



Casa abierta al tiempo

**UNIVERSIDAD AUTONOMA METROPOLITANA IZTAPALAPA
DIVISION DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANIDADES**

DEPARTAMENTO DE ANTROPOLOGÍA

LICENCIATURA EN ANTROPOLOGÍA SOCIAL

“Organización Política de un Tianguis:

Un estudio de caso en Tlalpan, Distrito Federal.”

Trabajo Terminal

que para acreditar las unidades de enseñanza aprendizaje de

Seminario de Investigación e Investigación de Campo

y obtener el título de

LICENCIADO EN ANTROPOLOGÍA SOCIAL

presenta

Gema Araceli Villa Guerrero

Matrícula No. 97328726

Comité de Investigación:

Directora: Mtra. Ana Rosas Mantecón

Asesores: Mtro. Ricardo Falomir Parker

Lic. Diana Itzel Macho Morales

México, DF

Septiembre 2007

Doy gracias a Dios por seguirme dando la vida y me

Aya permitido terminar,

pues no lo hubiera logrado sin él.

A mi madre por apoyarme en todo momento y ser un

gran ejemplo en mi vida.

AGRADECIMIENTOS

Este trabajo fue elaborado gracias al apoyo de los comerciantes del tianguis “Unión de Comerciantes Ambulantes y Similares del Circuito de Tlalpan y Contreras” de Miguel Hidalgo 3ra Sección.

Agradezco al Departamento de Antropología de la UAM-I por las facilidades brindadas a esta Investigación. También un agradecimiento especial a la Mtra Ana Rosas Mantecón por tenerme paciencia y apoyarme incondicionalmente durante la elaboración de éste trabajo. También agradezco al profesor Ricardo Falomir Parker por compartirme su punto de vista y sus comentarios brindados, ya que sin ellos no hubiera podido terminar ésta Investigación.

A mis compañeros del proyecto: Diana, Rosario Xochitl, Cecilia, Tomas y Hugo, por enseñarme el verdadero significado de la convivencia y la amistad.

INDICE

INTRODUCCIÓN.....	6
CAPÍTULO I	
EL PROBLEMA A INVESTIGAR	
1.1.-La pregunta.....	10
1.2.- Balance bibliográfico y marco conceptual.....	10
1.1.1.-Antecedentes: estudio de los tianguis en Antropología.....	10
1.1.2.-Poder política.....	13
1. 1.3.- Economía Formal e Informal.....	15
CAPÍTULO II	
TLALPAN Y SUS TIANGUIS	
2.1.- Breve Investigación de Tlalpan y sus zonas circundantes.....	20
2.2.- Tianguis: “Unión de Comerciantes Ambulantes y Similares del Circuito de Tlalpan y Contreras” de Miguel Hidalgo 3ra sección.....	24
2.2.1.-Estudio etnográfico del lugar.....	24
a.- Localidad.....	24
b.- Antecedentes Históricos.....	24
c.- Aspectos Socioeconómicos.....	25
d.- Aspectos Generales.....	26
2.2.2.-Vista panorámica del Tianguis.....	26
a.- Ubicación.....	26
b.- Recuento Histórico.....	26
c.- Datos generales.....	27

CAPÍTULO III

EL TIANGUIS: UN ORGANISMO POLITICO INFORMAL

3.1.- Aspectos formales y la organización de los Tianguis.....	34
3.1.1.- Departamento de Mercados, Concentraciones y Tianguis.....	34
3.1.2.- Coordinador de los Tianguis de la Delegación de Tlalpan.....	35
3.1.3.- Las Organizaciones de los Tianguis.....	37
3.2.- Descripción de la Organización Político y Social interna del Tianguis: Miguel Hidalgo 3ra sección.	40
3.2.1.- Líder: José Dolores Pacheco.....	43
3.2.2.- Delegado: Ernesto Pacheco Ibáñez.....	45
3.3.- El Tianguis y su relación con el sector formal.....	46
CONCLUSIÓN.....	48
BIBLIOGRAFÍA.....	52
ANEXOS.....	55

INTRODUCCIÓN

Si uno pregunta ¿qué es el tianguis? hay quienes opinarían que es un mercado en vía pública, en donde todo se vende y se compra, un escenario que opera la demanda y oferta mercantil; un lugar en el que los comerciantes intercambian sus productos por dinero. Sin embargo no es sólo eso, es también un proceso que se vuelve un festín de los sentidos, la música alegra el mercado, el ir y venir de la gente, que habla, grita, canta, ríe y regatea, hace de esto una aventura y magia tradicional del tianguis mexicano. Pero en realidad, ¿qué representa para nosotros? Asistimos con tanta cotidianidad, adquirimos algunos productos de mayor interés o necesidad personal, que olvidamos que hay detrás de él. Nos emocionamos con las innovaciones tecnológicas (aparatos tecnológicos, cartuchos de nintendo, CD), fijamos la mirada en los alimentos indispensables de la semana o simplemente representa un lugar de abastecimiento. Para nosotros es claro que en el tianguis actuamos, nos relacionamos socialmente, nos sentimos parte de ello y logramos que este proceso forme parte de nuestra vida diaria.

En apariencia del uso cotidiano que le damos es sencillo describir al tianguis, pero, rara vez estaremos dispuestos a admitir que es más complejo de lo que aparenta a primera vista. Nuestro trabajo “La Organización Política de un Tianguis” es un estudio de caso que se realizó en la colonia Miguel Hidalgo 3ra sección de la Delegación Tlalpan. Esta investigación formó parte del proyecto “Usos y desusos del espacio público en la delegación Tlalpan” dirigido por las profesoras Ana Rosas Mantecón y María Ana Portal Ariosa. Tuvo como base dos estancias de trabajo de campo, Mayo a Julio del 2001 y Enero a Marzo del 2002.

Al comienzo de este proyecto no sabía qué me interesaría del tianguis. Bien es sabido que los comerciantes sienten una gran desconfianza con la gente que los investiga, sin embargo la experiencia que obtuve como comerciante a lo largo de mi vida me ayudó a realizar dicho trabajo. Al comienzo fue difícil, pero conforme pasaban los días me di cuenta que sólo hacía falta buscar las formas y los medios para ganarme su confianza.

Al principio tenía la intención de estudiar los usos y desusos del tianguis como espacio público, pero al cabo de un par de meses el interés por los espacios públicos disminuyó, pues en mí nació el deseo de hacer una investigación desde el punto de vista político.

Como mostraré en éste trabajo, los tianguis han sido muy estudiados por antropólogos y otros investigadores. Algunos enfocan su estudio en el tianguis (mercados) como parte del sustento económico, tanto para los comerciantes como para los compradores. Ponen énfasis en las distintas formas de realizar las transacciones de productos a precios de mayoreo y menudeo; definen el tianguis como un lugar de abastecimiento económico. Otros centran la atención en las constantes relaciones e intercambios que tienen los tianguistas con las grandes centrales de abasto ahora bien el propósito de este trabajo es introducir al lector a un estudio de los tianguis no sólo como un mercado en vía pública, sino conocer sus distintas formas de organización y cómo a pesar de ser un comercio informal, están vinculados con algunos sectores formales, como dependencias gubernamentales y partidos políticos.

Las preguntas que serán la base de todo el trabajo son las siguientes:

- 1.- ¿Cuál es la relación social y política del tianguis como sector informal con el sector formal, y de que manera influye políticamente a los comerciantes?
- 2.- ¿Qué papel juega el líder entre ambos sectores?

Para responderlas es de suma importancia pasar a los siguientes capítulos y a medida que vayan leyendo estas páginas encontrarán un análisis amplio sobre la relación social - política de los comerciantes y delegados (del tianguis) en el que se describen las reglas dictadas por su mismo líder.

Antes que continúen al siguiente capítulo es necesario darles a conocer la manera que se realizó esta Investigación, así se darán cuenta que no fue fácil su elaboración. Como se dijo al principio, el trabajo de Investigación estuvo compuesto por dos trabajos de campo. Unos días antes de trabajo de campo se hicieron recorridos por toda la delegación Tlalpan, esto con el fin de tener una visión amplia de lo que sería nuestro lugar de estudio.

Durante el primer trabajo de campo se realizaron visitas a Instituciones, con la finalidad de obtener información con respecto a la ubicación de los Tianguis de Tlalpan, las instituciones visitadas fueron: Coordinación de los Tianguis, la Delegación de Tlalpan, la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial, SECOFI. Una vez localizados, se realizó una búsqueda bibliográfica y hemerográfica a los acervos del CIESAS (Casa Chata), UAM Iztapalapa, el Colegio de México.

Vale la pena mencionar que la mayoría de la información obtenida fue muy poca pero valiosa, pues gran parte provino de las entrevistas realizadas durante el transcurso del trabajo. En el primer trabajo de campo se encontraron 150 tianguis registrados en la Delegación Tlalpan, y durante este tiempo se buscó toda la información bibliográfica que sustenta esta investigación. En el segundo trabajo de campo se eligió uno de sus tianguis de toda la delegación; en este periodo se hicieron entrevistas a los habitantes de la colonia Miguel Hidalgo, registros fotográficos; recorridos a la zona, se intentó lograr un acercamiento con los comerciantes de la organización “Unión de Comerciantes Ambulantes y Similares del Circuito de Tlalpan y Contreras” de Miguel Hidalgo 3ra Sección, y se entrevistaron a los integrantes de la organización y a las dependencias formales.

El trabajo finalmente se organiza en tres capítulos y las conclusiones:

En la primera parte de esta investigación se da a conocer los trabajos que se han realizado en Jalisco y Oaxaca. Enseguida se revela un esquema teórico sobre el concepto de tianguis, poder, líder, sector formal e informal, profundizamos sobre la influencia que ha tenido el tianguis como comercio informal en la vida política de ciertas dependencias e instituciones formales y viceversa.

En el segundo capítulo se da una vista panorámica del tianguis y del lugar en el que se encuentra; también se añaden las distintas maneras de comprar o vender de los comerciantes y usuarios. En este mismo apartado se anexan algunas fotografías.

En el tercer capítulo se muestran todos los datos obtenidos durante el trabajo de campo es decir, daremos a conocer el papel de cada uno de los personajes que intervienen en el funcionamiento del tianguis, su dinámica de trabajo y su participación en algunas actividades políticas. Y en las conclusiones se dará la respuesta a la pregunta indicada en la introducción y algunas sugerencias para futuras Investigaciones o trabajos.

A medida que ustedes lean estas páginas observarán que la intención de este estudio no se basa en el tianguis como espacio público y aunque el proyecto de

investigación tenía éste objetivo, el interés que surgió en mi fue averiguar como se ejerce el control político a los mismos. No olvidemos que, el propósito de este trabajo también es enfocar la atención en comerciantes y lideres narrando así, la función de cada uno de ellos.

Dejamos, pues, nuestro trabajo en manos de sus lectores-estudiantes y maestros-, que son los que, en definitiva, habrán de juzgar si hemos logrado nuestros propósitos.

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA A INVESTIGAR

1.1.-LA PREGUNTA

La presente Investigación “**Organización política de un tianguis: un estudio de caso en Tlalpan**” no es el primero ni el único en abordar a los tianguis. En Antropología se han hecho innumerables estudios y para comprender la diferencia existente entre estos y el ahora escrito es necesario dar a conocer al menos dos de los cuales a continuación se presentan. Pero, antes de pasar al siguiente apartado es preciso hacer una reflexión a nuestra pregunta antes mencionada en la introducción.

El tianguis visto como sector informal ha tenido una gran influencia con sectores formales tanto en el ámbito político como social; su relación ha sido tal que han tenido la necesidad de apoyar a partidos políticos e incluso a la misma organización. Sin embargo pese a todo esto los comerciantes no sólo tienen un estrecho vínculo con el sector formal sino que cuentan con un líder que los representa y los dirige, esta conexión se manifiesta en el acatamiento de las normas o reglas dictadas por el líder y la misma delegación. Por eso, el propósito de este trabajo es introducir al lector a un estudio de los tianguis no sólo como un mercado en vía pública, sino conocer sus distintas formas de organización y cómo a pesar de ser un comercio informal, están vinculados con algunos sectores formales, como dependencias gubernamentales y partidos políticos.

Ahora bien para precisar nuestra Investigación daremos a conocer los conceptos claves que ayudaran a entender el proceso del trabajo.

