

---

# Mercados y *tianguis*, usos del territorio y patrimonio-territorial latinoamericano en México

---

Mercados e '*tianguis*', usos do território e do patrimônio territorial latino-americano no México

Markets and '*tianguis*', uses of the territory and Latin American territorial-heritage in Mexico

---

**Everaldo Batista da Costa<sup>1</sup> e Ilia Alvarado-Sizzo<sup>2</sup>**

<sup>1</sup> Universidade de Brasília, Dpto de Geografia, Investigador del CNPq, Brasília, Brasil

<sup>2</sup> Universidad Nacional Autónoma de México, Instituto de Geografía, México

everaldocosta@unb.br; ialvarado@igg.unam.mx

Costa: <http://orcid.org/0000-0003-0734-6680>

Alvarado-Sizzo: <http://orcid.org/0000-0001-9479-9973>

---

**RESUMEN**

Simultáneamente a los apagamientos de la vivencia territorial y organización socioeconómica de los pueblos originarios, los mercados tradicionales latinoamericanos se convirtieron en nodos reestructurantes/re-definidores de la vida de relaciones populares aún vigentes en las metrópolis, por fuerza de una interculturalidad originaria indígena frente a un largo proceso de modernización territorial. El objetivo del artículo fue recuperar el concepto patrimonio-territorial, revisándolo según las permanencias populares-indígenas, en ocho mercados de Ciudad de México, para descubrir variables de conexiones territoriales afectivas. Metodológicamente, se realizó el análisis decolonial del origen y consolidación intercultural de los mercados ‘santuarios’ del patrimonio-territorial en México para, en el trabajo de campo (entrevistas, registros fotográfico, documental y cartográfico), evaluar el vínculo sujeto situado ↔ territorio. Resulta un cuadro-síntesis de las prácticas, saberes y productos populares-indígenas que perduran en los mercados de la metrópolis, para apoyar a futuros estudios y gestión urbana, en un continente donde el poder ha recreado estigmas, violencias y prejuicios espaciales.

**PALABRAS CLAVE:** mercados tradicionales; decolonialidad; interculturalidad; conexión territorial afectiva; modernización territorial.

**RESUMO**

Ao mesmo tempo em que se extinguiu a experiência territorial e a organização sócio-econômica dos povos nativos, os mercados tradicionais latino-americanos se tornaram nós reestruturantes/definidores na vida das relações populares ainda em vigor na metrópole, devido à força de uma interculturalidade indígena nativa, diante de um longo processo de modernização territorial. O objetivo do artigo foi recuperar o conceito de hermitage territorial, revisando-o de acordo com as permanências populares-indígenas em oito mercados da Cidade do México, a fim de descobrir variáveis de conexões territoriais afetivas. Metodologicamente, foi realizada uma análise decolonial da origem e consolidação intercultural dos mercados ‘santuário’ do heritário-território no México, a fim de avaliar o vínculo sujeito situado ↔ território. no trabalho de campo (com entrevistas, registros fotográficos, documentais e cartográficos). O resultado é uma síntese de práticas, conhecimentos e produtos populares-indígenas que persistem nos mercados da metrópole, para apoiar futuros estudos e gestão urbana, em um continente onde o poder criou estigmas, violência e preconceitos espaciais.

**PALAVRAS-CHAVE:** mercados tradicionais; descolonialidade; interculturalidade; conexão territorial afetiva; modernização territorial.

**ABSTRACT**

At the same time that the territorial experience and socio-economic organization of native peoples were being extinguished, traditional Latin American markets became restructuring/defining nodes in the life of popular relations still in force in the metropolis, due to the strength of a native indigenous interculturality facing a long process of territorial modernization. The objective of the article was to recover the heritage-territorial concept, revising it according to the popular-indigenous permanence in eight markets in Mexico City, to discover variables of affective territorial connections. Methodologically, a decolonial analysis of the origin and intercultural consolidation of the ‘sanctuary’ markets of territorial-heritage in Mexico was carried out in order to, in the fieldwork (with interviews, photographic, documentary and cartographic records), evaluate the subject located ↔ territory. It is a picture-synthesis of the practices, knowledge and popular-indigenous products that persist in the metropolis markets, to support future studies and urban management, in a continent where power has recreated stigmas, violence and spatial prejudices.

**KEYWORDS:** traditional markets; decoloniality; interculturality; affective territorial connection; territorial modernization.

## 1. Introducción

El concepto patrimonio-territorial (latinoamericano) se revisa aplicándolo a los mercados tradicionales/públicos en Ciudad de México (CDMX). Se avanza así con los ‘utopismos patrimoniales para América Latina’ (Costa, 2016, 2017, 2018, 2021), que sustentan tal concepto de matriz decolonial, consideran la representatividad existencial popular-indígena en la formación y modernización de los territorios (Santos, 1998; Souza, 1998; Trinca, 1998; Moraes, 2015; Costa y Moncada, 2021) y comprueba su permanencia en las experiencias laborales vividas por los sujetos en los mercados.

La propuesta concibe que la ‘modernización territorial’ surgió de la conquista ibérica, donde la interacción sociedad↔espacio ya ocurría por la imposición y articulación (lenta y gradual, pero brutal) de prótesis técnicas occidentales en el mundo colonial (la ciudad europea, presidios, conventos, caminos, puertos, haciendas). Aquí, esta noción geográfica va de la mano con la crítica al colonialismo (Dussel, 2016; Mignolo, 2010; Moraes, 2011; Costa y Moncada, 2021), se anticipa a la industrialización o a la velocidad de las técnicas globalizadas; articula espacio-tiempo, para no traslaparlos y no quedar en la imagen de un cuadro geográfico del pasado (Santos, 1998; Souza, 1998; Trinca, 1998). Se dialectiza la historia del territorio en América Latina, donde sus usos parten del proyecto colonial-occidental, en el cual los mercados tuvieron su función.

La tesis defendida es que, simultáneamente a los apagamientos de la vivencia territorial y organización socioeconómica de los pueblos originarios [una de las heridas del colonialismo en Latinoamérica], los mercados se convirtieron en nódulos re-estructurantes y re-definidores de la vida de relaciones populares aún vigentes en las áreas antiguas de las ciudades, por una interculturalidad originaria popular-indígena que ha traspasado un largo proceso de modernización territorial. Singularmente, son ‘santuarios’ del patrimonio-territorial, pues reconcilian sujeto situado↔territorio como un sacramento vital, más allá de lo práctico-productivo o económico-multiescalar; son mantenidos por la interculturalidad originaria y conexiones territoriales afectivas, desde la colonización (junto a los *tianguis*) y condicionamiento territorial del Nuevo Mundo.

El objetivo del estudio fue: (i) recuperar el concepto ‘patrimonio-territorial’ (decolonial), para, (ii) revisarlo según las permanencias populares-indígenas en ocho mercados tradicionales de CDMX y, (iii) descubrir las

variables de conexiones territoriales afectivas que activan popularmente el patrimonio-territorial, evaluándolas.

El patrimonio-territorial hizo durar culturalmente y sobrevivir económicamente a los sujetos y familias empobrecidas en América Latina (Costa, 2021), lo que se comprueba por los marchantes (comerciantes) en los mercados mexicanos. Aquí, la idea de popular significa “*todo un sector social de una nación en cuanto explotado u oprimido en el sistema estatal*” (Dussel, 2016: 272).

Metodológicamente se realizó: (i) revisión de literatura para aclarar el concepto patrimonio-territorial; (ii) análisis decolonial del origen y consolidación intercultural de los mercados ‘santuarios’ del patrimonio-territorial en México; (iii) llegando a las variables de conexiones territoriales afectivas (activadoras populares del patrimonio-territorial) al aterrizar en los mercados: La Merced, Jamaica, 2 de Abril, Abelardo Rodríguez, San Juan, Tlalpan (La Paz), Coyoacán y Xochimilco, para verificar la fuerza del concepto en el vínculo sujeto situado↔territorio. Los procedimientos del trabajo de campo y justificación de la elección de los mercados entre los 329 de CDMX (cartografiados con más 1.376 *tianguis*), se detallan en el apartado cuatro.

El panorama empírico y el concepto decolonial de patrimonio-territorial, revisados desde la experiencia mexicana, podrán aportar a otras investigaciones también preocupadas en identificar cuáles, dónde y cómo perduran las tradiciones populares-indígenas de los mercados en América Latina.

## 2. Patrimonio-territorial latinoamericano y el sacramento vital sujeto situado↔territorio

La propuesta del patrimonio-territorial de matriz epistémica decolonial y geográfica existencial deriva del proyecto ‘Utopismos patrimoniales para América Latina’ (Costa, 2016, 2017, 2018, 2021); este concepto-hecho dialectiza la historia colonial-imperialista del control territorial (y de cuerpos) con las estrategias de supervivencia de grupos étnicos despojados y humillados por prejuicios de origen económico-racial y tópicoespacial, con el objetivo de visibilizarlos, conectarlos y potencializar su existir.

El concepto evidencia grupos o sujetos situados y en situación espacial duradera<sup>1</sup> oprimidos por la modernidad y procesos perenes de modernización territorial; acusa el racismo y la colonialidad<sup>2</sup> normalizadora de prácticas de subalternización, esclavitud y asesinato de

afrodescendientes, indígenas y empobrecidos. *“La expresión hiperbólica de la colonialidad incluye el genocidio, que representa el paroxismo del ego conquiro/cogito (...) La colonialidad es un orden de cosas que coloca a la gente de color bajo la observación asesina y violadora de un ego vigilante”* (Maldonado-Torres, 2007: 38).

Para Costa (2021: 114, 120), el patrimonio-territorial, universalmente, atestigua los resultados del control moderno (colonial-racial-espacial) del mundo; particularmente, señala bienes reconocidos desde y para la localidad, asegurados por mecanismos endógenos de resguardo vital de los pueblos originarios. Sustenta *“una praxis decolonial basada en la dialéctica sujeto situado ↔ territorio, para revelar no solo vulnerabilidades-negatividades optimizadas por el Estado, sino potencialidades-positividades creadas para perpetuar sujetos o grupos sociales”*.

El patrimonio-territorial denota desprendimiento, pues recupera y cataliza otros principios del saber, políticas, economías, espacios y sentidos; epistemológicamente, se desprende del ‘pienso, luego existo’ descarteano e incorpora el ‘se es donde uno piensa’ decolonial-liberatorio.<sup>3</sup> *“Desprenderse presupone moverse hacia una geopolítica y una corpo-política del conocimiento, que (...) denuncia la pretendida universalidad de una etnicidad en particular localizada en Europa”* (Mignolo, 2010: 17). De ahí, Costa (2016, 2017) preuncia la génesis y duración del patrimonio-territorial anclado a las memorias urbano-rurales latinoamericanas [símbolos de enfrentamiento a la colonialidad del poder: modos de vida, formas de lucha, artes tradicionales, rituales ancestrales, fiestas sagradas y profanas, saberes populares, haceres singulares, modelos vernáculos de asentamientos, ferias, mercados, etc.].

