lana, cuyas técnicas enseñadas por maestros del oficio durante el virreinato todavía perduran (Velázquez, 1999).

2.4 Aspectos económicos

La dinámica de su población se ha incrementado significativamente, de acuerdo al XI Censo general de población y vivienda (1990), el municipio tenía una población de 42, 448 habitantes (Velázquez, 1999). Actualmente con base en el Plan de Desarrollo Municipal (2012-2015) se cuenta con una población total de 70, 682 habitantes.

La población del Municipio se encuentra distribuida en 37 localidades de las cuales 33 son comunidades rurales en las que residen 24,696 habitantes, que representan el 34 % del total de la población y 45,986 habitantes, residen en localidades urbanas representando el 65%, de las cuales destacan Santiago Tianguistenco (Cabecera Municipal), San Pedro Tlaltizapán, Santiago Tilapa y Guadalupe Yancuictlapan como las localidades con mayor población, las cuales funcionan como lugares centrales y de especialización, que además proveen de servicios a las demás localidades, razón por la cual concentran mayor porcentaje de habitantes y servicios.

Cabe mencionar, que el contexto actual y las tendencias de la población han provocado que respecto a la población indígena al año 2010, el Municipio de Tianguistenco cuente con 737 habitantes de 3 años y más que hablan lengua indígena, de los cuales 365 son mujeres y 372 son hombres. Las lenguas indígenas más habladas en el municipio son: la lengua otomí, náhuatl y mazahua.

En cuanto a la estructura de la población, de 15 a 59 años es la de mayor proporción en el Municipio, la edad mediana es de 24 años, situándose por debajo de la estatal que es de 26.

La condición de la población alfabeta y analfabeta dentro del Municipio considera a la población de 15 años, casi el 5% de la población se encuentra en condición de analfabetismo. El rezago educativo con el que cuenta Tianguistenco es de 34.55%.

Respecto al uso de suelo predominante en el Municipio corresponde a un suelo agrícola, posteriormente el forestal, pecuario urbano y por último los cuerpos de agua. El cultivo de la tierra constituye una de las principales actividades productivas de Tianguistenco. A ella se dedica casi la cuarta parte de los habitantes económicamente activos, como fuente de ingresos primaria; se cultiva el maíz, avena, zanahoria, haba que componen la base de la economía municipal.

En el Municipio, las actividades que se desarrollan en el sector servicios, representan la principal concentración de población ocupada con un 37%, seguido por el sector secundario 31%, el sector comercio 20% y el primario casi 10%. Las localidades que concentran mayor población Económicamente Activa PEA destaca Santiago Tianguistenco con un 20%, seguido por San Pedro Tlaltizapán con 16%, Santiago Tilapa con un 15% y por último Gualupita con un 12%. Cabe resaltar que la población de 12 años y más (52,298), 27,761 (53.08%) es económicamente activa, y de acuerdo con su condición de actividad, 95.71% está ocupada y 4.29% desocupada. Es importante mencionar que la participación de las mujeres en el sector económico ha presentado un aumento paulatino en la última década, para el año 2010 se identificó a 9 mil 133 mujeres económicamente activas; por cada 100 hombres económicamente activos hay 49.03 mujeres.

Secundando lo anterior, el municipio de Santiago Tianguistenco no es de los más poblados de la región contribuyendo con la décima parte de su población, ocupando la quinta posición en este sentido. Sin embargo, cuando se toma en cuenta la actividad manufacturera, esta posición se eleva a la tercera, teniendo su actividad

importancia en la región junto con los municipios de Lerma y de San Mateo Atenco. En lo referente a la población ocupada, únicamente en actividades de la industria manufacturera se registraron 8417 habitantes lo que representa un 31.68% de la población total ocupada (Miranda et. al. 2009).

Por tanto, Tianguistenco destaca entre los municipios de segunda generación industrial así como Tenango del Valle, Atlacomulco, Almoloya del Río e Ixtlahuca, mismos que aportan el 59% de las industrias que se registraron en los municipios peri metropolitanos (Orozco, 2006).

De esta manera, el parque industrial de Santiago Tianguistenco cuenta con una extensión de 38.2 hectáreas y existe un total de 53 lotes industriales. Los terrenos del parque industrial han sido vendidos en su totalidad. Sin embargo, de éstos solamente están ocupados ocho, esto se muestra en el Tabla 1⁹. Lo que da cuenta del crecimiento manufacturero del municipio tomando en cuenta que su ubicación geográfica fue determinante para la instalación del parque industrial.

Dicho parque industrial se encuentra bien ubicado, puesto que se localiza dentro de una de las regiones más comunicadas del Estado de México, además se cuenta con importantes vías de acceso totalmente pavimentadas que permiten un rápido desplazamiento. Los principales ejes son: carretera núm. 55 México- La Marquesa - Tenango del Valle, cuyo tiempo de recorrido del Distrito Federal al parque industrial es de 38 minutos y la segunda que va de Toluca- Amomolulco y la Ciudad de México (Miranda, et al. 2009).

Cabe mencionar que la infraestructura del municipio facilita el acceso a este espacio manufacturero, esto se debe a que el sistema de transporte público en el municipio le permite la comunicación inter e intramunicipal; es decir, que cuenta con transporte urbano y foráneo esto acorde al Plan de Desarrollo Municipal (2012-2015).

⁹ Véase en ANEXO TABLAS Empresas instaladas en el Parque Industrial de Santiago Tianguistenco

Las rutas de transporte foráneo permiten la comunicación con el Distrito Federal y la ciudad de Cuernavaca, Morelos. Las empresas que brindan este servicio son Autotransportes Tres Estrellas del Centro, S. A. de C. V. y Estrella de Oro, S. A. de C.V. El transporte público urbano se organiza a través de microbuses y servicio de taxis colectivos. El transporte urbano permite la accesibilidad a otros Municipios a través de un parque vehicular aproximado de 220 microbuses; con salidas cada 10 minutos y destinos frecuentes (de la Cabecera Municipal) a Toluca, Ocuilan, Ocoyoacac y Tenango del Valle.

Las principales rutas de transporte en microbuses son:

- San Pedro Tlaltizapán - Toluca
- Santiago – Toluca cuenta con dos derroteros; el primero brinda accesibilidad a los Municipios de Capulhuac, Ocoyoacac, Lerma, San Mateo Atenco y Toluca; mientras que el segundo pasa por Chapultepec, Mexicaltzingo, y Metepec antes de llegar a su destino.
- Santiago – Chalma cubre las zonas de Chalma, Santa Lucia, Santa Mónica y Chalma.
- Santiago – Ocoyoacac traslada a los pasajeros a Capulhuac y Ocoyoacac.
- Santiago – Tenango antes de llegar a su destino cruza por el Municipio de Texcalyacac.
- Otras rutas que brindan servicio al Municipio de Tianguistenco son Toluca – Xalatlaco y Toluca – Almoloya del Río.

En el ámbito comercial Tianguistenco ocupa gran parte de su territorio en donde se identifican aproximadamente 27,676.98 metros cuadrados para esta actividad. Y no menos importante, las instalaciones de centros comerciales tales como Bodega Aurrera, Super Kompras y actualmente la cadena Plaza Mia, que son importantes de igual modo a nivel regional.

Cabe destacar que tan solo el tianguis desarrollado los días martes ocupa 9,000 m², tomando en cuenta únicamente el primer cuadro municipal, aunado a la central

de abastos con una superficie de 13,288 m² y el mercado de leña ubicado sobre el Boulevard Lic. Benito Juárez ¹⁰ que son parte del tianguis, sin embargo no se cuenta con la superficie total del tianguis contemplado su expansión actual, lo que representaría sin temor a equivocarse que es mayor la superficie ocupada por los supermercados y plazas comerciales derivados de la urbanización de Tianguistenco.

De tal manera que el municipio genera importantes desplazamientos hacia la zona industrial, edificios históricos, mercados y tianguis, ya sea con propósitos laborales, profesionales y de recreación.

2.5 El Turismo en Santiago Tianguistenco y el Turismo en el Tianguis

En un primer plano, es de interés señalar que Tianguistenco posee el nombramiento otorgado por la Secretaria de Turismo del Estado de México como destino que conforma la categoría de “Senderos de Libertad”, debido a que el municipio formó parte de la ruta insurgente en octubre de 1810 (SECTUREM:2015). Por tanto, el municipio es reconocido como un destino turístico por su contenido histórico y joyas arquitectónicas entre las que destacan, la parroquia de Santa María del Buen Suceso y la iglesia de la virgen de Guadalupe, la primera ubicada en la cabecera municipal y esta última en la comunidad de Gualupita Yancuictlalpan.

Es de interés expresar que la Secretaria de Turismo Estatal también distingue dentro de los atractivos turísticos de Tianguistenco, el Tianguis realizado los días martes, el cual mencionan que ha atravesado diferentes etapas históricas y aún posee aspectos prehispánicos como el trueque, y en él se puede adquirir una amplia diversidad de productos y gastronomía típica de la región, así como artesanías de lana, originarias de Santa María Yancuictlalpan (Gualupita) comunidad importante por su producción textil de lana llevada a cabo desde tiempos lejanos, de tal manera

¹⁰ Véase en ANEXOS TABLA: Superficie de tianguis y mercados

que sus tejidos hoy en día son reconocidos en la región, entre los artículos que se pueden encontrar son: sarapes, gabanes, cobijas, suéteres, guantes, gorras, rebozos, chales y fajillas en una gran variedad de modelos y colores, distinguidos como otro de los atractivos turísticos del municipio, ambos atractivos considerados de mayor reconocimiento por las dependencias gubernamentales en torno a la actividad turística y los visitantes (Colín y Munguía 2000), (INAH/CONACULTA (2012) (SECTUREM, 2015).

Otro aspecto importante a destacar se basa en la corriente turística que se desplaza a Tianguistenco, según Colín y Munguía (2000) está integrada por familias provenientes de la ciudad de México y Toluca, en su mayoría profesionistas y empleados de 27 a 36 años, con un ingreso superior a los \$2,000.00 mensuales, los motivos que originan su desplazamiento son diversión y recreación, la permanencia a este destino es por unas horas, tomando en cuenta que son pocos los sitios que visitan y sus hábitos de consumo se concretan en la búsqueda de comida típica del lugar en mercados y puestos, de tal manera que el tianguis representa un alternativa viable para satisfacer sus necesidades (Colín y Munguía 2000). No obstante, no se especifican los desplazamientos turísticos directamente relacionados al tianguis, pero la información expuesta permite una aproximación al turismo llevado a cabo en el municipio de Tianguistenco.

CAPÍTULO III

EL TIANGUIS: UNA PRÁCTICA REMINISCENTE DE LA CULTURA MEXICANA

El propósito de este apartado es caracterizar someramente el Tianguis prehispánico para comprender la trascendencia social, económica, política y cultural que tuvo dentro del contexto del México precortesiano, que será la pauta de aproximación para conocer cuál era su organización, principales productos, actores clave, relaciones sociales, etc., mismas que permitirán conocer algunas semejanzas y divergencias respecto a lo considerado como tianguis en la actualidad que también se abordarán en el desarrollo del capítulo, culminando con la mención del tianguis de Santiago Tianguistenco. Lo cual nos permitirá visualizar al tianguis como una manifestación cultural propia de la cultura mexicana.

3.1 Instauración y trascendencia histórica del tianguis prehispánico

México se distingue por una compleja diversidad cultural, producto de las civilizaciones de antaño que poblaron el territorio y la sociedad del viejo mundo que más tarde impero, derivando abundantes expresiones que no solo se reflejan en basamentos arqueológicos, códices y artesanías, también se fraguan en tradiciones y costumbres que parecieran ser imperceptibles en el presente, pero que tienen un vínculo sólido con el pasado del México Indígena, testimonio de estas expresiones es el tianguis o también denominado mercado indígena.

El caso particular del tianguis en el México precolombino, constituye un ejemplo de comercio con características propias, su estudio es posible gracias a la existencia de importantes fuentes históricas respaldadas en descubrimientos arqueológicos que demuestran con certeza que durante el periodo preclásico algunas culturas entre las que destaca la cultura teotihuacana, ya realizaba diversas formas de intercambio y transacciones comerciales, de tal manera, que el contacto cultural con otros pueblos hizo posible que se heredaran prácticas culturales, entre ellas la actividad comercial del tianguis. Como es sabido los mayas, los toltecas y los aztecas desempeñaron un papel importante respecto al comercio en el México

Antiguo (León Portilla, 1962). Estos últimos, consolidaron su imperio debido entre otras cosas a sus actividades comerciales y militares, razón por la cual, dicha cultura es el punto de referencia respecto al tianguis prehispánico en el engranaje de su respectiva organización.

Por ello, es conveniente mencionar que la instauración de la actividad comercial que dio paso al establecimiento del tianguis se originó poco tiempo después de la edificación de la ciudad del pueblo azteca en la isla México Tenochtitlan aproximadamente en 1325. Dedicados principalmente a la agricultura y pesca, para estos años los habitantes tenochcas habían encontrado la forma de satisfacer sus necesidades principalmente de alimentación, vestido y vivienda, de tal forma que aquellos que tenían complacidas sus necesidades lograban un excedente “por ejemplo de maíz, con frecuencia lo trocaban por algún otro producto...así fue naciendo la más antigua forma de comercio espontáneo y libre, a medida que esto se volvía más frecuente los gobernantes empezaron a organizar centros o mercados, *tianquiztli*” (León Portilla, 1962:36).

Entre los años 1428 y 1521 se desarrolla el apogeo de México Tenochtitlan, en este momento el comercio se llevaba a cabo con el Golfo de México y el Océano Pacífico, cabe destacar que en un principio el mercado de Tenochtitlan se ubicó en su plaza principal, pero al aumentar el número de provincias sometidas fue necesario reubicarlo a un espacio de mayor tamaño situándolo en Tlatelolco “este espacio ya tenía una amplia tradición de comercio y sus posibilidades de comunicación eran más ventajosas que las del centro de la Ciudad de México” (Suárez, 2009; 437). En Tlatelolco, el mercado diario era una maravilla del mundo occidental, en este día se reunían entre 40 000 y 50 000 personas aproximadamente, el material que predominaba en los puestos fue la madera, pero los más comunes eran el tejamanil, el petate, las mantas, etc. (Suárez, 2009). De tal manera que fue el tianguis de Tlatelolco el más importante de su época “era tan grande como dos veces la ciudad de Salamanca” (Orozco y Berra, 1960; 412) acudiendo diariamente a comprar y vender, y del que se tiene mayor conocimiento.

En dicho mercado, la gente acudía regocijada a gozar de la solaz concurrencia de campesinos, pescadores, cazadores y comerciantes de los más diversos lugares trayendo sus productos de la tierra, su maíz, sus aves, sus verduras, legumbres y plumas; el cacao y frutas... Además, se sabe con certeza que en todos los lugares del imperio había mercado todos los días, pero cada cinco días era de mayor tamaño, por eso se le llamaba *macuiltianquiztli* (*feria de cinco en cinco días*) de donde proviene el término todavía usual de *tianquiztli*, tianguis (Suárez, 2009), (Clavijero, 1945), (Manuel Orozco y Berra, 1960) (Pomar, 1996). Motolinía (1903) menciona que este lugar tenía hermosas y grandes plazas y en ellas señalaban a cada oficio su asiento y lugar, cada mercadería tenía su sitio, cada renglón de comercio tenía su puesto señalado por los intendentes del mercado...y a nadie se le permitía mudar de lugar (Motolinía, 1903), (Pomar, (1996).

La magnitud y diversidad de productos del tianguis se puede apreciar en diversas obras, no obstante la más conocida y completa descripción se adjudica a Bernal Díaz del Castillo:

Fuimos a Tlatelulco y desde que llegamos a la gran plaza que se dice Tlatelulco, como no habíamos visto tal cosa, quedamos admirados de la multitud de gente y mercaderías que en ella había y del gran concierto y regimiento que en todo tenían.

Cada género de mercaderías estaban por sí y tenían situados y señalados sus asientos. Comencemos por los mercaderes de oro y plata y piedras ricas y plumas y mantas y cosas labradas y otras mercaderías de indios, esclavas y esclavos

Luego estaban otros mercaderes que vendían ropa más basta y algodón y cosas de hilo torcido y cacahuateros que vendían cacao y de esta manera estaban cuantos géneros de mercaderías hay en la Nueva España.

Y los que vendían mantas de henequén y sogas y cotaras, que son los zapatos que calzan y hacen del mismo árbol y raíces muy dulces y cocidas y otras rebusterías, que sacan del mismo árbol, todo estaba en una parte de la plaza, en un lugar señalado; cueros de tigres, de leones y de nutrias y de adives y de venados y de otras alimañas, tejones y gatos monteses, de ellos adobados y otros sin adobar.

Pasemos adelante y digamos de los que vendían frijoles y chíá y otras legumbres y hierbas a otra parte. Vamos a los que vendían gallinas, gallos de papada, conejos, liebres, venados y anadones, perrillos y otras cosas de este arte, a su parte de la plaza.

Digamos de las fruterías, de las que vendían cosas cocidas mazamorreras y malcocinado, también a su parte. Pues todo género de loza, hecha de mil maneras, desde tinajas grandes y jarrillos chicos, que estaban por sí aparte; y también los que vendían miel y melcochas y otras golosinas que hacían como muéganos.

Pues todo lo que vendían de madera, tablas y vigas y tajos y bancos, todo por sí.

Vamos a los que vendían leña, ocote y otras cosas de esta manera.

También vendían muchas canoas de yenda de hombres que tenían en los esteros cerca de la plaza y esto era para hacer sal o para curtir cueros, que sin ella dicen que no se hacía buena.

Para que gesto tantas palabras de lo que vendían en aquella gran plaza, porque es para no acabar tan presto por menudo todas las cosas, sino que papel en esta tierra llaman amal.

Había muchos herbolarios y mercaderías de otra manera y tenían allí sus casas, donde juzgaban, tres jueces y otros como alguaciles ejecutores que miraban las mercaderías.

Vendían hachas de latón y cobre y estaños y jícaras y unos jarros muy pintados, de madera hechos.

La gran plaza estaba llena de tanta gente y toda cercada de portales en dos días no se viera todo (Díaz del Castillo, 2004; 171-172).

Lo anterior alude a los productos existentes en zonas aledañas correspondientes a territorios lacustres que compartían rasgos culturales y a mercancías relacionadas con lo que pudiera denominarse actualmente como tradiciones producto de las prácticas de las culturas precolombinas.

De igual forma, dicha aportación histórica permite generar un panorama del tianguis precolombino, específicamente de la cultura azteca, de esta manera se conoce el orden de los productos organizados de acuerdo con su género (alimentos, ropa, joyas, utensilios utilizados para la vida diaria, animales, su organización social, etc.) y pudo haber sido esta información una de las aportaciones más sobresalientes para la reconstrucción del mercado de Tlatelolco representada en una maqueta ubicada actualmente en la sala mexicana del Museo Nacional de Antropología e Historia, donde se observa la complejidad de artículos comercializados y se ilustra la sociedad implicada en el comercio prehispánico.

Por otra parte, retomando algunos relatos históricos pudiera pensarse que la única forma de intercambio en aquella época, era a través del trueque, sin embargo, Clavijero (1945) menciona que el comercio también se llevaba a cabo por medio de compra y venta y para ello se tenían cinco especies de moneda, la primera correspondía a una especie de cacao diferente al de uso para sus bebidas, la segunda especie de moneda eran pequeñas mantas de algodón que llamaban patolquachtli, la tercera era el oro en grano o en polvo encerrado en cañones de ánsares que por transparencia dejaban ver el precioso metal, la cuarta y que más se acercaba a la moneda acuñada, era de ciertas piezas de cobre en forma de T, que se empleaban en cosas de poco valor y finalmente la quinta de que hace mención el conquistador Cortés en su última carta al emperador Carlos V, era de ciertas piezas útiles de estaño (Clavijero, 1945). De tal manera que para aquel entonces ya existían determinadas formas de organización respecto al tipo de cambio acordes al valor de los productos.

Aunado a lo anterior, se puede hacer mención de ciertos reglamentos sobre el comercio en el tianguis, tal era el caso del Tecpán o palacio, ubicado en una de las casas de la plaza siempre al frente del mercado o tianquiztli, este espacio fungía como un tribunal de comercio donde se impartía y administraba justicia en asuntos mercantiles, para ello se estableció un consejo de cinco administradores o intendentes o mixcoatláylótlac que regían el mercado, fijaban precios, vigilaban el orden y miraban por el justo precio, aunado a un tribunal de doce jueces únicamente destinados a juzgar de las diferencias de los mercaderes y delitos que allí se cometían, varios empleados públicos iban vigilando, inspeccionando las mercancías y quebrando las medidas falsas. De todo lo que se introducía en el mercado se pagaba un tanto de derechos al rey, el cual se obligaba de su parte a administrarles justicia y a indemnizar sus personas y bienes. Rara vez se veía un hurto en el mercado por la vigilancia de los ministros reales y el rigor con que inmediatamente se castigaba. Tenían sus propias prisiones y plena facultad para ejecutar sus sanciones, incluso la pena de muerte Clavijero (1945), Orozco y Berra (1960), Pomar (1996). Lo antepuesto es el reflejo de la preminencia social que alcanzó el tianguis dentro de la sociedad azteca, debido en gran medida a la participación de los mercaderes (sus principales actores clave) denominados como “pochtecas”.

3.2 La preponderancia Social de los Mercaderes en el Comercio prehispánico

Previamente, es importante mencionar que la organización social del mundo azteca se dividía en dos sectores: pipiltin y macehualtin, los primeros refiriéndose a la clase noble y los segundos a la gente del pueblo que se ocupaban en la agricultura, formaban los ejércitos y algunos de ellos llegaron a constituir las organizaciones o gremios de comerciantes, artesanos y artistas (León, 1962).

Pomar (1996) sostiene que los protagonistas de los gremios del comercio precolombino fueron los pochtecas (título que refiere al significado de comerciantes/mercaderes), así nombrados debido a que el primer gremio de comerciantes residió en el barrio de Pochtlán en Tlatelolco, de acuerdo con Soustelle (1970:71), “residían allí siete barrios, unos de los cuales se llamaba

Pochtlán, cada barrio correspondía a un asiento, los barrios en que vivían los pochtecas eran: Acxotlan, Atlauhco, Amachtlan, Itzolco, Pochtlan, Tepetitlan y Tzomolco (León, 1945) por tanto, dicha denominación estaba reservada a los miembros de las poderosas organizaciones que tenían la carga y el monopolio del comercio exterior de México, Tenochtitlan.

Cabe hacer hincapié en que los productos que comerciaban no eran de subsistencia sino mercancías difíciles de conseguir, estos eran de uso suntuario, destinados al culto religioso y a la satisfacción de necesidades de preminencia social y política únicamente de la clase noble, por esta razón, partían a los lugares lejanos para obtener dichos productos, esta clase social junto con la clase guerrera eran los únicos que podían vanagloriarse de conocer una diversidad de lugares, a pesar de que dichos poblados en ocasiones fueran territorios hostiles (Soustelle, 1970).

Una de las cualidades que distinguían a los pochtecas se refiere a su constitución como una sociedad cerrada, diferente a la de militares y sacerdotes, debido a que el oficio de comerciante pasaba de padres a hijos, de esta forma las familias de pochtecas vivían en los mismos barrios y se unían unos a otros por medio del matrimonio, esta característica volvía más selectiva la clase de los pochtecas, así mismo su jerarquización era similar al de la clase dirigente “entre los jefes supremos y el joven comerciante que emprende su primera expedición, hay toda una serie de categorías diversas que tienen títulos distintos: existían los tecuhnemenque, señores viajeros, respetados por todos a causa de sus largas y peligrosas expediciones; los nahualoztomeca, comerciantes disfrazados, que no dudan en usar el vestido y en aprender la lengua de las poblaciones hostiles a fin de comprar” (Soustelle, 1970:72). De esta manera, entre ellos también existían determinadas actividades que los diferenciaban unos de otros y alcanzaban mayor reconocimiento.

Por ello, existían diversas categorías de comerciantes entre las que destacan los mercaderes de esclavos, los de metales preciosos, los de tabaco, de cacao, de animales, de papel hecho de amate, de cargas de maíz, etc., de esta manera el tipo de mercancía otorgaba la categoría al pochteca, generando una especialización del

mercaderes tomando como base su experiencia y conocimiento por poblados lejanos, permitiendo así la participación de los comerciantes, como consultores del Estado en la vida socioeconómica del mismo, de esta forma, fue como se hicieron de privilegios, además de que estaban exentos de cualquier forma de tributo personal y gracias a ellos se ensancharon los dominios del pueblo azteca. (León, 1962).

Otro aspecto relevante tiene que ver con los viajes que los pochtecas llevaban a cabo, de acuerdo con Clavijero (1945), los viajes realizados por estos mercaderes eran en caravanas para obtener mayor seguridad, llevaban consigo un báculo negro y liso, que según decían era la imagen de su dios Yacatecuhtli:

Dios protector de los viajeros, el numen tutelar de los pochtecas, el que guía y hace que no pierdan estos el camino, Yacatecuhtli era el dios de los mercaderes y por extensión el dios del comercio, llamado así porque hay conjetura que comenzó los tratos y mercaderías entre esta gente, y así los mercaderes lo tomaron por dios y le honraban de diversas maneras, también tenían en mucha veneración al báculo con que caminaban, que era una caña maciza, sin nudo ninguno, todos los mercaderes usan de esta manera báculos por el camino y cuando llegaban a donde habían de dormir, juntaban todos sus báculos en una gavilla (Pomar, 1996:31-80-45).

Cabe mencionar que la gente destinada a la carga de mercancías le llamaban Tlamama o Tlameme, para este oficio eran preparados desde niños, por ser la actividad a la que se dedicarían toda la vida. Clavijero (1945) menciona que “la carga era de solamente unas dos arrobas y la jornada de cinco leguas, pero hacían con ella viajes de 80 a 100 leguas, frecuentemente por montes y quebradas asperísimas” (Clavijero, 1945:410). Esto da cuenta de los lugares apartados a los que se desplazaban y el esfuerzo contemplado en aquella ocupación, razón por la cual no era una actividad llevada a cabo por cualquier persona.

No obstante, a pesar de viajar en caravanas como se mencionó anteriormente, estas en ocasiones eran asaltadas y el pochtecatl se veía en la necesidad de transformarse en guerrero para poder garantizar su sobrevivencia, esta fue la razón

del origen de una clase en ascenso, es decir, además de ser mercader también desempeñaba el papel de guerrero para cuidar sus pertenencias y su vida, aun cuando la cultura azteca era en esencia guerrera y religiosa. Tal era la importancia social de los pochtecas que sus hijos ya tenían el derecho de asistir al calmecac con los hijos de la clase noble. Con el paso del tiempo, el lujo que suministraban mediante los productos que comercializaban se hacían cada vez más necesarios y su riqueza incrementaba espontáneamente.

Los pochtecas al tiempo que el mercado, tenían tal importancia e influencia política, que la mayor protesta del pueblo consistía en el cierre del tianquiztli y la paralización de la vida comercial, puesto que los comerciantes pocos años antes de la conquista eran ya el sector social más poderoso, cabe destacar que el comercio exterior de los mexica fue la llave la mano diestra que preparo el camino de la hegemonía azteca sobre las naciones de su tiempo, de esta manera, existen hipótesis de lo que habría podido suceder si la invasión extranjera no se hubiera llevado a cabo, al fin podrían haber llegado a hacerse dueños del gobierno de México Tenochtitlan, debido a que estos señores comerciantes tenían consolidados sus privilegios, sus tribunales particulares, sus insignias honoríficas, por tanto, se hubieran sumado a la clase noble o terminado por remplazarla, ya que los pochtecas estuvieron íntimamente unidos al proceso de la formación del nuevo Estado Mexicano, cuyo poder e influencia conocieron los españoles al llegar al suelo mexicano León (1962), Soustelle, (1970), Pomar (1996).