1.2.-BALANCE BIBLIOGRÁFICO Y MARCO CONCEPTUAL

1.2.1.-Antecedentes: estudio de los tianguis en la Antropología

En 1957, Bronislaw Malinowsky y Julio de la Fuente realizaron una investigación de mercados en los Valles del Estado de Oaxaca y la que tuvo por título La Economía de un Sistema de Mercados en México (Malinowsky y Julio de la Fuente, 1957). Malinowsky lleva a cabo su estudio en la capital del estado de Oaxaca y posteriormente

hace una descripción panorámica del Valle y sus mercados. El sistema de mercados va a consistir en revelar las conexiones que tiene este gran mercado con otros centros de abasto ubicados en Ocotlan, Tlacolula, Etna, Zomatlan, Zaachila y Ejutla. Malinowsky relaciona los hechos que acontecen en los mercados con los problemas de producción, el consumo y sistemas de distribución. En el caso particular de la producción, va a tomar en cuenta varios aspectos que involucran al mismo sistema de mercados como; la agricultura, la industria la artesanía, su forma e organización, en pocas palabras el autor enfoca su estudio en el mercado como un mecanismo de distribución y consumo económico de cada población, es decir, el mercado representa un sistema económico tanto para los comerciantes como para los mismos habitantes. Malinowsky nos introduce a las condiciones de vida y a las transacciones o trueques como, el medio de adquirir artículos sin necesidad de utilizar dinero. Para este autor estas transacciones estaban fuera de la economía monetaria. Finalmente el autor se concentra en las transacciones directas del mercado, las diferentes formas de comprar y vender y, a decir verdad, uno de los conflictos que existía en el mercado era la venta de maíz.

Otro estudio notable fue el que realizó en los años 70 Luisa Paré Tianguis y Economía Capitalista (Paré, 1975). Su investigación se basa en el sistema de mercados del Valle de Mezquital, -entidad formada por los estados de Hidalgo, México y Querétaro-, tiene como lugar de estudio dos tianguis que forman los principales centros de abastecimiento, el de Ixquimilpan y el de Actopan. En su investigación Luisa Paré descubre que el tianguis cumple con dos funciones básicas para su desarrollo, que son “la distribución al mayoreo de las mercancías provenientes del exterior y el acaparamiento de parte de la producción regional” (Paré, 1975: 89), es decir el primero lo detecta en los mercados semanarios antes mencionados. Aquí los comerciantes fungen como vendedores al mayoreo, surtiendo mercancías agrícolas e industriales provenientes del exterior y al mismo tiempo un grupo de pequeños comerciantes pagan a los mayoristas a crédito, y una vez que hayan podido terminar de vender sus productos pagaran y nuevamente se surtirán para seguir el circuito. No olvidemos que en el tianguis también existen comerciantes que acaparan los productos y los revenden en las plazas centrales, a un precio mayor.

Estas dos funciones las distingue por su destino y por las características de los compradores, “hay ciertas mercancías que se venden al consumidor local o a los productores, mientras que otras se destinan al mercado nacional y pasan por manos de intermediarios” (Paré, 1975: 89). Paré descubre que uno de los problemas graves en el Valle del Mezquital es la desigualdad entre los campesinos e intermediarios durante el momento del intercambio, como los constantes engaños, meterle dinero a la bolsa, acusarlo de robo, quitarle su mercancía, robarle el peso a la báscula y por último impedirle que conozca los precios en el mercado.

En conclusión en la investigación de Luisa Pare, pude apreciar 5 características que desde mi punto de vista fueron las más importantes.

-Al tianguis acuden los campesinos para vender su producción y adquirir las mercancías de origen agrícola e industrial que él no produce.

-En el tianguis la venta al mayoreo es un intercambio desigual entre la economía campesina y el mercado capitalista.

-Al interior del tianguis los comerciantes aseguran el intercambio de productos de distintas regiones.

-En el tianguis el comerciante vende una vez por semana, por lo que está obligado a desplazarse en búsqueda de los clientes de distintas regiones.

-El tianguis está determinado a un calendario semanal por lo que está integrado a un sistema de redes regionales.

Como vemos, las investigaciones antes mencionadas analizan al tianguis como un mercado campesino de hecho Pare lo define como: “el tianguis es el mercado local o regional donde se reúnen los productores directos, agricultores o artesanos, al intercambiar sus productos, y algunos comerciantes especializados que aseguran el intercambio de productos entre regiones de distintos recursos naturales y diversas especializaciones económicas.” (Paré, 1975: 85)

Hoy en día el tianguis no sólo es un medio en el que se asiste para comprar productos de primera y segunda necesidad sino que también forma parte de la economía capitalista, inclusive hay quienes dedican su estudio a los vendedores campesinos y cómo éstos desempeñan su actividad, otros sólo hacen comparaciones con otros mercados.

Ahora nos toca estudiar al tianguis desde un ámbito político. Nuestro estudio estará basado en averiguar la estructura política y social del tianguis de Miguel Hidalgo 3ra sección de Tlalpan, en el Distrito Federal. Descubriremos la vinculación que existe con el sector formal, (en el caso particular las relaciones constantes con el partido del PAN (Partido de Acción Nacional) y el PRD (Partido de la Revolución Democrática) y como en años anteriores tuvieron una estrecha relación con el PRI (Partido de la Revolución Institucional) y cómo este afectaba al tianguis. Antes de sorprendernos de las increíbles relaciones con las que cuentan los tianguis y el control que ejercen sobre ellos, es de suma importancia definir algunos conceptos para comprender el desarrollo del trabajo.

1.2.2.-Poder y Política

Las relaciones informales internas y externas en los tianguis se desarrollan en un ámbito social político. Víctor Turner al campo político lo define en tres aspectos “la totalidad de relaciones (respecto a valores, significados y recursos) entre actores están orientados: 1.-En competencia por recursos escasos. 2. Con un interés en salvaguardar una distribución en particular de recursos y; 3, con la voluntad de mantener y derruir un orden normativo particular hacia los mismos premios o valores (no solo sobre derechos sino también símbolos de victoria o superioridad, como títulos cargos o rango)” (Varela, 1984:8) El campo político según Turner constituye un “marco institucionalizado... que funciona como un escenario para una interacción antagónica dirigida a llegar a una decisión pública reconocida” (Varela, 1984:8). Así mismo la política tiene que ver con los procesos como un carácter público, estos procesos además de ubicarse en un campo se ubican en una arena. Algo importante es que no todos los procesos son conflictivos.

En cuanto a las relaciones de poder, Richard Adams lo define como la manera fundamental en la que controlamos racionalmente a los seres humanos. Este concepto nos hace pensar que para el autor el

control se refiere a la “capacidad física y energética para reordenar los elementos de su medio ambiente” (Adams, 1978:25). La definición de poder de cada una de las características humanas, presupone que el control de cada una de las personas ejerce sobre otras, determina un proceso en el que el actor altera el ambiente o situación de otro actor, logrando que por medio de su influencia adopte una conducta determinada. Para Adams el segundo actor decide conformarse a los propios intereses del primer actor ya que es de suma importancia para sus propios intereses. Por ejemplo en el caso de los tianguis, los comerciantes están bajo el control de un líder, de una organización y de la delegación; es decir el primer actor (líder) por medio de su influencia política (partidos y organizaciones) impone ciertas reglas o normas (establecidas por la delegación) que hacen que el segundo actor (comerciantes) tengan que sujetarse a las condiciones del primer actor.

Con respecto a esto la subordinación de uno con respecto al otro nos ayuda entender que ambos tienen sus propios intereses o propósitos. Por su parte el poder asignado se refiere “si el receptor es único, y recibe algún poder en particular que cada miembro de un grupo de otorgantes tiene para dar (Delegado) si el receptor es uno de varios que recibe poder del otorgador” (Adams, 1978:90); es decir, el poder o el control que tienen los líderes sobre los tianguis es gracias a que el grupo de comerciantes decide de manera conjunta darle el poder (al líder) de representarlos y dirigirlos.

En los tianguis de Tlalpan, los grupos o individuos están en una constante competencia por el poder, es decir, la relación de las organizaciones y otras dependencias (sector formal) definen su relación con los tianguis (sector informal) por medio de actividades de acción política. Dentro de los tianguis, la acción de los individuos determina su acción política, en pocas palabras se podría decir que en algunos casos la red de relaciones de poder puede ser importante y esencial para algunos pues, por medio de ésta garantiza mayores beneficios, así que la búsqueda por el poder político puede ser primordial.

En cuanto al papel de los líderes o delegados, no todo parece ser negativo pues son intermediarios políticos que permiten mantener otras relaciones políticas con distintos actores. Entendamos mejor esto, frente algunos conflictos graves (con respecto al tianguis) el

líder tiene el poder de garantizar una solución, por medio de su relación con otros actores políticos, sin embargo, las relaciones entre el medio formal e informal y las limitaciones, conducen a constantes enfrentamientos. Ampliemos un poco más este aspecto.

1.2.3.-Economía Formal e Informal

El tianguis representa sólo una parte de la economía informal y a su vez, los tianguis están articulados a instituciones o dependencias formales que aseguran su seguridad económica, es decir dan oportunidad de trabajar en el medio informal.

Cada uno de estos tiene acceso a organizaciones políticas que legitiman y defienden sus intereses; tales agrupaciones ofrecen seguridad de que actuara en interés suyo; obtienen ciertos bienes como permiso para vender en vía pública, acceso al comercio de tipo informal y establecen relaciones de manera pacífica con la comunidad. Como resultado los distintos tipos de comercio informal han logrado articularse a organizaciones, Federaciones y otras dependencias como los partidos políticos, provocando la intermediación del sector formal con el informal, obteniendo cada uno sus propios beneficios. No profundizaré en la relación existente actual de los tianguis con los partidos políticos, pero sí reafirmaré que (según Carlos Pereyra) “estas fuerzas populares a asociadas a los partidos, fueron creadas para organizar la participación política y las demandas inmediatas de los diferentes sectores” (Pereyra, 1985:293) Susan Eckstein (1982:92), nos menciona que el poder político existente en el aparato formal no solo descansa en dichas Instituciones sino a través de relaciones de tipo informal de grupos (comerciantes ambulantes, campesinos, ganaderos, movimientos ciudadanas) legitiman a un régimen, además estos vínculos establecidos dejan muchas ventajas para ambos sectores.

El sector informal ha suscitado un amplio debate entre distintos estudios sobre su relación con el sector formal, por ejemplo para Carmen Bueno “el sector formal es el dominante pues determina la naturaleza de esta conformación social tanto en lo económico como en lo político. Mientras que el sector informal integra a los procesos productivos subsidiarios, periféricos y dependientes, teniendo que existir en una formación social en la cual mantienen una capacidad del influencia limitada.”(Bueno, 1990: 12)

En cambio para Larissa Lomnitz utilizando la definición de Tockman, el sector formal posee 3 características:

- a) el aparato administrativo de funcionarios burocráticos que controlan y dependen de los recursos del Estado;
- b) la burguesía dueña de gran parte de los medios de producción;
- c) los trabajadores del sector formal, organizados en sindicatos cuyas relaciones laborales están protegidas para la legislación del trabajo y avaladas por un poder político organizado

El sector informal lo define como aquel “sector marginado o informal que carece de seguridad de empleo, nivel mínimo de ingreso, o poder políticos de negociación. Se caracteriza por una economía a pequeña escala que utiliza mano de obra intensiva de tipo familiar, que se cuele por los resquicios económicos o legales de la economía formal, procesando o reciclando sus desechos o compitiendo con los trabajadores organizados al margen de las leyes laborales”. (Lomnitz, 1978: 100)

Como vemos el sector informal es resultado por la escasez de empleo y la falta de beneficios por parte del sector formal; sin embargo, a pesar de todas las diferencias laborales, el sector informal no sólo está representado por trabajadores organizados en una economía formal sino que el sector formal también está representado por distintas dependencias gubernamentales y algunos partidos políticos. Esta a su vez constantemente piden apoyo al sector informal y esto se refleja en mítines partidistas. Para los comerciantes este tipo de acción política asegura el mantenimiento de los tianguis, por eso mismo, aunque existen diferencias laborales, el sector informal no sólo se ven obligados a tener que estar afiliados a trabajadores organizados en una economía informal, sino también buscan su propia representación ante algunas dependencias del gobierno y, contrariamente a esto, el sector formal constantemente pide apoyo al sector informal, viéndose obligados de solicitar la presencia de dicho sector.

Ante esto Susan Eckstein lo expresa de la siguiente manera: “los habitantes están sujetos a influencias políticas que configuran su conducta electoral, en gran parte indirectamente, por pertenecer nominalmente a grupos no políticos. Como resultado apoyan a un

partido político y prestan legitimidad a un régimen que subordina los intereses de ellos a los de una minoría numérica de capitalistas, profesionales de clase media, empleados asalariados y obreros industriales organizados”(Eckstein,1982: 151-152).