Génesis, duración y enfrentamiento a la colonialidad del poder se inter-penetrar en la significación del patrimonio-territorial. ¿Cómo explicar la no desaparición (total) de los referentes espaciales-culturales de comunidades indígenas y afro en el amago del colonialismo, duradera colonialidad y modernización selectiva de los territorios manifestados en el etnocidio, genocidio y apagamientos perpetrados? Kowii (2005) argumenta sobre la fortaleza en que fue construida la matriz cultural de nuestros pueblos, mecanismos de registros de símbolos (visuales, auditivos y espirituales) y narrativas muy arraigadas en la cotidianeidad, como se verá en los mercados.

Los pueblos del continente han establecido una movilidad constante reflejada en el pensamiento fronterizo (Mignolo, 2010, 2007a) o en la interculturalidad (Walsh, 2009, 2012), que han permitido cambiar y confrontar discursos esencialistas y prácticas dominantes, desde

el colonialismo, por la colonialidad e imposiciones de modernización. El patrimonio-territorial es atravesado por estas lógicas, perdurándolas y retroalimentándose.

El pensamiento fronterizo deriva del expansionismo moderno-colonial-imperial y sus aparatos estatales-militares-religiosos de control territorial (Costa y Moncada, 2021); surge en los Andes con el nombre de interculturalidad y ha sido la única condición posible de pensar y vivir de los indígenas y afrodescendientes, bajo expansión (Mignolo, 2007a).

El posicionamiento crítico fronterizo o intercultural (el patrimonio-territorial constituye formas-contenidos, saberes y praxis demarcatorias y de supervivencia en esta frontera) es la acción que intenta mediar entre los conocimientos subalternizados y el conocimiento universalizado por el mundo occidental; es un proyecto que *“no deja a un lado, sino, entabla el pensamiento dominante, poniéndolo en cuestión, contaminándolo con otras historias y otros modos de pensar”* (Walsh, 2012: 81).

El concepto fue revisado desde los mercados populares de México que, junto con las antiguas formas indígenas de comerciar (los *tianguis* sobrevivientes), materializan la utopía de un proyecto-proceso intercultural histórico, pues han permitido coexistir-tensionar-reconectar generaciones de sujetos, productos y conocimientos ancestrales con sus territorios. El apartado siguiente problematiza la interculturalidad originaria, que mantiene vivos tales mercados derivados del largo proceso de modernización territorial.

### 3. Interculturalidad originaria y el origen de los mercados ‘santuarios’ del patrimonio-territorial en México

#### 3.1 Interculturalidad, decolonialidad y asimilaciones ante la modernización territorial

Se define interculturalidad originaria como un proceso intersubjetivo-actuante de supervivencia indígena en la historia del territorio, emergente de la colonización y sus desigualdades socioespaciales, conflictos y descontentos que, miméticamente, les han permitido convivir con e intervenir en la misma conquista, llegando hasta nuestros días.

La interculturalidad originaria no es el proyecto político-intelectual del mestizaje forjado en el marco de la conquista, asentado en relaciones de dominación (Walsh, 2009), sino la capacidad indígena de adaptar tal proyecto en su beneficio, sin perder sus referentes. Tal mestizaje

se reflejó en las toponimias, artes, lengua, religiosidad, ciudad, campo etc., sustentados por la interculturalidad del paradigma decolonial originario<sup>4</sup> o insurgencia por la co-existencia o derecho al uso territorial, al territorio abrigo -base de la existencia como definen Santos (1998) y Souza (2019). Costa y Moncada (2021: 18) hablan de una 'decolonialidad originaria' como comportamiento, conciencia y hecho moderno latinoamericano que se manifiesta espacialmente como mestizaje ocurrido en la disyuntiva entre dos posturas: *"sometimiento a la maquinaria civilizatoria europea que 'olvida' las múltiples experiencias originarias prehispánicas, junto con la actitud de rebeldía y resistencia indígena y negra a la realidad condicionante territorial ibérica"*.

España se apoderó de las instituciones amerindias (*yanacona*, *coatéquitl*, tributo *mexica*, *mita*) capaces de afirmar la dominación y afincarse en el Nuevo Mundo (Bernand y Gruzinski, 1999). La occidentalización parcial del campo acompañaba la reactivación de los mecanismos de dominación indígena, para garantizar el sometimiento de los sujetos y la imposición de la lógica expropiadora colonial. El ejército de mano de obra servil (no esclavos) era guiado por una idea de libertad que disponía su cuerpo y familia al mercado de trabajo. Surgió *"una sociedad rural más mezclada"*, y *"fue la explotación de los campos indios la que hizo posible la edificación de la sociedad colonial (...), quienes alimentaron al invasor, permitiéndole dedicarse a empresas tan lucrativas como las minas o (...) exploración del pacífico"* (Bernand y Gruzinski, 1999: 218).

No obstante, la producción agrícola y el comercio de larga distancia con productos variados ya sustentaban la sociedad precortesiana. Los invasores se depararon con una trama de usos territoriales que no les permitió ignorarla, asentamientos en ciudades y aldeas agrícolas indígenas de destacado poder político y funciones definidas: centros administrativos, religiosos y comerciales locales y regionales (Costa y Moncada, 2021).

La complejidad del tema, el enfoque y limitado espacio de este trabajo permiten comentar algunos casos prehispánicos y coloniales de intercambio comercial indígena entre sitios y territorios. El de Mesoamérica (Tolteca) y la Gran Chichimeca (Occidente, Noroeste y Mesoamérica Chichimeca, del Posclásico mesoamericano, 900-1560 d.C.), donde objetos de lujo, prestigio, exóticos, alimentos y hierbas medicinales se distribuyeron en ambos sentidos norte↔sur (FIGURAS 1A Y 1B), siendo el Occidente un ramal de rutas integradoras con el Noroeste, del Paleolítico a los tiempos coloniales (Braniff, 2010).

Otro caso singular es el Mundo Maya. En la invasión hispánica, Yucatán protagonizaba una red comercial que alcanzó el centro y norte de México, golfo de Honduras y Panamá (Attolini, 2010). Internamente, se establecían mercados regionales vinculados a locales de culto y productos como miel, cera, pescado, cacao, conchas, pedernal, copal, textiles y sal (FIGURAS 1 Y 1A); *"las redes de intercambio contienen múltiples facetas (...) los caminos vinculan a las sociedades en más de un sentido cuando se logran las alianzas matrimoniales y las peregrinaciones a los centros-santuarios-mercado, reforzando las conexiones interétnicas que dan unicidad a Mesoamérica"* (Attolini, 2010: 66).

Un tercer ejemplo, de los siglos XVI-XVII, son los seis corredores de abasto regional indígena de la Nueva Galicia (capital Guadalajara), que proveía de alimentos e insumos a los reales de minas, a larga distancia (FIGURA 1). *"Algunos indios libres, al margen de la pesadumbre de la encomienda y del repartimiento, tuvieron la oportunidad de insertarse al sistema colonial en la producción y comercialización de alimentos y no solamente en la dotación de mano de obra en el medio rural y urbano"*, además, *"manifestaron una fuerte influencia mesoamericana en el comercio, ya sea por su contacto de antaño con los huacaleros (tratantes purépechas) o por los mercaderes de la fruta, comerciantes de Xocotitlán (Poncitlán)"*, (Rueda, 2010: 327-332). Estos corredores de abasto indígena (FIGURA 1) entrelazaron el campo y los mercados de centros mineros (o ciudades) de Guadalajara rumbo al norte (con granos, frutas y sal), al noroeste (con pescado, mariscos, miel blanca, sal, frutas, madera y tabaco), al noreste (con artesanías de lana y barro), al suroeste (con frutas, algodón, cacao y pescado), al sur (con maíz, frijol, frutas, legumbres, canutillo y trigo), y al sureste (con cereales, ganado, frutas, verduras y maíz), (Rueda, 2010)<sup>5</sup>.

El estudio de L. Rueda refleja la tesis de Bernand y Gruzinski, según la cual los españoles crearon alternativas al genocidio perpetrado (por las guerras, enfermedades y suicidios), más estratégicos cuanto más vinculados al pasado indígena y dejaba a los sobrevivientes de las comunidades cierto margen de maniobra. La catástrofe demográfica es representada en las Audiencias de Lima y México, donde hasta 1630 la conquista redujo, respectivamente, de 8 millones a 230 mil la población indígena, y de 22 millones a menos de 900 mil (Bernand y Gruzinski, 1999; Costa y Moncada, 2021). A los pueblos originarios les quedaba la estrategia de mitigar la opresión reinterpretándola, desviándola o asimilándola. Estas fusiones solo fueron posibles por la interculturalidad y decolonialidad originarias, frente a las imposiciones