Lo anterior da cuenta, de la importancia que tuvo la práctica social del tianguis en la vida cotidiana de la sociedad precolombina que es distinguida y reconocida por sus formas de comercio propias hasta nuestros tiempos.

3.3 El Tianguis hoy en día

Con el transcurso de los años, el tianguis ha experimentado cambios relacionados con las etapas históricas de México, desde la incursión de nuevas mercancías traídas del viejo mundo, como las relaciones sociales propias de los conquistadores,

así, Suárez (2009) sostiene que en un principio no hubo cambios en los mercados de Tenochtitlan y Tlatelolco ya que siguieron siendo manejados por un juez indígena, sin embargo, también menciona “ que la temporalidad de los mercados indígenas de la época prehispánica (cada cinco días), poco a poco fue ajustándose al calendario cristiano y cambio a intervalos semanales, menos en las comunidades más pequeñas en las que se conservó la antigua costumbre por más tiempo” (Suárez, 2009:438).

Un acontecimiento importante que propicio los primeros cambios en el comercio del nuevo mundo lo menciona Moncada (2009)

Aunque no existían físicamente mercados para el expendio de perecederos, la ciudad disfrutaba desde el siglo XVI del llamado derecho de mercados, el cual se consideraba dentro de los propios de la ciudad, en la medida que el impuesto se aplicaba por la utilización del suelo urbano de uso público (esto es calles y plazas) para realizar una transacción comercial. A la llegada del virrey Revillagigedo, y al apreciar el evidente desorden existente sobre todo en la Plaza Mayor y sus alrededores, mandó edificar los primeros mercados para satisfacer las necesidades de abasto alimentario de los habitantes de la ciudad de México (Moncada, 2009:505).

Por tanto, fueron evidentes los cambios en el espacio físico para comercializar los productos, es decir, se pasa de instalaciones temporales a permanentes, en un lugar destinado para el desarrollo del comercio, cabe resaltar que también las relaciones sociales sufrieron cambios en relación al mestizaje de la cultura nativa y la dominante, pues acudían a estos, diversos grupos sociales.

Finalmente, la actividad comercial del centro de la ciudad de México fue transformándose, conociéndose los mercados de El Volador donde hoy se localiza el edificio de la Suprema Corte de la Nación y había sido, desde siempre, un mercado de frutas y legumbres, y el Parían, un mercado de mampostería dedicado

a la venta de mercancías importadas de Europa y de Asia cuya administraciones recaían en la sociedad de la Nueva España (Gamboa, 2009).

De esta manera, es visible en la práctica del tianguis un proceso de transculturación que fue el eje central para los primeros cambios en el tianguis mexicano. Es de interés rescatar, que a pesar de dichos sucesos que transformaron la vida comercial de la capital de México, existen tianguis y algunos de ellos conservan aún rasgos similares al tianguis precortesiano.

En la República mexicana permanecen tianguis de inminente relevancia social y económica ligada a la vida sociocultural de las comunidades en las que se lleva a cabo el tianguis, no obstante es de primer orden recalcar algunas características que hoy los distinguen, de otros espacios comerciales, tal y como lo señala Aguirre (1992):

En las ciudades Estado de la época anterior al contacto ese espacio, en las más de las ocasiones, se hallaba cercado por un muro de piedra que permitía el paso por puertas que miraban a los cuatro puntos cardinales, en la actualidad el límite lo forman la iglesia y las casas comunales. Ni antes ni ahora se levantan en la base material del tianguis, construcciones de tipo permanente... extienden los vendedores, sobre el suelo, las esteras o petates en que exponen sus mercancías. Parasoles fabricados de vara y manta protegen a los artículos de las contingencias del tiempo mientras dura el tianguis, terminado este se desarman y transportan con los productos no vendidos.

El espacio abierto vuelve entonces a quedar totalmente desamparado. La visión de tremenda desolación que percibe el observador que concurre a un centro ceremonial en días normales, contrasta con la que le ofrece el día del tianguis, cuando la plaza se halla ocupada en su entera capacidad por el despliegue de las mercancías, por el albo tendido de los manteados, y sobre todo por el móvil rumor del gentío (Aguirre, 1992:82).

Lo anterior nos permite aclarar las características específicas del tianguis (mercado prehispánico, tradicional, mercado indígena, plaza semanal) para evitar confusiones

respecto al mercado, ya que la constitución del tianguis es temporal en un espacio y periodo de tiempo, y el mercado corresponde a una construcción permanente, por mencionar una infraestructura física hecha a base de concreto, refutando lo dicho Arellanes y Casas (2011) establecen cualidades que comparten los mercados tradicionales como son:

a) su origen prehispánico, b) la realización de transacciones que implican un intercambio de productos a través de un aporte monetario y/o 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 bosques circundantes y e) su entrelazamiento con un mercado globalizado, en donde se puede encontrar todo tipo de mercancías (Arellanes y Casas:2011).

Se destaca que uno de los rasgos centrales para considerarse tianguis, tiene que ver con la característica del origen prehispánico ya que de esta manera, se puede conocer su antigüedad y con ello su práctica cultural ligada a la memoria histórica de la comunidad. Algunos de los tianguis que se conservan hasta nuestros días son: el tianguis de Pátzcuaro, Michoacán, es uno de los principales mercados campesinos tradicionales de México; Tianguis de Zacualpan de Amilpas, Morelos, famoso por la realización de la Feria del Trueque; Tlaxiaco la ciudad mercado en el Estado de Oaxaca; los mercados tradicionales del Valle de Tehuacán Cuicatlán, Puebla, también en el Estado de México fue famoso el tianguis de Toluca (actualmente reubicado); el tianguis de Metepec, Ixtlahuaca; Tenango y Santiago Tianguistenco, estos últimos relacionados con la articulación de un sistema de calendarios vinculados con las fiestas y gastronomía de los pueblos del Valle de Toluca (Aguirre y Montes, 2003 en Romero et. al 2010).

3.3 Tianguis de Santiago Tianguistenco

El Tianguis de Santiago Tianguistenco es de vital importancia en el sur de la cuenca del río Lerma y uno de los más antiguos, existe registro de este desde el siglo XVI, específicamente en el año 1551 se habla de que los productos de mayor demanda eran: leña, tamales, chile, sal, coas, ocote, toda clase de loza, petates, pepitas, canoas, cuataras o huaraches, pelo de conejo *tochómitl*, mecapales, metates y todas las frutas de la tierra y chíá (Velázquez, 1999) como se mencionó en capítulos anteriores el tianguis está ligado al origen del propio municipio.

De acuerdo a Menegus (2000) se conoce que en el año de 1792 en el comercio indígena del tianguis de Tianguistenco predominaba la comercialización en un orden porcentual con un 53% los productos textiles, haciendo hincapié a los tejidos de *lana* (material producido en la misma zona), con un 24% el chile, el 13% el ganado, y el 12% productos varios, para estas fechas los tianguis de mayor concurrencia en la región eran los días viernes en Toluca, el jueves en Metepec y miércoles en Santiago Tianguistenco (Menegus, 2000).

Se tiene cierta discrepancia respecto al día de tianguis en Tianguistenco ya que se desconoce el origen del cambio al día martes como se lleva a cabo actualmente. En el *tianquiztli* de Santiago, esencia y vida de esta población llegan productos de lugares cercanos y lejanos, en un principio se transportaba la mercancía por tamemes, después en carretas y luego mediante vehículos de propulsión, se hacían llegar algodón, cacao, frutos de Tetecala y Coatlan, peces, ánades, plantas acuáticas, y tullí obtenido de la Ciénega de Chignahuapan ubicada en el pueblo vecino de Almoloya del Río (Romero, 1978).

Así mismo, Romero (1978) sustenta que el tianguis durante el siglo XVI era similar al tianguis de Tlatelolco, dividido en rincones de acuerdo a lo ofertado: rincón de semillas, rincón de los frutos, rincón de los productos lacustres, haciendo énfasis en los productos obtenidos de la laguna Chignahuapan como el iztamichin *pescado*

blanco, hueva de moscos, ajolotes: negros y blancos, que se expendían vivos o cocinados, también se vendía el tule para la fabricación de petates, juguetes y adornos para fiestas prehispánicas. Siguiendo el orden, estaba también el rincón de las flores, rincón de las fibras textiles, se comerciaban mantas de algodón o hilos metl o maguey proveniente de Ocuila, por otra parte, se habla del rincón de los animales y el rincón de los trabajadores de barro donde se encontraba la venta de objetos de arcilla, ollas, jarros, cazuelas, juguetes, santos, etc., por mencionar los rincones de los que se tiene mayor información respecto a lo comercializado en Tianguistenco. Sin embargo, existen productos que siguen siendo de primera necesidad por tanto se mantienen y otros han cambiado o desaparecido de la comercialización del tianguis. La información expuesta, alude a lo obtenido en investigaciones en tiempos de antaño respecto a las mercancías, derivado de la importancia del tianguis en estas épocas se puede imaginar la magnitud del tianguis.

Por otra parte, cabe hacer mención que Escamilla y Guerras (2009) mencionan que para el año 2008 el tianguis estaba conformado por 5,500 puestos semifijos, registrados en la dirección de mercados, cubriendo una cuota de \$5.00 por metro lineal por derecho de piso y un pago de \$70.00 anuales para adquirir la autorización o licencia correspondiente, ocupando el tianguis el día martes, 16 calles de oriente a poniente y viceversa y de norte a sur, agregando el trueque de leña que se lleva a cabo sobre la Av. Benito Juárez donde se colocan habitantes de las delegaciones, rancherías del propio municipio y otros circundantes, sin olvidar el mercado de animales sobre el Boulevard Carlos Hank González, donde también se practica el trueque de diversos productos como: forrajes, pacas de avena, alfalfa, zacate y zacate molido. Cabe resaltar que los comerciantes que acuden son de distintos lugares como: Coatepec, Capulhuác, Xalatlaco, Atlapulco, Toluca, Ixtlahuaca, y de otros estados como: Morelos, Puebla, Chihuahua y Guanajuato.

Dicho lo antepuesto, se expresa que el tianguis de Santiago Tianguistenco es una práctica social que se ha mantenido a lo largo de los años, una práctica viva y activa que se desarrolla como un espacio de socialización y expresión cultural propia de la comunidad, que posee un nexo permanente con el pasado del México Indígena

dadas las propiedades que así lo constituyen y de los cuales algunas aún se pueden visualizar.

CAPÍTULO IV

LA ESTRUCTURACIÓN SOCIAL Y TURÍSTICA DEL TIANGUIS DE SANTIAGO TIANGUISTENCO

Considerando los planteamientos iniciales de la presente investigación, la tarea analítica de este apartado consiste en retomar el postulado teórico de la Estructuración, del sociólogo inglés Anthony Giddens, por tanto, se entrañan los resultados conseguidos mediante la adecuación teórica con base en los instrumentos de investigación (cuestionarios y entrevistas) aplicados a informantes clave que participan en el desarrollo del tianguis, lo cual facilitó la obtención de información cuantitativa y cualitativa, complementadas con el registro de guías de observación, siguiendo los esquemas planteados por la metodología de la propia investigación.

En este sentido, se pretende realizar una reflexión teórica del tianguis dada la continuidad que ha tenido a lo largo del tiempo, como una práctica cotidiana producida en función de la repetición de prácticas sociales, para efectos de la propuesta giddensiana denominadas como recursivas y derivadas de la acción social como el flujo continuo de conducta de los actores implicados. Lo cual permitió disertar respecto a la edificación de la estructura del tianguis y el turismo a partir de dicha acción social.

Ciertamente, la acción social y estructura del tianguis y el turismo que se compaginan en el mismo espacio no son los mismos de antaño, por tanto se entrevé el proceso dialéctico entre la acción social y la estructura del tianguis y el turismo reflejado en las transformaciones que dejan ver la dualidad de la estructura y permiten explicar cómo a pesar de los cambios a los que se ha sometido, sigue prevaleciendo esta manifestación cultural, lo cual contribuyó a entender de qué manera las prácticas recursivas han delineado las estructuras del tianguis y por ende su estructuración social y turística.

No obstante, es relevante esclarecer que dichos elementos de análisis involucrados, permitieron analizar la estructuración como un proceso continuo, que debe mirarse en periodos o momentos complementarios en el desarrollo de la práctica social del tianguis y el turismo.

4.1 Las prácticas recursivas del tianguis y el turismo

Previamente, es necesario hacer hincapié que la base teórica para la constitución de la sociedad se desarrolla mediante la naturaleza repetitiva de la conducta humana que deriva en la práctica social considerada como recursiva, que realimenta tanto los medios como los resultados en la reproducción de actividades específicas que se llevan a cabo en el tianguis de Santiago Tianguistenco.

En primer plano, es importante señalar que el tianguis de Santiago Tianguistenco se ha manifestado como una expresión social, cultural y comercial importante en la región, así mismo, se distingue la prominencia de desplazamientos turísticos que convergen en este espacio, de tal forma que su continuidad y recurrencia originan prácticas recursivas, que significan la repetición de las acciones en la cotidianidad. Por tanto, en un primer momento, se reconoce que el tianguis posee de manera implícita la reproducción del comercio que se realiza todos los martes desde tiempos remotos, de igual forma lo son las continuas interacciones con actores más allá de sus fronteras locales y regionales. De esta manera, existe todo un andamiaje de elementos que posibilitan la intersección de las actividades que originan la práctica del tianguis y el turismo propiamente.

En este sentido, para analizar las prácticas recursivas, se procedió a considerar la acción social del tianguis y el turismo ejercida por los comerciantes, visitantes y población local que se desarrollan en el entramado del tianguis. Esta acción social (flujo continuo de conducta) involucra lo que se denomina proceso de estratificación (proceso cognitivo) el cual contempla la reflexividad (el registro de las acciones propias y de terceros, aunado al registro del entorno físico y social), también, la racionalidad (razón de ser de las actividades) y motivación (objetivos que impulsan

la acción) que se entretajan en el ejercicio de las relaciones del comercio y desplazamientos turísticos de los actores implicados que integran de manera inmanente en su proceso de estratificación para llegar a la acción que no es otra que la conciencia práctica (lo que se hace).

4.2 La acción social en el tianguis y el turismo

En el marco de la acción social en el tianguis y el turismo, se detecta el proceso de estratificación de los actores sociales, este proceso de estratificación da paso a entender el flujo de conducta de los diferentes actores que se refleja en las prácticas que convergen en el tianguis y da pauta al reconocimiento de dichas prácticas sociales envueltas recursivamente.

Inicialmente se distingue la reflexividad de los comerciantes, visitantes y habitantes, en tanto se visualizan las primeras percepciones de su entorno familiar, relacionado a sus actividades cotidianas respecto al tianguis, las cuales involucran sus ocupaciones económicas y suministro de mercancías de primera necesidad o complementarias, en el sentido del registro de sus propias acciones y el registro de las actividades de terceras personas y su entorno, al respecto expresa Pilar González *visitante*:

Desde mi niñez, la visita a los tianguis ha estado presente, pues mis abuelos así como mis padres están acostumbrados a comprar sus productos en estos lugares, el tianguis de Santiago no es la excepción, pues la visita a este tianguis es recomendación de mi abuela paterna y actualmente de mis padres quienes por mucho tiempo han asistido a este lugar para la compra de alimentos, vestimenta y en ocasiones animales para domesticación como pollos y gallinas (Pilar González; 2015 *visitante*).

En otro testimonio, en palabra de los habitantes, Refugio Gómez Bobadilla, menciona:

Desde que era niña, iba con mi mamá al tianguis, ya llevo muchos años acudiendo a este, primero de niña, después de joven y ya casada pues

también. Tengo 73 años de edad y toda mi vida he comprado lo que necesito en el tianguis, mis papas, mis hermanos, toda mi familia, buscamos el día martes. A veces, cuando no hay quien pueda acompañarme me voy solita, y a pesar de que padezco neuropatía diabética, tomo un carrito que me mandé hacer con cuatro ruedas que me auxilia a caminar, entonces así vendrá mi carro lleno y a mí no me pesa, no hay un martes que falte al tianguis (Bobadilla; 2015 habitante).

Refiriéndose a la reflexividad de los comerciantes, su entorno más próximo se concentra en sus actividades económicas en el núcleo de la familia que les permitió aprender a producir y comercializar determinados productos vinculados con el oficio heredado, destacando que un 60% de los comerciantes se dedican a vender ropa, sin embargo, se distingue que el 50% produce su mercancía y el otro 50% obtiene sus productos principalmente en el D.F.¹¹. Así el Sr. Tereso (2015) manifiesta:

Yo vendo ropa, mi papá fue el que comenzó con el oficio, en un inicio vendía cortes de tela que estaban a la moda: la gabardina y la mezclilla, por mencionar un ejemplo. Después, la fabricación del pantalón de vestir, recuerdo que mi papá surtía tela en Lerma en el corredor industrial, pero dejamos de comprarla ahí, porque los acaparadores hicieron que la tienda solo vendiera por rollo y cantidades grandes y mi papá compraba pocos metros, por eso se tuvo que buscar en el D.F, porque algunos acaparadores vendían ahí y vendían la tela por metros en menor cantidad, solo que se gastaba más pasaje y la tela de Lerma era más resistente, se llamaba sarga, además, de que las tiendas de México ya vendían tela asiática aunque era que era de menor calidad” (Sr. Tereso, 2015).

Acorde a los antepuesto, es preciso enmarcar que el tianguis se ha constituido como una práctica intergeneracional, es decir, que el contexto cotidiano que posee lo ha catalogado como una práctica que se ha heredado por generaciones de padres a

¹¹ Véase gráfica 7, 9 y 13 en ANEXOS 4 gráficas comerciantes

hijos, tomando en cuenta que sobresale el papel de los abuelos y padres como principales fundadores del oficio de los comerciantes y en el caso específico de los visitantes y población local, fueron los personajes primordiales quienes iniciaron los desplazamientos y la concurrencia al tianguis, lo cual posibilitó asumir el papel de comerciante, visitante y habitante respectivamente.

De esta manera, dichas figuras sociales se convirtieron en actores informados de sus funciones, sus ocupaciones, su ambiente social, cultural y económico, derivado de sus prácticas sociales y la práctica social de las personas con las cuales se mantuvo y mantiene un proceso de interacción social. En este sentido, a través de los años se ha ido retroalimentado su reflexividad, aquel registro reflexivo de su espacio físico que les ha permitido adquirir experiencia en los ámbitos generales del tianguis.

Concretamente, la reflexividad en los comerciantes ha contribuido con la obtención de un profundo conocimiento de su espacio de trabajo, de tal forma que se observa que con el paso de los años han sustituido los materiales para la construcción de sus puestos, respecto a las condiciones climáticas del territorio, actualmente son de materiales sintéticos. Refutando lo anterior, se encuentra que el 78% de los comerciantes siempre se han ubicado en el mismo lugar, esto pone de manifiesto la experiencia producto de la práctica que les permite la colocación de sus respectivas mercancías, pues es un arte que se aprende gracias a la práctica¹². Otro aspecto a resaltar, tiene que ver que los comerciantes tienen el conocimiento de la ubicación de determinados productos, así como de las mercancías de mayor demanda en el tianguis, tan es así que el 62% de los encuestados mencionan que los productos más solicitados son la ropa, verduras, calzado y artesanías, mismas que también ellos adquieren. Dentro de los productos que reconocen se han incorporado, destaca con un 40% la ropa usada, importada/chácharas. Cabe resaltar que un 68% expresa que dentro de los cambios más visibles en el tianguis tiene que ver con la expansión del mismo¹³.

¹² Véase gráfica 15 en ANEXOS 4 gráficas comerciantes y fotografía 3 y 4 en ANEXO 2 fotografías

¹³ Véase gráfica 21, 23, 24 y 32 en ANEXOS 4 gráficas comerciantes

En el caso particular de los visitantes y habitantes, su registro reflexivo radica en el conocimiento de los lugares donde adquirir sus productos dependiendo de lo que van a comprar, por tanto, distinguen zonas y productos antiguos, también aquellos productos de mayor demanda y productos que a su consideración se han incorporado.

Los productos tradicionales, pienso yo son: la pansa, las gorditas, las cazuelas, las cucharas de madera, aunque ya sean pocos pero todavía hay y si lo venden pero uno ya no lo ocupa...las ollas de barro, ¡sí, usa uno las ollas pero, ya no tanto! Antes, también se vendía más pulque, aquí había una magueyera y luego se ponían a raspar, había ahora sí que pulquerías, ahora ya no, si te venden el día martes porque entre semana raro él es que viene a vender. El maíz se vendía en costales, todavía hay pero muy poquito. Recuerdo también que antes la lana se lavaba con sanacohe que es una raíz de quien sabe que planta que hace espuma como si fuera jabón y ese se conseguía aquí en el tianguis, era como un tronco que hacia espuma como el jabón y ahorita yo digo que hasta ya ni lo conocen ya ni lo venden y con ese lavaban la lana porque estaba sucia y tenía espinas.

Algo que me llamo la atención de ahora, ¡fíjate! sacan un jarabe de nopal que lo venden en el tianguis en un puesto fijo cerca de la central de abastos, venden nopales y te dan la prueba del jarabe que ¡pa la azúcar!, está muy dulce, yo ya lo probé, que curioso me dijeron: ¡venga arrímese, pruébelo! y sí, a veces por curiosidad se arrima uno y ahí le dan a uno la prueba” (Refugio Gómez Bobadilla, habitante 2015).

Complementando lo antepuesto, Esmeralda Nava; 2015 visitante expone:

Recuerdo acudir al tianguis desde que era niña, acompañaba a mi mamá a vender, y pues en aquel entonces en vez de estructuras como hoy eran garrochas, iba con mis hermanos, tíos y ahora con mi esposo e hijos cuando tienen vacaciones, entre los productos que son de tiempo aún se venden los molcajetes, los chiquigüites y metates y que la gente lleva su

carrito de comprar y a veces te pasan a pegar y antes no se veía eso, además, de que si vas de lado de las chácharas vas a encontrar muchas cosas electrónicas o cosas usadas.

Por otra parte, acorde a lo manifestado anteriormente relacionado al registro reflexivo de las acciones de terceras personas, es decir, su entorno social, los comerciantes por su parte señalan que las personas que adquieren sus productos son siempre diferentes, pues identifican que estas personas son en un 90% externas y tan solo el 10% son compradores locales. Es de interés resaltar que el 100% de los comerciantes declaro que anteriormente visualizaba grupos de turistas dentro del tianguis, actualmente tan solo el 52% manifestó visualizar turistas¹⁴. Del mismo modo, visitantes y habitantes mencionan que anteriormente si visualizaban turistas, actualmente también los observan pero con algunas modificaciones, así como señala: María Vallejo Castro; 2015 visitante

Anteriormente si observaba turistas, gente extranjera, los identificaba por la forma que hablan o personas indígenas de otros estados, ahora creo que lo veo igual porque he observado gente de otros estados con sus vestuarios y se identifican fácil.

María del Socorro Sótres Monterrubio; 2015, habitante expresa:

Fíjate que hace como unos, pues qué te puedo llamar, tal vez unos 15 años para atrás, si se veían más turistas, más extranjeros, sobre todo estadounidense que venían, llegamos a ver japoneses, si llegamos a ver más extranjerismo dentro del tianguis, ya tiene años que si venía bastante gente extranjera, se veía gente que no era de aquí tomando fotos y porque a mí me tocó ver a unos norteamericanos que estaban tomando fotos, que le tomaban fotos a los puestos, cómo se vendía, a las personas que estaban comprando, a los señores que estaban vendiendo, cómo pesaban, cómo cobraban, todo eso yo creo que les llamaba la atención.

¹⁴ Véase grafica 26, 28 y 29 en ANEXOS 4 gráficas comerciantes.

Otro testimonio señala:

Anteriormente si venia muchísimo turista, sobre todo por la artesanía de Gualupita, que es lo que daba representación al municipio, ahora ya no se ve eso, venia muchísima gente de México, del extranjero particularmente gringos eran los que venían, uno que otro venia de otros países y los identifica por el idioma porque van platicando y uno distingue. Ahora, ya casi no se ve tanto (Joel Miguel Andrade Romero, *habitante*, 2015).

Es importante señalar que comerciantes, habitantes y visitantes concuerdan que las temporadas de mayor concurrencia al tianguis se desarrolla en octubre, noviembre, diciembre y enero¹⁵. Cabe resaltar que también detectan algunos problemas en el tianguis. Los comerciantes identifican dentro de su lugar de trabajo que se sienten invadidos por artículos chinos, de importación, piratería, fayuca, al mismo tiempo que consideran afectadas sus ventas debido a las facilidades de pago que otorgan los supermercados y tiendas comerciales del municipio, aunado a la delincuencia, los ambulantes y el crecimiento del tianguis¹⁶.

Al respecto el Sr. Tereso Delgadillo (2015) comenta:

Considero que el tianguis ha cambiado, me refiero a que se ha desordenado mucho, antes cada lado era productos de su mismo giro, ahora la ropa esta revuelta por la corrupción de las autoridades que dejan que la gente se ponga a vender donde sea, antes había una calle que era solamente de verdura y ahora solo es de tacos al pastor.

Además de que nos afecta la ropa pulga, porque es más barata. Y por otra parte, los comerciantes mismos son abusivos al acaparar mayor espacio y los puestos reducen los pasillos, pero también ellos se perjudican. Antes estaba más respetado, no dejaban que se ampliaran, la entrada del mercado era más grande, no se apretaba la gente como ahora.

¹⁵ Véase gráfica 31 en ANEXO 4 comerciantes y gráfica 24 ANEXOS gráficas visitantes

¹⁶ Véase gráfica 35, 36 y 38 en ANEXOS 4 gráficas comerciantes

Por su parte, los visitantes reconocen como problemas dentro del tianguis la inseguridad, la generación de basura, problemas entre los mismos comerciantes, las remodelaciones dentro de su espacio de trabajo, productos chinos, además de la afectación de las tiendas comerciales en el municipio, pues consideran que les generan competencia¹⁷. Al respecto los habitantes observan conflictos que perjudican el comercio del tianguis, pero también detectan que les afecta a ellos como población y les causa molestias, Jesús Dévora, habitante 2015 expresa:

Algunos problemas que yo he observado, es que cada vez hay más puestos y con eso hay cada vez más gente, hay más desorden vial y también carteristas, más inseguridad, ¡en un km y medio te puedes tardar de una hora a una hora y media en avanzar!, la gente no deja pasar, los taxis se estacionan en doble fila y a media calle.

Con base en lo anterior, la reflexividad de la acción social del tianguis y el turismo les ha permitido a sus actores (comerciantes, los visitantes y población), incorporar a su conocimiento el desarrollo de sus actividades y de terceras personas en torno al tianguis. Es decir, que han registrado mediante un proceso natural inconsciente sus acciones rutinarias, las actividades de terceras personas, como la familia y personas externas, además del registro de su ambiente y su paisaje físico y social relacionado a la práctica del tianguis. De esta manera, su reflexividad es el control reflexivo meramente de lo cotidiano, hacen lo que hacen sin pensar, porque así lo han incorporado a sus prácticas rutinarias y esto les permite a los comerciantes, visitantes y habitantes realizar los fines que buscan.

No obstante, es importante distinguir que ambas figuras sociales no reconocen a los visitantes locales como turistas, únicamente denominan turistas a los extranjeros como parte de su reflexividad en relación a lo que conocen como tal, además de que los visitantes entrevistados no se asumen como turistas.