Como hemos visto, cualquier organización del sector informal está representada por partidos políticos y en el caso de los tianguis se identifican por su color, pero esto se verá con más detalle en el capítulo 3. Solo mencionaremos que la representación partidista es básica y esto se logra por medio de intermediarios políticos (líderes) quienes a su vez además de ser representantes de un grupo mayoritario, se encargan de conectarlos con el sector formal (partidos o algunas dependencias del gobierno). Analicemos el concepto de intermediarios políticos (líderes o liderazgo).

El líder además de ser un intermediario político, es aquella persona que representa a un tianguis, un barrio o cualquier organización; esta persona se encarga de resolver problemas que le acontecen al mismo grupo. El líder lo soluciona acudiendo a las dependencias del gobierno, busca apoyo de partidos y si es posible se afilian a él, principalmente el líder sirve de conexión entre un grupo y las instituciones políticas.

Larissa Lomnitz lo expone así:”el cacique es un mediador entre sus servidores y las autoridades superiores. Él representa a la barriada misma que controla ante los funcionarios supralocales, y le incumbe principalmente él articula las demandas y quejas de sus seguidores. El cacique (líder) sirve de enlace entre los residentes de la barriada y las instituciones políticas y jurídicas de la sociedad en general. El cacique esta conectado a uno o mas funcionarios en la administración de la ciudad...cuyas responsabilidades incluyen los problemas de los sectores de bajos ingresos en la ciudad.” (Lomnitz, 1978: 124)

De manera similar, aparte de ser un mediador y de servir como enlace entre ambos sectores Wayne A. Cornelius amplia diciendo que el cacique o líder es la persona “mas poderosa en el escenario político local, y los funcionarios públicos tratan exclusivamente con él todos los asuntos de la comunidad” (Cornelius, 1979: 572-573); en pocas palabras, para el autor el líder surge por decisión de la comunidad, el poder y la influencia política de la que goza es debido

a la gran mayoría. Sin duda alguna, “los líderes están íntimamente ligados a su habilidad política, carisma y capacidad de concentración.”(Castro, 1990: 65)

Hasta aquí hemos visto la importancia que tiene el líder sobre un grupo de personas. Como por medio de él las organizaciones de sectores informales logran vincularse con el sector formal, su influencia y el poder otorgado hacen que la organización funcione.

En el caso del tianguis el líder cuenta con algunas influencias políticas del PAN (Partido de Acción Nacional) y PRD (Partido de la Revolución Democrática) y aunque esto no sea suficiente han podido formar toda una Federación, Federación que está conectada con algunas organizaciones. No obstante el tianguis siendo parte del sector informal mantiene una estrecha relación con el sector formal (Partido Políticos, Delegación, la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial, entre otras más).

CAPÍTULO II TLALPAN Y SUS TIANGUIS

Después de haber descrito algunos de los conceptos claves al problema que nos ocupa, será necesario dar una ojeada a lo que en realidad sucede en el tianguis de Miguel Hidalgo 3ra sección.

Como sabemos, el tianguis es parte del comercio informal y a su vez una de las más preocupantes de la ciudad de México; de hecho, todos tenemos una noción de problema, quizás varias y además contradictorias. Pensamos en él como algo que necesita ser resuelto con una solución, pero en verdad nuestra visión es muy limitada, desconocemos sus problemáticas reales, su situación, sus relaciones política o sus diversos conflictos internos. Por ello decidimos estudiar el tianguis, encontrándonos con algunas sorpresas que nos han llevado a cambiar nuestro punto de vista en más de una ocasión.

El tianguis ha existido en la ciudad desde el México Prehispánico - como podemos apreciar en la maqueta del tianguis de Tlatelolco en el Museo Nacional de Antropología-, durante nuestra niñez podemos recordar la presencia de algunos tianguis, estos eran ubicados en las afueras de los mercados establecidos, en las iglesias o en las plazas principales y en ocasiones la gente acudía una vez por semana, en pocas palabras el tianguis formaba parte de la vida cotidiana de la población.

Las cosas, sin embargo han cambiado notablemente los últimos años dando lugar a una ciudad diferente, en proceso permanente de urbanización; la falta de empleo y los cambios de estructura económica, son las causas que han permitido el incremento de los tianguis y otras actividades informales tal y como sucede en la delegación de Tlalpan. Tan solo actualmente podemos ubicar más de 150 tianguis a nivel delegacional, sin contar los innumerables comercios ambulantes ubicados en las paradas, en los peatones, en las estaciones de autobús, en los parques, en las avenidas e instituciones principales.

No obstante, a pesar de esta situación existente en la Delegación Tlalpan, (y otros lugares de la ciudad de México) el propósito de este

capítulo no es averiguar las causas del incremento del sector informal sino está enfocado en revelar ¿cómo se organiza el tianguis? ¿Cómo están agrupados? ¿Cuántos puestos y comerciantes son? ¿Quién los agrupa?, entre otras características más. Sin embargo será necesario hacer un ligero recorrido en toda la delegación a fin de explicar con mayor precisión la zona a estudiar.

2.1.-BREVE INVESTIGACIÓN DE TLALPAN Y SUS ZONAS CIRCUNDANTES

Antes de describir las cinco zonas de la Delegación de Tlalpan, es muy importante hacer un alto en su estructura territorial y urbana, esto es con la finalidad de comprender mejor la zona de Miguel Hidalgo.

Tlalpan en extensión territorial es la delegación más grande del Distrito Federal, y unas de las más pequeñas en cuanto a la población. Esta localizada en la zona sureña del distrito; colinda al norte con la delegación Coyoacán, Álvaro Obregón, hacia el sur el Estado de Morelos, hacia el este con la delegación de Milpa Alta y oeste Magdalena Contreras y Estado de México.

DISTRITO FEDERAL



Tlalpan es una de las pocas delegaciones que cuenta con una gran diversidad, pues en ella podemos encontrar pueblos, barrios, colonias y fraccionamientos y unidades habitacionales. “Su desarrollo y crecimiento esta dividida en dos partes esenciales: crecimiento urbano y crecimiento espacial, de estas dos se desligan varios factores demográficos como: aumento de comercios, mayor demanda de servicios públicos, equipamiento e infraestructura. Dicho periodo ha presentado un incremento natural alto, acompañado por una fuerte migración, motivada por la mayor cantidad de fuentes de empleo. El crecimiento urbano durante estos últimos 30 años, estuvo altamente influido por los movimientos migratorios e intra metropolitanos” (Ibarra, 2000: 624).

A pesar del incremento de la población y de los índices demográficos en Tlalpan, el proceso de desarrollo ha cambiado, debido ha que se

han creado nuevas demandas de equipamiento y servicios afectando directamente la estructura urbana.

En lo que corresponde al sector terciario se han desarrollado comercios formales e informales; en los comercios formales encontramos: restaurantes, cafeterías, bares, comercios locales, plazas, mercados urbanos, entre otros; en los informales encontramos: mercados sobre ruedas, tianguis¹, pequeñas concentraciones, comercio ambulante de subsistencia y comercios aislados. En relación a esto, para algunos las causas que facilitan la operación del comercio informal son: “los problemas de estructura educativa y económica y la incapacidad de la economía para incorporar a estos individuos en las actividades formales de trabajo. (Canaco, 1988: 10-13)

Como se puede apreciar en el mapa 1 en cuanto a su estructura urbana, Tlalpan esta dividida en 5 zonas:

Mapa 1. Delegación Tlalpan

- Zona I.- Centro Tlalpan
- Zona II.- Coapa
- Zona III.- Miguel Hidalgo
- Zona IV.- Ajusco Medio
- Zona V.- Pueblos



Zona Tlalpan Centro: esta parte de la delegación es el eje central de la administración política de Tlalpan ya que en ella se encuentran las oficinas públicas y servicios administrativos. Su estructura urbana está claramente

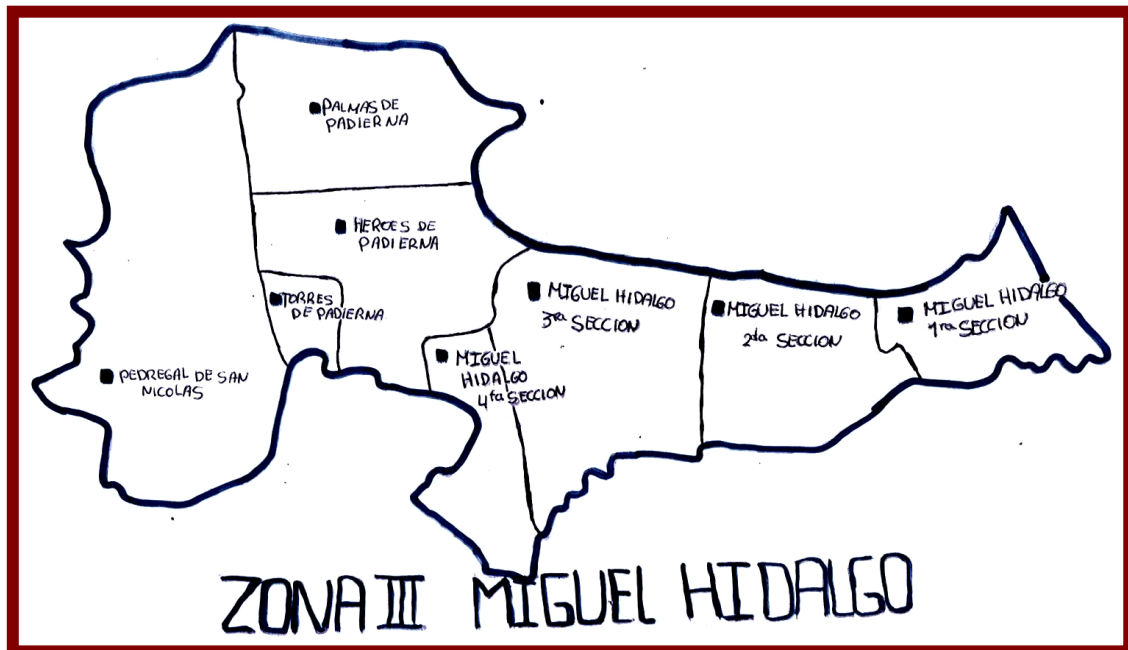
¹ Aclaremos un poco la diferencia entre el mercado sobre ruedas y el tianguis. En apariencia es exactamente lo mismo, pero su estructura interna no lo es; el mercado sobre ruedas funciona o trabaja como los mercados públicos establecidos, su líder o representante es la misma Secretaría de Comercio y Fomento Industrial (SECOFI). El mercado tiene días establecidos de trabajo y durante toda la semana recorren todo el Distrito Federal y parte del Estado de México, es decir, un lunes trabajan en Tlalpan y el martes en San Ángel. El medio de transporte que utilizan es la que la misma Secretaría les proporciona para trasladar su mercancía. Otro aspecto importante es que la SECOFI también se encarga de que al final del día el lugar quede limpio, así los comerciantes no tienen que pagar cierta cantidad de dinero por la basura, sólo pagan una cuota fija al mes, que por cierto, oscila entre 200 pesos a 300 pesos mensuales. Hoy en día no es imposible obtener un lugar dentro del mercado, a menos que alguien decida vender su lugar. A diferencia del mercado sobre ruedas los tianguis trabajan en una sola zona, por ejemplo en Tlalpan hay quienes se especializan en recorrer durante toda la semana la zona III Miguel Hidalgo, otros en la zona II Coapa y así sucesivamente. Los comerciantes su líder es el que ellos mismos eligen y escogen; debido a que no gozan de protección por parte del gobierno del Distrito Federal, de hecho con frecuencia tienen que buscarla con los Partidos Políticos, por esta razón son etiquetados como comercio informal.

diferenciada porque incluye áreas habitacionales, comerciales, de servicios (hoteles, mercados, cafeterías, plazas, restaurantes) y un equipamiento (escuelas, bibliotecas, deportivos, hospitales).

Zona Coapa: esta zona se localiza en la parte oeste del centro de Tlalpan, y al igual que en la anterior se caracteriza por tener una variedad de centros y plazas comerciales, además de comercios, hoteles y restaurantes. Cuenta con una infraestructura habitacional.

Zona Miguel Hidalgo: como se advierte en el mapa 2, la zona esta dividida en 4 secciones; cada una de estas tiene su propia estructura habitacional, servicios y espacios de equipamiento.

Mapa 2 Zona Miguel Hidalgo



Se localiza en la parte superior del bosque Tlalpan; al poniente con el área no urbanizada; al oriente se llega a ella por la avenida insurgentes y al sur por el parque de la ciudad de México.

A diferencia de las dos zonas anteriores esta se caracteriza por ser una zona de barrios tales como: la Fama, Campo Xochitl, Leona Vicario y Cueva de Caramaguey.