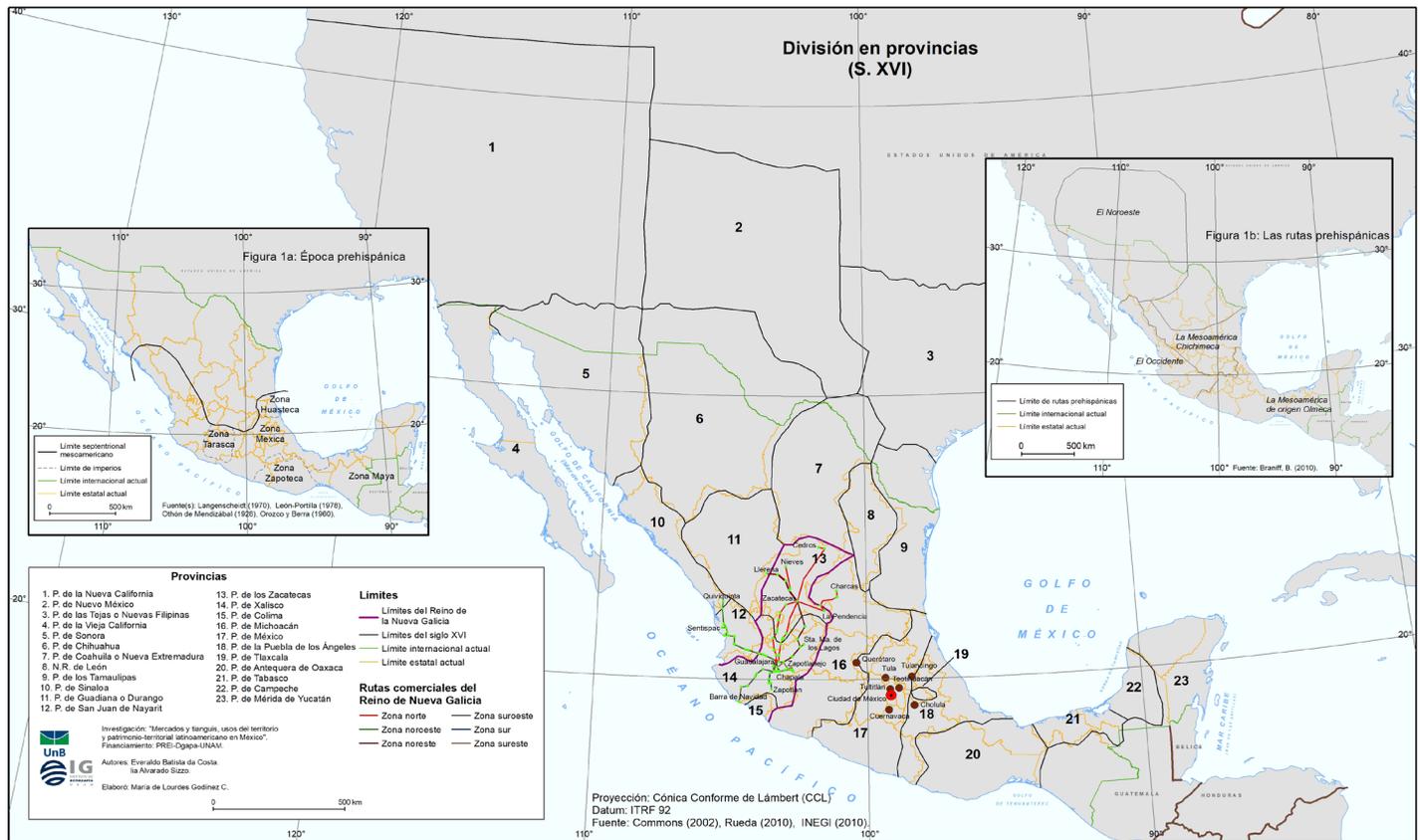


FIGURA 1 (A Y B). Ejemplos de sitios y territorios de intercambio comercial precolombino y novohispano

hispánicas de sometimiento y modernización territorial, que a su vez instituyeron los mercados castellanos en Nueva España.

### 3.2 Del *tianquiztli* al mercado 'santuario' del patrimonio-territorial

Siglos antes de la invasión territorial española, diferentes grupos étnicos desarrollaron el comercio de larga distancia y mantenían 'mercados' locales, estableciendo un ambiente mesoamericano de asentamientos, conexiones territoriales y organización productiva heredado por la Colonia. Bernal Díaz de Castillo (2014 [1575]: 330-333) [invasor y cronista español], al llegar a Tlatelolco, describió con asombro las plazas indígenas con sus *tianguis* (*tianquiztli* —en náhuatl-sitio de intercambios), posteriormente asociados con los mercados de formato castellanos, “(...) quedamos admirados de la multitud de gente (...) mercaderes de oro, plata, plumas y mantas, cosas labradas y otras mercaderías de indios esclavos y esclavas (...) vendían ropa más basta y algodón e cosas de hilo torcido, y cacahuateros (...) Vendían mantas de benequén y sogas y (...) los zapatos que calzan (...) Y cueros de tigres, leones, nutras, adives, venados y de otras alimañas, e tejones y gatos monteses, dellos adobados y otra sin adobar (...) Digamos de los que vendían frisoles y chíya y otras legumbres e yerbas a otra parte (...) vendían

*gallinas, gallos de papada, conejos, liebres y anadones, perrillos (...)* la gran plaza estaba llena de tanta gente y toda cercada de portales, en dos días no se viera todo (...) E entre nosotros bobo soldados que habían estado en muchas partes del mundo, en Constantinopla, Italia y Roma, y dijeron que plaza tan bien compasada y tanto concierto y tamaña e llena de tanta gente no la habían visto.”

A pesar de la crítica a la 'invención desbordada' o 'deformación cognoscitiva' de los cronistas sobre los *tianguis* prehispánicos, no siendo “*asimilables al mercado castellano que los invasores conocían*” (Martínez Garnica, 1985: 691), algo vieron que, de alguna forma, sigue existiendo (FIGURA 2). El autor alega que la sociedad mexicana congregaba comunidades independientes agrarias, articuladas por centros políticos urbanos de unidades productivas-consumidoras domésticas y mercado grado de autosuficiencia, donde la producción artesanal se caracterizaba por vínculos de parentesco; jefes étnicos estimulaban y controlaban la producción, acumulación y redistribución de excedentes (agrícolas y artesanales). Era una sociedad campesina asociada con centros urbanos ceremoniales y el *tianquiztli* prehispánico nace en estos territorios de la divinidad. “*Nadie intercambiaba ningún bien fuera del sitio ceremonial (...) los jefes étnicos compelian a los pueblos comarcanos a traer al tianguis sus excedentes (...) Los indios acudían así en días determinados de 'fiesta' al sitio del*

*tianguis para depositar maíces, ají, tomates, frutas, legumbres y semillas ante el momoztly [tótem]; lo que según parece se repartía 'para el señor y la comunidad'. Pero si bien procesos compulsivos los atraían al tianguis, los indios encontraban allí una ocasión no sólo para el intercambio social y la adquisición de artesanías, sino para renovar su adhesencia a la supra-comunidad'* (Martínez Garnica, 1985: 695).

Uno de los santuarios-mercados más prestigiosos del México central, Huapalcalco, ejemplifica la resistencia del

*tianguis* a la conquista; ubicado en Tulancingo, estaba entre los más importantes de la época tolteca (al lado de los de Cholula, Tula, Teotihuacán, Tultitlán y Quauhnauc (FIGURA 1) y el núcleo religioso-político de producción prehispánica de obsidiana lo realizó cada veinte días hasta el siglo XVII (Gaxiola, 2010). Otro ejemplo es la lucha indígena en Querétaro para mantener su *tianguis* situado en la plaza principal del pueblo (cercano al templo, al convento y las casas reales), con la introducción de las



**FIGURA 2.** Indígenas en *Tianguis* de: A) Tulancingo-1940. B) Amecameca-1930. C) Oaxaca-1978. D) Zacualtipán-1940. E) Zacatecas-1908. F) Córdoba/Veracruz-1908. G) Cd.Mx-1908. Fuente: Mediateca del INAH-México<sup>6</sup>

tiendas (entidad comercial castellana); la república de indios alegó al ayuntamiento sus derechos por la costumbre indígena y de ‘su libertad’ de las ciudades españolas, consiguiendo mantener su *tianguis* en la plaza pública (Jiménez, 2010). El *tianguis*, importante institución social prehispánica, gradualmente se convirtió en centro de la vida urbano-rural colonial. Según Bernard y Gruzinski (1999), el *tianquiztli* mantuvo su carácter indígena en el siglo XVI y, progresivamente, se abrió a vendedores mestizos, mulatos y españoles. El *tianguis* nunca ha dejado de existir (FIGURAS 2, 3 Y 4).

En las décadas posteriores a la conquista, los ‘mercados’ (*tianguis*) de Tlatelolco y Tenochtitlan (actual CDMX) seguían en manos indígenas y, aunque no construyeron mercados en el siglo XVI, la ciudad tenía el llamado ‘derecho de mercados’, impuesto por uso comercial de calles y plazas (Gamboa, 2010; Suárez, 2010). Vasta bibliografía revela que diferentes mercados indígenas funcionaron en la Plaza Mayor (Zócalo) y alrededores entre los siglos XVI-XVIII, como el Baratillo; además,

estos *tianguis* ocupaban plazuelas y calles de toda la ciudad (como en la actualidad).

El mercado de San Hipólito fue el primero fundado por españoles, cuyo funcionamiento se ajustó al calendario cristiano, al igual que los edificadas después: el Parián (1703, concentraba productos de Europa y Asia), el Volador (1792), Santa Catarina (1793), El Factor (1793), Plaza de Jesús (1793), San Juan o Iturbe (1848), Villamil (1850) y La Merced (1863) [ver ubicaciones en la FIGURA 4]. Otros fueron construidos para evacuar a los ambulantes, inicialmente, de la Plaza Mayor, consecuentemente, demás espacios públicos, atendiendo al primer reglamento de mercados de México, promulgado por el virrey Revillagigedo el 04/12/1791 (Gamboa, 2010; Delgado, 2015). Con el reglamento, se otorgó el ‘derecho de viento’, impuesto para controlar-impedir el comercio ambulante de indígenas, mestizos o españoles pobres (en las calles, plazuelas y pequeños ‘mercados al viento’). Años más tarde, en algunos de estos sitios, se



**FIGURA 3.** *Tianguis* cercano al mercado La Merced (mercado al viento [plazuela] entre 1861-1879, donde se demolió el exconvento homónimo; 1880 se inaugura el primer edificio; 1957 es reconstruido y reinaugurado. A) *Tianguis*-1951; B) *Tianguis*-2022. Fuente: Mediateca del INAH-México y acervo propio, marzo-2022

construyeron ‘verdaderos mercados’ (Yoma y Martos, 1990: 60), o locales cerrados de forma-contenido europea.

El mercado castellano implantado catalizó el intercambio entre dos mundos, siendo objeto de control socioespacial, político y económico, y el *tianquiztli* lo atravesó desde las calles y se mantuvo en su puerta (FIGURA 3); sería un error metodológico ignorarlo, por ser conector de regiones prehispánicas y barrera imperiosa

a la intención española de controlar totalmente el uso territorial, el comercio y el cuerpo laboral mediante los nuevos mercados. Lo que Bernard y Gruzinski (1999) consideran síntoma de un orden indígena en decadencia -la existencia, en el siglo XVII, de vendedoras de ajo, frutas, cacao, atole y tamales en todas las esquinas de CDMX, a pesar de los reglamentos-, en realidad es un orden indígena restableciéndose, el que llega al siglo XXI.

El apartado siguiente, al identificar el patrimonio-territorial y variables de conexión territorial afectivas persistentes en los mercados de CDMX, demuestra que la lógica colonial-imperialista de poder no ha disuelto por completo la memoria espacial ni generacional de los sujetos, sus elementos de sustentación vital, por obra de la interculturalidad y decolonialidad originarias, que estancan, tras siglos, las heridas crónicas de la conquista. En la simultánea descalificación-apropiación de los saberes y productos indígenas, dominio de la tierra y territorios y explotación de su mano de obra, los mercados implantados se convirtieron en ‘santuarios’ del patrimonio-territorial.