¹⁷ Véase gráfica 28 y 29 en ANEXOS 4 gráficas visitantes

Empero, cuando se profundizan las razones de su actuar dentro de ese registro reflexivo, entonces se habla de la (Racionalidad) que corresponde al segundo elemento estratificación social.

Una vez incorporado el conocimiento de sus acciones y la de terceros en función de su entorno físico y social, se da paso a la racionalidad. La racionalidad denota las razones del actuar de los comerciantes, los visitantes y la población local que se desarrolla en el contexto del tianguis, es así que a través de su racionalidad incorporan dirección a sus acciones.

De tal manera, se observan en el tianguis diversas actividades resultado de sus razonamientos intrínsecos que se proyectan en su actuar. Es así que las razones para acudir al tianguis son determinantes para cada uno de los actores, el caso particular de los comerciantes para acudir al tianguis va más allá de una racionalidad, posee un vínculo concreto referente a una motivación, por tanto se retomará en un apartado posterior.

La racionalidad de los visitantes para desplazarse y la racionalidad de los habitantes para asistir al tianguis coincide que lo hacen para la compra de productos de primera necesidad (frutas, verduras, alimentos preparados, ropa), no obstante, en el caso de los visitantes se detecta que también adquieren artesanías. Entre sus razones expresan que los productos están más frescos, hay variedad de productos, de calidad y porque los precios son accesibles:

Los martes en el tianguis voy comprar todo lo que uno necesita, el recaudo, ropa, zapatos, hasta animales, lo que uno quiera porque en otros días no hay, entre semana ¡de verás que está sobrepesado! por cosas, los comercios en el mercado municipal dicen: esto vale el kilo de tomates, de jitomates, han de pensar: ¡así lo cobro me lo tienen que pagar!, en cambio uno busca el martes, va uno el día martes, yo compro todo mi recaudo y fruta también, a veces hay unos que no le dan a uno el peso completo, también eso cuenta mucho (Refugio Gómez Bobadilla, habitante, 2015).

Complementando lo antepuesto, Jesús Alvirde, visitante (2015) expresa:

Pues vamos a comprar el alimento para los puercos, los perros, el becerro y otras cosas, o vamos a ver que venden y lo compramos, también de ocho por ocho lo visitamos. También vamos a ver los precios de los animales o hasta por las chácharas por una herramienta ¡a ver que agarra uno a veces en oferta!

Por otra parte, se visualiza que el 76% de los comerciantes siempre han vendido lo mismos productos, entre sus razones manifiestan que sus mercancías se venden todo el año y tan solo el 24% mencionan que sus productos varían acorde a las temporadas¹⁸, esto presupone también parte de su racionalidad para el mantenimiento de sus artículos durante el año.

Lo anterior está relacionado con las razones de los visitantes y población para obtener sus productos, algunos los compran en el mismo lugar y otros buscan alternativas:

Tengo preferencia de comprar en ciertos puestos, porque donde yo compro me dejan escogerlo, antes iba con mi mamá y después con mi esposo, de hecho mi suegro también lo hacía y nos acostumbramos a comprarlo ahí también donde él lo compra, y ya solo en ese lugar lo compramos, en otros lados por ejemplo el tomate lo revuelven con uno que se llama rendidor y amarga la comida, y ahí no hay pierde porque aunque sean un peso o dos no hay pierde (Esmeralda López Nava, visitante 2015).

Acorde a lo anterior se presume que todas las acciones de los actores implican racionalidad, así cuando se refiere a los horarios para asistir al tianguis también se presenta esta característica.

La racionalidad de los comerciantes para acudir al tianguis se debe a las facilidades de trasladarse hasta su lugar de trabajo, por ello el 60% de los comerciantes llegan por la mañana, el 40% en la madrugada. En cuanto a su horario de salida, el 74%

¹⁸ Véase gráfica 16 en ANEXOS 4 gráficas comerciantes

se va en la noche y el 24% se retira por la tarde, entre sus argumentos ubican que es para facilitar la descarga y carga de sus mercancías¹⁹.

Respecto a la racionalidad de los visitantes y población local concuerdan que el tiempo de permanencia es de 2 a 4 horas y que de alguna manera respecto a sus tiempos ya han establecido horarios ²⁰

Pues por lo regular acudo en la mañana, porque en la tarde te dan más barato, pero porque ya no te dan todo completo, ya está todo escogido, por eso yo voy en las mañanas, yo levantándome luego voy al mercado y así voy a donde sale mejor o uno va viendo también porque luego te sale un poco pasada, entonces dices: ¡aquí ya no! y camina uno algo para ver, luego uno ya viene repasando: ¡no pues aquí está bueno o si caminas tantito te dan una más cara y donde pasaste te dan más barata y regresa uno! (Refugio Gómez Bobadilla; 2015, habitante,

Por mi trabajo yo voy temprano y me tardo como una hora y media porque voy rápido, por eso dejo mi lista y paso por mis cosas, en lo que dejo una lista me voy por mi carne y ya saben cómo lo quiero y a las 11 am ya estoy de regreso en Toluca, salgo de Toluca como 7 y media y regreso a las 11 am, aunque me haga dos horas contemplado la ida y el regreso me gusta ir hasta el tianguis de Santiago (María Vallejo; 2015, visitante).

De esta manera se distingue a la racionalidad en el momento que los actores sociales toman decisiones, esto les permite decidir a los comerciantes, habitantes y población local, a qué hora llegar y cuando retirarse, qué comprar y donde hacerlo, esto da cuenta, que las actividades en el tianguis no son sucesos fortuitos y aislados sino que están íntimamente relacionados en el ejercicio de sus actividades diarias al acudir al tianguis.

Por otro lado, al referirse a la motivación que es el último elemento del proceso de estratificación, se debe entender a la motivación no como impulsos espontáneos que dominan la acción porque se perdería la continuidad de las acciones, para

¹⁹ Véase gráfica 10 y 11 en ANEXOS 4 gráficas comerciantes

²⁰ Véase gráfica 12 en ANEXOS 4 gráficas comerciantes

efectos de la teoría se debe esclarecer que la motivación refiere a los deseos que fomentan la acción, es decir, el potencial, propósitos o proyectos que dirigen las acciones.

Retomando la información de los elementos previos se detecta que la motivación de los visitantes y habitantes está vinculada a su racionalidad como parte de sus actividades cotidianas para asistir al tianguis, sin embargo, en el caso de los comerciantes se expresa una motivación concreta, entre las razones se argumenta que el 66% de los comerciantes desempeña únicamente dicho oficio, tomando en cuenta que existe un predominio de la participación de las mujeres dentro del comercio, además se puede hablar de una ligera relación de los comerciantes respecto a sus niveles de estudio puesto que el 62% posee niveles básico de educación y tan solo el 10% acudió a la universidad²¹, de antemano, este último dato tiene que ver con factores externos. La principal motivación de los comerciantes para vender en el tianguis radica en que lo hacen para llevar el sustento a la familia, solventar gastos y necesidades, debido a que el comercio es su fuente de trabajo y por lo tanto no desempeñan otra ocupación.

Por tanto, la racionalización de la acción social del tianguis y el turismo, pone de manifiesto conocer cuáles han sido las intenciones que llevan a los comerciantes, visitantes y habitantes, actuar como lo hacen.

De esta manera, se determina que el proceso de estratificación de los diferentes actores, se vierte en la acción social del tianguis y el turismo, desde los distintos escenarios de la vida cotidiana de cada una de las figuras implicadas, que fomenta la necesidad de acudir al tianguis tomando en cuenta que su motivación radica en la obtención de ingresos para el sustento de la familia o la adquisición de productos básicos necesarios, de tal forma que estas acciones envueltas recursivamente en el marco de las actividades diarias poseen un nexo permanente con elementos intrínsecos que se materializan en la práctica social, es decir, la conciencia práctica.

²¹ Véase gráfica 2, 4 y 9 en ANEXOS gráficas comerciantes

Los comerciantes, los visitantes y habitantes se mueven por la conciencia práctica la cual emerge de las prácticas sociales que confluyen en el tianguis.

Estas prácticas sociales repetitivas en palabras de Giddens como prácticas recursivas de los comerciantes, visitantes y habitantes constituyen el desarrollo del tianguis, y se distinguen a continuación:

-La continuidad de desplazamientos de comerciantes locales y foráneos, la población local y visitantes o turistas, estos movimientos son prácticas permanentes todos los días martes.

-Constante uso del espacio público (calles, plazas, banquetas, estacionamientos, etc.), tan es así que se distinguen diecinueve zonas que conforman al tianguis, estas zonas se reconocen por la especialización en la venta de productos específicos, por lo tanto se mencionan las más conocidas e importantes:

Avenida Benito Juárez (sobre la secundaria técnica N°1): se reconoce por la venta de frutas y verduras, existen también puestos de pescados y mariscos.

Calle Cuauhtémoc (entre los dos mercados): predomina la venta de frutas y verduras, comida preparada. Cerca de la presidencia se ubican pocos puestos que venden cestería.

Calle Cuauhtémoc esquina Av. Nicolás Bravo: zona identificada porque aún permanece un puesto de pulques y curados, además de la venta de pan artesanal de la región, *pan de nata, naranja, vainilla, etc.*

Plaza Libertad: predomina la venta de ropa, zapatos, es la zona más antigua del tianguis.

Av. José Morelos y Pavón (se encuentra farmacias del ahorro, Farmacias San Carlos, etc.) se visualiza la venta de comida (tacos), venta de frutas y verduras, puestos de pan, artículos de papelería, venta de parrillas, artículos para la cocina, tanques de gas, productos de plomería, diablos de diversos tamaños y carritos para hacer las compras.

Andador Carlos Hank González 1ra sección (frente a la iglesia) predomina la venta de zapatos y ropa de paca.

Andador 2ª sección (se ubica el monumento de Carlos Hank González): predomina la venta de ropa y zapatos.

Andador 3ra sección (sobre el banco Santander Serfin): predomina la venta de ropa, pocos puestos aun venden ropa para el día de mulas.

Calle Mariano Matamoros: predomina la venta de fruta y verdura, algunos artículos para el hogar productos de plástico (cubetas, atomizadores, pinzas, etc.) y es de la únicas calles que se reconocen por la venta de cobijas y cobertores.

Andador 4a sección (escultura topónimo del municipio): predomina la venta de productos de lana al mayoreo y menudeo.

Zona de chácharas (Avenida Nicolás Bravo): se encuentran productos de importación como es el caso de ropa y tenis de marca, ropa de segunda mano *pacas*, perfumes, aparatos electrónicos como televisores, celulares, lap tops, discos para videojuegos, videojuegos, herramientas de segunda mano, muebles, baños y artículos para baños, al inicio de esta zona se encuentran aún puestos que venden granos y semillas (maíz, haba, trigo, etc.) por cuartillo.

Los portales: en día martes frente al banco HSBC predomina la venta de diversas flores.

Calle Josefa Ortiz de Domínguez: es reconocida por la venta de comida preparada, *pata de borrego en consomé*, *tacos de sangre de borrego*, *barbacoa*.

Segundo mercado municipal Moctezuma: reconocido debido a que los días martes se vende barbacoa y diferentes tipos de carnes (cerdo, borrego, pollo).

Av. 16 de septiembre (esquina de Parisina): se reconoce por la venta de animales *guajolotes*, *conejos*, *perros*, *gallos*, también cazuelas de barro y cerámica.

Central de abastos: reconocida por la venta de frutas y verduras al mayoreo.

Rancho las tablas: reconocido por la venta de animales *caballos, borregos, patos, guajolotes, burros, cerdos, perros, piel de borrego, de vaca, cebada, trueque de leña.*

Estacionamiento: entre calle Miguel Hidalgo y Victoriano González (sobre el restaurante las campanas) se caracteriza por la venta de verduras, fruta, materias primas, artículos de limpieza.

Glorieta Benito Juárez: se caracteriza por el trueque de leña.

-La comercialización de productos (para la obtención de ingresos económicos) y la compra, consumo de productos (para satisfacer las necesidades básicas) se expusieron en la descripción de las zonas, donde se muestra la diversidad de productos que se comercializan y compran.

-Uso constante de servicios: baños públicos, transporte público, estacionamientos, esto es utilizado por los comerciantes, pero también por parte de los visitantes²², y son utilizados durante el tiempo que permanecen en el tianguis que es aproximadamente de 2 a 4 horas²³, pero además de realizar las compras del recaudo, algunos visitantes y pobladores aprovechan para desayunar o comer según sea la hora de su visita y otras aprovechan para actualizarse de las novedades del lugar así como lo expresa María del Socorro, habitante:

A veces se queda uno platicando, hay personas que venden con las que nos ponemos a platicar un poquito de la verdura y si no con la señora que vende por ahí gorditas, aunque no estemos comprando pues si nos ponemos a platicar porque ya tantísimos años que nos vemos de martes en martes, que si con ellos platicamos un rato. Pero regularmente, me tardo una media hora en hacer las compras en el caso de haber todo cerca, que no hayan faltado los puestos, si nos faltan algunos puestos entonces hay que recorrerle un poquito más, una media hora cuando mucho una hora, pero cuando

²² Véase gráfica 40 en ANEXOS gráficas comerciantes y gráfica 16 en ANEXOS gráficas visitantes

²³ Véase gráfica 12 en ANEXOS gráficas visitantes

se trata de salir con la familia si llevamos el tiempo, salimos andar viendo por aquí por allá y tranquilamente si nos llegamos a tardar unas tres horas.

Lo antepuesto refiere a las prácticas recursivas producto de la acción social que se entrelaza al proceso de estratificación antes explicado lo que posibilita la práctica del tianguis.

4.3 La estructura del tianguis y el turismo

Previamente se abordaron los elementos que constituyen la acción social, empero, esa acción social contribuye a la constitución de la estructura edificada mediante reglas y recursos. Estas reglas y recursos se refieren a las propiedades que hacen posible la conjunción de prácticas sociales similares y que existan a través del tiempo y el espacio, para ellos se distinguirá la estructura del tianguis y el turismo.

De esta manera, se debe entender que las reglas del tianguis y el turismo son las pautas a seguir en el desarrollo de las actividades, aquellas fórmulas metódicas producto de la experiencia empírica para llevar a cabo y resolver distintas situaciones en el contexto del tianguis, independientemente de la figura social que corresponda. Y recursos como los elementos de los cuales se hacen uso en el ejercicio del tianguis, como se muestra a continuación:

Estructura del tianguis y el turismo

<i>Reglas</i>	<i>Recursos</i>
a) La duración del tianguis (termina el mismo día que comienza)	a) El espacio (el tianguis se desarrolla sobre las principales calles del municipio, sobre banquetas, plazas, estacionamientos, etc.)
b) La interacción personal entre actores: comerciante,	b) Mercancías (diversidad de productos)

comprador, ya sea este habitante y visitante o turista	
c) Temporalidad (es semanario)	c) Formas de pago del intercambio comercial (trueque o papel moneda)
d) Desplazamientos constantes	d) Medio de transporte empleado para desplazarse al tianguis
e) Intercambio comercial	
f) Organización de los puestos y mercancías	
g) Pago de licencias y permisos, así como el pago semanal del uso de suelo	

Cabe resaltar que los actores involucrados saben cuándo emplear las reglas y cuando cambiarlas, pues estas se actualizan en procesos de interacción. La estructura del tianguis y el turismo son las reglas que guían prácticas ordenadas recursivamente, las prácticas conllevan reglas y las reglas existen en las prácticas.

Por tanto, las reglas y los recursos que componen las estructuras del tianguis se interrelacionan constantemente con las prácticas sociales de los actores, lo que permite que haya una reproducción de la estructura del tianguis y el turismo, de esta manera, los recursos y las reglas son el medio y las consecuencias de la reproducción de dicha estructura, lo que da lugar a la dualidad de la estructura.

4.4 La Dualidad de la Estructura del tianguis y el turismo

La dualidad de la estructura es el principal fundamento de las continuidades en la reproducción social del tianguis y el turismo a través del tiempo, con esto se pretende expresar que la acción social y la estructura actual del tianguis y el turismo

no son las mismas de antaño, en este sentido, se deben distinguir aquellos cambios en las estructuras o en la acción social dada la influencia reciproca de ambos elementos.

Comerciantes, habitantes y visitantes reconocen algunos cambios suscitados en la práctica del tianguis. Al respecto Refugio Gómez Bobadilla *habitante* menciona:

Recuerdo que cuando yo era chica, el tianguis era pequeño, se ubicaba únicamente dónde está el quiosco, vendían tacos en las tardes, eran puestecitos, uno, dos, tres, ¡no como ahora que son cuadras completas!, y abastos, ¡dónde se escuchaba eso de abastos y todo eso!, era antes nomas en el quiosco, no estaba como ahora esta. Veía más verdura y comida, ¡ropa casi no!, ahora es puesto tras puesto de ropa.

Además, antes la venta de animales estaba en el centro, se vendían animales de pluma que son gallos, gallinas, pero también era chiquito y ahora el mercado de animales se pasó sobre el Boulevard y está enorme. ¡Todo ha cambiado, el tianguis no llegaba hasta mi casa!

Otro testimonio en palabras de Jesús Alvirde, *visitante*:

La parte de la venta de animales no se encontraba donde ahora está, estaba donde se ubica la escuela de monjitas y eran corrales, bueno, la primera vez que yo fui eran corrales, posteriormente, lo empezaron a modificar porque ya no cabían los animales y los sacaban en las calles y de ahí se reubicó cerca de la procuraduría del municipio y ahora ya en la zona que la conocemos por el rancho las tablas, pienso yo, que la reubicación de los animales fue una decisión acertada, porque en el centro corrían mucho riesgo los niños, porque hay personas que llevan animales brutos y si les llegaba a escapar era un relajo y a donde están ahora es un campo abierto, si se escapa corre y no hay mucho peligro. Antes vendían nadamás caballos, vacas, borregos, marranos y ahora ya venden pájaros, perros, ya es otra cosa más grande, hasta cervezas y micheladas ya venden ahí.

El transporte también ha cambiado, antes se llevaba a los animales caminando, arriando, lo que era la vereda y ahora ya hay camiones y más transporte.

Del mismo modo Pilar González *visitante* expresa:

Realmente, no recuerdo la diferencia entre antes o ahora, pero si reconozco que se ha modificado la oferta de sus productos, anteriormente se podían ver cosas más locales y tradicionales, no solo en la ropa, sino también en los artículos de cocina, hoy es más evidente la oferta de artículos que no pertenecen tanto al entorno local, como la ropa de paca y los productos chinos.

En años recientes las visitas son para recreación, es decir solo viajamos con mi familia para despejarnos y ver qué novedades hay en el tianguis, aunque en la mayoría de las visitas al tianguis siempre terminamos adquiriendo artículos entre ellos de alimentación o vestimenta.

Tomando en cuenta los testimonios anteriores, son evidentes los cambios en el tianguis, las dimensiones del mismo, la constitución de algunos productos, la incorporación de otros, pero también se resaltan algunas modificaciones en los desplazamientos por parte de los visitantes.

Secundando lo anterior, es primordial resaltar las analogías y divergencias de la estructura del tianguis y el turismo como se muestra a continuación:

<i>Tianguis Tradicional (Estructura tradicional)</i>		<i>Tianguis actual (Estructura actual)</i>	
Reglas	Recursos	Reglas	Recursos
La duración del tianguis. El tianguis comenzaba por la	El espacio del tianguis se concentraba únicamente en la	La duración del tianguis, El tianguis comienza en la madrugada y	El espacio del tianguis se concentra en todo el centro de la

<p>mañana y terminaba por la noche.</p> <p>Termina el mismo día que comienza</p>	<p>plaza principal del municipio</p>	<p>termina antes de medianoche.</p> <p>Termina el mismo día que comienza</p>	<p>cabecera municipal</p>
<p>La interacción personal de los actores.</p> <p>Comerciantes, habitantes y turistas extranjeros.</p>	<p>Los desplazamientos eran a pie</p>	<p>La interacción personal de los actores.</p> <p>Comerciantes, habitantes y visitantes locales.</p>	<p>Los desplazamientos son en transporte público o propio</p>
<p>La temporalidad (semanal)</p>	<p>Las mercancías eran de carácter local</p>	<p>La temporalidad</p> <p>permanece los martes de cada semana</p>	<p>Algunas mercancías son producidas o fabricadas localmente, pero también existen productos importados o chinos</p>
<p>Desplazamientos constantes</p>	<p>Predominaba el pago a través del trueque</p>	<p>Se mantienen los desplazamientos constantes</p>	<p>El intercambio comercial es a través de papel moneda, y son los pocos lugares</p>

			donde se lleva aun el trueque
<p>Organización de los puestos y mercancías (existía un orden respecto a las mercancías y ello determinaba la organización del tianguis, anteriormente se denominaban rincones)</p>		<p>Organización de los puestos y mercancías. Dejo de predominar el orden de los productos, se visualizan todo tipo de productos en todas las zonas, son pocas las que conservan una organización respecto a sus mercancías</p>	
<p>Pago de licencias y permisos, así como el pago semanal del uso de suelo. El pago de la licencia era de 70 pesos anuales.</p>		<p>Pago de licencias y permisos, así como el pago semanal del uso de suelo. El pago de la licencia es de aproximadamente 200 pesos anuales.</p>	

Por tanto, se reconoce una expansión de la práctica social del tianguis, cubriendo las principales calles del centro del municipio de Tinguistenco, también una extensión en la duración del tianguis que comienza por la madrugada y termina antes de la media noche. Cabe resaltar la reubicación del comercio de animales al

rancho las tablas, donde también es de interés mencionar que esa zona se está ampliando. Además, se carece de un orden en los espacios donde se desarrolla el comercio el día martes.

Por otro lado, se distingue que los desplazamientos turísticos también han cambiado, anteriormente se reconocían turistas extranjeros, hoy se distingue un predominio de desplazamientos locales, del modo las mercancías han dejado de ser de carácter local-tradicional, se han incorporado diversos productos nacionales y de importación, así como las formas intercambio, son pocos los espacios donde se desarrolla el trueque.

De esta manera, las prácticas sociales de los actores involucrados directamente en el tianguis propician la conformación de reglas y recursos, sin embargo, se han transformado con el paso del tiempo. Las estructuras, como la sociedad son dinámicas, se ha delineado una actualización en la estructura del tianguis y el turismo, también nuevas prácticas que han configurado dicha estructura, las modificaciones en ambas se dan de manera sincrónica, al mismo tiempo. Es decir, la práctica del tianguis es un proceso social histórico, de interacción de diversos grupos a la vez que su reproducción cotidiana, pues de esta manera, ellos mismo crean los medios como las condiciones en que se desarrolla el tianguis. La continuidad de la estructura necesita el concepto de la estructuración como reproducción de relaciones sociales a lo largo del tiempo, puesto que la reproducción también es estructuración.

4.5 La estructuración social y turística del tianguis de Santiago Tianguistenco

Es preciso resaltar, que las transformaciones del tianguis y el turismo se deben a la dualidad de la estructura, como aquel proceso dialéctico que permite la actualización de las prácticas y la estructura, esto a su vez propicia el mantenimiento de la práctica del tianguis y del mismo modo los desplazamientos ligados a este espacio, de esta manera, se entrevé la conservación del tianguis desde el siglo XVI hasta la actualidad, tomando en cuenta que, acorde a Giddens, los rasgos más duraderos de la vida se denominan instituciones, por tanto la práctica del tianguis es una institución, tomando en cuenta su permanencia a través del tiempo.

La institución de la práctica del tianguis conlleva los desplazamientos turísticos de manera implícita, puesto que vienen a complementar la práctica del tianguis.

Cabe resaltar que el proceso de estructuración del tianguis permite observar la confluencia simultánea de productos tradicionales y productos ligados a la modernidad derivados de la práctica de los actores sociales involucrados, de esta manera se reconocen la convivencia de mercancías de distinto orden que son buscadas por los habitantes, visitantes y los propios comerciantes como parte de su vida cotidiana envuelta recursivamente.

Esta estructuración permite también la coexistencia del tianguis con espacios de uso comercial, como mercados municipales, centros y plazas comerciales instaladas dentro del municipio.

Conclusiones

El tianguis de Santiago Tianguistenco se ha consolidado como un espacio social y cultural que pone de manifiesto las expresiones más importantes de la vida diaria de la población y pueblos circunvecinos desde tiempos remotos, de tal forma que se ha convertido en una práctica elemental para el desarrollo de las actividades de diferentes actores sociales como los comerciantes, los habitantes y visitantes locales.

La vida cotidiana de los actores, desde el núcleo familiar ligada a la práctica del tianguis, ha posibilitado la permanencia de los desplazamientos a este espacio comercial, tomando en cuenta que las motivaciones sean por la búsqueda de un sustento económico o para abastecerse de los productos básicos, lo que ha favorecido que la práctica del tianguis y el turismo sea un conocimiento heredado por generaciones, aprendido desde la experiencia empírica.

En este sentido, el postulado teórico de la estructuración de Giddens, permitió conocer cuáles son las prácticas sociales que se entretajan para el desarrollo del tianguis, producto de la acción social de los comerciantes, habitantes y visitantes, que posibilitó la estructuración social y turística del tianguis de Santiago Tianguistenco.

De esta manera se cumplió con el objetivo general de la investigación respecto al análisis de la estructuración social y turística del tianguis de Santiago Tianguistenco a partir de las prácticas recursivas que han contribuido a dicho proceso. Al mismo tiempo se dio respuesta a las preguntas planteadas inicialmente, obteniendo que efectivamente son las prácticas sociales de los pobladores y visitantes las que han originado la estructuración del tianguis, y esta estructuración ha permitido conservar sus rasgos culturales como un atractivo turístico puesto que fomenta los desplazamientos en él.

Por otro lado, la práctica del tianguis y el turismo se establece como un espacio necesario, de convivencia, donde se establecen relaciones sociales que entretajan

lazos de amistad entre los actores, además de que esta práctica se constituye como una forma de vida que pone en relieve que las actividades comerciales van más allá de las transacciones netamente económicas, puesto que el tianguis se conforma como un emblema de una forma de trabajo y un emblema cultural respecto al territorio, que distingue y otorga un reconocimiento a sus habitantes.

Cabe resaltar, que a pesar de que el tianguis no posea las regulaciones de un organismo oficial para protegerlo, la práctica social continúa de los actores involucrados permiten el mantenimiento del tianguis como una institución socio cultural. Además, de que la estructuración identificada en esta práctica ha propiciado el fortalecimiento del mismo y hace posible la convivencia con otros espacios de carácter comercial establecidos en el municipio.

De esta forma, la estructuración del tianguis y el turismo permite que el tianguis posea aspectos de carácter tradicional y aspectos ligados al mundo global de manera simultánea. Finalmente, el tianguis se observa como un espacio que mantiene y refleja las actividades tradicionales que distinguen a la población mexicana, y puede ser considerado como una opción para el fomento y fortalecimiento de la producción local.