El promedio de urbanización de Miguel Hidalgo es aproximadamente de 25 años; los asentamientos de origen ejidal (ocupado por la población de niveles socioeconómicos bajos) carecían de infraestructura y de servicios. (Macho, Proyecto de Investigación. Noviembre del 2001)

Hoy algunas colonias cuentan con todos los servicios públicos, por lo que la zona ha mejorado.

Sin embargo, Miguel Hidalgo 1 su equipamiento e infraestructura es regular, corresponde a la clase media baja; al subir su estructura va cambiando, pues, Miguel Hidalgo 2 y 3 es catalogada por tener asentamientos irregulares; por lo que la mayoría de sus construcciones son regulares y otras precarias de muy baja calidad, aunque llega haber algunas casas muy bien construidas.

Zona Ajusco Medio: se caracteriza por ser una zona de invasión; su cercanía con el bosque y la constante necesidad de adquirir viviendas han favorecido a asentamientos irregulares.

Estudios recientes han determinado que “en los últimos años el Ajusco Medio, sufre una invasión de mas de tres mil familias, en asentamientos irregulares en una extensión de mas de 400 hectáreas, alterando considerablemente el ecosistema natural; por tal motivo los asentamientos son desalojados, sin embargo es algo que todavía no ha podido controlar la misma delegación” (Juárez, 1998: 135).

Asimismo, la zona comprende una serie de colonias que hoy en día presentan un proceso de urbanización como: Ejidos de Padierna y san Nicolás Totoloapan. No obstante, se encuentra rodeada por una de las carreteras mas importantes; la carretera Picacho Ajusco. Al inicio de ésta, la población cuenta con un nivel económico medio bajo; y a lo alto de la zona el tipo de clase social se reduce a un nivel bajo; lo podemos ver en las fachadas de las viviendas.

Zona Pueblos: Tlalpan cuenta con 8 pueblos reconocidos por la delegación, aunque para los habitantes aun se consideran 12 de los cuales son: Chimalcoyotl, San Pedro Mártir, Santa Ursula Xitla, San Andrés Toltepec, Magdalena Petlascalco, Miguel Xicalco, Miguel Topilejo, María Parres, Miguel Ajusco y Santo Tomás Ajusco. Cada uno de ellos tiene una estructura urbana y otra rural, inclusive residenciales. Son los únicos que cuentan con áreas ejidales, por lo que los servicios y equipamientos son escasos.

2.2.- TIANGUIS “UNIÓN DE COMERCIANTES AMBULANTES Y CIRCUITO DE TLALPAN Y CONTRERAS” DE MIGUEL HIDALGO 3ra SECCION

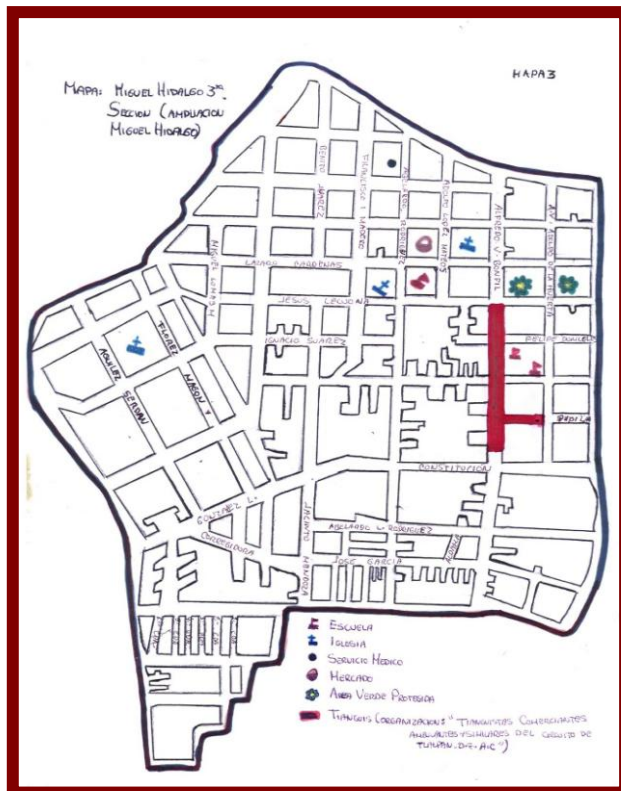
Una vez descrito las características más importantes de Tlalpan, es necesario dirigimos a la zona III lugar donde se ubica el tianguis.

Actualmente existen más de 150 tianguis registrados en toda la delegación de Tlalpan, hay 26 organizaciones y 25 líderes y cada uno de ellos distribuidos en 5 zonas de Tlalpan (véase anexo).

El desarrollo de los tianguis inició hace 40 años, cuando Adolfo Díaz Ordaz propuso que se creara otro sistema de abastecimiento, de cierta manera esto beneficiaría a la población; por lo anterior Luís Echeverría inauguró el primer tianguis en el mercado sobre ruedas ubicado en la colonia san Fernando, no fue el primero pues existían pequeños tianguis que no gozaban de reconocimiento formal, como el de Miguel Hidalgo 3ra sección. Pero antes de entrar en materia hablemos un poco sobre el lugar donde se ubica.

2.2.1.- Estudio etnográfico del lugar

Mapa 3. Colonia Miguel Hidalgo 3ra sección



a) Localidad: Miguel Hidalgo 3ra sección. Está localizada al este de la segunda sección de Miguel Hidalgo, al norte con el bosque de Tlalpan al poniente con Palmas de Padierna, Héroes de Padierna y Miguel Hidalgo 4ta sección, al sur se encuentra el Ajusco Medio. (Ver mapa 2 y 3)

b) Antecedentes Históricos: Miguel Hidalgo 3ra sección tiene más de 30 años. Es considerada como una zona con asentamientos irregulares, por lo que la mayoría de sus construcciones están hechas sobre la tierra, aunque se logra ver

una variedad de casas elaboradas con tabique y otras muy bien construidas, todo su umbral parte desde Miguel Hidalgo.

“La historia de cada sección es diferente, pero algunos de ellos coinciden en su formación con la construcción de haciendas del siglo XVIII y otros con la instalación de fábricas en el siglo XIX.

El desarrollo de la colonia Miguel Hidalgo comenzó aproximadamente en la década de los años cincuentas; a esta colonia pertenecen los barrios Campo Xochitl, Lecuona Vicario y Cuevita de Caramaguey. Este último también podría tener relación con la instalación de la fábrica de papel y celulosa de Loreto y Peña Pobre debido a su cercanía.

En su mayoría, los primeros pobladores eran agraristas y provenían de diversos puntos de la República Mexicana. En el caso de Campo Xochitl comenzó a poblarse aproximadamente hace 30 años. La otra parte de los habitantes eran paracaidistas y a partir de la movilización de los mismos obtuvieron los servicios y la infraestructura urbana. Toda esta zona era sembradío de magueyes y pedregal, debido a la erupción del volcán del Xitle” (Macho, Proyecto de Investigación. Noviembre del 2001)

C) Aspectos socioeconómicos: Miguel Hidalgo es una zona que tiene fundamentalmente clase media baja y baja. También hay otros sectores sociales.

El tipo de vecindario en la zona es evidentemente urbanizado, se encuentran construcciones que empiezan a mostrar deterioro por el tiempo, e incluso habitan algunos miembros de la segunda generación de colonos del lugar.

Referente al tipo de trabajo, la mayoría de la gente trabaja en la zona centro de Tlalpan, en diferentes empresas ubicadas en Insurgentes y en la zona de centro de la ciudad de México. En su mayoría la gente es desconfiada con los visitantes debido a que el lugar es muy visitado por los delincuentes, según nos comentan los vecinos en los recorridos de campo.

La colonia cuenta con tres clases de vivienda: unidades habitacionales (Fuentes Brotantes), viviendas de tipo consolidadas y no consolidadas². Esto se aprecia conforme nos adentramos a la zona. A primera vista se logra notar una gran

² Consolidadas: son todas aquellas casas que cuentan con una estructura más sólida, es decir, están construidas con tabique y techo de concreto.

No consolidadas: son aquellos hogares que no tienen una estructura estable, ya que están elaboradas con lámina de cartón y tabique sobre puesto.

avenida que divide a Santa Ursula Xitla. Posteriormente avanzando a la zona urbana media, la apreciación cambia al observar que sobre el cerro, la población carece de los principales servicios públicos; este tipo de viviendas dan la apariencia de estar unas encima de otras, por lo que el riesgo de deslave es alto., de hecho, algunas casas parecieran ser inseguras debido a que están hechas de cartón o tabique sobre puesto. Otras es muy visible notar casas grandes y bien construidas.

Sus principales centros de reunión o de entretenimiento son: las calles, las esquinas, un parque (ubicado en la calle Bonfil), un pequeño deportivo ubicado en corregidora, los bares, cafeterías, pequeños restaurantes, fondas (ubicadas en los distintos puntos de la zona).

d) Aspectos Generales: Miguel Hidalgo cuenta con diferente equipamiento urbano como mercado, tres iglesias, un servicio medico, parque y un pequeño deportivo; su infraestructura urbana es muy escasa, esto se debe al asentamiento en el que se encuentra; algunas zonas cuentan con alumbrado, drenaje, pavimento (solo en calles principales), y agua potable.

2.2.2.- Vista panorámica del tianguis

a) Ubicación: el tianguis de Miguel Hidalgo 3ra sección (Unión de Comerciantes Ambulantes y Similares del Circuito de Tlalpan y Contreras A. C) se ubica en las calles Constitución, Jesús Leona Vicario, Alfredo Bonfil y Pipila. (ver mapa 3)

b) Recuento Histórico: el tianguis de Miguel Hidalgo se fundó a mediados de los años 70, s por el líder José Dolores Pacheco. Su origen se le atribuye a la falta de centros de abastecimiento cercano al lugar, y debido a las carencias en las que se encontraban lo pobladores ya que no tenían otra alternativa que acudir al centro Tlalpan o a Xochimilco, la idea de un tianguis favoreció a los habitantes de la colonia.

Los comerciantes trajeron productos perecederos y no perecederos frescos, de calidad y a un buen precio, actualmente el tianguis abastece a la población de Miguel Hidalgo. Un punto importante es que con el tiempo se formaron otros tianguis, se puede decir que la zona cuenta con tres.

Aun en estos días, existen personas que vivieron los primeros días del tianguis, tal es el caso del testimonio de la señora Rosa Becerril de 63 años de edad, el cual narramos enseguida:

“el tianguis se inicio hace 30 años, siendo estos los primeros en llegar. Al principio era terretería y cuando vino el sobre ruedas (ubicado calles abajo y con otro día de trabajo) ellos ya estaban; al comienzo unos vendían en el suelo. Al inicio no contaban con tela de color, pero a partir de unos 20 años, la empezaron a utilizar; pero no le exigían tanto como ahora.

Anteriormente vendían lo mismo que ahora (la señora se refiere a los productos perecederos, carnes frutas y verduras) pero había menos fritangas y cosas de comer, casi nada mas venían sin nada de eso. Ahora venden tlacoyos, gorditas y barbacoa. (Entrevista. Enero del 2002)

c) Datos generales: el tianguis está conformado por comerciantes y líderes; el líder es el señor José Pacheco Mendoza (líder de la organización) y los delegados del tianguis son: Ernesto Pacheco, Amalia Pacheco e Hilda Pacheco; quienes a su vez se encargan de vigilar y organizar a los comerciantes; sin embargo el tianguis actualmente esta dirigido por Amalia Pacheco.

Actualmente en el tianguis se trabaja de la siguiente manera:

El viernes a las 6:00 de la mañana comienzan a descargar algunas camionetas, puestos de metal, mercancía y tarimas. Se escuchan voces de gente, por lo que significa que los tianguistas han llegado. Se calculan unos 350 comerciantes y 280 puestos de metal.

A las 7:00 de la mañana siguen llegando, algunos no traen camionetas así que llegan más tarde. Se observa como los tianguistas colocan los tubos, tarimas y manteados rápidamente.

Al llegar las 8:00 gran parte de los puestos ya han sido colocados. Desde el tercer piso de la escuela se mira como algunos todavía siguen colocando su mercancía rápidamente sin descansar. Al dar las 9:00 el tianguis esta colocado, uno que otro se le ha hecho tarde.

Como se aprecia en la siguiente fotografía el higiene es muy importante para los comerciantes, pues en todo el tianguis se observa a los vendedores de alimentos usar bata, gorro, manteado, vitrina y manta blanca, sin olvidar que el tubular también es blanco, esto demuestra el control que se tiene. Los vendedores que entran en esta regla son: los comerciantes de pescaderías, carnes, vendedores de comida corrida, vendedores de gorditas, huaraches, entre otros.