#### 4. Mercados de ciudad de México: patrimonio-territorial en ‘santuarios’ del sacramento vital sujeto situado ↔ territorio

##### 4.1 Cartografía de los mercados y *tianguis* de CDMX: epopeya edificante

La epopeya edificante de mercados en CDMX, entre las décadas de 1940-1960 (FIGURA 4), reitera la angustia histórica de los poderes instaurados por dominar el uso territorial y el cuerpo laboral. Inicialmente, el gobernador del otrora Distrito Federal-DF, Javier Rojo/1940-46, construyó 20 mercados en la metrópolis, aumentando la recaudación de impuestos en 150%, entre 1947-1949, y en 1951, cuando fue expedido el Reglamento de Mercados del DF, la ciudad poseía 44 instalaciones (Meneses-Reyes, 2011), que trasladaron miles de ambulantes hacia locales cerrados.

Posteriormente, Ernesto Uruchurtu (regente del DF/1952-1964) se convirtió en el principal artífice de los mercados de la historia de la ciudad. Después de reprimir violentamente a los ambulantes y enfrentar sus movilizaciones, retomó el Reglamento de Mercados de 1951, edificándolos para concentrar comerciantes callejeros (Meneses-Reyes, 2011). Entre 1953-1964, más de 55 mil ambulantes fueron desplazados a estos locales, y hasta los dos años siguientes a la renuncia de Uruchurtu, 174 mercados fueron implantados, aumentando 395% su cantidad en la capital (Meneses-Reyes, 2011).

Los paisajes urbanos latinoamericanos demuestran que los intentos estatales por controlar el uso territorial y espacio público (con leyes y violencia policial) evidencian la necesidad real de subsistencia y asistencia popular (no atendidas), expresados en la duradera informalidad.<sup>7</sup>

Esta época de oro de los mercados de CDMX no inhibió el ambulante en la puerta y cercanías de estos establecimientos administrados por el Estado: quienes no alcanzaron un puesto fijo enfrentaron la represión. Según Meneses-Reyes (2011: 140), en la década de 1970, a los programas de edificación de mercados se agregaron “*concentraciones abiertas de vendedores ambulantes*” o “*tianguis sobre ruedas*”, formas organizacionales que, a principios de 1980, agrupaban más comerciantes que los mercados, en diferentes colonias de la ciudad.<sup>8</sup> La figura 4 aclara que, hasta 1970, el centro antiguo y extendido de CDMX era el epicentro de esa epopeya edificante, cuando aún aumentaba su densidad demográfica<sup>9</sup>; pos-1970, el centro dejó de convergirlos o los mercados fueron creados en los arrabales de la metrópolis en expansión.

La necesidad de sustento y mecanismos de supervivencia de los empobrecidos en el continente han suplantado la capacidad nacional de regular el uso del espacio público o la preocupación estatal por exterminar la miseria, adoptando la represión y la institucionalización del comercio en locales de aglomeración. Uno de los legados de Uruchurtu (la politización del ambulante al manipular el programa de mercados, organizándolos dentro del Partido Revolucionario Institucional-PRI<sup>10</sup>) fue asumido por sus sucesores; con la explosión de ambulantes pos-1970, se catalizaron beneficios políticos controlándolos en asociaciones partidarias, a cambio del derecho de estar en las calles (Cross, 1996).

La crecida de los mercados en CDMX (329 en la actualidad (FIGURA 4) expresa los planes gubernamentales para despejar el espacio público, modernizar el territorio, higienizar la ciudad y aniquilar el ancestral ‘*tianguis* indígena’ reconocido, desde la colonia, como locus de la informalidad. Pero, luego fue autorizado, bajo vigilancia estatal, y hoy concurren 1.367 *tianguis*, en distintos días semanales y diseminados por la metrópolis (FIGURA 4). La política de control del abasto de víveres en la ciudad ha sido presentada como cuestión de orden público (Giglia, 2018).

De la Plaza Mayor (con los *tianguis* indígenas de Tlatelolco y Tenochtitlán), al Baratillo, Parián, Volador, La Merced y Central de Abastos (FIGURA 4), se dialectiza la saturación de un mercado (seguida de la edificación de otros) y el incremento de la informalidad en la siempre incompleta modernización territorial. Quedó aceptar-actualizar-institucionalizar el *tianguis* históricamente negado en las calles de la metrópolis. Con el mercado,

son dos organizaciones que reflejan la estructura de clases gestada desde el colonialismo con su maquinaria de poder y control soportada -interna y externamente- por indígenas y mestizos con la interculturalidad y decolonialidad originarias.

#### 4.2 Cuadro-síntesis de conexiones territoriales afectivas activadoras populares del patrimonio-territorial en mercados de CDMX

Se justifica investigar los mercados de la capital mexicana por su universo sui generis en América Latina, diferenciados entre tradicionales/especializados/turísticos (FIGURA 4). Los establecimientos se ubican en

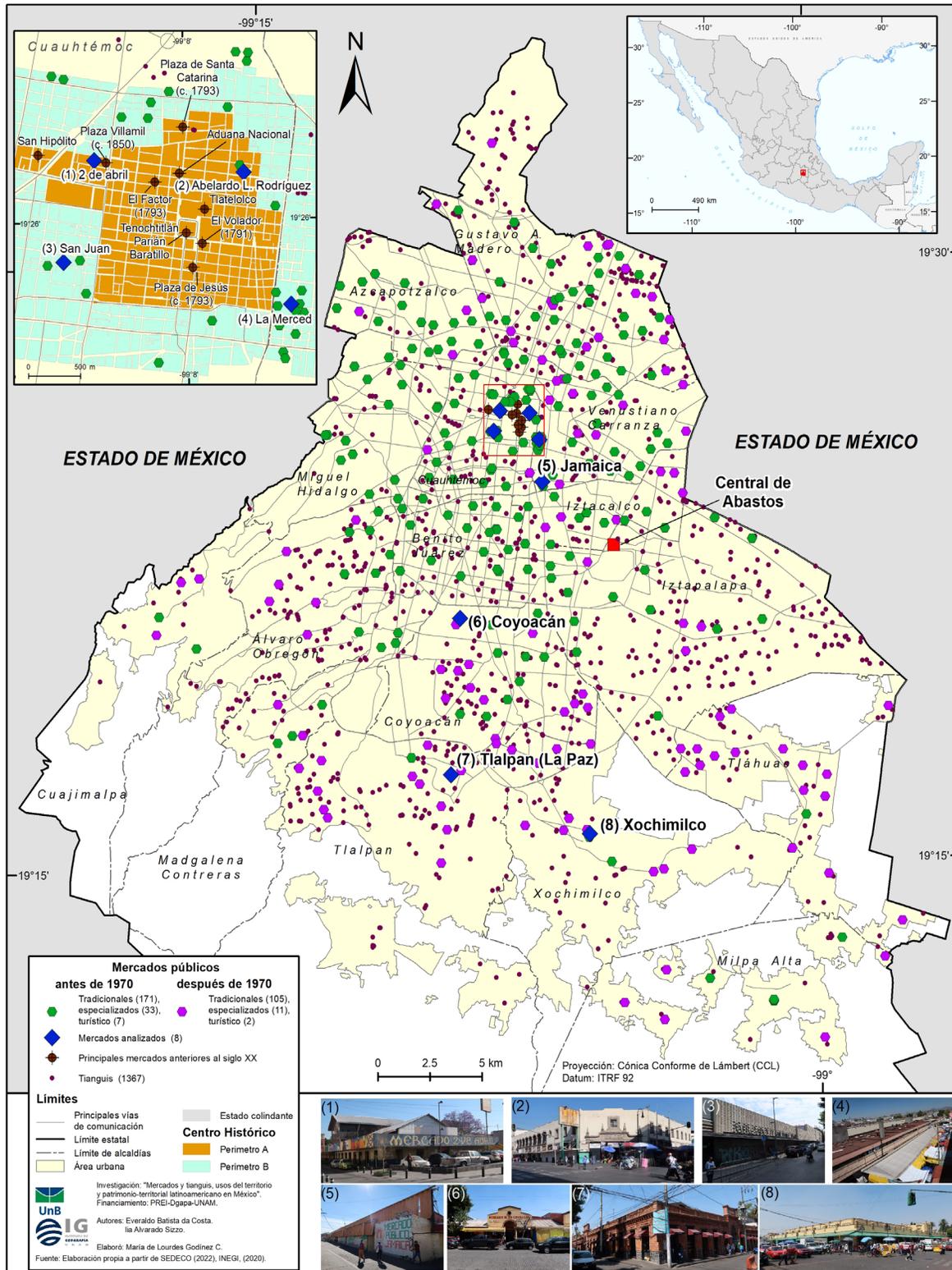


FIGURA 4. Uso del territorio metropolitano. Los 329 mercados y 1.367 tianguis de CDMX

sitios históricos metropolitanos originalmente indígenas, zonas turísticas nacionales e internacionales o rutas patrimoniales (Centro Antiguo, Coyoacán, Xochimilco y Tlalpan), (Mendoza-Vargas, 2016; Crossa, 2013).

El trabajo de campo ocurrió en tres etapas: (i) aproximación a cada mercado, para confirmar sus características, identificar sujetos de investigación, realizar la entrevista-piloto y recolectar datos en sus administraciones; (ii) para aplicar las entrevistas semi-estructuradas, hacer fotografías y observación directa; se llevaron a cabo 56 entrevistas a los marchantes (comerciantes, hombres y mujeres mayores de 60 años), con preguntas-guía que permitieron elaborar el cuadro-síntesis de variables de conexiones territoriales afectivas (VCTA) activadoras populares del patrimonio-territorial (P-T) en los ocho mercados; (iii) al final de la investigación, se revisó el cuadro-síntesis in loco.

El concepto patrimonio-territorial fue revisado según las permanencias populares-indígenas en los mercados y queda claro que las VCTA que activan el P-T surgen

de la *relación sacramental vital* sujeto situado↔territorio. El cuadro síntesis se estructura en columnas laterales izquierda y derecha, que apuntan el P-T y las VCTA evidenciadas en cada mercado. Los colores resaltan el grado de reconocimiento y activación del P-T, las letras, la situación concreta de la VCTA, según las entrevistas. Esa experiencia empírica indica serios problemas e importantes persistencias populares-indígenas en los mercados de México, que se replican en América Latina.