Referencias bibliográficas

- Aguirre Beltrán, Gonzalo (1992). *Obra antropológica VI. El proceso de aculturación y el cambio sociocultural en México*. Ed. México
- Bonfil Batalla, Guillermo (1991) *Pensar nuestra cultura*. México, Alianza, 1991.
- Castillo Nechar, Marcelino (1995) *El tianguis de Toluca: una reminiscencia de los mercados prehispánicos*. Toluca, México: Universidad Autónoma del Estado de México.
- Clavijero, Francisco Javier (1945) *Historia Antigua de México*, Editorial Porrúa, 1945, Vol. II, pp. 280-290. Publicado en: León Portilla, Miguel (1983) *De Teotihuacán a los aztecas: Antología de fuentes e interpretaciones históricas*, México, UNAM, 1983, México, D.F.
- C. Vaillant., George (1955) *La civilización azteca* (1ª edición en inglés), 1941, 2ª edición en español, México Fondo de Cultura Económica, 1955, pp. 112-121. Publicado en: León Portilla, Miguel (1983) *De Teotihuacán a los aztecas: Antología de fuentes e interpretaciones históricas*, México, UNAM, 1983, México, D.F.
- Colín Reyes, María Julieta; Munguía González, Angélica María (2000) *Importancia de las acciones de promoción turística en el municipio de Tianguistenco, México para el impulso de la actividad turística*. Tesis de Licenciatura en Turismo. Facultad de Turismo y Gastronomía, Universidad Autónoma del Estado de México.
- Díaz del Castillo, Bernal (2004) *Historia verdadera de la conquista de la Nueva España*, Editorial Porrúa, México.
- Escamilla Esquivel, Araceli; Guerras Galindo, Tania (2009) *Basura, comportamiento social y ambiente en la cabecera municipal de Santiago Tianguistenco, Estado de México de México*. Tesis de Licenciatura en Antropología Social. Facultad de Antropología, Universidad Autónoma del Estado de México.

- Fuller, Norma (2014) *Turismo y Cultura, entre el entusiasmo y el recelo*. PUCP. Editorial
- Giddens, Anthony (1984) *La constitución de la sociedad, bases para la teoría de la estructuración*. Amorrortu Editores, Buenos Aires, Argentina
- INAH/CONACULTA (2012) Estado de México, Tianguistenco. Folleto turístico. Editorial Raíces.
- Menegus Bornemann, Margarita (2000) *Mercados y Tierras: El impacto de las reformas borbónicas en las comunidades indígenas*. Mercados Indígenas en México, Chile y Argentina, Siglos XVIII Y XIX. Jorge Silva Riquer, Antonio Escobar Ohmte de. Compiladores. Instituto de Investigaciones Dr. José María Luis Mora.
- Motolín, Toribio de Benavente (1903) *Memoriales*, París, cap. XXII pp. 326-330. Portilla, Miguel (1983) *De Teotihuacán a los aztecas: Antología de fuentes e interpretaciones históricas*, México, UNAM, 1983, México, D.F. Centro de Investigaciones y Estudios Superiores en Antropología Social 2000, México, D.F.
- Orozco y Berra, Manuel (1960) *Historia Antigua y de la conquista de México*, edición preparada por Ángel María Garibay K.; y Miguel León Portilla, Editorial Porrúa, México, 1960. En Miguel León Portilla (1983) *De Teotihuacán a los aztecas: Antología de fuentes e interpretaciones históricas*, México, UNAM 1983, MÉXICO. D.F.
- Pomar Jiménez, Julio (1996) *el Comercio en América Latina desde los aztecas hasta la independencia*. EDAMEX.
- Soustelle, Jacques (1970) *La vida cotidiana de los aztecas en vísperas de la conquista*. 2ª edición en español. Fondo de Cultura Económica, México.
- Romero Quiroz, Javier (1978) *Santiago Tianguistenco*. Villa Tianguistenco de Galeana, primer centenario 1878-1978. Gobierno del Estado de México, México.
- Romero, Héctor Manuel (1990) *Del tianguis a la modernización de Coabasto, 1990*, Ciudad de México. Coordinación general de abasto y distribución, D.F.

- Sánchez, Reyes Ayda Sonia (1997) *Metepac, Fortalecimiento de una Tradición Alfarera*. Tesis Licenciatura en Turismo. Facultad de Turismo y Gastronomía. Universidad Autónoma del Estado de México.
- Velázquez Morales, Isaac Luis (1999) *Santiago Tianguistenco. Crónicas de un mercado prehispánico*. Fundación Cuauhtémoc Hank Rhon. Primera edición 1999, México.
- Velázquez Morales, Isaac Luis (1999) *Tianguistenco. Monografía Municipal*. Instituto Mexiquense de Cultura. Toluca, México.
- Villareal de la Garza, Mercedes (1962) *Desde los tianguis hasta los mercados modernos*. Printed at the American School, 1962, México, D.F
- Zorrilla, Alejandra (2010) *El tiempo y el espacio del turismo cultural*. Consejo Nacional para la Cultura y las Artes CONACULTA, México.

Referencias electrónicas

- Arellanes Cancino, Yaayé; Casas Fernández, Alejandro (2011) *Los mercados tradicionales del valle de Tehuacán-Cuicatlán: Antecedentes y Situación actual*. En Revista electrónica, Nueva Antropología, Vol. XXIV, Núm. Enero-junio, 2011, pág. 93-123. Asociación Nueva Antropología A.C. Documento electrónico. Disponible en: <file:///C:/Users/Usuario/Downloads/LOS%20MERCADOS%20TRADICIONALES%20DEL%20VALLE%20DE%20TEHUAC%C3%81N-CUICATL%C3%81N-%20ANTECEDENTES%20Y%20SITUACI%C3%93N%20ACTUAL.pdf>
- Bellucci, Paola (2002). *La herbolaría en los mercados tradicionales*. En Revista "Del Centro de Investigación". Vol. 5, Núm. 018-017, junio-julio 2002, pp. 63-70. Distrito Federal, México: Universidad La Salle. Disponible en: <http://campusvirtual.uaq.mx/OtomiOnline/file.php/1/secciones/salud/H03Herbolariaenmercados.pdf>
- Contreras Soto, Ricardo (2007) *Mercados itinerantes-tianguis. La lógica de los mercados*. Disponible en: <http://www.eumed.net/libros-gratis/2007b/296/1c.htm>
- Espinoza Zepeda, Horacio (2013) *El conjuro urbano, táctica y estrategia del tianguis mexicano*. Tesis Doctoral disponible en Línea. Doctorado en Psicología, Facultad de Psicología, Universidad Autónoma de Barcelona. Documento electrónico disponible en: <http://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/125706/hez1de1.pdf?sequence=1>
- Fabre Platas, Anhú Alberto y Yeste Santamaría Simón (2012) *Deconstruir la globalización desde la economía solidaria*. Revista Paz y Conflictos. Instituto de Investigaciones y Estudios Superiores Económicos y Sociales. Universidad Veracruzana. Disponible en: http://www.ugr.es/~revpaz/articulos/rpc_n5_2012_art5.pdf

- Gamboa Ramírez (2009) *Abasto y finanzas de la ciudad de México 1800-1850*. Facultad de Filosofías y Letras, Universidad Autónoma de México. P. 489-514. Publicado en: Caminos y mercados de México Janet Long Towell y Amalia Attolini Lecón (coordinadoras). Universidad Nacional Autónoma de México, Instituto de Investigaciones Históricas, Instituto Nacional de Antropología e Historia. 2009 690 p. Disponible en: <http://www.historicas.unam.mx/publicaciones/publicadigital/libros/caminosymercados/cm025.pdf>
- García Guzmán, Jorge (2001) *Los vendedores ambulantes en la ciudad de México, planteamiento para un modelo econométrico*. Tesis licenciatura en economía. Universidad autónoma de México. Disponible en línea: <http://www.economia.unam.mx/secss/docs/tesisfe/GarciaGJ/portada.pdf>
- Gayosso Ramírez, José Luis (2014) *Apropiación del espacio público y conflictividad social: El proceso de movilización y resistencia de los comerciantes del tianguis de artesanías del Centro Histórico de Coyoacán, México*. Revista el Canelazo Universidad Autónoma Metropolitana, Iztapala Disponible en: <http://www.historicas.unam.mx/publicaciones/publicadigital/libros/caminosymercados/cm024.pdf>
- González Liliana; Hender Viloría (2007) *El imperialismo cultural y los procesos de integración latinoamericanos*. Quórum Académico, vol. 4, núm. 2, julio-diciembre, 2007, pp. 149-169, Universidad del Zulia, Venezuela. Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=199016809009>
- Hernández Espinoza, Rafael (2012): *Entre el anonimato y la exposición: Interacción, desigualdad y orden social en los centros comerciales de la Ciudad de México*. CIESAS. Documento electrónico disponible en: <http://ciesasdocencia.mx/Tesis/PDF/771.pdf>
- Hernández Rodríguez, Rosaura (2013) *El Valle de Toluca, Época prehispánica y siglo XVI*. El Colegio Mexiquense, A.C., Gobierno del Estado de México. Tercera Edición. Documento electrónico disponible en:

<http://ceape.edomex.gob.mx/content/el-valle-de-toluca-%C3%A9poca-prehisp%C3%A1nica-y-siglo-xvi>

- León Portilla, Miguel (1962) *La institución cultural del comercio*. En estudios de cultura náhuatl. Vol. III. México, 1962. Documento electrónico disponible en:
<http://www.historicas.unam.mx/publicaciones/revistas/nahuatl/pdf/ecn03/030.pdf>
- León Salazar, Carlos (2010) *El comercio en la vía pública y el imaginario social en resistencia, el caso del tianguis de la Bola* en revista "Redalyc", número 159 enero-febrero 2010. Universidad Autónoma Metropolitana, México. Publicación electrónica, disponible en:
<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=32512747013>
- Licona Valencia, Ernesto (2014) *Un sistema de intercambio híbrido: El mercado/tianguis la Purísima, Tehuacán -Puebla, México*. Colegio de Antropología Social, Colegio de Antropología Social, Universidad Autónoma de Puebla, UAP, México. Disponible en:
<http://www.redalyc.org/pdf/814/81430522007.pdf>
- Miranda Rosales, Verónica; Haidé Andraca, Valdés Yasmin (2009) *El Desarrollo de la Industria Limpia en El Parque Industrial Santiago Tianguistenco*. Documento electrónico. Artículo electrónico en Revista Quivera, vol. 11, núm. 1, enero-junio, 2009, pp. 36-67, Universidad Autónoma del Estado de México, México. Disponible en: Disponible en:
<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=40113194004>
- Moncada González, Gisela (2009) *Políticas de abasto de alimentos en la ciudad de México en los albores de la guerra de Independencia 1810-1812*. P. 469-488 Facultad de Filosofía y Letras, Universidad Autónoma de México. Publicado en: Caminos y mercados de México Janet Long Towell y Amalia Attolini Lecón (coordinadoras). Universidad Nacional Autónoma de México, Instituto de Investigaciones Históricas, Instituto Nacional de Antropología e Historia. 2009 690 p. Disponible en:

<http://www.historicas.unam.mx/publicaciones/publicadigital/libros/caminosymercados/cm024.pdf>

- Orozco Hernández, María Estela (2006) *Escenarios interpretativos. Tendencias en la transformación de espacios rurales y periféricos de la Zona Metropolitana de la Ciudad de Toluca*. Documento electrónico. Artículo electrónico en Revista Investigaciones Geográficas No.60 México, ago. 2006. Facultad de Planeación Urbana y Regional. Universidad Autónoma del Estado de México. Disponible en: http://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S018846112006000200007&script=sci_arttext
- Paré, Luisa (1975). *Tianguis y economía capitalista*. En Revista "Nueva Antropología. Vol. 1, núm. 2, octubre 1975, pp. 85-93. Asociación Nueva Antropología A.C. México, D.F. Disponible en: <http://www.redalyc.org/pdf/159/15900204.pdf>
- Plan de Desarrollo Municipal (2013-2015) Gobierno del Estado de México Documento disponible en: [file:///C:/Users/Usuario/Downloads/Plan%20de%20Desarrollo%20Municipal%20Tianguistenco%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/Usuario/Downloads/Plan%20de%20Desarrollo%20Municipal%20Tianguistenco%20(1).pdf)
- Prontuario de Información geográfica de los Estados Unidos Mexicanos (2009) *Tianguistenco*, México. Documento electrónico disponible en: <http://www3.inegi.org.mx/sistemas/mexicocifras/datos-geograficos/15/15101.pdf>
- Quezada, Noemí (1995) *Congregaciones de indios y grupos étnicos: el caso del Valle de Toluca y zonas aledañas*. Universidad Autónoma de México. Documento electrónico. Artículo electrónico en Revista Complutense de Historia de América, núm. 21, pág. 141-165 Servicio de publicaciones UCM, Madrid, 1995. Disponible en: <http://revistas.ucm.es/index.php/RCHA/article/view/RCHA9595110141A>
- Romero Contreras, Alejandro Tonatiuh; Viesca González, Felipe Carlos; Hernández Tellez, Maribel (2010) *Formación del patrimonio gastronómico del Valle de Toluca, México*. Centro Interamericano de Recursos del Agua,

Facultad de Turismo y Gastronomía, Universidad Autónoma del Estado de México, México. Documento disponible en:

http://ergosum.uaemex.mx/pdfs/pdf_vol_17_3/05_tonatiuh_romero.pdf

- Sánchez, Verenice (2010) *Mercados mexicanos síntesis y germen de cultura*. CONACULTA/INAH. Disponible en: <http://www.inah.gob.mx/especiales/34-mercados-mexicanos-sintesis-y-germen-de-cultura>
- Secretaria de Turismo del Estado de México (2015) *Tianguistenco*. Disponible en: <http://turismo.edomex.gob.mx/turismo/htm/html/tianguistenco-atractivos.html>
- Suárez Molina, María Teresa (2009) *Los mercados de la Ciudad de México y sus pinturas*. Instituto Nacional de Bellas Artes. Centro Nacional de Investigación. Documentación e Información de artes plásticas. Janet Long Towell, Amalia Attlolini León Coordinadoras. Caminos y Mercados de México. Universidad Nacional Autónoma de México. Instituto Nacional de Antropología e Historia. México. D.F. Libro en formato electrónico. Disponible en:
<http://www.historicas.unam.mx/publicaciones/publicadigital/libros/caminosymercados/cm022.pdf>
- Torres Sandoval, Marisol (2011) *Tianguis Purhépecha*. Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo. Disponible en: http://tumbi.crefal.edu.mx/decisio/images/pdf/decisio_29/decisio29_testimonio1.pdf
- Villegas, Pascale (2010) *Del tianguis prehispánico al tianguis colonial: el lugar de intercambio y predicación (siglo XVI)*. Estudios mesoamericanos. Revista del programa de estudios mesoamericanos, UNAM, Nueva época 8, enero-junio 2010. Dispionible en: <http://www.iifilologicas.unam.mx/estmesoam/uploads/Vol%C3BAmenes/Volumen%208/Villegas-tianguis-prehispanico.pdf>

Referencias Clave

- Romualdo Delgadillo Galindo (Sr. Tereso); 2015, 56 años, comerciante, Almoloya del Río Estado de México.
- María del Socorro Sotres Monterrubio: 61 años, habitante
- Joel Miguel Andrade Romero; 63 años, habitante
- Refugio Gómez Bobadilla; 73 años, habitante
- Amílcar Jesús Dévora Zetina, 25 años, habitante
- María Vallejo Castro; 59 años, visitante, Toluca, Estado de México
- Esmeralda López Nava, 40 años, visitante, Almoloya del Río, Estado de México
- Jesús Alvirde Chávez, 48 años, visitante, Almoloya del Río, Estado de México
- María del Pilar González Ramos, visitante, San Miguel Totocuitlapilco, Estado de México.

Anexos

ANEXO TABLA LOCALIDADES

Tipología	Nombre de la Localidad	Tipología	Nombre de la Localidad
CIUDAD	Santiago Tianguistenco de Galeana	RANCHERÍAS	Chiquixpac Sección I
VILLA	San Nicolás Coatepec de las Bateas		Chiquixpac Sección II
PUEBLOS	Ocotenco		Ex-Hacienda De Atenco
	Coamilpa de Juárez		La Lagunilla
	Guadalupe Yancuictlalpan (Gualupita)		Metztitla
	La Magdalena de los Reyes (La Magdalena)		Ahuatenco
	El Mirasol		Santa Cruz de Bravo (Santa Cruz
	San Bartolo del Progreso (San Bartolo)		San José Mezapa Sección I
	San Lorenzo Huehuetitlán		Techmaninalli
	San Pedro Tlaltizapán		Barrio de Cruz
	Santiago Tilapa		El Apilulco
	Tlacomulco		Mumana-alt
	Tlacuittlapa		Las Animas
	San José Mezapa Sección II		Tzitzicazapa
	Tlaminca		Agua Escondida
	Antlantlaciapac	COLONIAS	Pueblo Nuevo
CASERIOS	El Tejocote		Tierra Colorada
	Texoconalco		La Cruz de la Misión
	Nextamalapa		Apango
	San Miguel Despoblado		Centro
	Pantezuntle		Guadalupe Rhon de Hank
	Tlapexco		Las Granjas
	La Campesina		El Potrero
RANCHOS	El Buen Suceso		La Palma
	El Herradero		Palmas de San Cayetano
	Fabrica Vieja		San Miguel
	La Loma		San Salvador
	San Agustín		Guadalupe
	San Pablo		Provicam
	San Rafael		San Isidro
	Los Cipreses		Don Catarino
FRACCIONAMIENTOS	Jardines de Santiago	UNIDADES HABITACIONALES	Izcalli Santiago
	La Mora		20 de Noviembre
	El Capulín		

Fuente: Plan de Desarrollo Municipal (2012-2015)

ANEXO TABLA: Empresas instaladas en el Parque Industrial de Santiago Tianguistenco.

EMPRESA	PRODUCTOS QUE ELABORA
1. LKS RODAMIENTOS Y EQUIPOS	Estructuras metálicas, cajas para chumaceras y sus partes.
2. TRAMEX	Trajes, sacos sport y pantalones para caballero.
3. MERCEDES BENZ*	Fabricación y ensamble de motores y vehículos automotores.
4. FREYSSINET DE MÉXICO	Ductos metálicos anclajes, presfuerzo metálico y cimbras metálicas.
5. RAFITEK S.A. DE C.V	Fabricación de productos de plástico.
6. MYSTIC IMPRESIONES	Libros, periódicos y revistas.
7. VALERSI	Trajes de vestir para caballero
8. GRACE	Elaboración de pinturas, lacas y barnices.
9. MAYWARE S.A.	Fabricación de productos de plástico
10. SEGEN	
11. PRODUCTOS AGRICOLAS	Fabricación de productos agrícolas
12. EN RENTA.	Naves

Fuente: Miranda (2009)

Tabla. Superficie de Tianguis y Mercados

Nombre	Localización	Superficie m²
Mercado Municipal	Av. Galeana	2,191.98
Centro Cuauhtémoc	Av. Galeana	2,197
Tianguis de los días Martes	Primer cuadro municipal	9,000
Tianguis de Guadalupe Yancuictlalpan, días Sábados	Calles: independencia, Nicolás Bravo, Benito Juárez, Aldama y Adolfo López Mateos.	1,000
Central de Abastos	Isidro Fabela y Moctezuma	13,288
Tianguis de Coatepec	Calle: Independencia Y Centro	
Tianguis de San Pedro Tlaltizapán	Calles: Av. Benito Juárez y zona industrial.	
Tianguis de la Leña	Boulevard Lic. Benito Juárez	

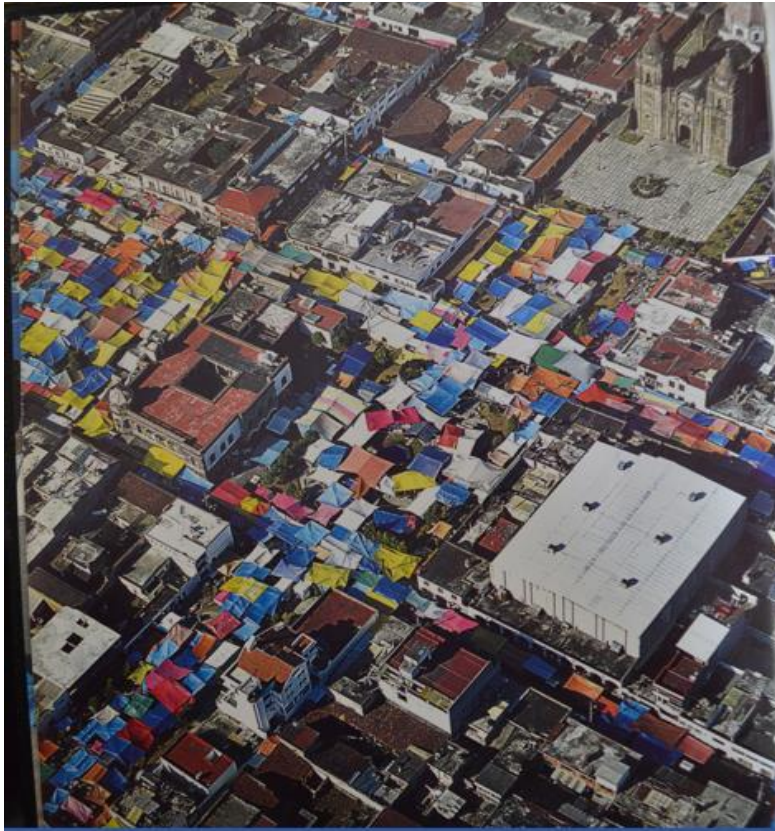
Fuente: (Plan de Desarrollo Municipal de Santiago Tianguistenco 2012-2015)



3. Tianguis sobre plaza libertad, 1923 (Revista Mi pueblo, Santiago Tianguistenco. Edición especial, septiembre 2009)



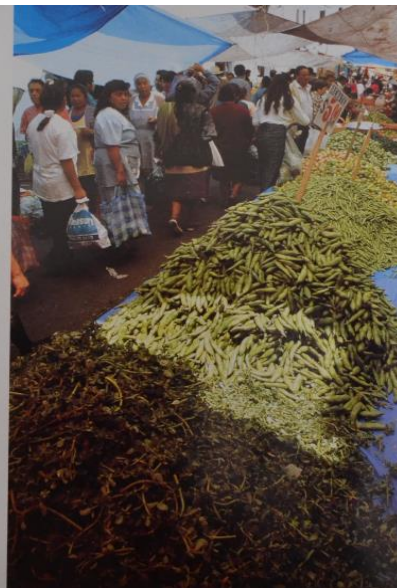
4. Vista aérea tianguis, Plaza Libertad, centro de Tianguistenco (Crónicas de un mercado prehispánico, 1999)



5. Vista aérea tianguis, cabecera municipal (Crónicas de un mercado prehispánico, 1999)



6. Vista aérea tianguis, cabecera municipal (Crónicas de un mercado prehispánico, 1999)



7. Intercambio de leña y algunos productos en el tianguis (Crónicas de un mercado prehispánico, 1999)



8. Último puesto de canastas (Trabajo de Campo)



9. Venta de lana, productores de la comunidad de Gualupita en el tianguis



10. Venta de ropa importada (paca Premium)



11. Venta de ropa y productos de barro



12. Venta de diversos animales



13. Venta de granos y semillas, por cuartillo

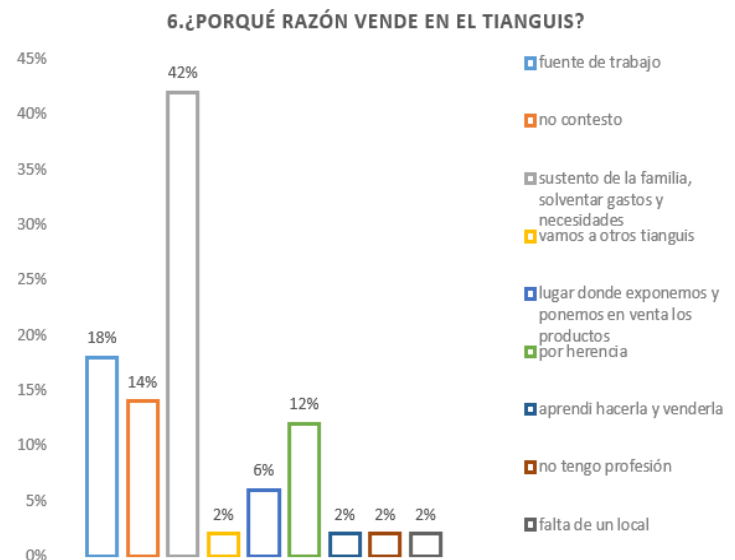
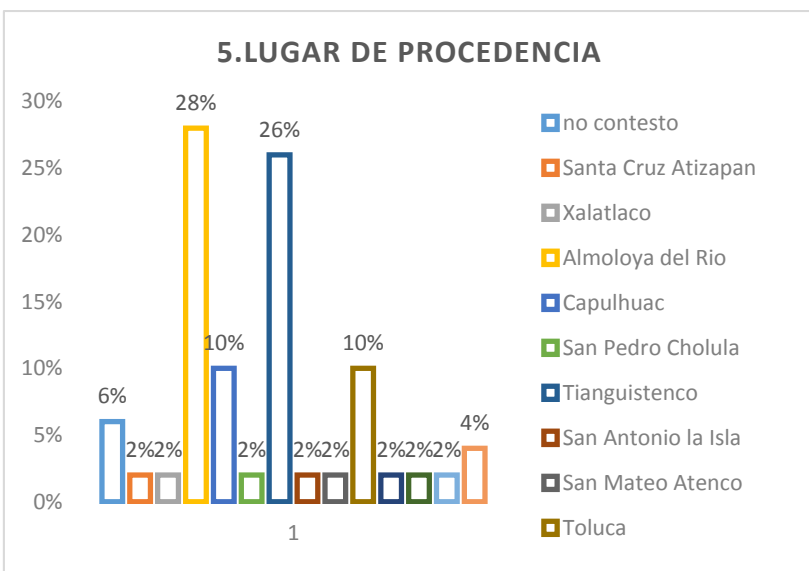
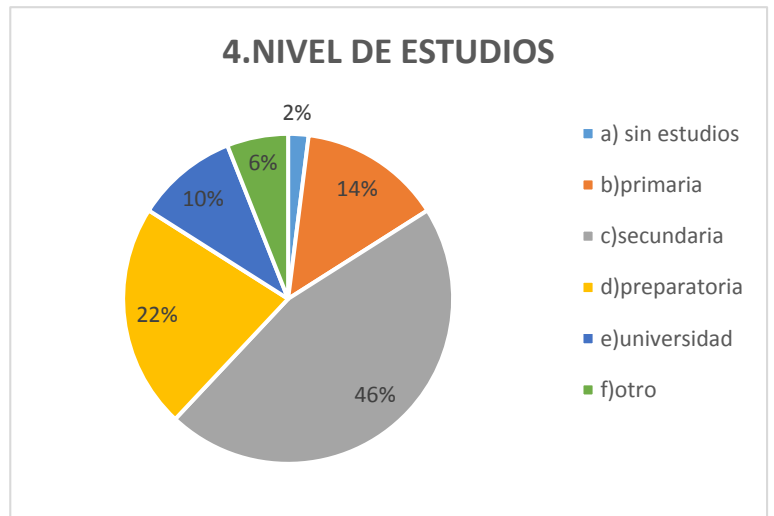
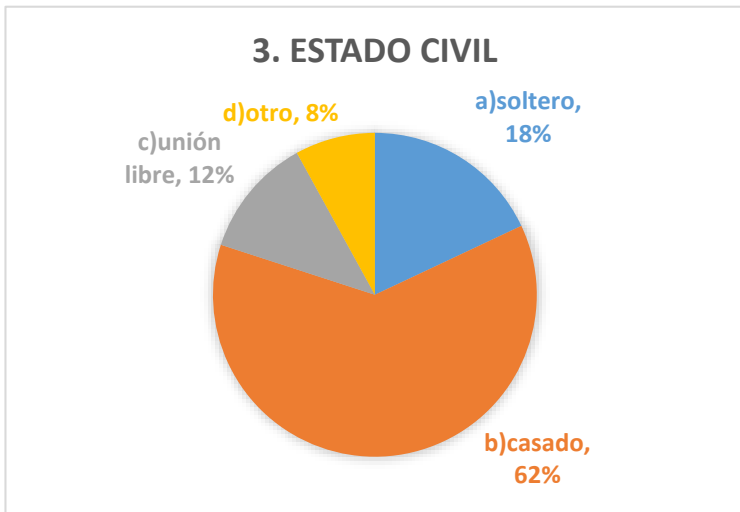
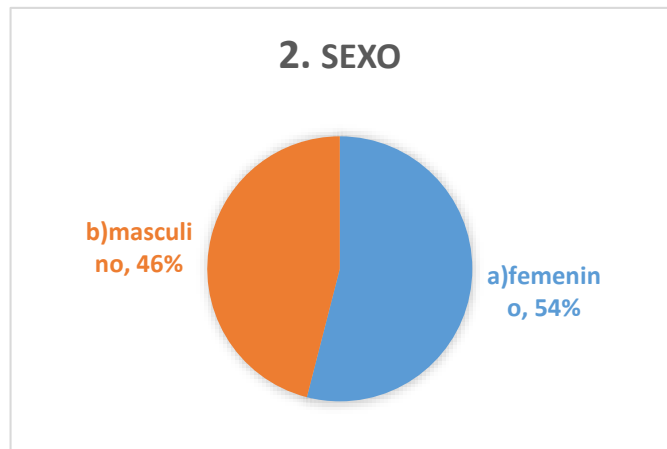
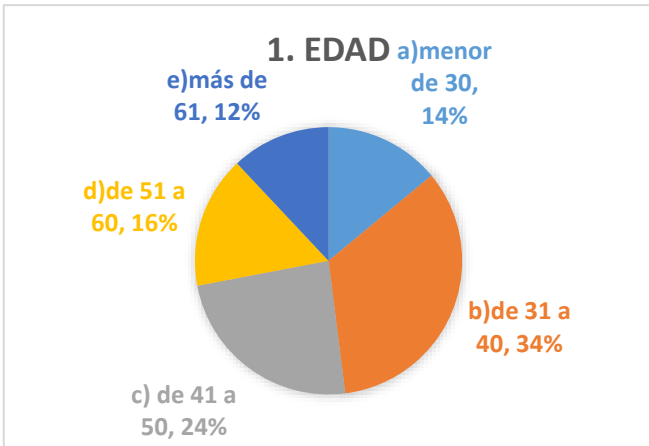