Aquí se ve a los comerciantes muy bien presentables con bata blanca, mostrando limpieza e higiene. Fotografía tomada en enero del 2002.

Durante todas las mañanas, los comerciantes colocan sus artículos de tal manera que llama la atención de la gente; las zanahorias están perfectamente afiladas unas de otras, e inclusive las colocan en forma de zig zag, lo mismo pasa con los pepinos, los mangos las verduras y otras frutas. Algo notorio es que las verduras y las leguminosas se colocan intercambiando los colores, de esta forma sobresalta el color mexicano. Para algunos esto es una manera de llamar la atención de la gente, en especial de las amas de casa, para otros es una forma de adornar su propio puesto y finalmente hay quienes, esto no tiene importancia. Quiero hacer notar que los alimentos más bonitos son colocados en frente y los más feitos son colocados atrás, esto es con el fin de aparentar que el producto es de muy buena calidad. Pongamos un ejemplo, en lo que corresponde a los jitomates, a veces es bueno poner un manteado rojo o rosa esto es con la finalidad de resaltar un poco el color del producto. Veamos las siguientes fotografías.



Fotografía tomada en enero del 2002. Se distingue la manera tan curiosa de ordenar las frutas y las verduras.



En la izquierda se nota el colorido del jitomate. Enero del 2002.

No obstante, no queremos que tengan una mala impresión del tianguis, así que les diré que para algunos comerciantes la calidad si es primordial, pues si quieren productos de primera el precio será alto y las ventajas que tendrán será de escoger el producto que más les gusta; pero si su preferencia cambia, existe fruta y verdura barata y de baja calidad. En el tianguis hay de donde escoger, vemos gente de todas las clases y gustos.

En ocasiones el precio también es engañoso, es decir, algunos colocan letreros con números grandes y con letras pequeñas escribiendo “medio o cuarto”, por lo que la gente (en algunos casos) creyendo que el precio es por kilo compra el producto.

Pero esto no termina aquí, los letreros no sólo muestran el precio sino la calidad del producto que venden de los cuales podemos nombrar algunos:

- compare calidad y precio
- aproveche
- solo hoy
- como yo no hay dos
- que chingonería
- aquí de lo mejor
- vea que chulada

En lo que respecta a los productos de segunda necesidad, hay artículos de ropa de dama, caballero y de niño que se acomoda enfrente, de manera que al pasar, la gente se detenga al menos a mirar; inclusive a veces la gente choca con la misma ropa.

En el tianguis se vende una infinidad de productos como: carnes (pescado, res y pollo), verduras, leguminosas y semillas; alimentos (gorditas, huaraches, barbacoa y taquitos); frutas de temporada, videos, artesanía, joyería de plata, fantasía, juguetes ropa de segunda y de primera, abarrotos, quesos, zapatería, corsetería, plásticos, artículos de limpieza, vendedores de artículos novedosos³, herramienta y utensilios de trabajo, entre otras más. Para darnos una idea, observemos las siguientes fotografías.



Fotografía se ven a las vendedoras de quesadillas y gorditas preparándolas rápidamente, antes de que lleguen los clientes. Tomada en enero del 2002.

Fotografía que muestra el ordenamiento del tianguis. Tomada en enero del 2002



A la derecha se ve a los Vendedores de cortinas. Enero del 2002.

³ Artículos novedosos: novedoso en el sentido de que con el distribuidor es la mercancía más nueva o de importación. Para los comerciantes y los compradores lo hecho en otros países muchas veces es sinónimo de calidad.



Aquí se muestra a los vendedores de carne, solo esperan que alguien les compre. El de la izquierda se ve muy inquieto. Foto tomada en enero del 2002.

Al fondo se observa a una vendedora de hierbas medicinales. Avergonzada por la cámara se esconde detrás de su puesto. Foto tomada en enero del 2002



Al final de todo este recorrido, se ve una larga fila de vendedores de “chácharas”⁴, estas personas se identifican por vender en el suelo. Algo interesante es que estos no usan bata verde y en la mayoría de ellos no tiene manteado, sin embargo a pesar de las condiciones en las que se encuentran esperan vender algo, para muchos vender \$100 a \$150 significa que les ha ido bien.

Al mediodía los estudiantes salen de sus escuelas; la multitud es impresionante, se escucha a los niños gritar, señoras regateando unos pesos menos, los comerciantes ofreciendo en voz alta sus productos, al ruido de la música que aviva el ambiente. Vemos el ir venir de la gente; notamos a los jóvenes comprar artículos de moda y uso personal, señoras evitando comprar juguetes a los niños, otros padres de familia son convencidos por el llanto de los niños para que les compren algo.

⁴ Chácharas: son todas aquellas cosas que no utilizamos, las abandonamos y las arrumbamos a un cuarto especial. En ocasiones decidimos venderlas como artículos de segundo uso.

La experiencia del tianguis es fundamentalmente para las mujeres. En este escenario sólo se ven jóvenes, niños, amas de casa, ancianos y uno que otro esposo llega a aparecer, quienes logran hacerlo lo hacen sin compañía o se detienen en el área de chácharas y quienes no lo hicieron tienen la excusa de haber ido a trabajar.

Fotografía⁵ se aprecia al vendedor Ofreciendo sus melones en el pasillo, Aludiendo que son los mejores y Más deliciosos. (Enero del 2002)



Durante el ir y venir de la gente, los vendedores en ocasiones llegan a ponerse cerca del otro, por lo que existe cierta rivalidad y competencia entre ambos, algunas veces tienen que salirse de su propio puesto a ofrecer su verdura o fruta y terminar más rápido que la competencia.

Las estrategias que utilizan son cuatro:

- 1.- Dar a probar a la gente su fruta
- 2.- Ser insistentes con la clientela
- 3.- Hacer sentir bien a las clientas diciéndoles: güeritas (aunque no lo sean), marchanta, clienta, madre, madrecita, reina, jefecitas, señito, entre otras más.
- 4.- Gritar en voz alta los precios de sus productos.

Al regresar por el tianguis vemos a los puestos separados, cada giro está separado de otro, es decir, un puesto de verduras no puede estar cerca de otro compañero que venda exactamente lo mismo, porque si el delegado del tianguis cometiera este error, ambos compañeros se estarían mirando y tal vez hasta peleando, pues es permitido que dentro del tianguis los precios de los productos varíen unos con

⁵ Debido a las dificultades que se presentaron para fotografiar al tianguis (Miguel Hidalgo 3ra sección), las fotografías que se presentan en este apartado pertenecen al tianguis de la Joya centro Tlalpan II, así que hemos decidido exponerlas como un ejemplo idéntico de lo que es el tianguis, para que de esta manera, tengan ustedes una idea más clara de lo que se está explicando en el texto.

otros. En ocasiones el delegado comete éste tipo de errores los vendedores reaccionan de diferente manera. Enumeremos algunas:

El primero ya lo he mencionado en el párrafo anterior, el segundo es con miradas fuertes uno sobre otro, el tercero es dar más barato que la competencia, el cuarto es dar a probar su fruta y el quinto se da a escoger la fruta o verdura.

Otro aspecto importante es que cada uno de los puestos tiene un pasillo que evita estar pegados completamente; esto se hace con la finalidad de diferenciar cada puesto.

Alrededor de las tres de la tarde el delegado del tianguis pasa a cobrarles una cantidad de dinero, dependiendo de los metros que ocupe el vendedor, la cantidad oscila entre 5 a 10 pesos por metro.

Hay comerciantes que tienen poca importancia para los compañeros tianguistas, pero que a su vez no dejan de ser parte del mismo ritmo del tianguis, es decir son los comerciantes que recorren los pasillos del tianguis durante todo el día, una y otra vez, hasta que llega la hora de partir me refiero a los vendedores de ajos, canelas, cerillos, bolsas de plástico y las famosas y tradicionales nieves.

Al llegar a las 4:00 de la tarde se disponen a partir; habrá quienes no les habrá ido bien, pero el día terminó, todos rápidamente recogen sus manteados, desarman sus tubos y cargan su mercancía a sus camionetas, otros que no cuentan con transporte dejan sus tubos en distintas casas; a cambio de esto los comerciantes pagan con dinero o productos.

Cuando se llega a las 6:00 de la tarde a lo lejos se ve un carro de basura que se dispone a recoger todos los desperdicios dejados por los oferentes; de hecho gran parte pertenece a los productos perecederos. Finalmente, a las 7:00 de la noche los comerciantes se van a sus destinos, la calle queda limpia y solo queda pensar que el próximo viernes lo veremos en el mismo lugar.

CAPITULO III

EL TIANGUIS: UN ORGANISMO POLITICO INFORMAL

Después de haber descrito algunos de los elementos más pertinentes, ahora tomaremos en consideración las principales instancias de la delegación de Tlalpan como, líderes y algunos sectores informales que ayuden a comprender el funcionamiento de los tianguis de los cuales podemos mencionar: Departamento de Mercados, Concentraciones y Tianguis, Coordinación de Tianguis y la Agrupación Política Nacional “Fuerza del Comercio”.

Presentaremos un análisis detallado de la importancia que goza el líder de la organización al interior del tianguis; a fin de comprender mejor su función como representante ante organizaciones, partidos políticos (PRD), Federaciones, Agrupamientos y con la Delegación de Tlalpan.

Estudiaremos todo el caudal de relaciones que se da entre el sector formal e informal representado por la organización del tianguis.

Finalmente, describiremos una lista de reglas establecidas por el líder y como mantienen a los comerciantes en orden.

3.1.- LOS ASPECTOS FORMALES Y LA ORGANIZACIÓN DE LOS TIANGUIS.

3.1.1.- Departamento de mercado, concentraciones y tianguis

Este departamento es una oficina que se encarga de revisar que todo acto de comercio funcione legalmente. Para ser más precisos, hablemos del funcionamiento de los tianguis; la función del departamento, consiste en revisar que no se vendan productos de piratería, falluca, ropa extranjera y productos no adquiridos legalmente.

Su trabajo es llevado a cabo por encuentros sorpresa, es decir se llega de imprevisto y levantan a todo aquel que no haya cumplido con las ordenes dictadas por la delegación, por lo que todo representante del tianguis tiene la obligación de advertir a los tianguistas de las dificultades que implica vender dichos productos.

A pesar de todo lo dicho anteriormente, como todo gobierno, esta clase de actividades no es realizada con frecuencia, pues los representantes de la

Delegación reciben sobornos por parte de los comerciantes; sin embargo se llega a notar un fuerte control sobre los comerciantes tianguistas.

3.1.2.-Coordinación de los tianguis de la Delegación de Tlalpan

El coordinador de los tianguis de Tlalpan, el Sr. Manuel Morales es el encargado de vigilar que los tianguis cumplan con las indicaciones básicas para su operación de las cuales son:

- 1.- Apegarse al horario de operación, de 9.00 de la mañana a 17.00 de la tarde.
- 2.- Todos deberán ser instalados a la hora establecida.
- 3.- Debe conservarse limpia la zona de trabajo, durante y al termino de sus actividades dejándola libre de basura y de desperdicios.
- 4.- Los oferentes con giro de comida deberán conservar una estricta limpieza, tanto de su persona (usar bata) como de los instrumentos que utiliza para la preparación de sus alimentos, además de contar con un cesto de basura.
- 5.- Al igual que la anterior, todos los comerciantes deberán usar bata, tubular y manteado del mismo color, así como el logotipo de la organización a la que representan.
- 6.- Los puestos de alimentos preparados podrán contar con un tanque de gas L. P de 10 Kg. Con regulador de alta y baja presión, con válvula de paso, conexiones usables y extinguidor de tipo ABC de 2.5.
- 7.- El equipo de sonido permitido de un radio grabadora portátil, sin fuentes de poder, amplificadores, bocinas auxiliares con el fin de evitar ruido excesivo.
- 8.- No causar daño a inmuebles particulares a la vía pública y áreas verdes, no obstruir la vialidad, así como evitar amarrare de los árboles, casas o cualquier objeto que no sea propio del puesto.
- 9.- Queda estrictamente prohibido la venta y consumo de bebidas embriagantes.
- 10.- Evitar la venta de piratería de discos compactos y videocasetes.

- 11.- Se deberá utilizar vitrina para la exposición de carnes, pescados y mariscos, vísceras y lácteos.
- 12.- Exhibir los precios de cada producto.
- 13.- Todas las básculas deberán tener el gramo y el peso correcto, de no ser así se les hará una llamada de atención.
- 14.- El horario de instalación de los puestos es de 7.00 a 9.00am y la hora de levantamiento es de 4.00 a 6.00pm.