El cuadro-síntesis demuestra que el reconocimiento del P-T de un mercado se acompaña siempre de un conjunto situacional de VCTA que lo activa o no; el cuadro puede servir, incluso, a la gestión territorial metropolitana en favor de los sujetos y sus mercados, siendo la síntesis cualitativa de la investigación de campo. Siguen notas interpretativas de los ocho mercados, que incluso aclaran caminos para futuras investigaciones.

Se comprobó que:

a. *el mercado en sí como P-T es un hecho espacial de dimensión cultural, tradicional, ancestral e histórica del país, caracterizado*

Cuadro-síntesis de Variables de conexiones territoriales afectivas activadoras populares del patrimonio-territorial. Fuente: elaboración propia, a partir del levantamiento y síntesis de investigación de campo [enero-mayo (2022), en los mercados de CDMX]

PATRIMONIO-TERRITORIAL	La Merced [1861]	Jamaica [1885]	2 de Abril [1902]	Abelardo Rodríguez [1934]	San Juan [1889]	Tlalpan [1900]	Coyoacán [1921]	Xochimilco [1958]	VARIABLE DE CONEXIÓN TERRITORIAL AFECTIVA
Mercado	(A)	(A)	(A)	(A)	(P-V-R)	(A)	(A)	(A)	Exotismo
Tianguis	(V)	(V)	(V)	(R)	(R)	(V)	(V)	(V)	Solidaridad
Altare	(V)	(V)	(V)	(R)	(V)	(V)	(R)	(V)	Religiosidad
Indígenas	(P-V)	(P-V)	(P-V)	(P-V)	(A-E)	(P-V-E)	(P-V)	(P-V)	Informalidad
Memoria espacial	(P-V-R)	(P-V-R)	(P-R)	(P-R)	(P-R)	(P-V-R)	(P-V-R)	(P-V-R)	Persona mayor
Comida ancestral	(V)	(V)	(V)	(V)	(V)	(V)	(V)	(V)	Mujer
Vegetales nativos	(P-V)	(P-V)	(P-V)	(A)	(A)	(P-V)	(P-V)	(A)	Equipos. urbanos
Puesto/local	(V)	(V)	(R)	(R)	(R)	(V)	(V)	(V)	Linaje
Fiestas	(V)	(V)	(R)	(R)	(R)	(V)	(P-R)	(V)	Argot/pregón
Olores/colores/sonidos	(V)	(V)	(V-R)	(R)	(V-R)	(V)	(V)	(V)	Vínculo vital
									[VCTA Percibida (P), Vivida (V), Estigmatizada (E), Ausente (A), Riesgo (R)] **
No reconocido* [P-T]		Reconocido y no activado [P-T]		Reconocido y activado [P-T]		Peligro de pérdida o negado [P-T]		Situación concreta	

\*El **reconocimiento** se refiere a la existencia de algún vínculo *sujeto↔patrimonio-territorial* [P-T], identificado (o no) en los trabajos de campo. (i) El **P-T no reconocido** puede ser existente y no identificado por los sujetos en su tradición. (ii) El **P-T reconocido y no activado** es identificado por algunos sujetos, pero no es valorado orgánica y colectivamente, en la dimensión originaria del uso/apropiación. (iii) Es **reconocido y activado** el **P-T** identificado y/o representado y orgánica y colectivamente apropiado. (iv) Está en **peligro de pérdida o negado** el **P-T** identificado-existente, pero menospreciado en la lógica comercial desarrollada y/o por los sujetos.

\*\*Las **variables de la conexión territorial afectiva** [VCTA] corresponden a los **factores** y **sujetos** detonantes de la **activación popular del patrimonio-territorial** o que enlazan sujeto situado↔territorio. El trabajo de campo permitió identificarlas como **Percibidas** (empíricamente), **Vividas** (por los sujetos), **Ausentes** (del imaginario), **Estigmatizada** (por los comerciantes) y en **Riesgo** (de desaparecer) a través de las entrevistas y/o observación directa.

por su función vital en la economía y abasto popular. Excepto Abelardo R. y San Juan, los otros seis mercados todavía guardan, distintamente, la praxis decolonial como utopía urbano-rural latinoamericana, al dialectizar poderes y conducir la subsistencia popular (Costa, 2021), o sea, son P-T reconocidos y activados, orgánica y colectivamente. Ambos, en pleno funcionamiento, están en peligro de pérdida o negados como P-T. El primero, por el cambio de uso de la tierra urbana en la zona (degradada) que, después del temblor de 1985, pasó de eminentemente residencial a comercial popular. “Muchos departamentos aquí en frente ahora son bodegas; hay pocas familias y las que hay compran en las grandes tiendas” (Marchante P, 5/02/2022). A la baja comercial se suman la crecida de puestos de ropa y productos importados, la reducción significativa de los locales de comida ancestral y vegetales nativos. En San Juan, la negación del propio mercado como P-T ocurre, paradójicamente, por el giro turístico oriundo de la perversión de la VCTA *exotismo* (reconocimiento de distinción y extravagancia sobre productos, objetos o personas de los mercados) que desconfigura, desprecia e ignora la cultura popular-indígena (mientras oferte sus productos), (FIGURA 5). El exotismo no aparece en la narrativa de marchantes de los demás mercados. “Aquí [San Juan] no hay productos indígenas, nada. Pero si hay puestos que venden cosas prehispánicas; encontrará productos oaxaqueños, semillas, frijoles; este mercado es diferente, se inclina más a las cosas

europeas y comidas prehispánicas, no indígenas” (Marchante B, 7/03/2022). Aún, Abelardo R. y San Juan son los únicos donde la VCTA solidaridad (presencia y narrativa sobre el apoyo mutuo entre los compañeros comerciantes del mercado o dueños de los puestos/locales) está en riesgo, siendo más vigorosa y estructural en la manutención de los demás mercados. Quizás por el hecho de que, en San Juan, el “siento mucho amor por mi puesto” se convierte en “me gusta mucho el business” (Marchante U, 7/03/2022).

b. *el tianguis como P-T es la duración empírica o imaginaria de esta forma prehispánica de ofertar productos, que suele seguir cambiado/resignificado a la puerta, alrededor o incluso atravesando a los mercados.* Excepto el mercado San Juan, donde desde el inicio de los años 2000, con fuerza policial, se exterminó el ambulante de la puerta y donde “el señor de los ajos es el único ambulante, pues tratamos de cuidar de la imagen del mercado, de la clientela; no cualquiera viene aquí, evitamos robos, gente fea” (Marchante B, 7/03/2022), los otros siete mercados son atravesados, imaginaria y concretamente, por el ancestral *tianguis*. “Esos indígenas y ambulantes que vienen a [Jamaica] comprar flores las venden en las colonias alrededor, en la calle” (Marchante C, 28/03/2022). Así, la informalidad como VCTA (actividad comercial popular/tradicional sin beneficios o derechos laborales, que conduce sujetos hasta los mercados y



**FIGURA 5.** El P-T y la VCTA solidaridad en los mercados. A) Turistas, botanas de alacranes e insectos (San Juan gourmet). B) Vendedoras de tortilla en Xochimilco. Fuente: acervo propio, marzo-2022



**FIGURA 6.** Indígenas y ambulantes en las puertas de los mercados: A) Tlalpan (de Chiapas). B) Jamaica (vende atole y tamal). C) Coyoacán (de Valle de Bravo). D) Jamaica (de Estado de México). E) Xochimilco (vende petate). F) San Juan (vende ajo). G) Coyoacán (de Valle de Bravo). Fuente: acervo propio, febrero-marzo-2022

alrededores para sobrevivir), contradictoriamente, siendo percibida y vivida, cumple la función de conectar sujeto situado ↔ territorio, proyectar el antiguo *tianguis* indígena como alternativa para subsistir en las calles y junto a los mercados (FIGURA 6). “Antes, aquí [Coyoacán] era pura plancha, de este lado era descubierto, era como un *tianguis*, que llegaban los viernes. De 400 ambulantes que había aquí en ese *tianguis* de los años 80, hay como 10 en sus locales, se arrinconan allá al fondo de las cocinas” Marchante D, 15/03/2022). “El mercado [2 de Abril] sigue igual de tamaño, más de 50 años, era tipo colonial. En su origen era el mercado Juan Carbonero, un *tianguis* en la plaza del mismo nombre, que era aquí?” (Marchante E, 18/03/2022).

c. los altares católicos (u otros) y su referencia narrativa son P-T en el mercado o en los puestos/locales. Excluidos Abelardo

con su paradoja del exotismo, exhibe una imagen de Guadalupe sobre los colores de la bandera de Cataluña.

d. el indígena como sujeto histórico que pervive en el mercado o a su alrededor de manera formal/informal, aún conectado con su sitio de origen o productivo, es guardián del P-T y se confunde con él. Los indígenas perviven en las metrópolis, en zonas de aglomeración y comercio. Excepto en el mercado San Juan, en los demás se identifica la presencia indígena en su interior o entorno. Equipamientos urbanos como VCTA (amenidades referentes alrededor del mercado, que sustentan la permanencia de los sujetos en su cotidiano-laboral, como escuelas, hospitales, plazas, alamedas, iglesias, museos, centros culturales, metro etc.) son facilitadores de la permanencia de grupos indígenas en la ciudad, para el ambulante (FIGURA 6). En todos los mercados, figuran marchantes que niegan a los indígenas (en el *cuadro-síntesis* aparecen también como P-T reconocido y no activado), por prejuicio y desconocimiento de la herencia genética familiar de sujetos que, siendo mestizos, rechazan su ancestralidad; se remarca la tensión histórica entre el ideal estatal de mercado castellano y la transcendencia popular del *tianguis*. “Hay indígenas afuera, que vienen a vender [Xochimilco], de Topilejo, Iztapalapa, ellos venden verdura, los de la fruta son los mismos que venden en el estacionamiento, como no venden allá, alquilan muchachos para vender en bolsas sus productos, eso es lo que nos bajó mucho la venta” (Marchante G, 03/03/2022).