14. Venta de verduras

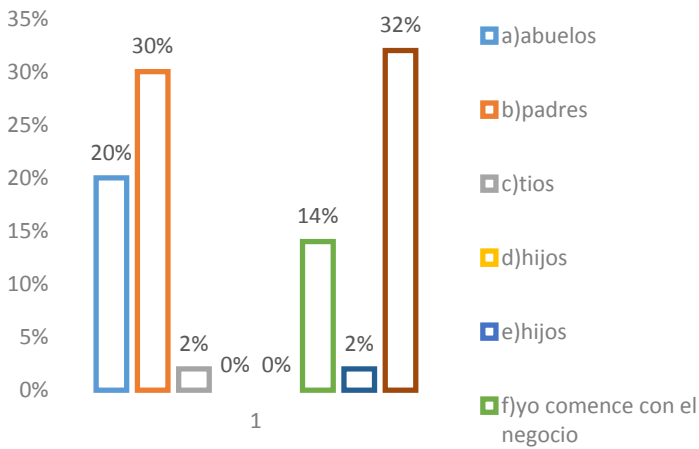


15. Venta de frutas

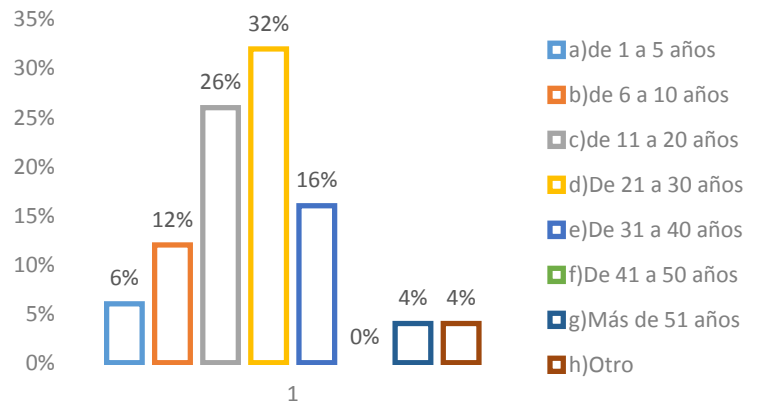
ANEXO 4 GRÁFICAS COMERCIANTES



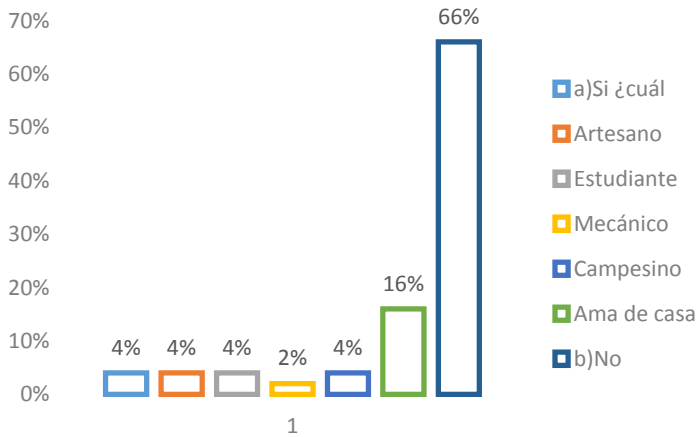
7. ¿QUIÉN INICIO CON ESTE OFICIO?



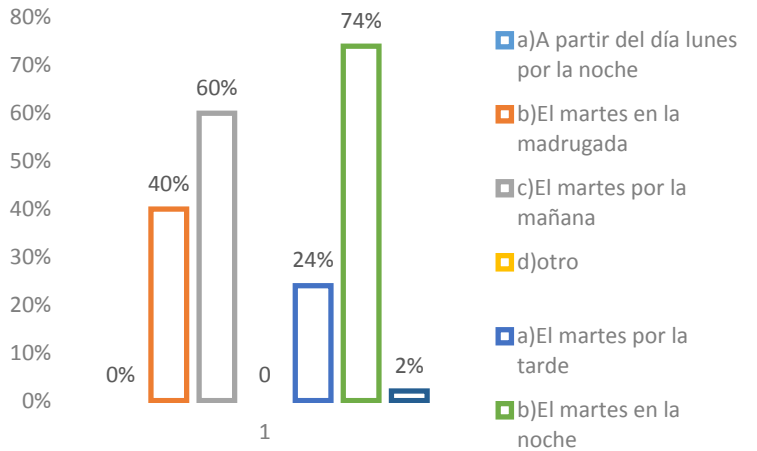
8. ¿HACE CUANTO TIEMPO COMENZO A VENDER?



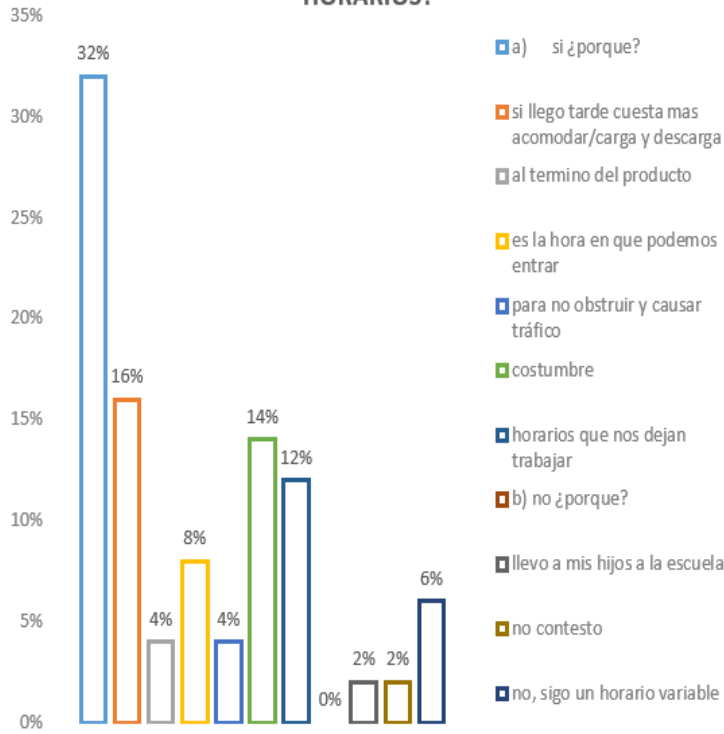
9. ¿DESEMPEÑA OTRA OCUPACIÓN?



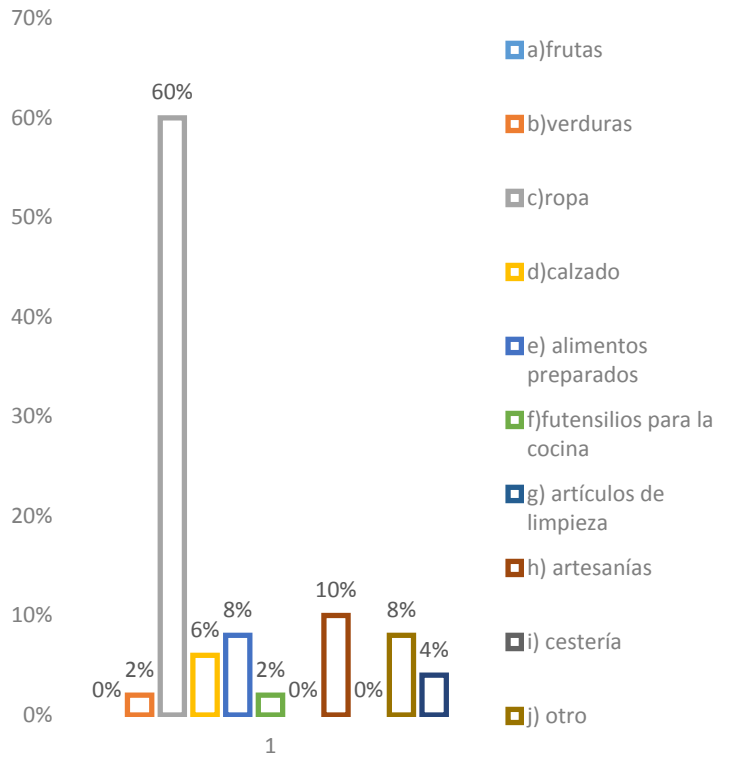
10. ¿CUANDO LLEGA Y CUANDO SE VA?



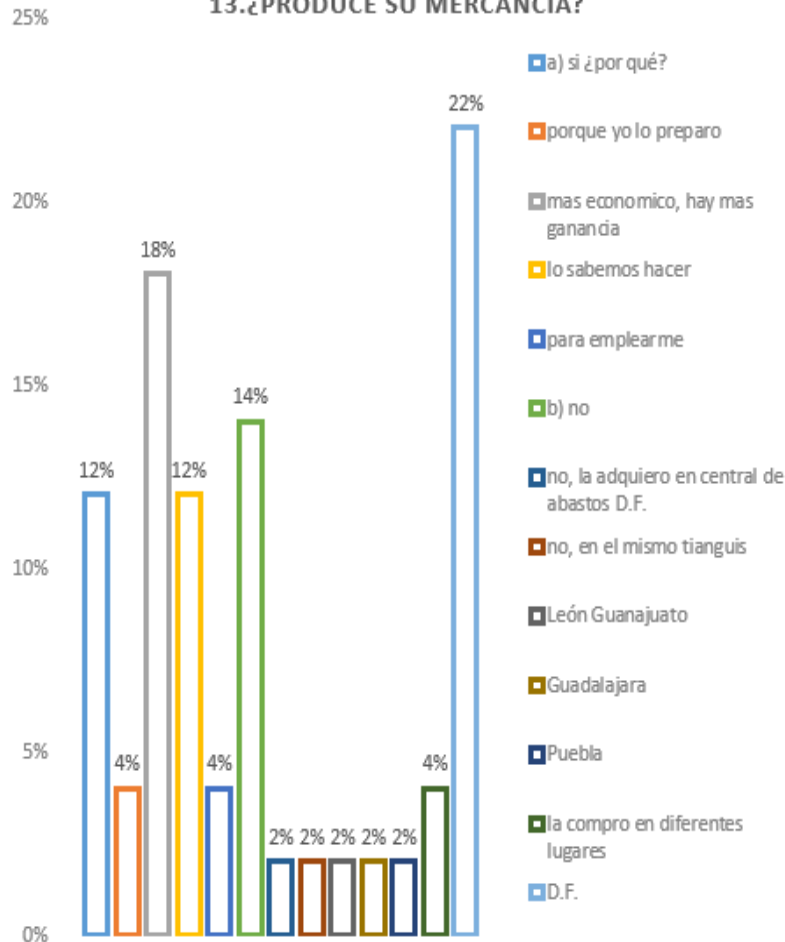
11. ¿SIEMPRE HA SEGUIDO LOS MISMOS HORARIOS?

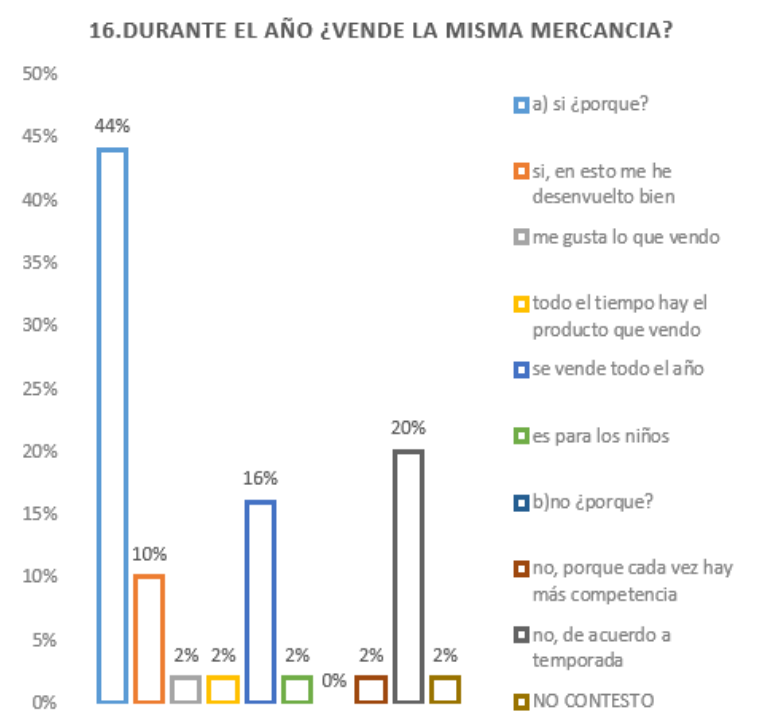
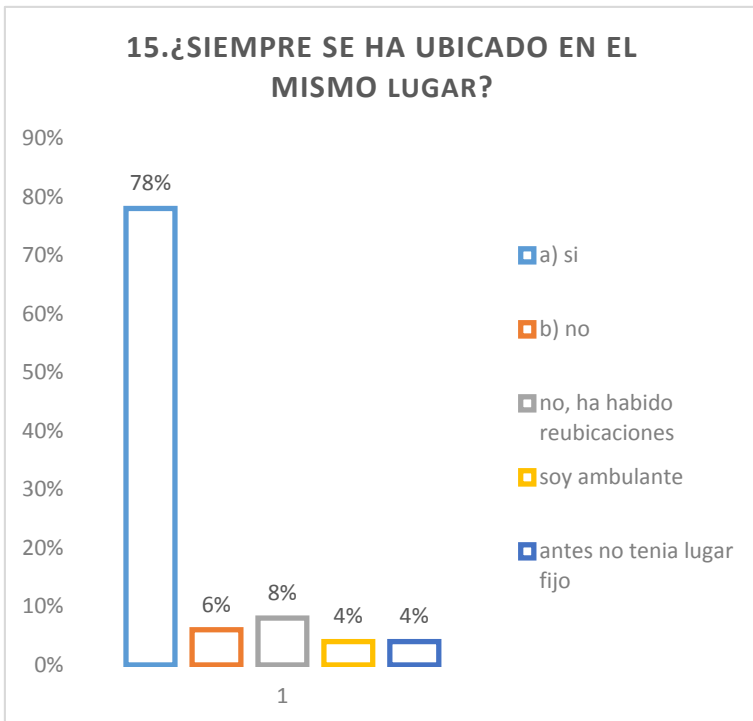
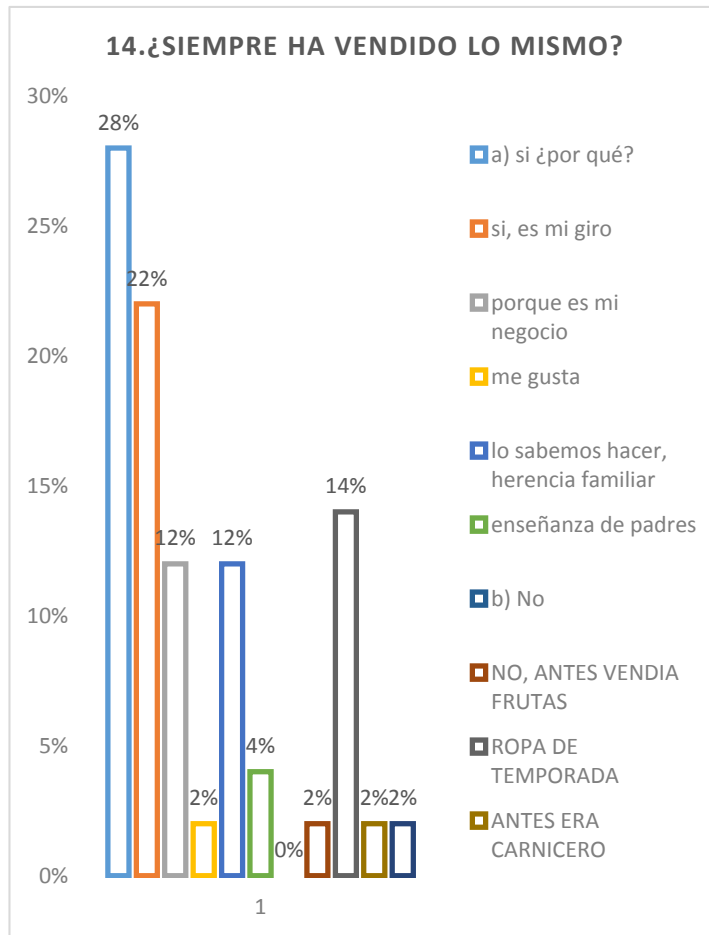


12. ¿QUÉ VENDE?

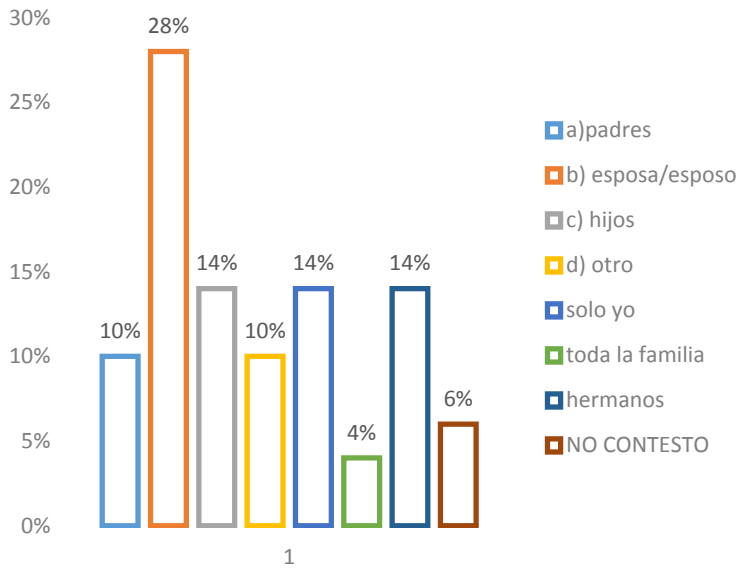


13. ¿PRODUCE SU MERCANCIA?

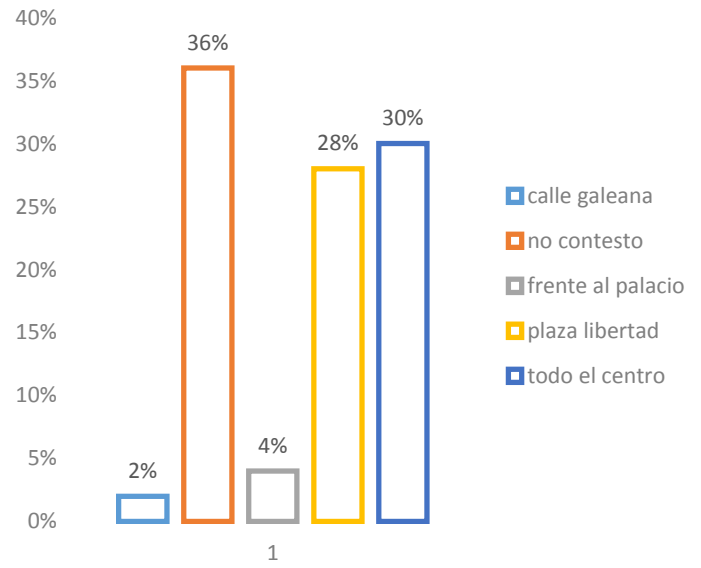




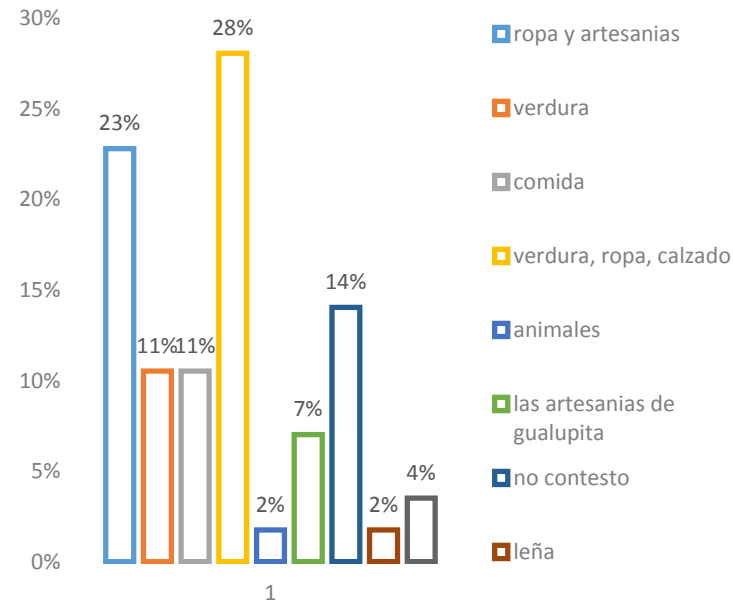
17. ADEMÁS DE USTED ¿QUIEN MÁS SE DEDICA A VENDER?



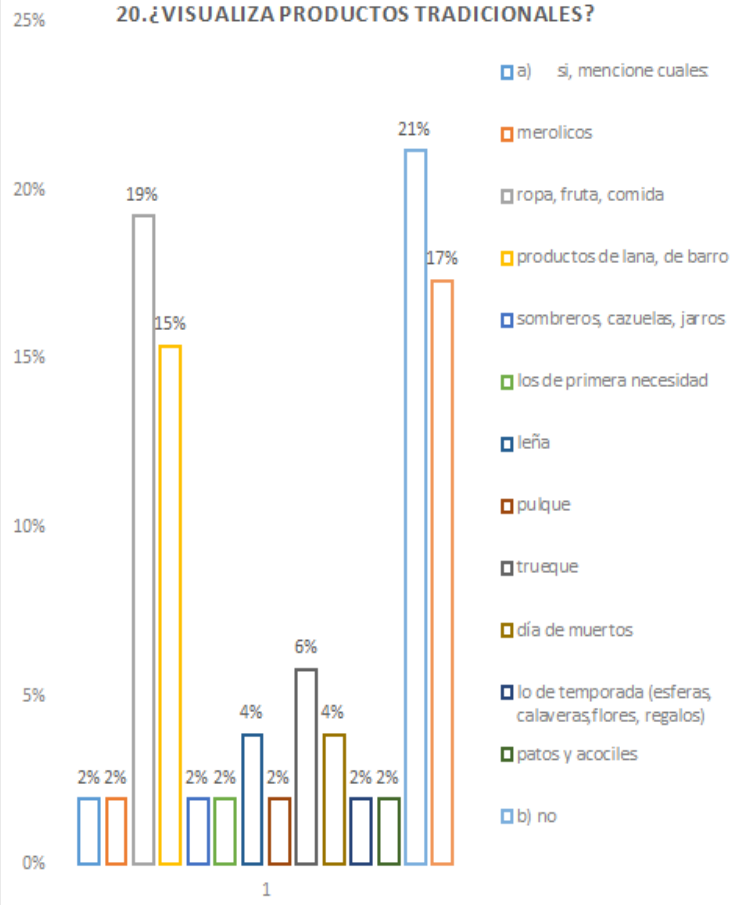
18. ÁREAS DE VENTA DE MAYOR ANTIGÜEDAD



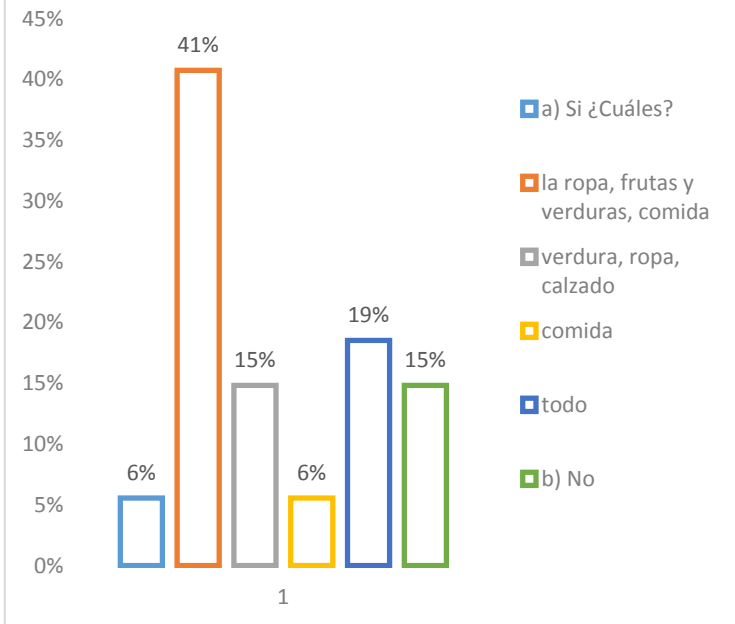
19. MERCANCÍAS DE MAYOR ANTIGÜEDAD



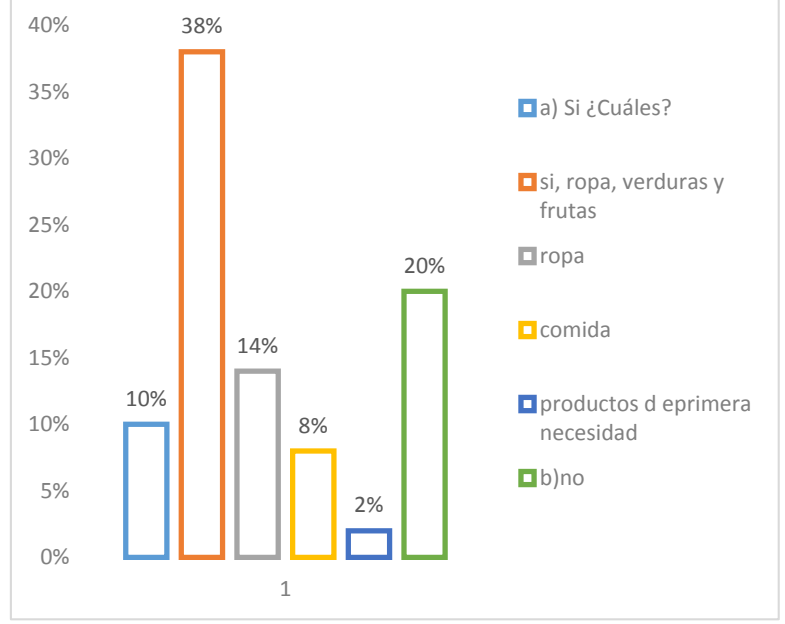
20. ¿VISUALIZA PRODUCTOS TRADICIONALES?