Aparentemente estas reglamentaciones no son nuevas ya que según el coordinador de los tianguis únicamente se cumplen el 80% de su totalidad. Aunque en ocasiones algunos suelen romper las reglas, éstas son básicas; y en el caso de Tlalpan, existe una excelente organización entre la delegación y los comerciantes; ante esto Manuel Morales señala que: “Las reglas tiene el objetivo de contar con un buen control sobre los tianguis y de lograr una mejor convivencia entre vecinos y comerciantes, además pretende devolver a los tianguis su carácter de servicio y disminuir la problemática generada entre los mismos” (Manuel Morales, entrevista enero del 2002). La problemática a la que se refiere el coordinador son los conflictos que existen con algunos vecinos que cuentan con autos y especialmente con los mercados establecidos.

Antes de continuar debo reiterar que los días de trabajo del coordinador son de lunes a viernes de 7 a 5 de la tarde. Junto con otros inspectores hacen un recorrido de 20 tianguis diarios, cada uno distribuidos por zonas o secciones de la Delegación de Tlalpan. Al final del recorrido, los inspectores le entregan un informe detallado de los tianguis visitados, por lo que en caso de algún problema se dispondrán a resolverlo.

La experiencia de Manuel Morales como coordinador ha sido satisfactoria debido a su larga trayectoria en estos últimos años, pero con el tiempo, se ha visto en la necesidad de tener amigos y enemigos, por ejemplo, en ocasiones, durante las horas de trabajo pueden surgir 3 clases de conflictos con los tianguistas como: riñas o peleas, cambio de ubicación de los tianguis y quejas ciudadanas.

El primero puede ser, agresiones con palabras o golpes; estas riñas casi siempre suceden al interior del tianguis, y la función principal del coordinador es hacer un llamado por escrito, posteriormente se hace un encuentro por medio del dialogo, así que cada comerciante podrá ser multado y suspendido.

El segundo caso se refiere cuando existe la necesidad de cambiar al tianguis por problemas relacionados con los vecinos, es decir, el impedimento del paso de vehículos en calles principales, obstaculizar el paso de la gente sobre las banquetas, y finalmente otro problema que hay en ocasiones (por algunos vecinos) es la necesidad de sacar sus vehículos antes de la instalación del tianguis. Este último aspecto el coordinador comenta: “no es muy frecuente tener este tipo de problemas ya que para que el tianguis se instale en un sitio determinado, se debe de contar con ciertos permisos que la misma delegación le otorga y para esto se toma en cuenta la opinión de la comunidad”(Manuel Morales, entrevista enero del 2002). Sin duda alguna, en caso de complicaciones el coordinador procede a cambiar de ubicación al tianguis, siempre y cuando las condiciones sean perfectas y esperando que la comunidad, mercados o iglesias estén en total de acuerdo.

En el tercer caso, el coordinador se encarga de recibir todas las quejas de la ciudadanía, aquellos problemas relacionados con el tianguis, usualmente es por la basura. Para él este espacio es abierto y la comunidad podrá expresarse o quejarse con libertad. Para entender mejor este aspecto Manuel Morales nos comentó un hecho ocurrido hace unos años en Héroes de Padierna.

“Normalmente, hay problemas con la gente que vive en los alrededores de los tianguis. Una ocasión, un grupo de gente vino a decirme que el tianguis (Héroes de Padierna) dejaba demasiada basura y por lo tanto los vecinos pedían que el tianguis fuera reinstalado en otro lugar nuevamente o que no se les otorgara más el permiso de vender en la colonia. Personalmente tuve que acudir al lugar de los hechos y, junto con los inspectores analizamos la basura y determinamos que la misma no correspondía a los desperdicios que deja el tianguis ya que lo único que había era una gran cantidad de pañales desechable (usados por bebés) y otros desechos caseros arrojados por la misma comunidad; así que no accedimos dicha petición”. (Manuel Morales, entrevista enero del 2002)

Como puede notarse, la función de Manuel Morales es muy importante, él ha logrado tener una cercanía con los tianguistas y captar sus propias necesidades, como el constante conflicto con la delegación.

3.1.3.- Las organizaciones de los tianguis

Las organizaciones de los tianguis forman algo muy importante en la vida de los tianguistas, a parte de tener el control sobre cada uno de ellos, tienen una serie de reglas y obligaciones que ayudan al buen funcionamiento de los tianguis.

En Tlalpan existen 27 organizaciones y algunas de ellas están unidas a Federaciones (ver anexo), en el caso de la organización de José Dolores Pacheco esta integrada a la “Federación Única de Comerciantes Ambulantes y Romerías”, quien a su vez tiene a cargo el señor José Juez, este líder juega un papel muy importante dentro de la Federación, pues dirige 12 organizaciones de Tlalpan. Ellos además de estar unidos forman una “Agrupación Política Nacional, Fuerza del Comercio”, la cual la integran 12 líderes:

Presidente. José Sánchez Juárez

Secretario General: José Ángel Sánchez

Vocales: José del Río Moreno
José Dolores Pacheco Mendoza

Secretaria de Organización: Amalia Pacheco Ibáñez

Secretaria de Finanzas: Carmen Sánchez Pavón

Secretario de Comunicación Social: Marco Antonio Ordaz Sosa

Secretario de Asuntos Electorales: Guillermo Rojas Rubin

Secretario de Relaciones: Alejandro Romero Bautista

Comité de Vigilancia

Presidente: Roque Gutiérrez

Secretario: Alfredo Maldonado Canseco

Vocal: Juan Gómez Toledo

Los integrantes de la agrupación constantemente son relevados de sus funciones, debido a que el papel de cada uno de ellos varía según su desempeño, en cambio los integrantes de las Organizaciones y Federaciones jamás son sustituidos, excepto si el representante o líder fallece su cargo pasara a sus familias, la cual pueden ser: hijos, sobrinos, hermanos o primos.

Los 12 lideres o representantes de organizaciones antes mencionadas forman el Comité Ejecutivo Nacional, su influencia política en relación con los partidos es

básica, tanto para las organizaciones como a los mismos partidos; su apoyo se basa en asistir a los encuentros que los mismos partidos a gobernar hacen, es decir, en estos últimos años en Tlalpan el PRD ha logrado mantenerse al frente, así que su asistencia en manifestaciones reuniones, congresos y encuentros de los candidatos es fundamental para ambas partes. Más adelante lo analizaremos detalladamente.

Los representantes de las organizaciones se reúnen por lo menos cada mes, dialogan de las dificultades que surgen en los tianguis, asisten a conferencias, encuentros y reuniones con los partidos (PRD) y finalmente por medio de la revista "la voz del Comercio" dan diversas opiniones acerca de su mejoramiento, promueven diversos eventos realizados a favor de los tianguistas como: actividades de educación y capacitación y finalmente se narran algunas experiencias vividas dentro del tianguis.

En palabras del delegado del tianguis (Miguel Hidalgo 3ra sección) comento que: "es una revista de opinión publica, se publica cada mes con temas sociales, económicos o políticos; expresa opiniones, inquietudes y criticas. Ofrece a los lectores un espacio que contribuye al desarrollo de la vida democrática y de la cultura política, así como la creación de una opinión publica" (Ernesto Pacheco, entrevista enero del 2002).

En suma, esta revista quizás no tenga popularidad o no sea conocida, pero para los comerciantes es un espacio que da a conocer la vida cotidiana de cada tianguista y, a decir verdad cualquier comerciante afiliado a esta organización puede adquirirla.

La opinión de los comerciantes varia en gran manera, para algunos esta revista es como leer un periódico, pero para otros es un medio en el que se puede dar a conocer su manera de pensar y de vivir. Para que nos demos una idea de cual es la revista veamos la siguiente fotografía.



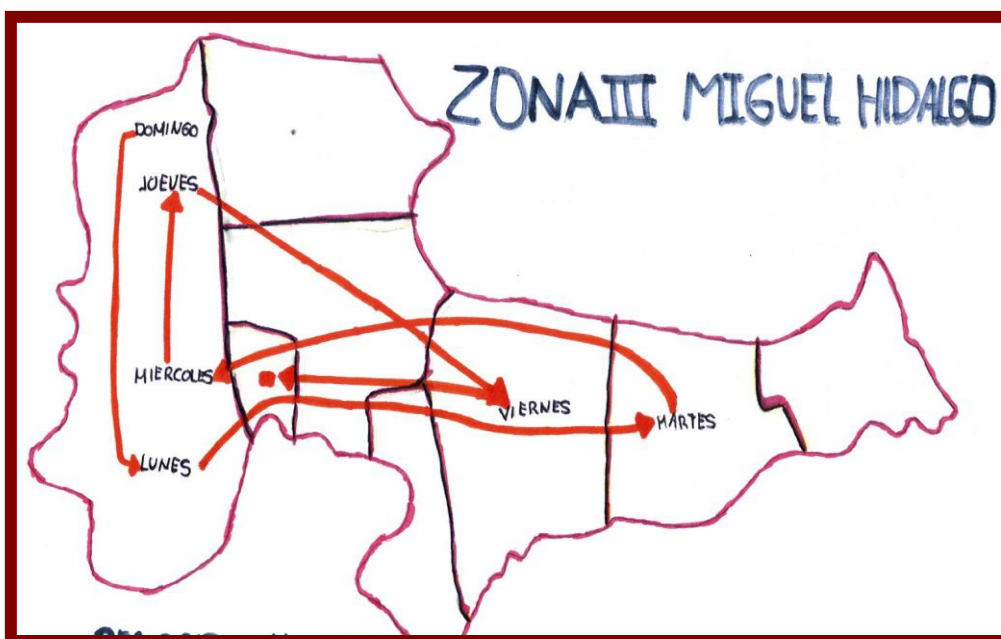
3.2.-DESCRIPCIÓN DE LA ORGANIZACIÓN POLÍTICO Y SOCIAL INTERNA DEL TIANGUIS: MIGUEL HIDALGO 3RA SECCIÓN

Como hemos visto en las páginas anteriores los comerciantes hacen a 350 oferentes y cada uno de ellos diariamente recorren 7 sitios distintos. (ver mapa 4)

El recorrido del tianguis es el siguiente:

- 1.- Lunes: Pedregal de San Nicolás 3ra sección. Delegación Tlalpan
- 2.- Martes: Miguel Hidalgo 2da sección. Delegación Tlalpan
- 3.- Miércoles: Pedregal de San Nicolás 3ra sección. Delegación Tlalpan
- 4.- Jueves: Pedregal de San Nicolás. Delegación Tlalpan
- 5.- Viernes: Miguel Hidalgo 3ra sección. Delegación Tlalpan
- 6.- Sábado: Tepetimilpa. Delegación Tlalpan
- 7.- Domingo: Pedregal de San Nicolás. Delegación Tlalpan

MAPA 4 RECORRIDO DEL TIANGUIS



El 70% de los comerciantes son seguidores del líder y los otros 30% no lo son; sólo prefieren vender en los tianguis aledaños a la zona, de esta forma evitan grandes traslados.

Para quienes son seguidores las ventajas que tienen son: el líder dará ciertas oportunidades al vendedor de no asistir al tianguis, en caso de enfermedad o quiera faltar por gusto el líder le otorga el permiso, pero para los que no son seguidores en caso de enfermedad tendrán que llevar un justificante y previamente avisar con anterioridad. Algo notorio es que los permisos únicamente se dan por enfermedad o accidente.

El 50% de los seguidores vienen de sitios diferentes, pero en su mayoría proceden del Pedregal de San Nicolás y el otro 20% vienen de Miguel Hidalgo.

El 30% que no son seguidores viven en los mismos lugares, pero a diferencia de los anteriores; cada vendedor (si vive en Miguel Hidalgo) se concentra en los tianguis cercanos a la zona; así sucede con los que residen en el Pedregal de San Nicolás o Tepetimilpa.

Cada seguidor porta una gran manta con el logotipo y el nombre de la organización; en cambio los que no son seguidores en ocasiones llegan a traer mantas y logotipos de otras organizaciones por lo que es fácil la confusión para quienes los investigan.

En el caso particular del tianguis, es fácil ver a los comerciantes que no son simpatizantes, gran parte de ellos proceden de la organización “Comerciantes tianguistas del circuito de Maní. A. C”. Ellos portan mantas con logotipos de otras organizaciones es muy notorio en los tianguis del señor José Dolores Pacheco.

La organización antes mencionada labora en la zona III de Tlalpan, y aunque existen otras organizaciones trabajando en el mismo lugar como es la “Asociación de Comerciantes y Tianguistas del Campo y de la Ciudad de la Republica Mexicana” Pedro Ramírez Miranda. Así es como estas 3 organizaciones llevan su trabajo en dicha zona, quiero recalcar que el tianguis del señor José Dolores Pacheco mantiene su popularidad, es decir, la asistencia de la gente es mucho más abundante.

Hablemos un poco sobre el líder de la organización del tianguis Miguel Hidalgo 3ra sección y el delegado del mismo.

Cada una de las funciones de los líderes está en función a las actividades de cada organización según así lo requiera, en pocas palabras la tarea de ponerlos en orden a cada uno, la forma de organizar y de clasificarlos depende del mismo líder.

Antes de continuar es necesario marcar un poco la diferencia entre líder y delegado del tianguis:

El líder es aquella persona que se encarga de representar a los comerciantes por medio de una organización. En el caso de Miguel Hidalgo, el líder está en constante cercanía con algunos Partidos Políticos, Federaciones y algunas otras Agrupaciones.

En algunos casos el líder está tan cerca de los comerciantes que ser líder o delegado es totalmente lo mismo, pero en el caso del tianguis el líder cuenta con su propio personal; delegados y secretarios. Ante esto el líder José del Río Moreno expresa algunos de sus pensamientos de esta manera:

“El líder es el arquitecto social de su entorno. En este sentido rediseña la forma de organización, estableciendo el “deber ser” y “en donde debemos estar”. Configura los nuevos valores y creencias, congruentes con el “deber ser.” El líder hace uso adecuado de las distintas bases del poder, sin caer en el abuso de ninguna de ellas. Proyecta una gran seguridad en sí mismo que lo lleva a conquistar la confianza y la aceptación de sus seguidores. Su integridad y endereza moral lo colocan por encima de cualquier coyuntura dudosa. Goza del respeto de sus seguidores porque lo saben capaz y bien informado”. (Del Río, 2002: 11)

Como ya habíamos mencionado, algunos de los líderes están establecidos por redes de proselitismo político en el que se mueven tanto en el ámbito informal como en el formal por lo que está íntimamente ligada al poder político.

Dentro de las características de los líderes según Guillermina Castro existen tres tipos de los cuales son; liderazgo independiente, liderazgo tradicional, liderazgo moderno y su opinión de liderazgo lo expresa así: “En el liderazgo su característica principal recae en su no afiliación a cualquier partido, sus licencias y permisos se llevan a cabo por canales oficiales como oficinas seccionales delegacionales como mercados tianguis y vía pública el cual facilita la obtención de dichos permisos (Castro, 1990: 63)

A diferencia del líder, el delegado del tianguis es aquella persona que se encarga de mantener el orden interno del tianguis, su función principal es resolver los

conflictos surgidos entre cada uno de los comerciantes como, el uso del lugar y algunas otras riñas.

3.2.1.-Líder José Dolores Pacheco

El líder tiene su propio personal en la que se le asignan distintas tareas, pero hablemos un poco acerca de su función.

Según el testimonio dado por Ernesto Pacheco la función propia del líder es la siguiente: “El líder se encarga que todos sus tianguis estén en perfecto orden para eso, tiene a tres personas que están en total disposición de hacerlo, los cuales son Ernesto, Amalia e Hilda Pacheco”. (Ernesto Pacheco, entrevista enero del 2002)

El líder acude a todas las asambleas con gente de mayor categoría, con temas relacionados propiamente del tianguis y de su mejoramiento. A su vez el líder espera que los compañeros den muestras de apoyo por medio de manifestaciones a algunos candidatos políticos.

Otra de sus funciones del líder es visitar tres tianguis por semana por lo que no tiene una oficina estable, así que es muy difícil de localizarlo. Él resuelve riñas graves entre comerciantes, que la misma delegación los quite, conflictos relacionados con la basura, o si existieran problemas muy graves el líder acudiría personalmente para mediar el conflicto, aclararlo y tratar de justificarse.

Regularmente el líder reúne a los comerciantes cada mes, entre los representantes y los tianguistas para hacer una evaluación general sobre todos los conflictos internos y externos producidos durante ese tiempo; como es el hecho de verificar quien ha traído la bata o manteado del mismo color, hacer una clasificación de quien cuenta con credencial, y de cuantos la necesitan; cuantos han asistido, quienes han faltado y cuantos necesitan un lugar (el delegado declaro que la lista se había cerrado hace tiempo y por lo tanto no había la posibilidad de vender en el tianguis).

Otro aspecto que no queremos dejar pasar es que, el tiempo de hacer todo lo mencionado anteriormente es en el mes de marzo a mayo, en especial el trámite de las credenciales; debido que el líder controla a más de 1200 comerciantes se ve obligado sacar todo un itinerario de sus datos generales, que por cierto, según los comerciantes el costo de cada credencial oscila entre los 150 a 200 pesos.

Para el líder la credencial tiene el objetivo de identificar a cada comerciante y al mismo tiempo le da la oportunidad de trabajar en cualquiera de sus tianguis, teniendo preferencia en uno de sus mejores lugares (al interior del tianguis).

El dinero recolectado es repartido entre la organización y otro tanto en permisos de suelo. Cabe recordar que cada cuota que se establece depende de la misma Delegación.

El líder y los 3 delegados son parte de la familia y a través de 35 años de trabajo, han podido integrarse a la Federación de Comerciantes Ambulantes en Ferias y Romerías (Federación Única) y además han logrado tener a su cargo 14 tianguis durante toda la semana, es decir, 2 tianguis por día (ver anexo).

La finalidad de estar afiliado a distintos sectores formales es con el motivo de estar protegido ante cualquier problema con la Delegación, y por el contrario partidos como el PRD suelen pedir apoyo a cualquier organización para distintos eventos.

Otro problema que constantemente enfrenta el tianguis es el dedicarse a vender todo tipo de productos que no son permitidos como: ropa americana, falluca, electrónica, discos compactos, todo cuanto se puede ver. El líder otorga el permiso de vender pero siempre y cuando no sean productos robados.

La organización es totalmente independiente y su funcionamiento no depende de ninguna otra estancia. Cada uno se afilia a partidos como el PRI o el PRD, dependiendo de quien gobierne la Delegación de Tlalpan. La Federación tiene repartidos a sus propios seguidores en los mejores tianguis del líder José Dolores Pacheco, cada uno se diferencia por el logotipo de la organización a la que pertenecen. No obstante la forma de organizarse depende de los delegados y representantes del mismo, es decir, el miembro de la Federación es quien se encarga de repartir a sus seguidores en distintos puntos del Distrito Federal, así en caso de que alguna persona decida vender en algunos de los tianguis u organizaciones que están integradas al mismo, se le dará toda la oportunidad de hacerlo; este tipo de actos no sólo se establece en esta Federación, sino que las mismas organizaciones han tenido la oportunidad de crear más tianguis. Cada representante (si así lo deseara) asigna a un representante quien formará parte del nuevo tianguis; en el caso particular del tianguis, el Delegado Ernesto Pacheco y sus hermanas, son quienes se encargan de hacer un llamado o invitación para que asistan a la mayoría de sus plazas (tianguis), y claro esta que en el tianguis, el 70% de los comerciantes son seguidores pues muchos de ellos muestran el logotipo de la organización.

3.2.2.-Delegado del tianguis: Ernesto Pacheco Ibáñez

La función de los delegados se divide en varios aspectos:

1.-Repartir credenciales año con año a cada vendedor, de esta manera se les hará valido vender en el tianguis.

2.-Todo delegado o representante deben llevar un orden en el tianguis, por ejemplo vigilar que todo comerciante que use báscula no robe en el peso del producto, ya que de esta manera se evitan conflictos y riñas con la gente.

3.-Vigilar que cada comerciante no deba ubicarse cercas de otro comerciante que venda exactamente lo mismo.

4.-Llevar un control de todos los comerciantes que hayan faltado más de 4 veces consecutivas, es decir, en caso de que alguna persona no hubiera avisado se le dará de baja definitiva, dándole el lugar a otra persona.

En el tianguis existen toda clase de conflictos, como por ejemplo las constantes discusiones por el lugar, por el paso entre un puesto y otro o simplemente por algunas diferencias que hayan tenido dos comerciantes.

5.- La función del delegado, junto con sus allegados será mandar un citatorio a ambos y de esta manera se tratara de levar el asunto a un acuerdo y si el problema no se soluciona se les suspenderá con 8 días de descanso y en caso de que el problema fuera muy fuerte se les mandara descansar de 2 a 3 meses hasta llegar a un año o una suspensión definitiva. Según el delegado, siempre es frecuente llegar a la paz sin que sean suspendidos.

6.- Otra de las funciones del delegado o representante es pagar los impuestos a la delegación por el uso de suelo.

7.-La delegación constantemente hace supervisiones, llegando de incógnito, la clase de revisiones son el revisar que todo este en orden y evitar que se vendan productos de importación o americana, como es el caso de la ropa y videojuegos, pero para eso el delegado, tiene la obligación de darles una exhortación de los riesgos que corren el vender productos de esta naturaleza, pero claro la gente nunca hace caso.

Asimismo la función de sus allegados es:

Durante las fiestas patronales la función del allegado es pedir dinero para dicho evento, y para esto es necesario hacer una junta de manera que se haga una votación unánime y resuelvan la cantidad a cooperar. Una vez estado de acuerdo el secretario hace anotación de todo lo que va ocurriendo, hace una lista de todos los que van cooperando y el tesorero pasa cobrando. Hay a veces que la misma iglesia es quien pasa recolectando para la fiesta. En ocasiones los comerciantes han llegado a decidir que todo sea de manera voluntaria y la cantidad a cooperar dependerá del mismo vendedor. Cada año se toman distintas decisiones pero la finalidad es la misma.

Otro Aspecto interesante es que la persona más cercana del delegado tiene la obligación de dar lugares a los visitantes, de verificar que todos lleguen temprano y que todas las camionetas no obstruyan el paso de la gente que viene a comprar.

En el tianguis actualmente es difícil conseguir un lugar, así que en ocasiones los propios comerciantes en caso que decidieran no trabajar más, tienen la oportunidad de vender el espacio o los metrajes ocupados por el mismo, es decir, la cuota aproximada es de 1500 a 2000 pesos por metro, claro es decisión voluntaria si el comerciante le da una pequeña retribución al delegado.

3.3.-EL TIANGUIS Y SU RELACIÓN CON EL SECTOR FORMAL

Hoy en día cada partido político cuenta con sus propias escuelas, hospitales, estancias infantiles, tianguis, una infinidad de organizaciones afiliadas a los mismos, entre otras más. Desde hace años se ha visto una gran red proselitista, en el que cada tianguis u organización tiene que estar afiliados a un partido político, por su parte, los líderes que están integrados a un partido tienen la obligación de representar a su partido y de asistir a las asambleas, mítines apoyando y animando a un candidato político. Claro a cambio de este apoyo el partido tiene la obligación de apoyar al tianguis según lo requiera.

Pero como vemos hoy en día el apoyo no es igualitario, pues los comerciantes han sido muy reprimidos por el Jefe de Gobierno Marcelo Ebrad, esta represión constituye en asegurarse que en el tianguis no se vendan artículos de piratería y falluca, pero para los que venden y se dedican a eso, sí que es un problema grave.

Quiero recordar que durante los primeros años de los 70, s la organización tenía que afiliarse al partido del PRI, pues de esta manera el partido adquiriría mas seguidores y como hemos visto, el país se encontraba dominado bajo el poder del partido oficial y al mismo gobierno; durante las elecciones estatales y

delegacionales la obligación de la gente era votar hacia su partido, pues en cualquier conflicto el partido apoyaba cualquier irregularidad.

Para algunos las ventajas eran mejores, los comerciantes podían vender artículos piratas durante el gobierno del PRI, inclusive algunos opinan que “el PRI robaba pero dejaba trabajar”. Para los tianguistas, esto es una lucha que enfrentan día con día, las nuevas disposiciones del gobierno del PRD son cada vez más difíciles de obedecer.

Actualmente todos los tianguis buscan (con excepción de algunos cuantos que no están integrados o afiliados a algún tipo de organización o partido) estar afiliados a un partido que los apoye en caso que exista algún problema como: quererlos quitar de lugar o problemas con respecto al tipo de productos como la piratería y la falluca.

La mayoría de las personas tienen miedo de que en algún futuro no muy lejano con el tiempo desaparezcan los tianguis, pues la política del gobierno es de lograr tener una ciudad limpia fuera de comercios ambulantes.

Como ya mencione existen algunos tianguis en pequeño que carecen de apoyo político por lo que regularmente son el tipo de tianguis que obedece la normatividad de la misma Delegación, evitando cualquier conflicto con la misma o con la población aledaña a ellos.

Cada uno de los tianguis afiliados a alguna organización se identifica según su color (de tela, manteado y tubular), como es el verde quien pertenece al partido del PRI y rosa simboliza ser independiente.

Algunos afiliados al PRI, actualmente tienen poca fuerza, en el caso del tianguis de José Dolores Pacheco es el que ha tenido que afiliarse a la Federación Única para así tener menos conflictos con la Delegación y poder asegurar a los comerciantes el seguir vendiendo.

CONCLUSIONES

Si bien este estudio “**La Organización Política de un Tianguis**” es un proyecto dedicado a todo aquel que desee conocer la vida cotidiana de los comerciantes tianguistas, en la práctica muestra que el control y el poder que se tiene sobre los comerciantes, es producto de la relación cercana y constante de los líderes con el sector formal. Dicha relación por un lado refuerza la participación política del tianguis dentro de los movimientos sociales o partidistas; por el otro, define el papel que juegan en este escenario como sector informal, controlado por diversos sectores gubernamentales, tanto como, organizaciones y sindicatos afiliados a los partidos. Carlos Pereyra menciona que “estas fuerzas populares a asociadas a los partidos, fueron creadas para organizar la participación política y las demandas inmediatas de los diferentes sectores” (Pereyra, 1985:293).

Independientemente de la opinión expresada por el sector formal hacia todo el comercio ambulante, su subsistencia o mantenimiento se debe a la falta de capacidad de dar empleos dentro del ámbito laboral formal. Este es un debate que hasta ahora no se ha podido resolver; existen infinidad de causas que propician al comercio informal, de las cuales podemos mencionar: la falta de empleo y los salarios insuficientes. Para Lomnitz este tipo de comercio se caracteriza por ser una economía a pequeña escala en el que constantemente compite con la economía formal. A pesar de que este aspecto no forma parte del desarrollo del trabajo, es muy importante tener en cuenta las causas que propicia la creación de tianguis y comercios informales, tal y como se observa en la Delegación de Tlalpan.

Mi trabajo visualiza al tianguis no como parte de los problemas sociales que tienen que ser resueltos, sino como un centro de trabajo en el que diversos grupos de personas se relacionan e interaccionan social y políticamente entre si; se trata de gente que por falta de empleo adecuado ha decidido auto emplearse y formar parte del sector informal.

Como se recordará, las preguntas que dieron origen a este estudio fueron:

1.- ¿Cuál es la relación social y política del tianguis como sector informal con el sector formal, y de qué manera influye políticamente a los comerciantes?

2.- ¿Qué papel juega el líder entre ambos sectores?

Durante el transcurso del trabajo averiguamos que la relación política del tianguis como sector informal no sólo depende de ellos, sino también del sector formal. Este apoyo se ha manifestado en mítines políticos e influencia partidista, tanto para el anterior partido político dominante el Partido Revolucionario Institucional como para el actual PRD. Lo anterior no significa ausencia de conflictos. A pesar del constante apoyo al partido que gobierna el Distrito Federal (PRD), su respuesta a los ambulantes no ha sido del todo satisfactoria o equitativa, es decir, las reglamentaciones y las normas son cada vez más duras y en ocasiones difíciles de acatar.

Para Eckstein este tipo de relación se explica porque cada persona está sujeta a la influencia partidista, es decir, en ocasiones por necesidad han tenido que pertenecer a sectores o grupos formales en el que como resultado apoyan al partido político y prestan legitimidad a los intereses de ellos. Por ejemplo, durante el transcurso del trabajo se observó como los tianguistas, por pertenecer a una organización dentro del sector informal, tenían que acudir a distintos eventos partidistas. Esto no influye para que dentro del ámbito personal cada persona simpatice con otros partidos.

Cabe aclarar que este estudio de ninguna manera pretendió ser el reflejo de todos los tianguis de Tlalpan y de sus conflictos con la Delegación, pues cada tianguis se organiza de diferente manera dependiendo de la diversidad del entorno (recordemos que en esta Delegación hay pueblos, colonias y barrios) y del líder con el que cuentan. Cada uno de ellos cuenta con sus propias normas y reglas que su propio representante (líder) establece para el mejor desempeño del mismo.

Considero que lo más importante de este trabajo fue descubrir el papel que tiene el líder hacia los comerciantes, como un mediador político. Se encontró que la base de la fuerza social del líder está basada en su capacidad de interceder frente a las dependencias gubernamentales en torno a los conflictos suscitados al interior del tianguis y en su relación con el espacio donde se ubica. El líder no

sólo es el representante del tianguis, sino es aquella persona que organiza y mantiene un orden. La ubicación, presentación y permanencia del tianguis dependen de él. Hemos visto que en el tianguis el líder es la persona “más poderosa en el escenario político local, y los funcionarios públicos tratan exclusivamente con él todos los asuntos de la comunidad” (Cornelius, 1979: 572-573). Según Lomnitz el líder se ha desarrollado como un mediador entre –el tianguis- y con las autoridades superiores. Él es representante ante los funcionarios, “su habilidad política, carisma y concentración depende de él mismo” (Castro, 1990: 65).

El tianguis se ha desarrollado en un campo político, sus relaciones están orientadas a salvaguardar los intereses tanto del sector formal como del sector informal. En pocas palabras, el tianguis ha funcionado como un escenario político. Sus relaciones políticas están controladas por personas que ejercen mayor poder sobre ellos y aunque el tianguis (por medio del líder) ha logrado tener influencia política, solo se ha conformado a los propios intereses del sector formal, en especial de los partidos políticos. En términos de Turner en el caso del tianguis, se mantiene un orden normativo con el fin de salvaguardar los propios valores. A su vez, el tianguis funciona como un escenario en el que forma parte de decisiones políticas orientadas a mantener el orden del mismo. Dentro del tianguis (usando el concepto de Adams) el líder cuenta con poder que los mismos comerciantes le han otorgado, su capacidad de dirigirlos determina el ambiente en el que se desenvuelve.

Al igual que en otras organizaciones la participación política del tianguis ha seguido una línea tradicional auspiciada por el partido en el poder y la integración de las organizaciones sociales, así como ocurrió con el PRI, en la actualidad el propósito es el incondicional apoyo al PRD en la ciudad y el PAN en otros estados.

En lo que se refiere a la situación de los comerciantes, además de contar con su participación en la política, en función de sus deberes han logrado satisfacer las demandas de la ciudadanía incluso han ganado la simpatía de toda la gente que los visita día con día, ya que han aprendido a captar sus necesidades y diversificar los productos que ofrecen. Por otra parte, el tianguis no sólo es un lugar de trabajo, sino un espacio social y político en el que los comerciantes se relacionan y conviven mutuamente con el líder y la gente que los

rodea. Durante mi trabajo de campo descubrí que el tianguis no solo es un lugar de compra y venta, sino un sitio en el que se encuentran parejas y novios, esto puede darse entre comerciantes, entre comerciantes y usuarios o comerciantes y líder; de hecho es muy notorio observar bodas entre los mismos. Pero esto lo descubrirán solamente si ustedes se integran y forman parte del tianguis.

Si bien en todo el desarrollo del trabajo se trato de averiguar la relación política y social entre el líder y los comerciantes, así como su cercanía con el sector formal; el tema del tianguis es muy amplio, de él se pueden descubrir una infinidad de datos curiosos e impresionantes que quizás con el tiempo alguno de ustedes puedan explorar.

Otro punto que me llamó la atención fue el lenguaje y el humor que utilizan los comerciantes para llamar la atención de la clientela. Otros dos aspectos importantes que vale la pena mencionar: En el primero es muy visible observar a las hierberas fungir como doctores, de hecho su conocimiento con las hierbas y otros productos les permite recetar a la gente a partir de los síntomas. Este tipo de personas no cuenta con estudios, sólo lo que las revistas de hierbas medicinales les proporcionan y su propia experiencia les ha enseñado.

El segundo aspecto no menos importante es la creencia de la gente (comerciantes) sobre la sal, el mal de ojo, envidias y otras características más que perjudican el desempeño de la venta. Cada comerciante (sólo algunos que creen) durante las mañanas barren su espacio, rociando agua con clarasol, pino o sustancias que contengan limpiador, otros deciden rociar agua bendita alrededor del puesto, en especial enfrente, buscando llamar la atención de la clientela, y así poder vender un poco más. Otros deciden poner perejil amarrado a su puesto o prender varas de incienso, todo con la finalidad de vender y evitar envidias entre compañeros. Como pueden observar estos son aspectos que llamaron mi atención, pero por el tema del trabajo fue imposible abarcarlos en su totalidad. Sin embargo dejo a ustedes una probadita de lo que en algún futuro pueda ser un tema de investigación.

BIBLIOGRAFIA

- ADAMS NEWBOLD, Richard (1978). La Red de Expansión Humana, México, ediciones de La Casa Chata.
- BRONISLAW, Malinowsky y Julio de la Fuente (1957). La Economía en un Sistema de Mercados en México, Vol.1, No. 2, México, INAH.
- BUENO; Carmen (1990). “Una Lectura Antropológica sobre el sector Informal” en Nueva Antropología, Vol. XI, No. 37, México.
- CASTRO NIETO, Guillermina Grises (1990) “Intermediarismo Político y sector informal: El Comercio Ambulante en Tepito” en Nueva Antropología, Vol. XI, No. 37, México.
- CORNELIUS, Wayne A (1979). “El México Contemporáneo: Análisis Estructural del Caciquismo Urbano” en Unikel Luís y Andrés Neucochea, Desarrollo Urbano y Regional en América Latina. México, Fondo de Cultura Económica, pp. 567-593.
- DEL RIO MORENO, José (2002) “La vida en nuestros tianguis” en Ordaz Sosa Marco Antonio; Director, La Voz del Comercio. México, Fuerza del Comercio, Año 1, No. 01
- ECKSTEIN, Susan (1982) El Estado y la Pobreza urbana en México. Siglo XXI.
- IBARRA, Valentín (2000).”Delegación Tlalpan” en Atlas Demográfico de México, Conapo-Progres, México, pp. 623-626.
- JUAREZ DIAZ, María Sabas (1998). Crecimiento y Construcción Urbana en México. UNAM, Pos grado de Arquitectura, México.
- LOMNITZ, Larissa (1978). “Mecanismos de articulación entre el sector informal y el sector formal urbano” en Revista mexicana de Sociología, año XL/vol. XL, Núm. 1, enero-marzo.
- MACHO MORALES, Diana Itzel. Informe del Proyecto de Investigación “Barrios de Tlalpan”, Noviembre 2001.

PARÉ, Luisa (1975). "Tianguis y Economía Capitalista" en Jesús Luís Lorenzo, Nueva Antropología. México, pp. 85-93.

PEREYRA, Carlos (1985). "Nacionalismo, ideología y clase obrera" en Galván Rafael, Instituto de Estudios Obreros. México, Ediciones El caballito.

VARELA, Roberto (1984). Expansión de Sistemas y Relaciones de Poder, México, Universidad Autónoma metropolitana, Unidad Iztapalapa.

ANEXO

NOMBRE DEL LIDER	NOMBRE DE LA ORGANIZACIÓN	LUGARES DONDE LABORAN	NUMERO DE PUESTOS
Rufino Camela Ramos	"Unión de comerciantes del D. F y Estados de la República	<ul style="list-style-type: none"> - Topilejo - Plan de Ayala 	<ul style="list-style-type: none"> - 26 - 21
DATOS GENERALES DE DE LOS TIANGUIS DE TLALPAN			
No de Tianguis Registrados: 125. No de Lideres: 26. No de Tianguis Registrados: 26.			
Juan Cuitareo Ponce	"Comerciantes Tanguistas Unidos Circuito de Maní. A. C."	<ul style="list-style-type: none"> - Col. Miguel Hidalgo 4ta sección - Col. Pedregal de San Nicolás - Totoloapan - Col. Chimilli Pedregal de San Nicolás 	<ul style="list-style-type: none"> 18 77 17 750
Pedro Ramírez Miranda	"Asociación de comerciantes Tianguistas del campo y la ciudad de la Republica. A. C"	<ul style="list-style-type: none"> - Col. Miguel Hidalgo 4ta sección - Col. Ampliación Miguel Hidalgo - Col. Puente de Piedra - Col. Ampliación Miguel Hidalgo - Col. Tepetongo - Col. Plan de Ayala 	<ul style="list-style-type: none"> 4 63 54 57 25 21
José Dolores Pacheco Mendoza	"Tianguistas Comerciantes Ambulantes y Similares del Circuito de Tlalpan D. F. A. C."	<ul style="list-style-type: none"> - Col. Miguel Hidalgo 3ra sección - Col. Pedregal de San Nicolás 3ra Sección - Col Tepeximilpa - Col Pedregal de San Nicolás 4ta sección - Miguel Hidalgo 2da sección - Col. Pedregal de San Nicolás - Pueblo de Parres - Torres de Padierna 	<ul style="list-style-type: none"> 350 452 700 263 147 186 26 50