e. la memoria espacial como P-T son las referencias situadas del pasado-presente de los sujetos en el mercado o su alrededor, especialmente en la fase de la infancia, catalizadora del cambio del local del trabajo al lugar de la experiencia íntima. También conecta sitios de abasto del mercado o el propio puesto. Tal memoria es reconocida en todos los mercados y solo no es activada en Abelardo R., por el giro generacional que, mientras afecta a todos ellos, en este se agrava por el olvido público de la zona. La memoria espacial gana vigor como P-T con la VCTA *persona mayor* (pioneros o fundadores del mercado, reconocidos como la base para su manutención, además de ejemplo de trabajo y lucha para la supervivencia de la familia; reconocidos como transmisores de saberes y haceres), pues juntos representan la vida de los mercados (FIGURA 8). Uno de los dilemas en los mercados de CDMX es que dicha VCTA percibida y vivida está en riesgo, llevando a un dudoso cambio generacional y del futuro de estos locales. “Aquí [Tlalpan] aprendí a hacer las cuentas, a trabajar, desde pequeño; yo aquí aprendí a pesar, calcular rápido, y a leer” (Marchante H, 10/03/2022). “Este mercado [La Merced]

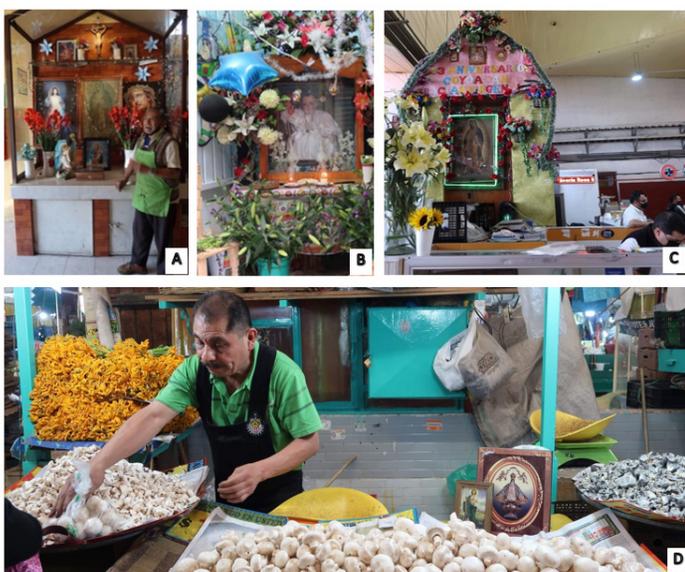


FIGURA 7. Altares e imágenes católicas en puestos y pasillos: A) 2 de Abril (Guadalupe). B) Xochimilco (Niñoopa). C) Coyoacán (Guadalupe). D) La Merced (Merced). Fuente: acervo propio, febrero y marzo de 2022

R. y Coyoacán que, a pesar de poseer sus altares, la religiosidad como VCTA no es narrada por los entrevistados u observada. Los otros mercados, además de tenerlos localizados (también en nichos de muchos puestos), siguen con sus fiestas patronales vivas, lo que comprueba la transtemporalidad del catolicismo y su importancia en la organización social popular (FIGURA 7). “El 24 de septiembre es el aniversario del mercado [La Merced], y el día 23 todos traen sus imágenes para la misa, llegan mariachis, música, ahí en el mercado de comidas hay un altar de la virgen” (Marchante F, 22/03/2022). “A veces hay misas de la virgen, en el altar [Jamaica]; este es un nicho que yo hice, yo era carpintero, ello tiene 40 años, está hecha de caoba” (Marchante C, 28/03/2022). San Juan



**FIGURA 8.** Mayores, niñez y linaje en los mercados: A) 2 de Abril (cuarta generación). B) Tlalpan (cuarta generación). C) Coyoacán (tercera generación). D) La Merced (niñez). E) 2 de Abril (cuarta generación). F) Jamaica (tercera generación). Fuente: acervo propio, febrero-marzo-2022



**FIGURA 9.** Comida ancestral y vegetales nativos en los mercados. A) Xochimilco (nopal, tamal y hierbas). B) Xochimilco (mixiote). C) Jamaica (nopal y xoconostle). D) La Merced (chiles). E) La Merced (epazote, quelites, chilacayote y huitlacoche). F) Xochimilco (nopal y tamal). Acervo propio, febrero-marzo-2022

*me recuerda a muchos lugares, si le digo voy ponerme a llorar, a toda mi infancia; íbamos a la escuela, veníamos, aquí comíamos; sábado y domingo mi mamá hacía atole de champurrado, masa con chocolate, canela, es una bebida prehispánica de maíz seco, azúcar y chocolate, cocinábamos en la casa y traía aquí para comer” (Marchante I, 22/03/2022).*

- f. *La comida ancestral, alimentos o alimentación propia de los indígenas prehispánicos, que perviven en el mercado o su alrededor son P-T (los más de 400 insectos que todavía se comen en México [avispa, abeja, hormiga, chapulines, gusano de maguey, escamoles, saltamontes], además del pulque, guajolote, pescados etc.). Aunque todos los mercados resulten de y enfrenten lógicas de la modernización del territorio o la entrada de nuevos elementos, hay cierto arraigo comprobado por la duración de estos productos (FIGURA 9), con cambios y permanencias percibidos o desconocidos por los locatarios en relación con su ancestralidad prehispánica, por lo que este P-T existe y aparece en peligro de pérdida en todos los mercados; en Abelardo R., el proceso es más acelerado; en San Juan es contradictorio, por la banalización gourmet. “Mi papa y yo trabajamos con esos productos ancestrales en la Merced, nos mandaban mercancía de pueblos, San Martín, Patzingo, Xochimilco, de alrededor, ahora vienen de la Central de Abastos” (Marchante J, 22/03/2022). “Hay pocos productos ancestrales en Jamaica, de las antiguas casi no hay, zapotes, plátano de ese macho, de ese bonito, casi no hay”*

- (Marchante C, 28/03/2022). “En la Merced de indígena todavía se venden los charalitos, el zabuanfle se llama?, las ranas, las vainas, el camote” (Marchante T, 22/03/2022).*
- g. *Vegetales nativos como P-T, todas las frutas, plantas, cereales, hortalizas y legumbres cultivados en México prehispánico y que todavía son reconocidos en el mercado. Mientras todos los mercados ofertan vegetales nativos (notoriamente Xochimilco, La Merced y Jamaica, FIGURA 9), hay un desconocimiento sobre qué es o no prehispánico; los otros cinco mercados pasan por un giro más drástico en los puestos, por el turismo (Coyoacán y San Juan) o por la degradación de la zona, que impone la venta de productos no perecederos (2 de Abril y Abelardo R.); por ello, la mujer como VCTA es el sujeto que da vida y garantiza la continuidad del mercado, además de protagonizar o apoyar la manutención de la familia, es quien transmite los saberes tradicionales o conocimientos sobre productos y el propio mercado (FIGURA 10). Queda claro el lugar constitutivo de las mujeres en los mercados. “El negocio es de generaciones y mira como todo esto es producto de origen indígena, vendo huitlacoche, hojas de calabaza, quelite, quintoniles, yuca, escamotes [La Merced]” (Marchante J, 22/03/2022). “Las clases populares de CDMX no han dejado de consumir el huitlacoche, como los pueblos indígenas; hay otros que perdieron la conexión con ellos, por eso es muy representativo tenerlo en este mercado [La Merced]” (Marchante L, 22/03/2022).*

“De indígena en el mercado [Tlalpan] hay nopales, hojas de plátano, hojas de maíz para los tamales, el maíz, la lenteja, los chiles para hacer el mole” (Marchante M, 10/03/2022). Para una indígena ambulante alrededor del mercado Coyoacán, adentro solo las hierbas, todo que es semilla o materia prima y los bordados (muchos copiados), suelen ser indígenas.

- h. El puesto/local como P-T (espacio individual, familiar o generacional para venta de productos en el mercado, defendido como célula de su manutención tradicional), con la VCTA vínculo vital (sentimiento de afecto, pertenencia y sustentación vital que surge del cotidiano histórico-familiar en el mercado y para ello) corresponden a dos elementos de los más significantes de la interacción sujeto situado ↔ territorio en los mercados de México (FIGURA 10). Nuevamente es P-T en peligro de pérdida (puesto) y VCTA (vínculo vital) en riesgo en Abelardo R., San Juan y 2 de Abril, especialmente por el cambio generacional, el fallecimiento de antiguos locatarios (acelerados por la pandemia, según marchantes de todos los mercados) o alquiler a jóvenes sin arraigo con la historia-memoria del establecimiento. “Tlalpan es mi segunda casa, aquí crecí, aquí pasé muchas horas de mi vida, aquí hice tareas, aquí jugué, aquí comí, aquí desayuné, aquí aprendí a trabajar; guardo un sentimiento de cariño por el mercado” (Marchante N, 10/03/2022). “¡La vida! Xochimilco es la vida para mí. Aquí aprendí a sumar, restar, multiplicar, y dividir, pues yo no fue a la escuela. Tiene que aprender a saber los gramos, los pesos. Realmente, eso es mi vida” (Marchante O, 03/03/2022). “¡2 de Abril es mi vida! Porque hemos estado aquí siempre, lo aprecio, nos ha dado todo, amor, cariño, para vivir y para todo” (Marchante E, 18/03/2022).

- i. Las actividades festivas sagradas o profanas tradicionales populares como P-T son organizadas por el mercado, con calendario establecido, agregando saberes y haceres de la cultura nacional, además de activar el establecimiento, notoriamente en Jamaica, La Merced, Tlalpan, Xochimilco y San Juan. El linaje como VCTA (generaciones de cada familia que garantizan la duración del puesto/local; es la base primordial de la existencia del mercado tradicional y sus conexiones) ayuda no solamente en la continuidad de las fiestas, sino en la manutención del puesto y el propio mercado como P-T (FIGURA 8). Abelardo R., San Juan y 2 de Abril, nuevamente, preocupan por el riesgo de pérdida de esta VCTA. “En diciembre se hacían las peregrinaciones del 2 de Abril a Guadalupe, fueron muchos años, hace 6 o 7 años que se suspendieron” (Marchante E, 18/03/2022). “Hay fiestas como la del aniversario de Jamaica, romerías de muertos y Semana Santa, cuando la gente viene de muy lejos para

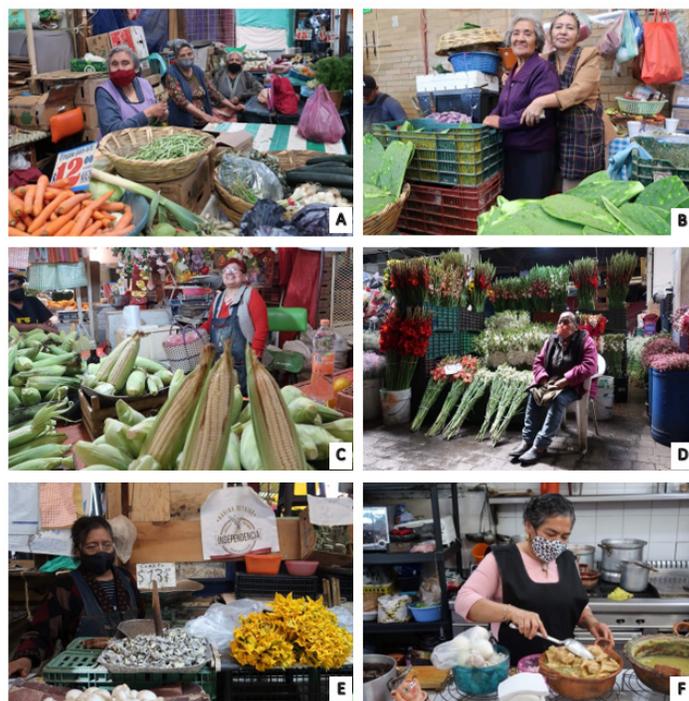


FIGURA 10. Mujeres mayores en los mercados. A) Jamaica (hermanas). B) La Merced (amigas). C) La Merced (del barrio). D) Jamaica (indígena). E) La Merced (huitlacoche y flor de calabaza). F) Tlalpan (cocina). Fuente: acervo propio, marzo-2022

vender las palmas; después viene la fiesta del día de la mamá, el 10 de mayo y se venden muchas flores; el mercado autoriza a las romerías para vender sus productos en los momentos festivos” (Marchante P, 28/03/2022). “Ya no hay fiestas [Abelardo R.], ni aniversario, ya no hay dinero; anteriormente, sí, había fiesta, baile, música, ahora ya no” (Marchante Q, 05/02/2022).