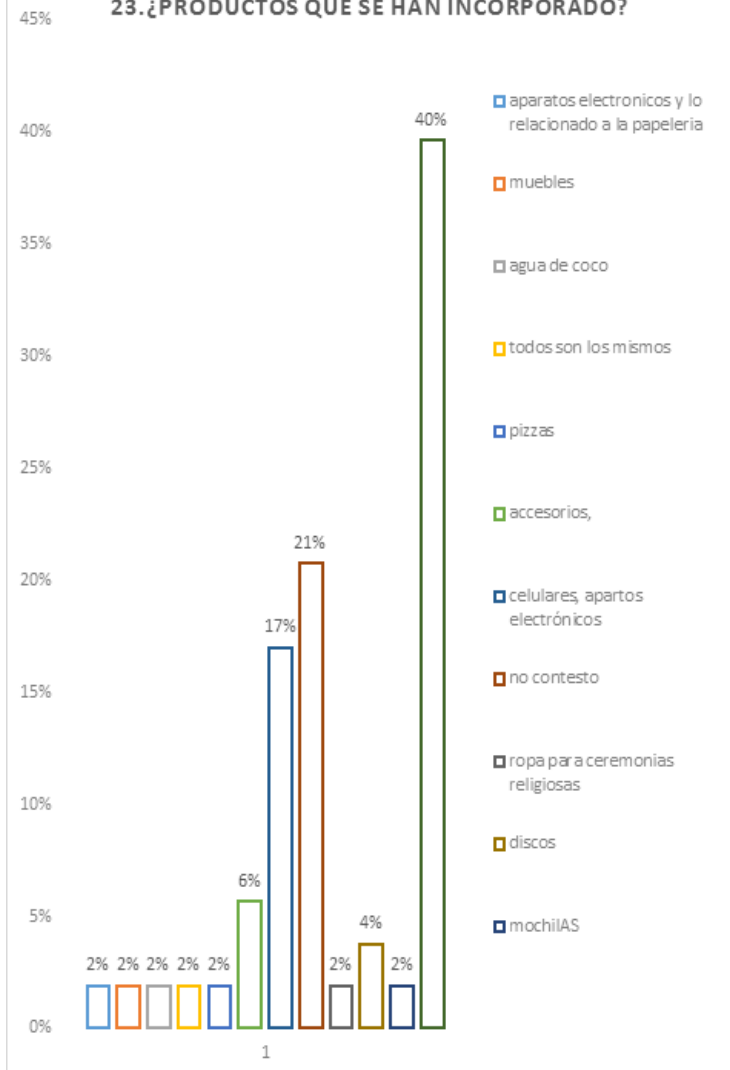
21. MERCANCIAS MÁS BUSCADAS

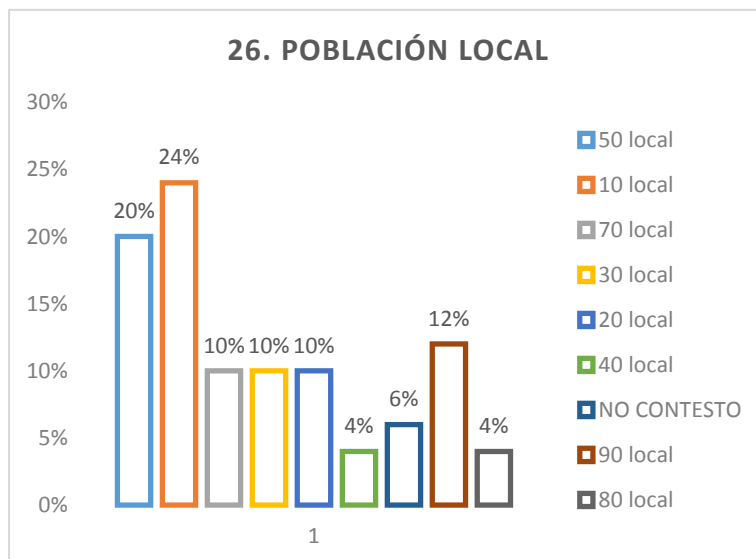
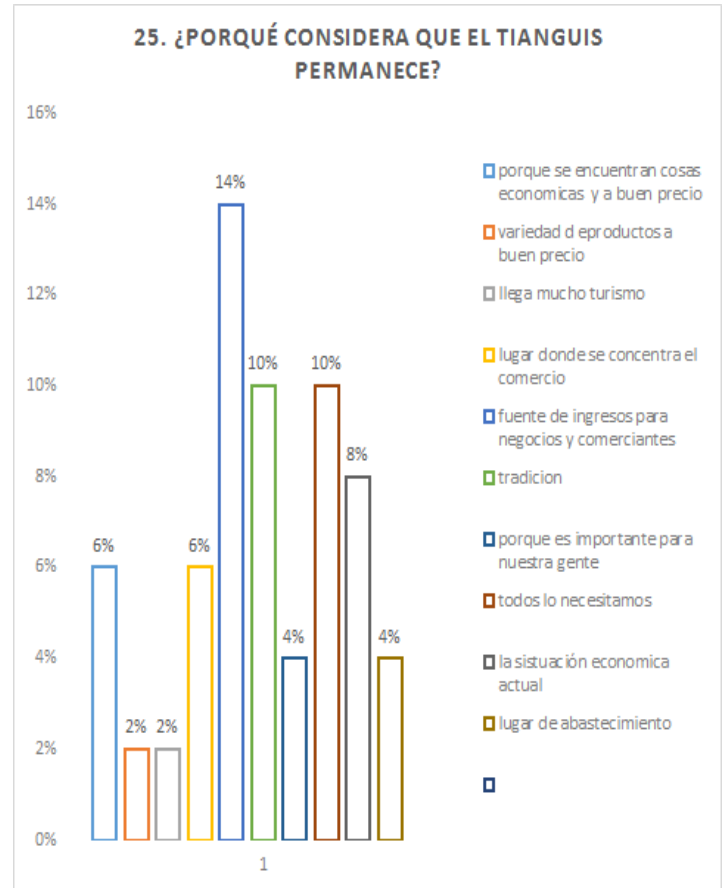
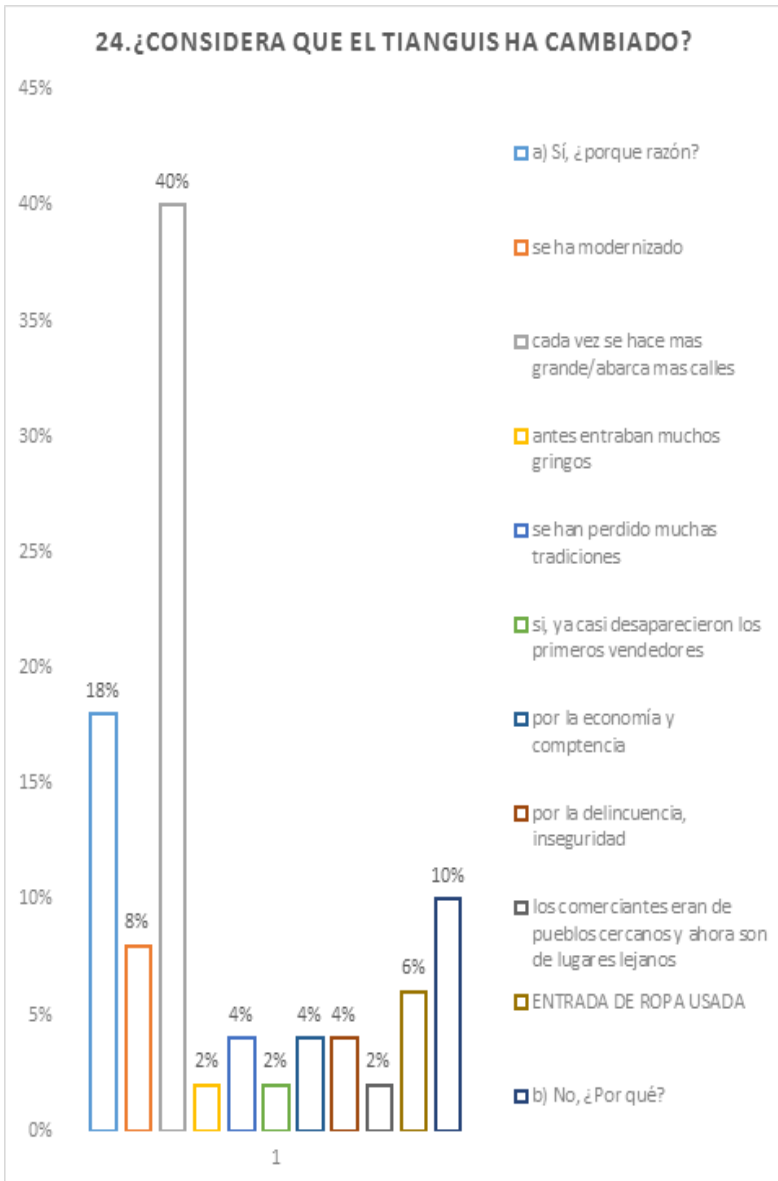


22. PRODUCTOS QUE PREDOMINAN

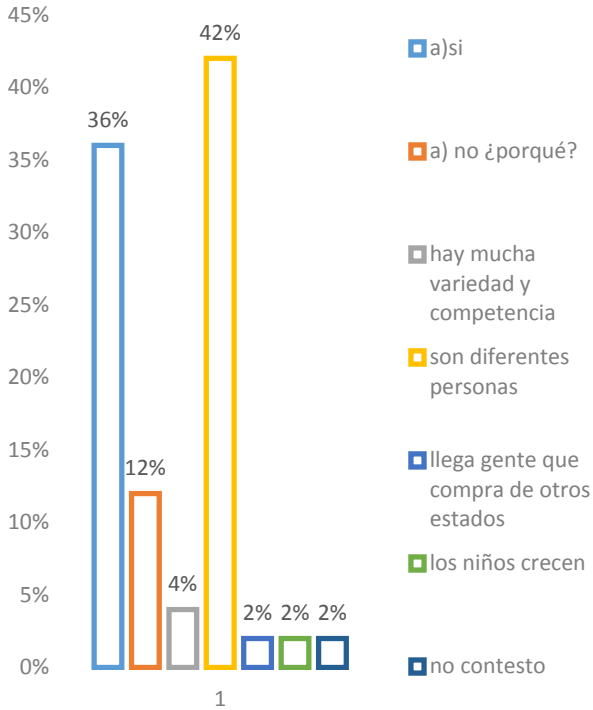


23. ¿PRODUCTOS QUE SE HAN INCORPORADO?

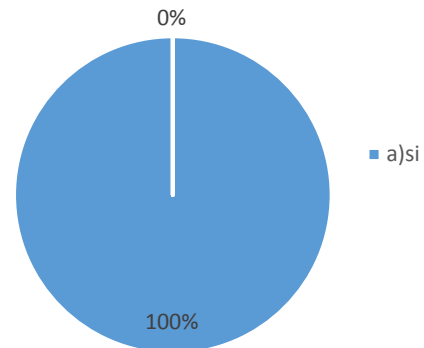




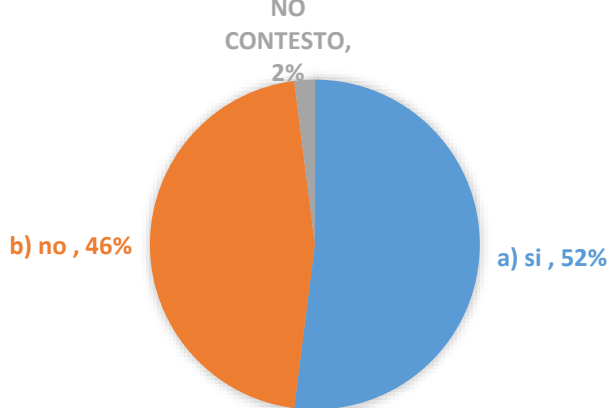
27. LAS PERSONAS QUE COMPRAN ¿SIEMPRE HAN SIDO LAS MISMAS?



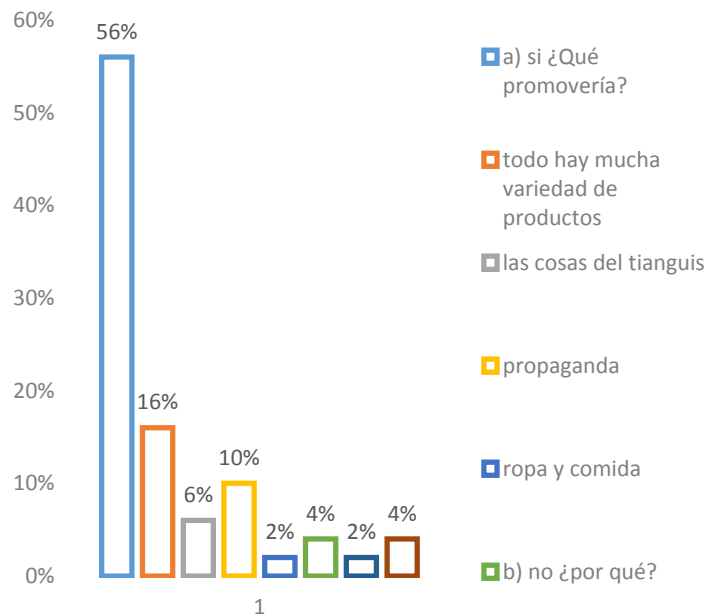
28. RECUERDA SI ¿ANTERIORMENTE ACUDIAN TURISTAS AL TIANGUIS?



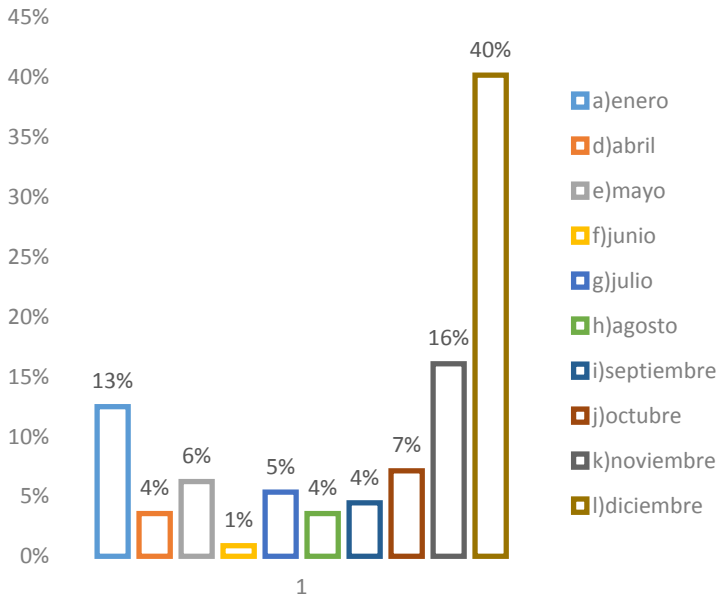
29. ACTUALMENTE ¿IDENTIFICA TURISTAS?



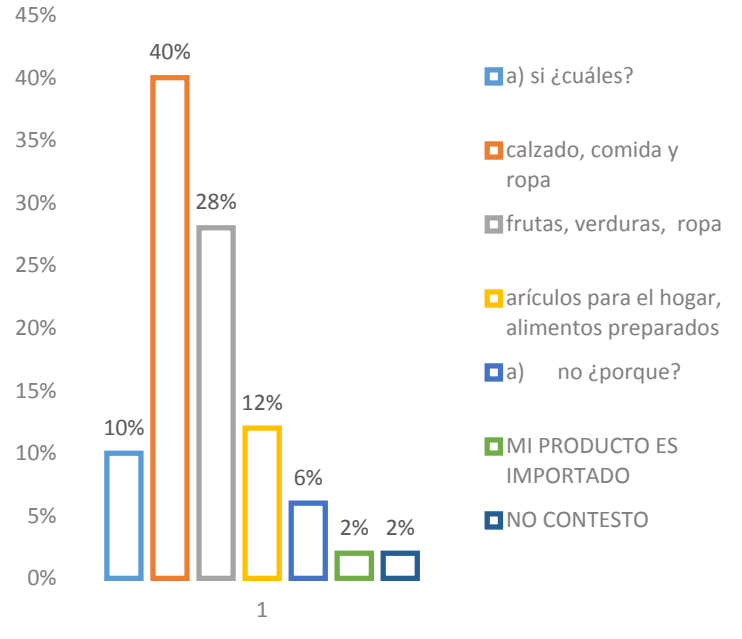
30. ¿LE GUSTARÍA PROMOVER EL TIANGUIS TURISTICAMENTE?



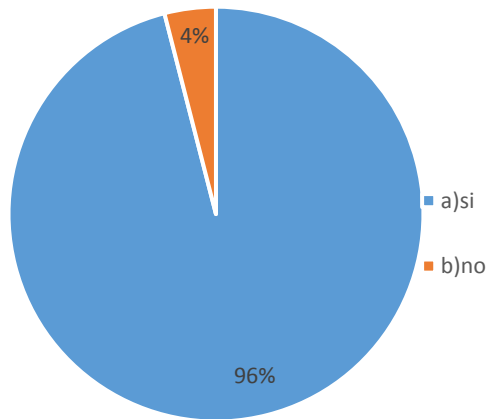
31.¿FECHAS QUE EL TIANGUIS TIENE MAYOR CONCURRENCIA?



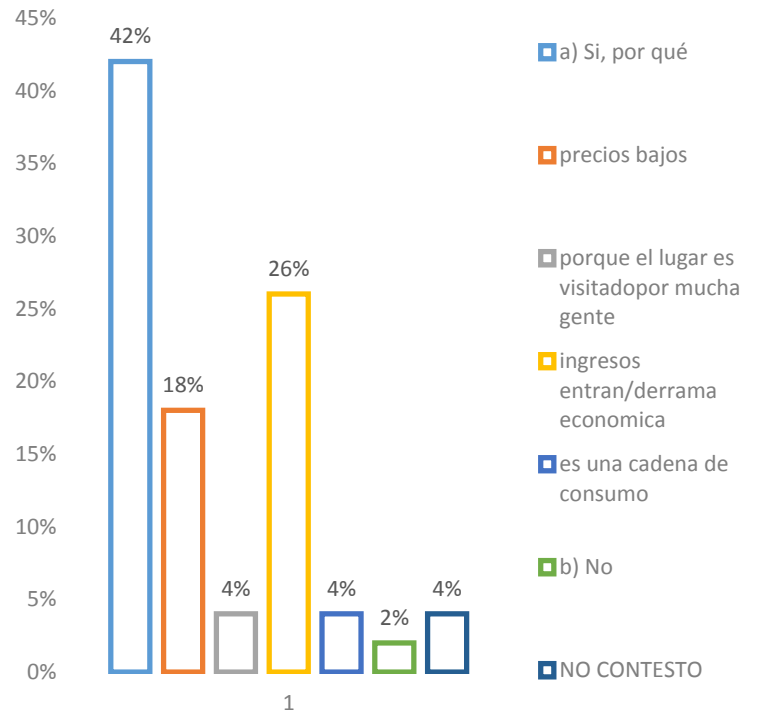
32.¿ADQUIERE PRODUCTOS DEL TIANGUIS?

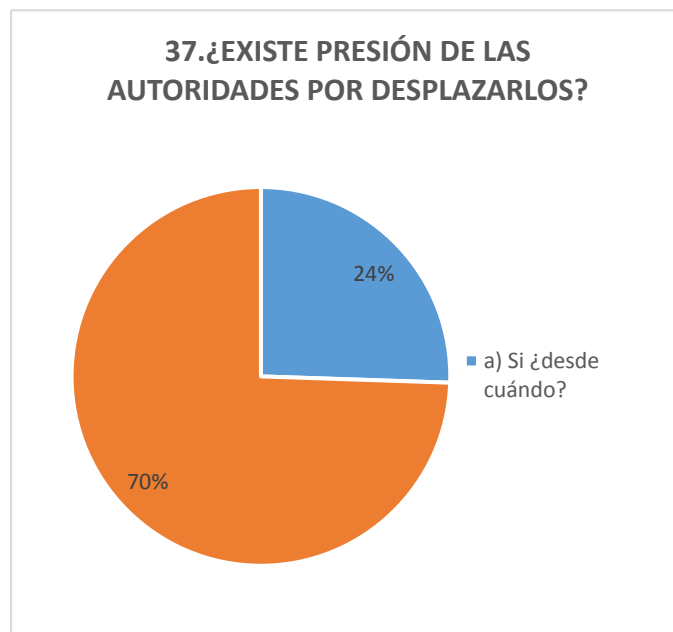
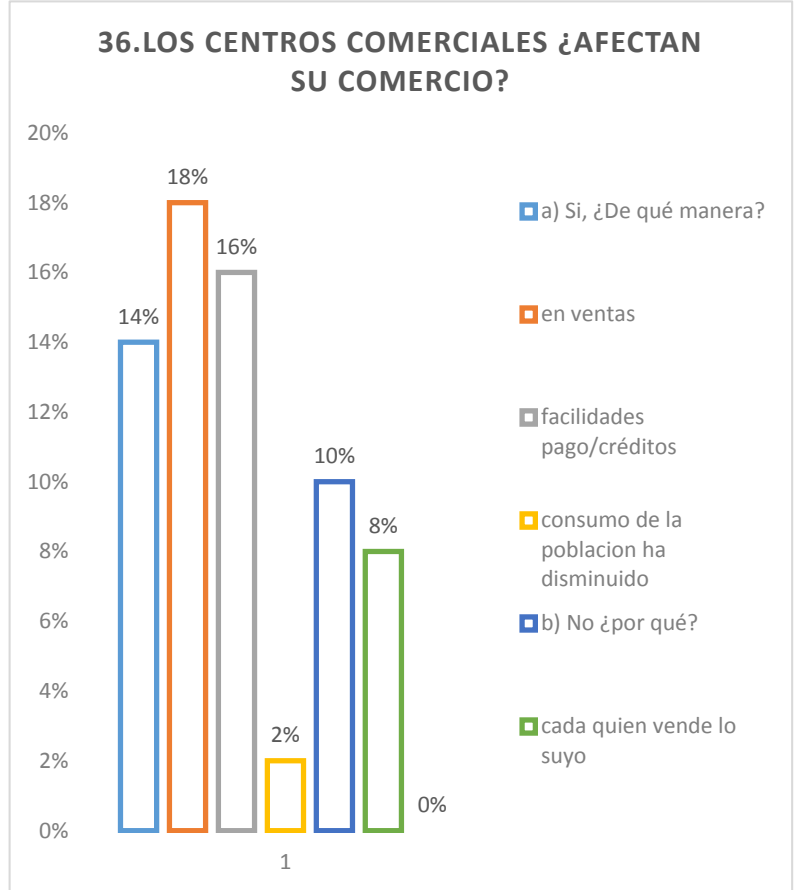
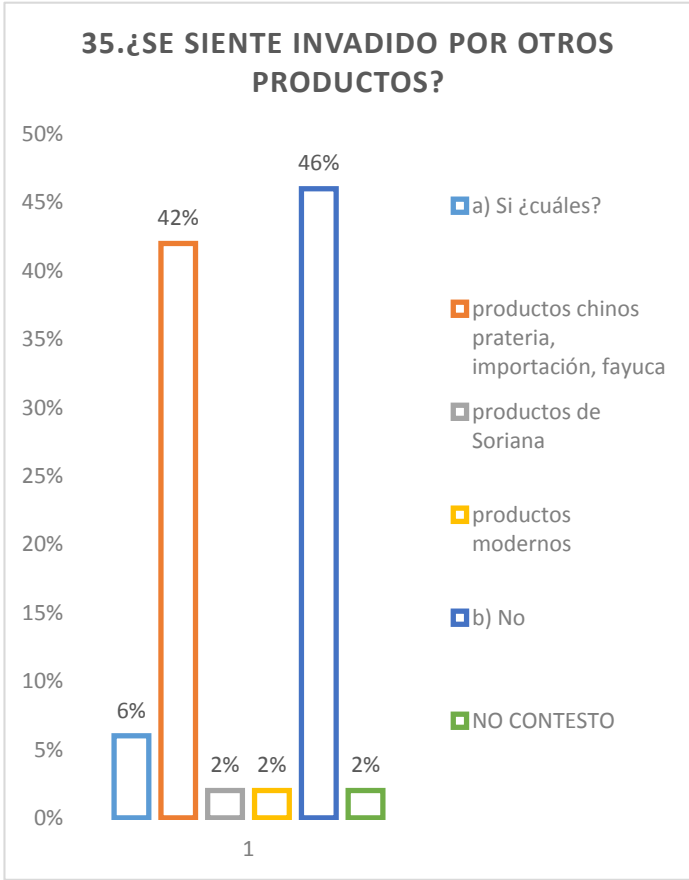


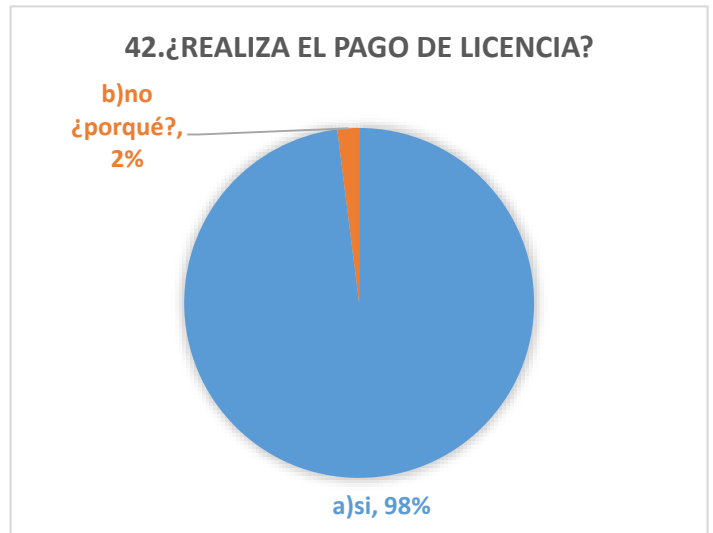
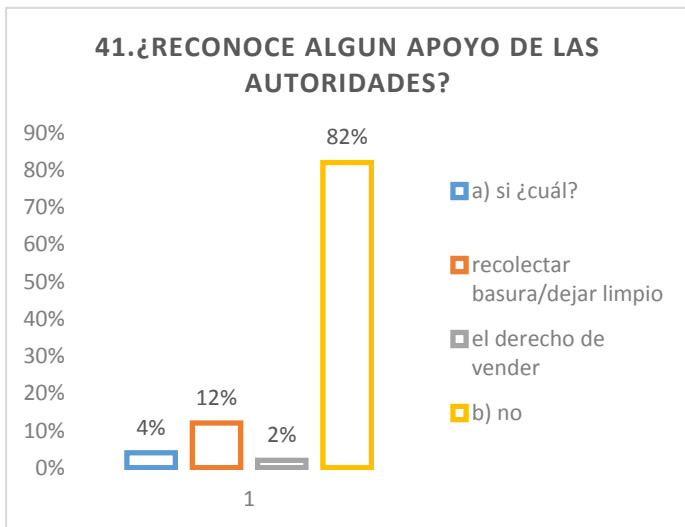
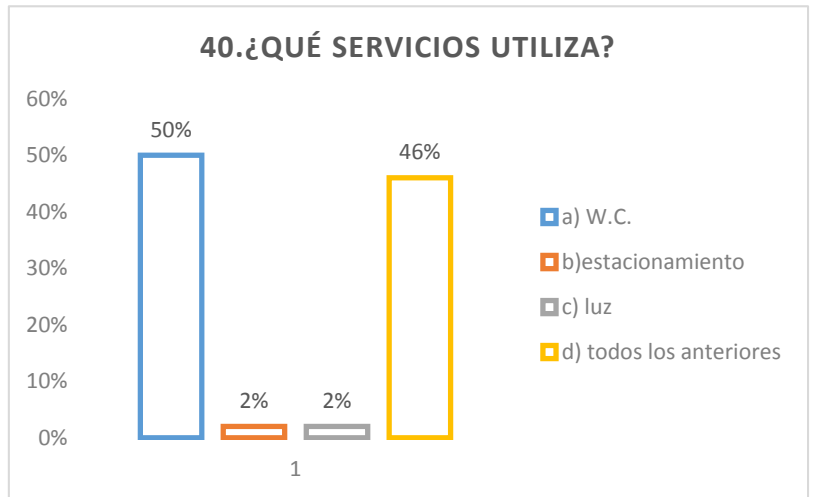
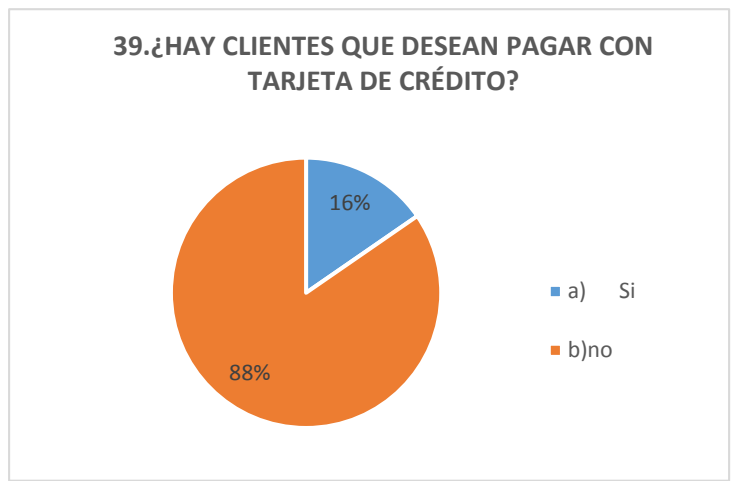
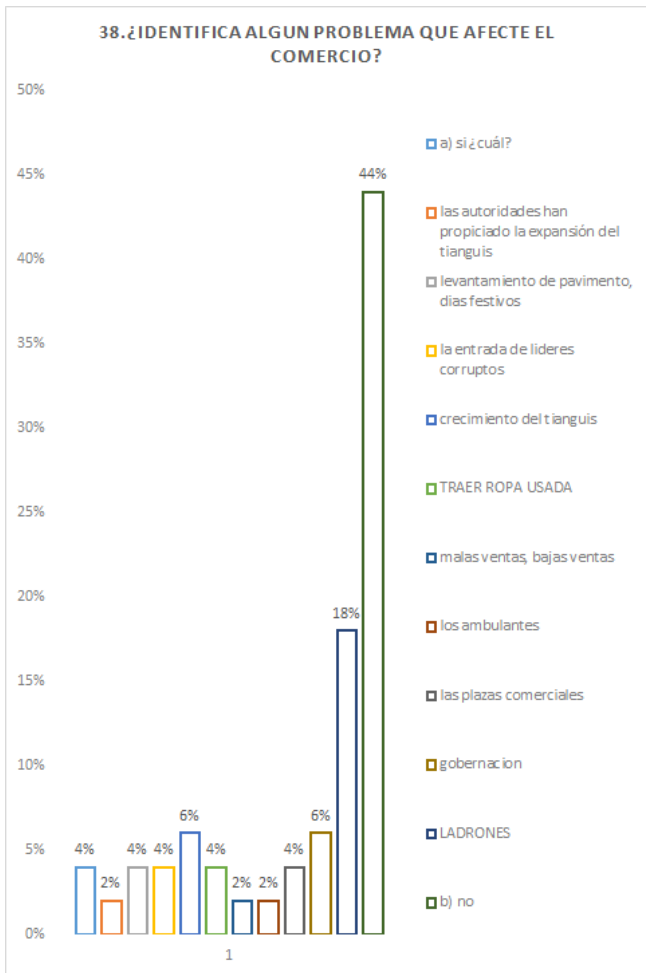
33.¿FORTALECE EL TIANGUIS COMPRANDO?

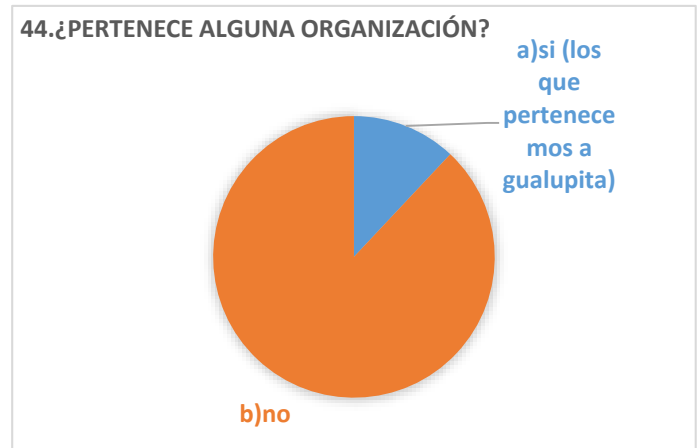
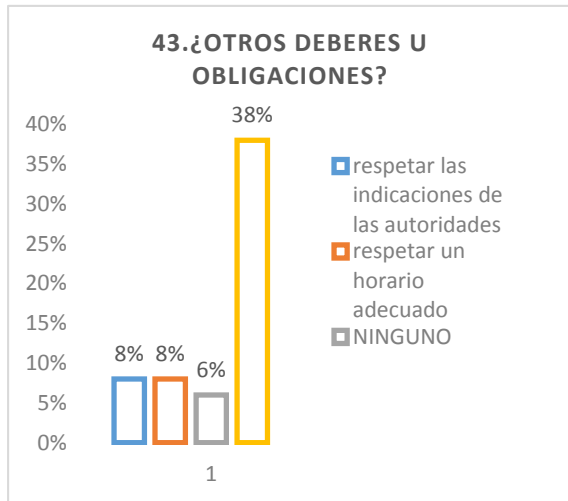


34.EL TIANGUIS ¿BENEFICIA A LA POBLACIÓN?

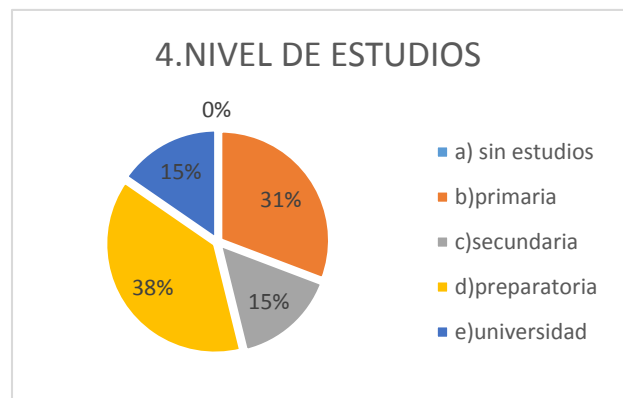
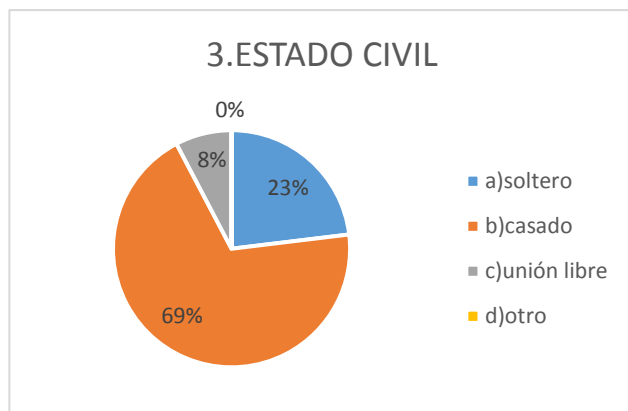
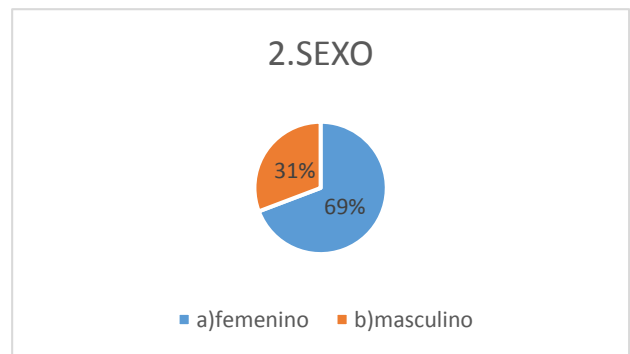
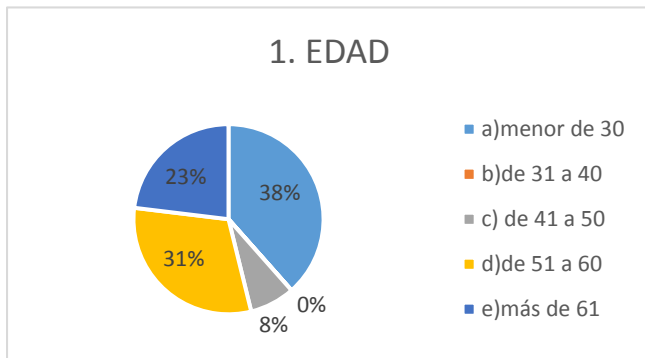




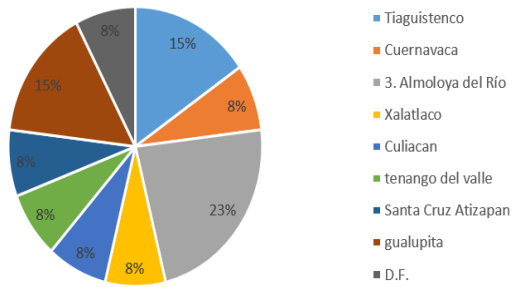




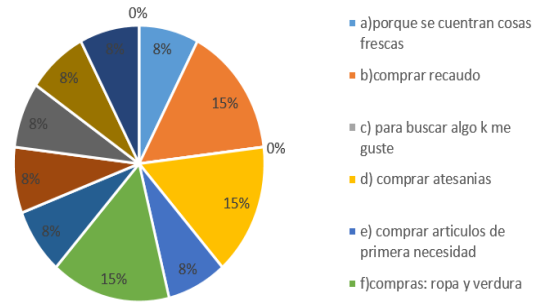
GRÁFICAS VISITANTES



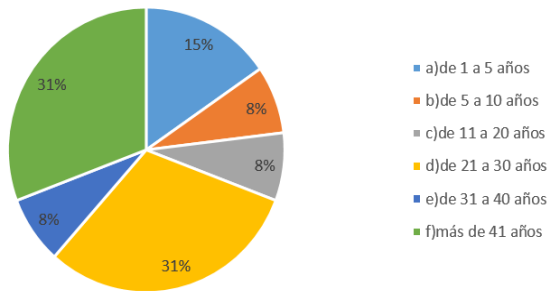
5. LUGAR DE PROCEDENCIA



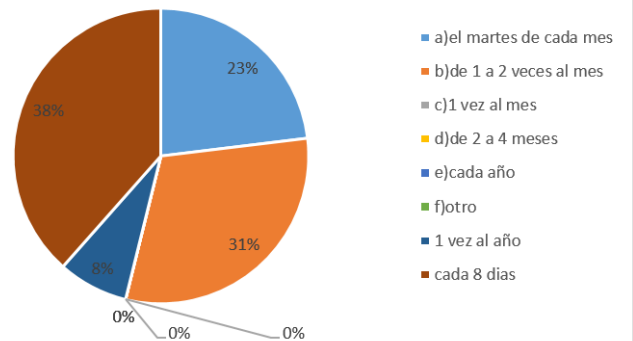
6. Razón de visita



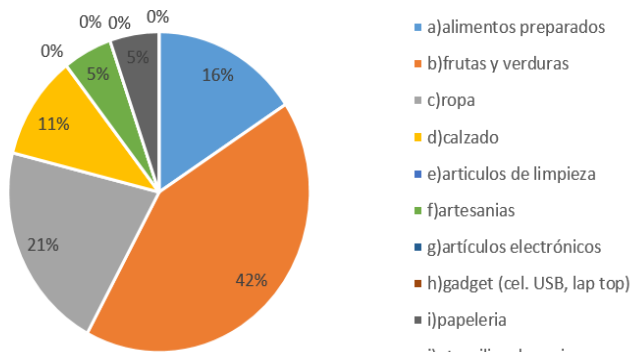
7. desde cuando visita



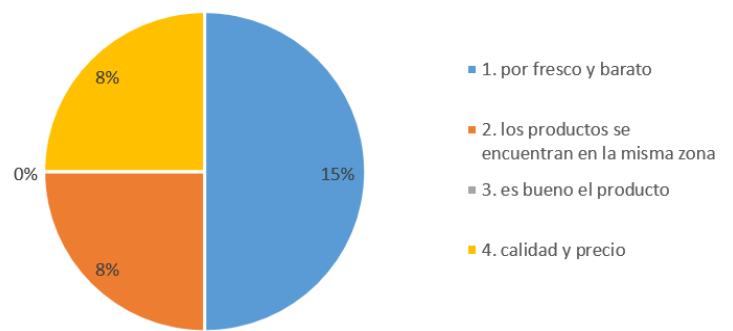
8. FRECUENCIA DE VISITA



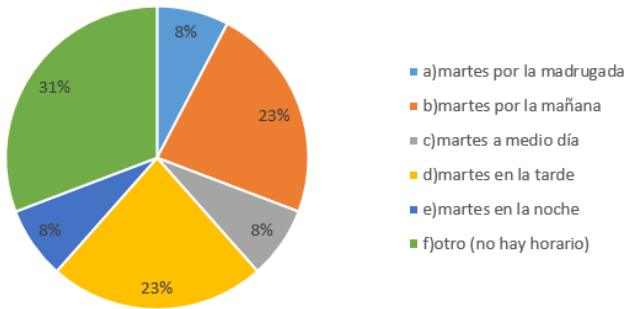
9. PRODUCTOS MAS COMPRADOS



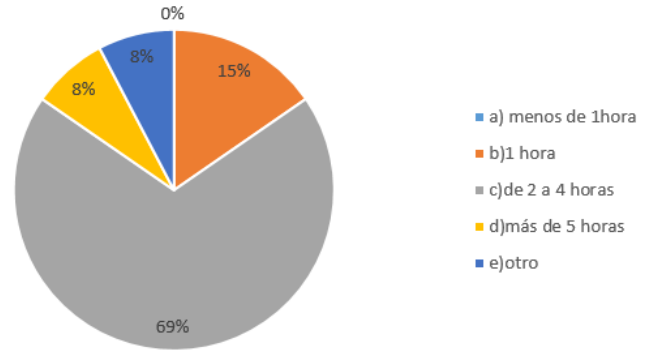
10. SIEMPRE HA COMPRADO EN EL MISMO LUGAR SI



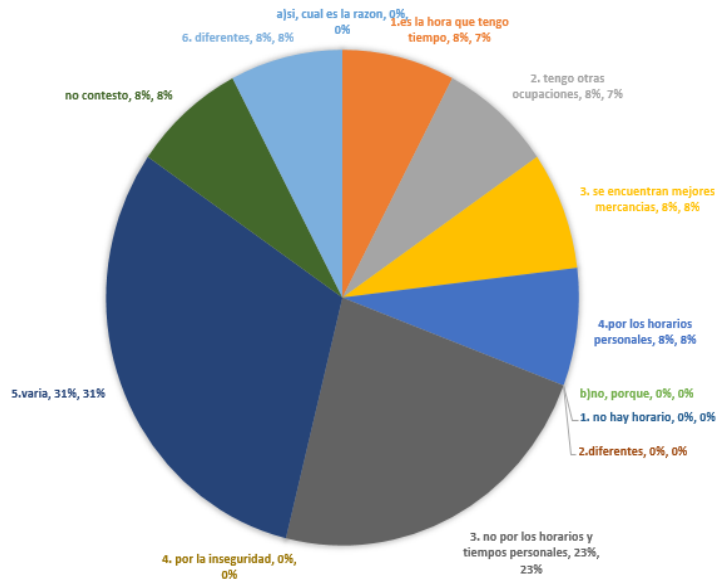
11. A QUE HORA LLEGA



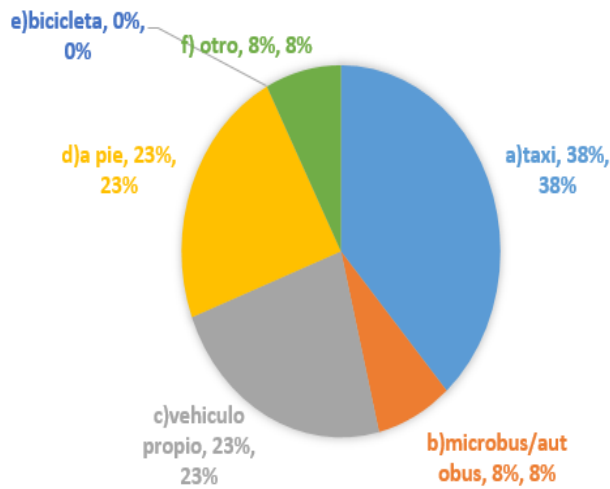
12. TIEMPO DE PERMANENCIA



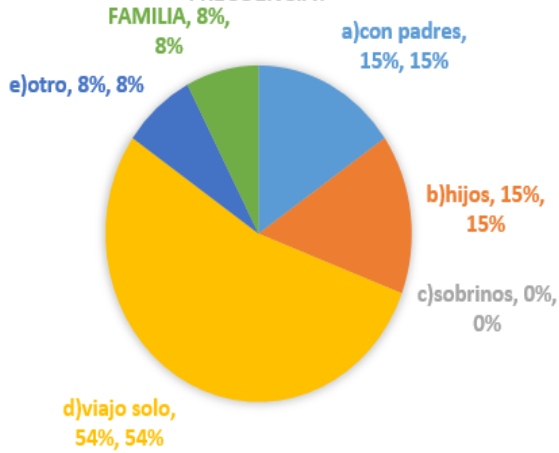
13. SIEMPRE HA SEGUIDO LOS MISMOS HORARIOS



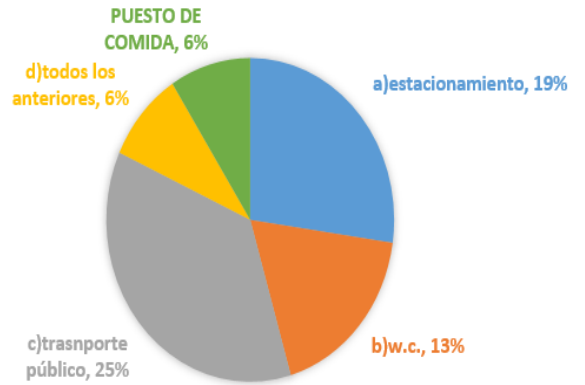
14. TRANSPORTE UTILIZADO



15. ¿CON QUIEN VIAJA AL TIANGUIS CON MAYOR FRECUENCIA?



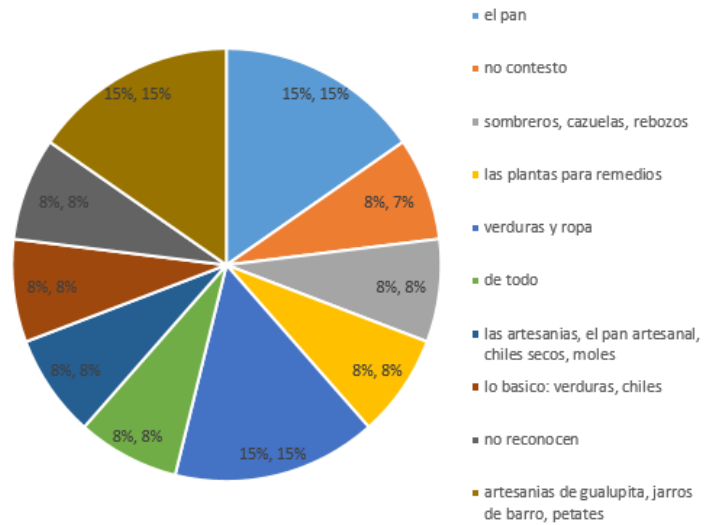
16. ¿QUÉ SERVICIOS UTILIZA?



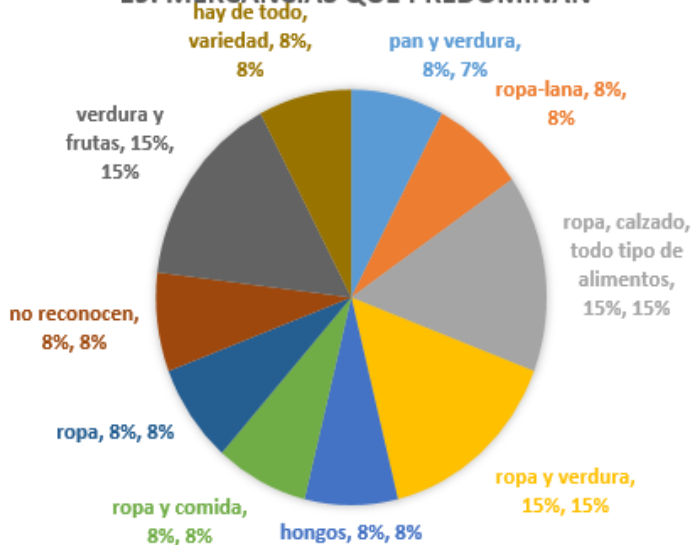
17. ZONAS DEL TIANGUIS DE MAYOR ANTIGÜEDAD



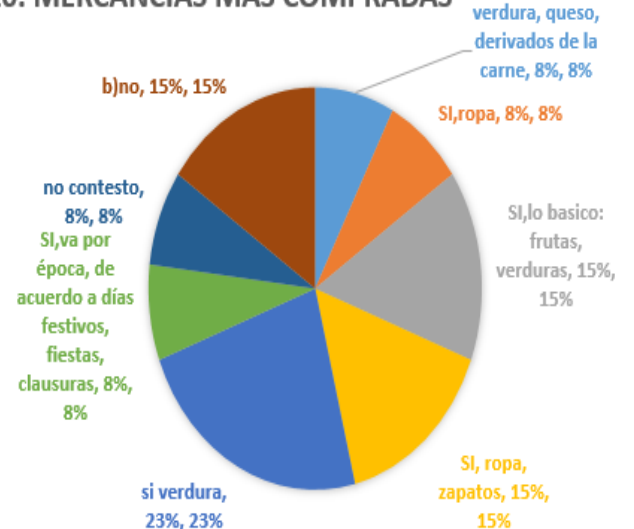
18. MERCANCIAS DE MAYOR ANTIGÜEDAD



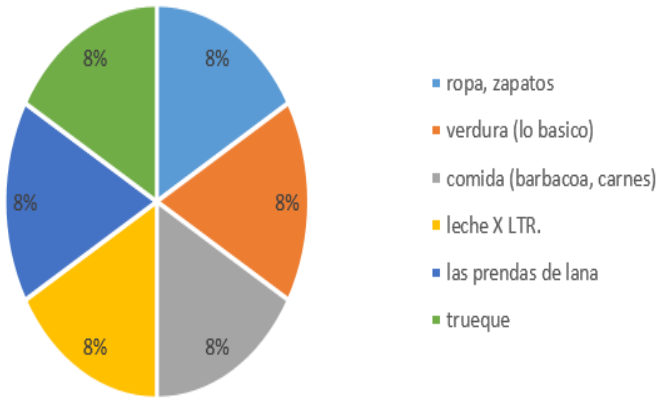
19. MERCANCIAS QUE PREDOMINAN



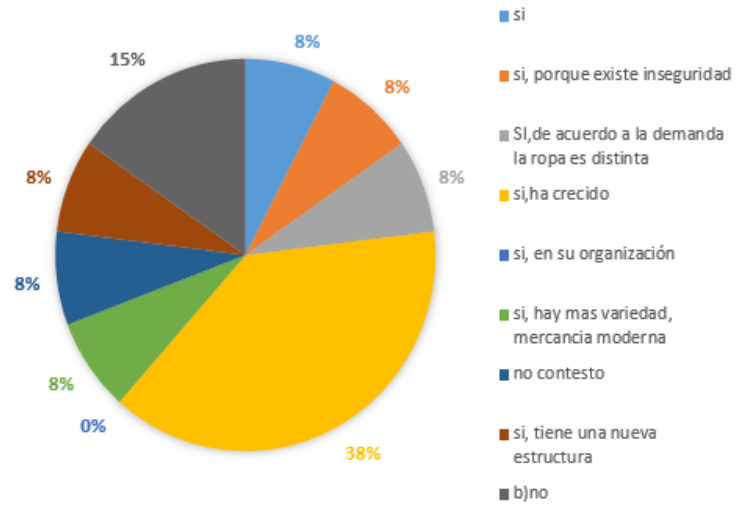
20. MERCANCIAS MÁS COMPRADAS



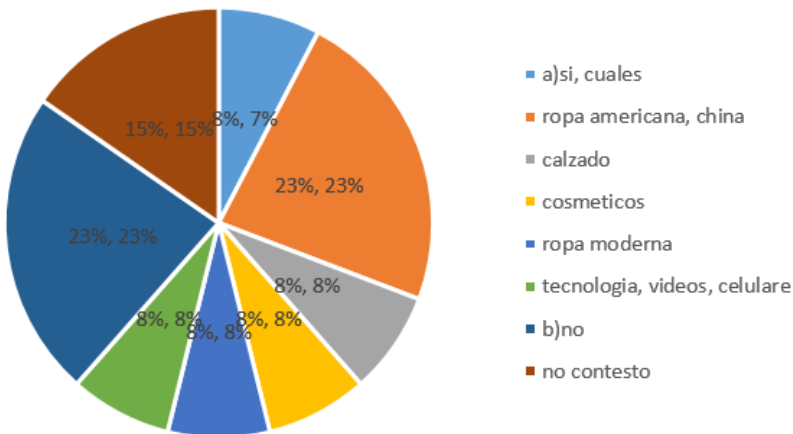
21. ¿VISUALIZA PRODUCTOS TRADICIONALES?