- j. Los olores, colores y sonidos como percepción del mercado y P-T, son las intensidades cotidianas que activan los sentidos, la pertenencia e incluso vínculos espaciales históricos y afectivos entre sujeto situado ↔ territorio ↔ patrimonio-territorial. Retroalimenta ese P-T, la VCTA argot/pregón (lenguaje especial creado entre los marchantes [uso de términos] aunada a la promulgación que en voz alta se hace en el mercado, para que todos sepan de la venta de las mercancías de cada puesto). No se escucha en el súper ... “¡Buen día! ¿No quieren llevar un mamey, un mamey guapo?” (Marchante R, 15/03/2022), mientras se realiza una entrevista, o, a los gritos oír, “¡El manojito a 70 pesos, damita, a 70, linda! ¿70 o 80?” cuestiona el marchante vecino, “Lo dejo a 70; es 80, pero no hay venta, tócalo, cárgalo y velo, aunque no lo laves, está hermoso” (Marchante S, 28/03/2022), la clienta lo llevó. Todos los mercados mantienen la tradición de esta VCTA, mientras está en riesgo de pérdida en Coyoacán y San Juan (por la turistización) y Abelardo R. y 2 de Abril (por el cambio generacional y de negocios en los puestos). Siguen vivos y percibidos

tanto los olores y colores (sobre todo de los vegetales nativos y comidas), sonidos (de música mexicana, del llamado de los marchantes, de la carnicería con su aplanador, de la metrópolis) como el argot/pregón (llamado del comerciante a los gritos a la clientela), en todos los mercados, con sus variantes señaladas en el cuadro-síntesis de la investigación.

El concepto patrimonio-territorial surge de un giro epistémico y para la praxis popular sobre la realidad espacial latinoamericana. El cuadro-síntesis de esta investigación lo pone a prueba con los sujetos y mercados de CDMX, sus prácticas económicas, culturales y populares-indígenas que perduran en un continente donde el poder ha creado y renovado estigmas, violencias y prejuicios espaciales *“de etnia-raza, género, clase, ideas, sitios etc., estéticas de control y una controvertida unidad latinoamericana”*; y si la fuerza del concepto está en *“favorecer la activación comunitaria del patrimonio-territorial presente o imaginado, a fin de estimular la lucha y denunciar la colonialidad, a través de la cultura y por el espacio”* (Costa, 2021: 120, 124), el cuadro-síntesis direcciona la acción popular en defensa del mercado.

Se revelan dos bloques de mercados: (i) La Merced/Jamaica/Tlalpan/Xochimilco y (ii) Abelardo Rodríguez/2 de Abril/San Juan/Coyoacán (FIGURA 4). El primero, contiene mayor arraigo espacial (o fuerza de permanencia) y expresión misma del patrimonio-territorial por *acto-acción* conectiva de las mujeres, las personas mayores, el linaje y el vínculo vital, donde el mercado simboliza trabajo y vida emocional situada. El segundo bloque requiere atención, pues dichas VCTA son impactadas por la lógica del desarrollo turístico (San Juan y Coyoacán) y por la degradación de la zona, pérdida de residentes y redefinición del uso territorial, cambiando el producto de los puestos y el perfil de los locatarios (jóvenes sin o escaso vínculo generacional/vital con los mercados Abelardo R. y 2 de Abril).

Así, la interculturalidad originaria [como conciencia y acción por la supervivencia indígena y mestiza y el derecho de uso del territorio (con sus procesos dinámicos, multidireccionales, tensos y siempre en construcción)] permanece en lo cotidiano de los mercados de una de las mayores ciudades del planeta. Mercados atravesados por la utopía de sujetos que, a su modo (solo en apariencia ‘inmóviles’), alimentan estrategias interculturales de un proyecto de sociedad y condición de saber, poder y ser (Walsh, 2012). La búsqueda de ese proyecto se revela en la cita del largo y emocionante relato de la marchante P, hay un dicho en México que es *“cedacito nuevo donde te pondré, cedacito viejo donde te aventaré”*. Es triste y es una realidad que

*vivimos, la negación de los ancianos y de nuestra ancestralidad en el mercado Jamaica. Este es mi vivir, no lo he estudiado, no lo he escrito, estas son ideas de alguien que dedicó mucho tiempo a las calabazas; por eso, para el poco tiempo que ya me queda en esta vida, úseme y tíreme, cuídese mucho. Este mercado recibe el mundo, velo, tenga la curiosidad, que luchemos por pertenecer o recuperar nuestras tradiciones. Jamaica es ‘el campo hacia al asfalto’, yo crecí en ese mercado, yo lo siento, yo lo vivo, yo lo tengo, fue y es toda mi vida, mi primera escuela por la cual he luchado”*.

El cuadro-síntesis y su análisis atestiguan la interculturalidad (y decolonialidad originaria), pues expone el mercado todavía como un ‘santuario’ que abriga a la población trabajadora dentro y fuera del ambulante. Sujetos que batallan por su derecho de uso y conexión territorial, para sobrevivir, mitigar desigualdades socioespaciales, conflictos y descontentos surgidos del colonialismo embrión-modernizante y que perduran hasta nuestros días.

## 5. Palabras finales

Si los líderes espirituales prehispánicos organizaban *tianguis* para recibir sus tributos y que los indígenas adquirieran lo necesario (Martínez Garnica, 1985), al atravesar el mercado castellano, dejó elementos para el desarrollo de una economía situada (más allá de relaciones práctico-productivas-modernas), que complejiza la realidad empírica, con mediación cósmica, cultural, material y solidaria. Eso resulta de la interculturalidad y conexiones territoriales que mantuvieron vivos el conocimiento, los productos populares-indígenas, la relación sacramental vital sujeto situado↔territorio, el propio patrimonio-territorial en los mercados. *“La vivencia, los golpes, el ritmo. ¡Es un ritual entrar en un mercado!”* (Marchante K, San Juan, 07/03/2022).

Así, el artículo comprueba la tesis que, simultáneamente a los apagamientos de la vivencia territorial y organización socioeconómica indígena en el colonialismo, los mercados se convirtieron en nódulos re-estructurantes y re-definidores de la vida de relaciones populares aún vigentes en las áreas antiguas de las ciudades, impulsados por una interculturalidad originaria indígena que enfrenta una modernización territorial de larga duración, con ritmos y contenidos técnicos oscilantes en el continente.

El rechazo de lo indígena (en el interior y exterior del mercado), del patrimonio-territorial, del uso popular del territorio, de lo que sustenta a los empobrecidos latinoamericanos es justo lo que autoriza y genera procesos de intervención espacial político-económicamente irresponsables (como la gentrificación y gourmetización,

privatización y turistización), que tienden a aniquilar a los mercados ‘santuarios’ y sus usuarios locatarios y ambulantes. El cuadro-síntesis del patrimonio-territorial, resultado original del estudio, califica y presenta variables para futuros estudios críticos sobre tales fenómenos y para la gestión.

Este artículo trae argumentos y elementos para la praxis popular integrada en salvaguardia de los mercados tradicionales, que han garantizado, en la historia y junto a las variantes performáticas del ancestral *tianquiztli* (instituido o reproducido en el ambulante mexicano), la existencia de los empobrecidos y su derecho a los usos territoriales en Latinoamérica.

## 6. Notas

- <sup>1</sup> Noción que conecta individuos/grupos subalternizados y territorio (cuadro político de existencias, referencias y experiencias). Movilizado, lucha por su destino espacial, de producción y conocimiento, incluso condicionado por la modernidad/colonialidad (Costa, 2016).
- <sup>2</sup> Derivada del colonialismo, es la forma hegemónica de concebir-producir el conocimiento y la intersubjetividad, colonizar el imaginario y someter los sujetos a través del capitalismo y la idea de raza (Quijano, 1991; Mignolo, 2007; Maldonado-Torres, 2020).
- <sup>3</sup> Para Grosfoguel (2008: 202), “*el «ego cogito» cartesiano del «pienso, luego existo» está precedido por 150 años del «ego conquiro» imperial del «conquistado, luego existo»*”.
- <sup>4</sup> La decolonialidad se distingue de la descolonización, artificio de superación del colonialismo (Walsh, 2009). Decolonialidad e interculturalidad van juntas.
- <sup>5</sup> Ver en Long y Attolini (2010) otros casos sobre intercambios comerciales y abasto en México prehispánico y colonial.
- <sup>6</sup> Las fotografías del Instituto Nacional de Antropología e Historia de México (INAH) pueden ser consultadas en:

<https://mediateca.inah.gob.mx/repositorio/>.

<sup>7</sup> En el 2019, la informalidad laboral afectaba cerca de 57% de la población capitalina ocupada (Ibarra-Olivo et al., 2021).

<sup>8</sup> Entre 1985-1991, el número de *tianguis* aumentó de 669 a 1061 (Cross, 1996).

<sup>9</sup> De 335 mil habitantes en 73 mil viviendas, en 1970, el centro histórico redujo a 200 mil habitantes en 35 mil viviendas, el 2000, según Suárez (2020).

<sup>10</sup> Partido de centro-derecha, que estuvo en la presidencia de México entre 1929-2000.

## 7. Agradecimientos

Se agradece a DGAPA-UNAM, por la beca PREI (2022) otorgada para desarrollar el proyecto Mercados y *tianguis*, usos del territorio y patrimonio-territorial en América Latina y al Consejo Nacional de Desarrollo Científico y Tecnológico de Brasil (CNPq), por la bolsa productividad PQ2 (2023) relacionada al proyecto Circuito inferior de la economía urbana y patrimonio-territorial en mercados públicos de América Latina. A las autoridades del Instituto de Geografía de la UNAM, por la recepción del primer autor en calidad de investigador invitado para el desarrollo de los proyectos. Al Lic. Jorge Pérez de la Mora, por su atención en los trámites para la vinculación con la UNAM. A la Dra. Antonia Santos y el Dr. Luis Iturbe, por el apoyo en la biblioteca del IGG-UNAM. A la Mtra. María de Lourdes Godínez C., por la colaboración en la edición de los mapas que acompañan este trabajo. A los estudiantes Sofía Ruiz, Marisol Ruíz y Daniel Rodríguez, por el apoyo en algunos de los trabajos de campo.

## 8. Referencias citadas

ATTOLINI, A. 2010. “Intercambios y caminos en el mundo maya prehispánico”. En: J. LONG y A. ATTOLINI (dirs.), *Caminos y mercados de México*, pp. 51-78. UNAM/INAH. CDMX, México.

BERNAND, C. y S. GRUZINSKI. 1999. *Historia del Nuevo Mundo (1550-1640)*. FCE. CDMX, México.

BRANIFF, B. 2010. “Comercio e interrelaciones entre Mesoamérica y la Gran Chichimeca”. En: J. LONG y A. ATTOLINI (dirs.), *Caminos y mercados de México*, pp. 27-50. UNAM/INAH. CDMX, México.

- COMMONS, A. 2002. *Cartografía de las divisiones territoriales de México, 1519-2000*. IGG-UNAM. CDMX, México.
- COSTA, E. 2016. Utopismos patrimoniais pela América Latina: resistências à colonialidade do poder. *Actas XIV Coloquio Internacional de Geocrítica*. pp. 1-32. Barcelona, España. Disponible en: [http://www.ub.edu/geocrit/xiv\\_everaldocosta.pdf](http://www.ub.edu/geocrit/xiv_everaldocosta.pdf).
- COSTA, E. 2017. “Ativação popular do patrimônio-territorial na América Latina: teoria e metodologia”. *Cuadernos de Geografía*, 26(2): 53-75. Disponible en: <https://doi.org/10.15446/rcdg.v26n2.59225>.
- COSTA, E. 2018. “Riesgos y potenciales de preservación patrimonial en América Latina y el Caribe”. *Investigaciones Geográficas*, 96(2): 2-26. Disponible en: <http://dx.doi.org/10.14350/rig.59593>.
- COSTA, E. 2021. “Patrimonio-territorial y territorio de excepción en América Latina, conceptos decoloniales y praxis”. *Revista Geográfica Venezolana*, 62(1): 01-32. Disponible en: <https://doi.org/10.53766/RGV/2021.62.01.05>.
- COSTA, E. y J. MONCADA. 2021. “Decolonialidad originaria latinoamericana y condicionamiento barroco del territorio novohispano: conventos, presidios y pueblos de indios”. *Cuadernos de Geografía*, 30(1): 3-24. Disponible en: <https://doi.org/10.15446/rcdg.v30n1.80924>.
- CROSS, J. 1996. “El desalojo de los vendedores ambulantes: paralelismos históricos en la Ciudad de México”. *Revista Mexicana de Sociología*, 58(2): 95-115. Disponible en: <http://www.jstor.org/stable/3540970>.
- CROSSA, R. 2013. “Defendiendo los espacios públicos en el centro histórico de Coyoacan”. *Alteridad*, 23(46): 39-51.
- DELGADO, A. 2015. *Mercados de la Ciudad de México*. CEA-DF. CDMX, México.
- DÍAZ DEL CASTILLO, B. 2014 [1575]. *Historia verdadera de la conquista de la Nueva España*. AML. CDMX, México.
- DUSSEL, E. 2016. *Filosofías del Sur, descolonización y transmodernidad*. Akal. CDMX, México.
- GAMBOA, R. 2010. “Abasto y finanzas de la Ciudad de México, 1800-1850”. En: J. LONG y A. ATTOLINI (dirs.), *Caminos y mercados de México*, pp. 489-516. UNAM/INAH. CDMX, México.
- GAXIOLA, M. 2010. “Huapalcalco, un santuario-mercado del epiclásico en la región de Tulancingo”. En: J. LONG y A. ATTOLINI (dirs.), *Caminos y mercados de México*, pp. 185-220. UNAM/INAH. CDMX, México.
- GIGLIA, A. 2018. *Comercio, consumo y cultura en los mercados públicos de la Ciudad de México*. UAM. CDMX, México.
- GROSFUGUEL, R. 2008. “Hacia un pluriversalismo transmoderno decolonial”. *Tábula Rasa*, (9): 199-215. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=39600911>.

- IBARRA-OLIVO, E.; J. ACUÑA y A. ESPEJO. 2021. “Estimación de la informalidad en México a nivel subnacional”. Documentos de Proyectos (LC/TS.2021/19). CEPAL. Santiago, Chile.
- JIMÉNEZ, J. 2010. “El Camino Real de Tierra adentro a su paso por Querétaro y el mercado a finales del siglo XVI-XVII”. En: J. LONG y A. ATTOLINI (dirs.), *Caminos y mercados de México*, pp. 261-290. UNAM/INAH. CDMX, México.
- KOWII, A. 2005. “Barbarie, civilizaciones e interculturalidade”. En: C. WALSH (dir.), *Pensamiento crítico y matriz (de)colonial*, pp. 277-269. Abya-Yala. Quito, Ecuador.
- LONG, J. y A. ATTOLINI. 2010. *Caminos y mercados de México*. UNAM/INAH. CDMX, México.
- MALDONADO-TORRES, N. 2007. “Sobre la colonialidad del ser”. En: S. CASTRO-GÓMEZ y R. GROSFUGUEL (dirs.), *El giro decolonial*, pp. 127-167. Universidad Central. Bogotá, Colombia.
- MALDONADO-TORRES, N. 2020. “El Caribe, la colonialidad, y el giro decolonial”. *Latin American Research Review*, 55(3): 560-573. Disponible en: <https://doi.org/10.25222/larr.1005>.
- MARTÍNEZ GARNICA, A. 1985. “De la metáfora al mito: la visión de las crónicas sobre el *tianguis* prehispánico”. *Historia Mexicana*, 34(4): 685-700. Disponible en: <https://historiamexicana.colmex.mx/>.
- MENESES-REYES, R. 2011. *Legalidades públicas (1930-2010)*. IJ-UNAM. CDMX, México.
- MENDOZA-VARGAS, H. 2016. “Las guías urbanas: imagen e invención del espacio de la ciudad de México”. *Investigaciones Geográficas*, (89): 1-19. Disponible en: <https://doi.org/10.14350/ig.47648>.
- MIGNOLO, W. 2010. *Desobediencia epistémica: retórica de la modernidad, lógica de la colonialidad, gramática de la descolonialidad*. Del Siglo. Buenos Aires, Argentina.
- MIGNOLO, W. 2007. “El pensamiento decolonial, desprendimiento y apertura”. En: S. CASTRO-GÓMEZ y R. GROSFUGUEL (dirs.), *El giro decolonial*, pp. 25-45. Universidad Central. Bogotá, Colombia.
- MIGNOLO, W. 2007a. *La idea de América Latina. La herida colonial y la opción decolonial*. Gecisa. Barcelona, España.
- MORAES, A. 2015. “Movilidad y formación colonial”. *Revista Transporte y Territorio*, (13): 227-239. Disponible en: <http://repositorio.filo.uba.ar/handle/filodigital/2444>.
- MORAES, A. 2011. “A dimensão territorial nas formações sociais latinoamericanas”. *RDG-USP*, (7): 81-86. Disponible en: <https://doi.org/10.7154/RDG.1994.0007.0006>.
- QUIJANO, A. 1991. “Colonialidad y modernidad/racionalidad”. *Perú indígena*, (29): 11-20.

- RUEDA, L. 2010. "Corredores de abasto indígena en la Nueva Galicia, siglos XVI y XVII". En: J. LONG y A. ATTOLINI (dirs.), *Caminos y mercados de México*, pp. 327-348. UNAM/INAH. CDMX, México.
- SANTOS, M. 1998. "O retorno do território". En: M. SANTOS; M. SOUZA y M. SILVEIRA (eds.), *Território, globalização e fragmentação*, pp. 15-20. Hucitec. São Paulo, Brasil.
- SOUZA, M. 1998. "Geografias da desigualdade: globalização e fragmentação". En: M. SANTOS; M. SOUZA y M. SILVEIRA (eds.), *Território, globalização e fragmentação*, pp. 21-28. Hucitec. São Paulo, Brasil.
- SOUZA, M. 2019. "Território usado, rugosidades e patrimônio cultural: ensaio geográfico sobre o espaço banal". *PatryTer*, 2(4): 1-22. Disponible en: <https://doi.org/10.26512/patryter.v2i4.26485>.
- SUÁREZ, A. 2020. La función habitacional del centro histórico y el desafío de su regeneración. *Seminário Permanente Centro Histórico de CDMX*, pp. 1-20. UNAM. CDMX, México. Disponible: <https://www.puec.unam.mx/pdf/seminarioschcm/>.
- SUÁREZ, M. 2010. "Los mercados de la Ciudad de México y sus pinturas". En: J. LONG y A. ATTOLINI (dirs.), *Caminos y mercados de México*, pp. 435-458. UNAM/INAH. CDMX, México.
- TRINCA FIGHERA, D. 1998. "Estado e território: suas relações e globalização". En: M. SANTOS; M. SOUZA y M. SILVEIRA (eds.), *Território, globalização e fragmentação*, pp. 108-115. Hucitec. São Paulo, Brasil.
- WALSH, C. 2009. *Interculturalidad, Estado y Sociedad. Luchas (de)coloniales de nuestra época*. Abya-Yala. Quito, Ecuador.
- WALSH, C. 2012. *Interculturalidad crítica y (de)colonialidad*. Abya-Yala. Quito, Ecuador.
- YOMA, M. y L. MARTOS. 1990. *Dos mercados en la historia de la ciudad de México*. El Volador y La Merced. INAH. CDMX, México.