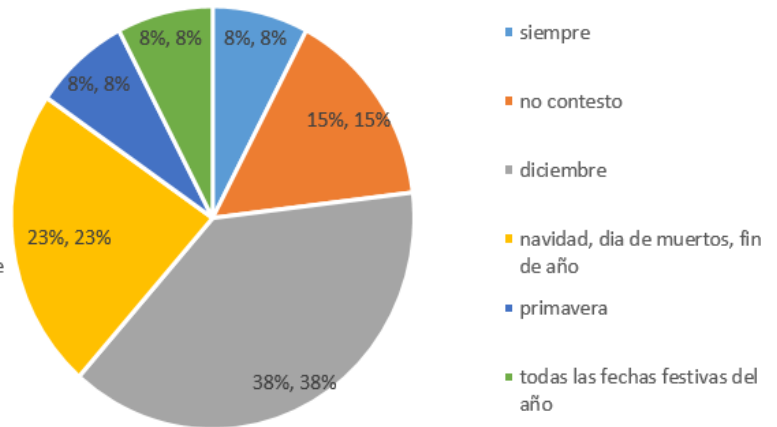
22. ¿CONSIDERA QUE EL TIANGUIS HA CAMBIADO?



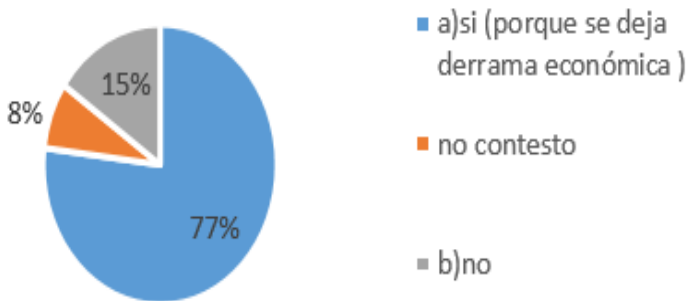
23. ¿IDENTIFICA PRODUCTOS QUE SE HAN INCORPORADO?



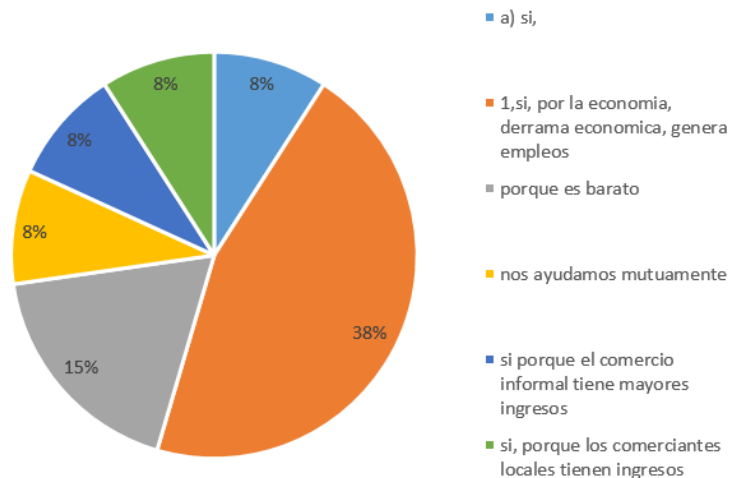
24. ¿TEMPORADAS MÁS VISIBLES EN EL TIANGUIS?



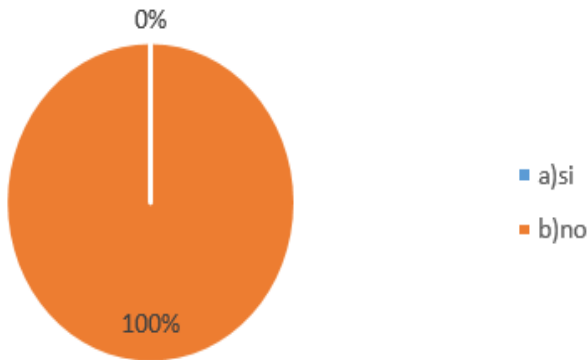
25. ¿FORTALECE EL TIANGUIS COMPRANDO?



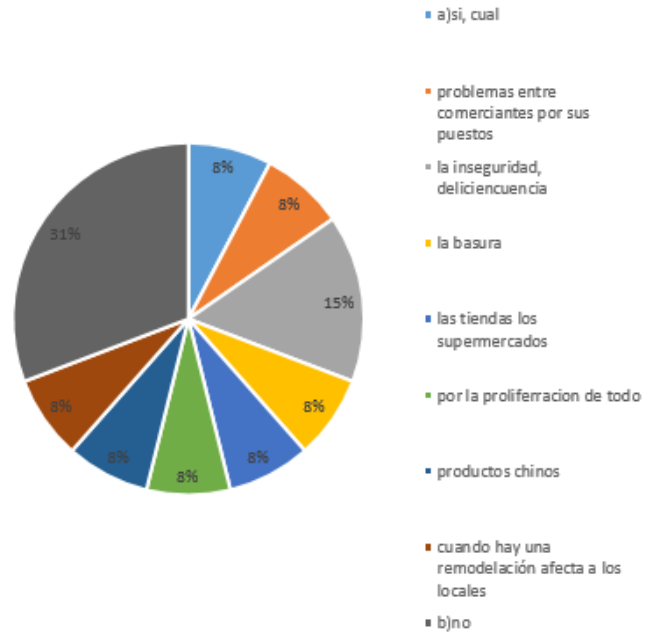
26. ¿EL TIANGUIS BENEFICIA A LA POBLACIÓN?



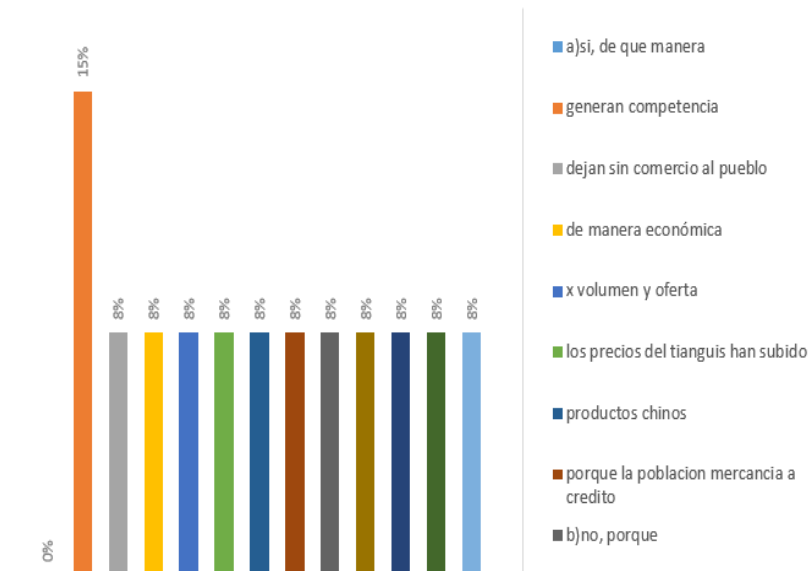
27. EN MARTES ADEMÁS DEL TIANGUIS, ¿ADQUIERE PRODUCTOS EN SUPERMERCADOS?



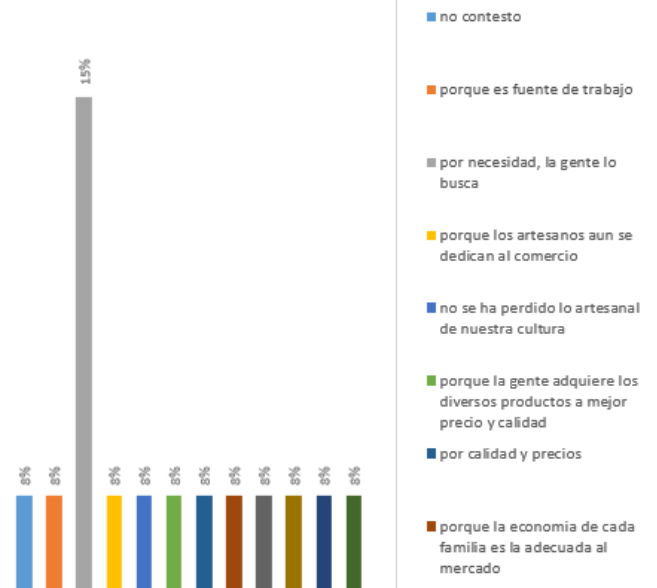
28. ¿IDENTIFICA ALGUN PROBLEMA EN EL TIANGUIS?



29. ¿LOS SUPERMERCADOS AFECTAN EL COMERCIO?



30. ¿PORQUE RAZÓN PIENSA QUE EL TIANGUIS PREVALECE?



CUESTIONARIO PARA CONSUMIDORES Y VISITANTES DEL TIANGUIS DE SANTIAGO TIANGUISTENCO

Objetivo: Identificar las prácticas recursivas que convergen con la estructura del tianguis y que han contribuido al proceso de estructuración social y turística del mismo.

Fecha _____ Lugar de aplicación en el tianguis _____ No cuestionario _____

INSTRUCCIONES: Lee cuidadosamente las preguntas y subraya o contesta según sea el caso

<p>1. Edad</p> <p>a) Menor de 30</p> <p>b) De 31 a 40</p> <p>c) De 41 a 50</p> <p>d) De 51 a 60</p> <p>e) Más de 61</p>	<p>2. Sexo</p> <p>a) Femenino</p> <p>b) Masculino</p>
<p>3. Estado civil</p> <p>a) Soltero</p> <p>b) Casado</p> <p>c) Unión libre</p> <p>d) Otro _____</p>	<p>4. Nivel de estudios</p> <p>a) Sin estudios</p> <p>b) Primaria</p> <p>c) Secundaria</p> <p>d) Preparatoria</p> <p>e) Universidad</p> <p>f) Otro _____</p>
<p>5. Lugar de procedencia</p> <p>a) Municipio: _____</p> <p>b) Delegación: _____</p> <p>c) Colonia: _____</p> <p>d) Otro: _____</p>	

6. ¿Por qué razón visita el tianguis?

7. ¿Desde cuándo visita el tianguis?

- | | |
|--------------------|--------------------|
| a) De 1 a 5 años | d) De 21 a 30 años |
| b) De 5 a 10 años | e) De 31 a 40 años |
| c) De 11 a 20 años | f) Más de 41 años |

8. ¿Cada cuánto tiempo visita el tianguis?

- | | | |
|--------------------------|-------------------|---------------|
| a) El martes de cada mes | c) 1 vez al mes | e) Cada año |
| b) De 1 a 2 veces al mes | d) De 2 a 4 meses | f) Otro _____ |

9. ¿Cuáles son los productos que adquiere con mayor frecuencia en el tianguis?

- | | | |
|-------------------------|-----------------------------------|-------------------------|
| a) Alimentos preparados | e) Artículos de limpieza | i) Papelería |
| b) Frutas y verduras | f) Artesanías | j) Utensilios de cocina |
| c) Ropa | g) Artículos electrónicos | k) Otro _____ |
| d) Calzado | h) Gadget (cel., USB, lap top...) | |

10. ¿Siempre ha comprado la mercancía en el mismo lugar?

- a) Si, ¿Cuál es la razón?
- b) No ¿por qué?

11. ¿A qué hora llega y cuánto tiempo permanece en el tianguis?

Llegada

- a) Martes por la madrugada
- b) Martes por la mañana
- c) Martes a medio día
- d) Martes en la tarde
- e) Martes en la noche
- f) Otro_____

Tiempo

- a) Menos de 1 hora
- b) 1 hora
- c) 2 a 4 horas
- d) Más de 5 horas
- e) Otro_____

12. ¿Siempre ha seguido los mismos horarios?

- a) Si, ¿por qué?
- b) No, ¿por qué?

13. ¿Medio por el cual usted se desplaza al tianguis?

- a) Taxi
- b) Microbús/autobús
- c) Vehículo propio
- d) A pie
- e) Bicicleta
- f) Otro_____

14. Al tianguis viaja con mayor frecuencia:

- a) Con padres
- b) Hijos
- c) Sobrinos
- d) Viajo solo
- e) Otro_____

15. ¿Qué servicios de la comunidad utiliza con mayor frecuencia en su visita al tianguis?

- a) Estacionamiento
- b) W.C.
- c) Transporte público
- d) Todos los anteriores
- e) Ninguno
- f) Otro_____

16. Mencione las zonas del tianguis de mayor antigüedad:

17. Mencione las mercancías del tianguis de mayor antigüedad

18. Mencione las mercancías que predominan en el tianguis:

19. Reconoce las mercancías que se compran con mayor frecuencia?

- a) Si, ¿cuáles?
- b) No

20. ¿Visualiza productos o prácticas tradicionales en el tianguis?

- a) Si, ¿cuáles?

b) No

21. ¿Usted considera que el tianguis ha cambiado?

a) Si, ¿por qué?

b) No ¿por qué?

22. ¿Identifica los productos nuevos que se han incorporado al tianguis?

a) Si, ¿cuáles?

b) No

23. ¿Cuáles son las épocas o temporadas del año más visibles en el tianguis?

24. ¿Usted considera que fortalece el tianguis comprando?

a) Si

b) No

25. ¿Considera que el tianguis beneficia a la población?

a) Si, por qué

b) No, porqué

26. El día martes, además de acudir al tianguis ¿usted adquiere productos en los centros comerciales o supermercados del municipio?

a) Si, ¿qué productos?

b) No

27. ¿Identifica algún problema que anteriormente haya o esté afectando el comercio del tianguis?

a) Si, ¿cuál?

b) no

28. Considera que las tiendas de autoservicio, supermercados y centros comerciales del municipio ¿afectan el comercio del tianguis?

a) Si ¿de qué manera?

b) No ¿por qué?

29. Con base en su consideración, ¿por qué razón el tianguis prevalece hasta nuestros días?

30. ¿En qué temporada usted visualiza más visitantes?

a) Enero

b) Febrero

c) Marzo

d) Abril

e) Mayo

f) Junio

g) Julio

h) Agosto

i) Septiembre

j) Octubre

k) Noviembre

l) diciembre

31. ¿Le gustaría que el tianguis se promoviera para atraer turismo?

- a) Si, ¿Qué promovería?
- b) No, ¿por qué?

¡GRACIAS, POR SU COLABORACIÓN!

CUESTIONARIO PARA LOS COMERCIANTES DEL TIANGUIS DE SANTIAGO TIANGUISTENCO

Objetivo: Identificar las prácticas recursivas que convergen con la estructura del tianguis y que han contribuido al proceso de estructuración social y turística del mismo.

Fecha _____ Lugar de aplicación en el tianguis _____ No cuestionario _____

INSTRUCCIONES: Lee cuidadosamente las preguntas y subraya o contesta según sea el caso

<p>1. Edad</p> <p>a) Menor de 30</p> <p>b) De 31 a 40</p> <p>c) De 41 a 50</p> <p>d) De 51 a 60</p> <p>e) Más de 61</p>	<p>2. Sexo</p> <p>a) Femenino</p> <p>b) Masculino</p>
<p>3. Estado civil</p> <p>a) Soltero</p> <p>b) Casado</p> <p>c) Unión libre</p> <p>d) Otro _____</p>	<p>4. Nivel de estudios</p> <p>a) Sin estudios</p> <p>b) Primaria</p> <p>c) Secundaria</p> <p>d) Preparatoria</p> <p>e) Universidad</p> <p>f) Otro _____</p>
<p>5. Lugar de procedencia</p> <p>a) Municipio: _____</p> <p>b) Delegación: _____</p> <p>c) Colonia: _____</p> <p>d) Otro: _____</p>	

6. ¿Porque razón vende en el tianguis?

7. ¿Quién inicio con este oficio?

- | | |
|------------|--------------------------|
| a) Abuelos | d) Hijos |
| b) Padres | e) Yo comencé el negocio |
| c) Tíos | f) Otro _____ |

8. ¿Hace cuánto tiempo comenzó a vender en el tianguis?

- | | | |
|--------------------|--------------------|-------------------|
| a) De 1 a 5 años | d) De 21 a 30 años | g) Más de 51 años |
| b) De 6 a 10 años | e) De 31 a 40 años | h) Otro _____ |
| c) De 11 a 20 años | f) De 41 a 50 años | |

9. Además de ser comerciante ¿desempeña otra ocupación?

- a) Si ¿cuál? _____
- b) No

10. El día del tianguis ¿Cuándo llega y cuando se va?

Llegada

- a) A partir del día lunes por la noche
- b) El martes en la madrugada
- c) El martes por la mañana
- d) otro _____

Salida

- a) El martes por la tarde
- b) El martes en la noche
- c) otro _____

11. ¿Siempre ha seguido los mismos horarios de entrada por salida en el tianguis?

- a) si ¿porque?
- b) no ¿porque?

12. ¿Qué vende?

- | | | |
|-------------|------------------------------|---------------|
| a) frutas | e) alimentos preparados | i) cestería |
| b) verduras | f) utensilios para la cocina | j) otro _____ |
| c) ropa | g) artículos de limpieza | |
| d) calzado | h) artesanías | |

13. ¿Usted produce o fabrica su mercancía?

- a) si ¿por qué?
- b) no ¿por qué? ¿Dónde la adquiere?

14. Desde el comienzo de este oficio, ¿siempre ha vendido los mismos productos?

- a) si ¿por qué?
- b) no ¿por qué?

15. Desde el comienzo de este oficio ¿siempre se ha ubicado en el mismo lugar?

- a) si
- b) no ¿por qué?

16. Durante el año ¿vende la misma mercancía?

- a) si ¿porque?
- b) no ¿porque?

17. ¿De los integrantes de su familia además de usted quien más se dedica a vender en el tianguis?

- | | |
|------------------|---------------|
| a) padres | c) hijos |
| b) esposa/esposo | d) otro _____ |

18. Mencione las áreas de venta (zonas, calles) en el tianguis, que considera son de mayor antigüedad:

19. Mencione las mercancías del tianguis, que son de mayor antigüedad:

20. ¿Visualiza los productos o prácticas tradicionales que prevalecen actualmente en el tianguis?

- a) si, mencione cuales:
- b) no

21. Identifica ¿cuáles son las mercancías más buscadas en el tianguis?

- a) Si ¿Cuáles?
- b) No

22. ¿Reconoce los productos que predominan en su mayoría en el tianguis?

- a) Si ¿Cuáles?

b) No

23. Mencione los productos nuevos que se han incorporado al tianguis con el paso del tiempo:

24. Usted, ¿considera que el tianguis ha cambiado?

- a) Sí, ¿por qué razón?
- b) No, ¿Por qué?

25. Con base en su consideración, ¿por qué razón el tianguis prevalece hasta nuestros días?

26. Con base en su consideración, mencione el porcentaje de procedencia de las personas que compran su producto:

- a) _____% población local
- b) _____% población externa
- c) otro _____

27. Las personas que adquieren su producto ¿siempre han sido las mismas?

- a) si
- b) no ¿porque?

28. Recuerda ¿si anteriormente acudían al tianguis grupos de turistas?

- a) Si
- b) no

29. Identifica turistas actualmente en el tianguis

- a) si, aproximadamente ¿cuántos? _____
- b) no

30. ¿Le gustaría promover el tianguis para atraer turismo?

- a) si ¿Qué promovería?
- b) no ¿por qué?

31. ¿En qué fechas considera el tianguis tiene mayor concurrencia?

- | | | |
|------------|-----------|---------------|
| a) Enero | e) Mayo | i) Septiembre |
| b) Febrero | f) Junio | j) Octubre |
| c) Marzo | g) Julio | k) Noviembre |
| d) Abril | h) Agosto | l) diciembre |

32. Usted ¿adquiere productos del tianguis?

- a) si ¿cuáles?
- b) no ¿porque?

33. ¿Usted considera que fortalece el tianguis comprando?

- a) si
- b) no

34. ¿Considera que el tianguis beneficia a la población?

- a) Si, por qué
- b) No, por qué

35. ¿Se siente invadido por otros productos?

- a) Si ¿cuáles?

b) No

36. Considera que las tiendas de autoservicio, supermercados y centros comerciales del municipio ¿afectan su comercio?

a) Si, ¿De qué manera?

b) No ¿por qué?

37. ¿Existe presión por parte de las autoridades municipales por desplazarlos o reubicarlos?

a) Si ¿desde cuándo?

b) No

38. Identifica algún problema en el tianguis que haya afectado su comercio

a) si ¿cuál?

b) no

39. ¿Hay clientes que desean pagar por sus productos con tarjetas de crédito?

a) Si

b) No

40. Cuáles son los servicios de la localidad que usted utiliza durante el día de tianguis:

a) W.C.

d) todos los anteriores

b) estacionamiento

e) ninguno

c) luz

f) otro _____

41. ¿Reconoce algún apoyo por parte del municipio hacia el tianguis?

a) si ¿cuál?

b) no

42. Realiza pago de licencia o aportación al municipio

a) si

b) no ¿Por qué?

43. Además del pago de licencia y piso de plaza, ¿cuáles son los deberes u obligaciones que debe llevar a cabo en el tianguis?

44. Pertenece alguna unión/organización propia del tianguis

a) Si ¿cuál?

b) No

¡GRACIAS, POR SU COLABORACIÓN!

ENTREVISTA VISITANTES DEL TIANGUIS DE SANTIAGO TIANGUISTENCO

Objetivo: Identificar las prácticas recursivas de los visitantes y la estructura (reglas y recursos) que convergen en el tianguis y que han contribuido al proceso de estructuración social y turística del mismo.

Fecha_____

DATOS GENERALES

Nombre: (opcional) _____

Edad_____ Sexo_____ Estado civil _____ Ocupación_____ Nivel de estudios_____ lugar de trabajo_____

1. ¿De donde es originario?

Estado_____ Municipio_____ Localidad (si aplica) _____

Reglas y recursos

2. ¿Cómo se enteró de la existencia del tianguis? (familiar, amigo, conocido)
3. Cuando se le habla o menciona el tianguis, qué es lo primero que se le viene a la mente
4. ¿Además de usted, sus padres o algún familiar también acudía al tianguis?
5. ¿Desde cuándo lo visita? (edad, alguna anécdota)
6. ¿Cuál es la principal razón por la que acude al tianguis? ¿Qué compra?
7. Como recuerda el tianguis la primera vez que lo visito y de eso que ha cambiado
8. ¿Cada cuánto tiempo visita el tianguis? (los martes de cada semana)
9. Cuando viene al tianguis, acude solo o acompañado de quien o quienes (familia, solo)
10. Cuanto tiempo permanece en el tianguis (horas)
11. Identifica productos (alimentos, frutas y verduras, ropa, utensilios de cocina) que usted considera antiguos
12. Reconoce los productos que se han ido incorporando a lo largo del tiempo en el tianguis
13. Los productos que compra los adquiere en el mismo lugar, tienen preferencia de consumir productos con determinada gente o si compra donde lo hace
14. Considera que fortalece al tianguis comprando o prefiere comprarlos en algún supermercado
15. Considera que el tianguis beneficia a la población
16. Porque considera que el tianguis existe hasta nuestros días
17. Considera que las tiendas de autoservicios y centros comerciales del municipio afectan el comercio del tianguis, *el día martes además del tianguis compra en centros comerciales*

Servicios utilizados

18. Cuáles son los servicios de la comunidad que utiliza con mayor frecuencia (W.C, estacionamiento, alimentos en fondas etc.)
- 19.Cuál es el medio de transporte que utiliza para desplazarse al tianguis
20. ¿Cuál es su opinión con respecto a los servicios públicos y turísticos del lugar?

TURISMO

21. Anteriormente visualizaba turistas en el tianguis (en qué zona, que compraban)
22. Actualmente ¿identifica turistas en el tianguis? (qué zona, que compran)
23. Le gustaría que se promoviera el tianguis para atraer turismo, que promovería
24. Además del tianguis que otros lugares visita (iglesia, familiares o amigos, otras cosas)

ENTREVISTA HABITANTES DE SANTIAGO TIANGUISTENCO

Objetivo: Identificar las prácticas recursivas y la estructura (reglas y recursos) de los habitantes que convergen en el tianguis y que han contribuido al proceso de estructuración social y turística del mismo.

Fecha _____

DATOS GENERALES

Nombre: (opcional) _____

Edad _____ Sexo _____ Estado civil _____ Ocupación _____

Nivel de estudios _____ lugar de trabajo _____

1. ¿Es originario de Santiago Tianguistenco?
2. ¿Cuánto Tiempo lleva viviendo en el municipio?

Reglas y Recursos

1. ¿Cuándo se le habla o menciona el tianguis, que es lo primero que se le viene a la mente?
2. ¿Desde hace cuánto acude al tianguis? ¿Además de usted sus padres o algún familiar también acudía al tianguis?
3. ¿Cómo recuerda el tianguis la primera vez que lo vio y de eso que ha cambiado?
4. ¿Cuál es la principal razón por la que acude al tianguis, siempre ha sido la misma, qué adquiere/compra?
5. ¿Cuánto tiempo permanece en el tianguis?
6. Los productos que compra los adquiere en el mismo lugar, tiene preferencia de consumir productos con determinada gente o si compra donde lo hace
7. Cuando viene al tianguis, acude solo o acompañado de quien o quienes (familia, solo)
8. ¿Identifica los productos antiguos o tradicionales que permanecen en el tianguis ya sea comida, bebidas frutas y verduras, ropa, utensilios de cocina, etc.?
9. ¿Reconoce los productos nuevos que se han incorporado al tianguis?
10. *¿Está de acuerdo con el desarrollo del tianguis en su población?*
11. *¿Considera que fortalece al tianguis comprando?*
12. *¿Se siente identificado con el tianguis?*
13. *¿Considera que las tiendas de autoservicio y supermercados del municipio afectan el comercio del tianguis? el día martes además del tianguis acude a estos espacios*
14. *¿Cuál es su opinión con respecto a los servicios públicos y turísticos del lugar?*

Turismo

15. Anteriormente visualizaba turistas en el tianguis (en qué zona, que compraban)
16. Actualmente ¿identifica turistas en el tianguis? (qué zona, que compran)
17. Le gustaría que se promoviera el tianguis para atraer turismo, que promovería



GUIA DE OBSERVACIÓN 1
CABECERA DEL MUNICIPIO DE SANTIAGO TIANGUISTENCO

OBJETIVO: La presente guía de observación permitirá la obtención de información respecto al trabajo de investigación “La estructuración Turística del Tianguis de Santiago Tianguistenco”, que tiene como propósito identificar y analizar las prácticas recursivas que convergen en el tianguis mismas que han contribuido al proceso de estructuración social y turística del mismo.

Lugar de observación:

Fecha:

Hora:

1. Señalización y acceso

¿Existe señalización urbana?	SI	NO	
Vías de acceso:			
Condición	Buena	Regular	Mala
Observaciones:			

2. Servicios urbanos

Descripción	Bueno	Regular	Malo	No existe	Observaciones
Servicio de energía eléctrica					
Seguridad Pública					
Agua Potable					
Servicios Bancarios					
Servicios Médicos Públicos					
Servicios médicos particulares					
Servicio Postal					
Teléfonos públicos					
Red de carreteras					



Instituciones educativas					
Alcantarillado					
Alumbrado público					
Internet					
Bibliotecas					
Casa de cultura					
Áreas verdes					
Espacios deportivos					
Transporte público					
Comercio (abarrotes)					
Salón social					
Alojamiento					

3. Viviendas (tipo de casa, material de construcción, conservación)

4. Observaciones:



GUIA DE OBSERVACIÓN 2

TIANGUIS DE SANTIAGO TIANGUISTENCO

OBJETIVO: La presente guía de observación permitirá la obtención de información respecto al trabajo de investigación “La estructuración Turística del Tianguis de Santiago Tianguistenco”, que tiene como propósito identificar y analizar las prácticas recursivas que convergen en el tianguis mismas que han contribuido al proceso de estructuración social y turística del mismo.

Lugar de observación:

Fecha:

Hora:

Señalización y Acceso

¿Existe Señalización?	SI	NO
¿Existe sistema de transporte para desplazarse a este?		

Actividades de los comerciantes

Actividades de los visitantes/compradores

Actividades de la población

Observaciones generales: