

TRADICIÓN Y SOBREVIVENCIA DEL TRUEQUE COMO ALTERNATIVA DE ABASTO Y SUBSISTENCIA: UNA MIRADA AL TIANGUIS DE CAMBIO DE PÁTZCUARO, MICHOACÁN

Yaayé Arellanes Cancino¹ y Dante Ariel Ayala Ortiz²

¹CONACyT- Facultad de Economía, Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo. Edificio "T", Avenida Francisco J. Múgica S/N Ciudad Universitaria, C.P. 58030, Morelia, Michoacán, México.

² Facultad de Economía, Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo.

Correo: yarellanesca@conacyt.mx

RESUMEN

En el tianguis de cambio de Pátzcuaro, Michoacán, localizado en el oeste de México, se intercambian productos como maíz, frijol, artesanías y pescado que son producidos y recolectados por pobladores de las comunidades aledañas utilizando métodos de trabajo artesanales, con baja intensidad de capital y alto uso de mano de obra. El trueque ha sido desde la época precolombina, hasta la actual, fundamental para los asistentes, quienes cambian principalmente alimentos y artículos derivados de las actividades productivas de la región.

El objetivo en este trabajo es identificar la forma en la que los actores sociales intervienen en el intercambio y su importancia biocultural. Los resultados muestran que la mayoría de los asistentes provienen de zonas aledañas a la ribera y realizan trueque de al menos tres cuartas partes de los productos que traen a ofertar, la mayoría de estos perecederos. Para un cierto sector campesino, pescador, artesano, el tianguis se convierte en uno de los principales canales de distribución y fuente de abastecimiento.

PALABRAS CLAVE: Intercambio de recursos naturales, economía solidaria, mercado tradicional, purépechas.

THE TRADITION AND SURVIVAL OF BARTERING AS AN ALTERNATIVE FOR SUPPLY AND SUBSISTENCE. A LOOK TO THE "TIANGUIS DE CAMBIO" AT PATZCUÁRO, MICHOACÁN

ABSTRACT

The "Tianguis de cambio" at Patzcuaro, Michoacán, localized in the West of Mexico, it is a traditional market where is possible interchange of products such as corn, beans, fish and handicrafts produced and recollected by residents of nearby communities using artisanal methods of work, with low capital intensity and high use of labor. Since pre-Columbian times to the present, bartering has been critical for attendee's subsistence, which change mainly food and items derived from productive activities in the region.

The aim in this paper is identify the way in which social actors are involved in the exchange and their biocultural significance. The results show that most participants come from areas close to the lake and make barter of at

least three quarters of the products they bring to change, most of these perishable. For a farmer, fisherman, or craftsman sector, the tianguis becomes one of the main distribution channels and food supply source.

KEYWORDS: natural resources interchange, solidarity economy, traditional market, purépecha people.

INTRODUCCION

En la porción central del corredor nororiental de Michoacán, al oeste de México, se encuentra el Lago de Pátzcuaro, región poblada por los Purépecha desde antes de la Conquista (Alcalá 2013). En esta región se localiza la ciudad de Pátzcuaro en donde aún, hoy en día, se alberga al tianguis de cambio; este tianguis es un mercado tradicional en cuyo espacio todavía se practica el trueque de bienes producidos y comercializados, generalmente por habitantes de zonas aledañas a la ribera del lago (Arellanes *et al.* 2014a, Fabré y Egea 2015).

A partir de un breve análisis de los cambios que han ocurrido en este recinto a través del tiempo, y una descripción de cómo es actualmente el intercambio al interior del tianguis, el propósito del presente trabajo es describir y analizar las características del trueque que se practica en esta plaza comercial, así como a identificar a los actores sociales, productos y formas de intercambio que existen en su interior. Para tal fin, el texto se divide en dos partes. En la primera se hace una breve reseña histórica del comercio en la región desde la época prehispánica hasta el día de hoy a partir de diversas investigaciones. En la segunda parte se muestran los resultados de la presente investigación sobre el trueque que se realiza en el tianguis. Cabe señalar que en este estudio se considera tianguis como un sinónimo de tianguis, mercados locales en donde sus asistentes por lo general son productores directos tal como señalan Linares y Bye (2016).

Desde Tzintzuntzan hasta el Santuario

En Mesoamérica prehispánica las zonas comerciales tenían una ubicación estratégica entre regiones climáticas contrastantes, lo cual favorecía el acceso a recursos de distintas índoles y en consecuencia repercutió en la actividad mercantil (Durston, 1976). Aunque actualmente muchos de estos sitios aún son plazas comerciales, la configuración de los mercados prehispánicos ha cambiado a lo largo del tiempo. Cronistas de la Conquista describen al interior de los mercados indígenas una gran organización, diversidad, colorido y riqueza de bienes (Sahagún, 1979). En esa época existían relaciones

comerciales entre el occidente y el noroeste de México, sobre todo de alimentos, materiales de construcción, hierbas medicinales, leña y otros, por lo que era posible encontrar productos de distintas zonas geográficas (Mintz, 1982; Braniff, 2009). En particular, en cuanto a la región de estudio, los productos purépechas tenían un largo alcance y llegaban hasta los mercados de la gran Tenochtitlán y Yucatán, así como a otros territorios mayas (Durston, 1976; Fabré y Yeste, 2012). En la época en que dominaba el Imperio Purépecha, entre los siglos XII y XIII, las rutas comerciales tenían como interés la expansión de espacios de producción, lazos económicos y, en última instancia, la conquista de territorios. El imperio se expandió hasta la región de Tierra Caliente, en donde existía un potencial agrícola mayor, porque las condiciones climáticas favorecían dos cosechas anuales (Durston 1976). Tzintzuntzan fue la capital de este poderío hasta el año 1522, cuando los españoles llegaron al centro de lo que es ahora el estado de Michoacán. El poder pasó a manos de otros gobernantes y el nuevo régimen colonial movió los centros de poder hacia el Lago de Pátzcuaro. De esa manera, Pátzcuaro se convirtió "en un centro de acopio, almacenamiento, redistribución e intercambio de mercancías entre las distintas localidades de la Nueva España" (Paredes, 1997).

Con la Conquista hubo una ruptura del comercio indígena y su traspaso a la administración española. Kaplan (1965) considera que los intereses mercantiles de los españoles, con una visión feudal, tenía como finalidad controlar los mercados y regular los precios; en consecuencia, la prohibición del comercio directo entre comunidades indígenas, ocasionó la fragmentación de economías locales y regionales de distintos alcances. Esta organización posiblemente propició un sistema de mercado solar, con una especialización regional en donde existe una jerarquía configurada por un mercado principal como eje y en sus alrededores mercados subsidiarios y otros pequeños mercados más pequeños que tienen sus días establecidos (Smith 1982). Este sistema se ha descrito en parte de Mesoamérica en Michoacán, Oaxaca, Chiapas, Guatemala, entre otros espacios geográficos, a partir del establecimiento de un régimen colonial que modificaba la organización prehispánica con un modelo basado en un esquema europeo (Smith, 1982).

Aunado al sistema de mercados, las características topográficas de la cuenca favorecieron la especialización del trabajo en las comunidades lacustres, lo cual fue aprovechado y fomentado por los españoles (Rodríguez, 2007). Otra característica que aprovechó la administración española fueron las rutas tradicionales de comercio para continuar el intercambio de bienes en la región. Se considera que durante esa época el trueque fue una medida de subsistencia ya que la monetarización del grueso de la población fue paulatina y no contaban con dinero para adquirir productos (Arellanes *et al.* 2014b). Más tarde, en el siglo XIX, los indígenas de pueblos vecinos solicitaban a las autoridades correspondientes el permiso para mercar en Pátzcuaro; los puestos se tendían en el piso en la plaza principal y se les cobraba en función del tamaño. En esas fechas no se contaba todavía con el circulante suficiente para pagar el derecho a piso, por lo que no todos los vendedores tenían acceso a la plaza principal como espacio para comerciar y para adquirir otros bienes, por lo que es muy probable que esto haya favorecido el trueque entre ellos (Arellanes, *et al.* 2014b).

A finales del siglo XIX existía una problemática en torno a la seguridad e higiene en los mercados públicos, lo que llevó a generar políticas públicas que fomentaron y formalizaron la construcción de mercados con mampostería y estructuras metálicas, así como la aprobación del Reglamento del Consejo de Salubridad (Ahuactzin, 2004). Durante el siglo XX, entre 1940 y 1960, la ciudad de Pátzcuaro tuvo un auge económico que se basó en la producción de materias primas, lo que provocó una sobreexplotación de los recursos naturales de toda la zona lacustre, la expansión de la población y la urbanización de las islas, provocando un deterioro en el Lago de Pátzcuaro y una disminución en la producción de especies endémicas, como el pescado blanco (Álvarez-Icaza y Garibay, 1992; García, 2013). En este siglo, los espacios para la comercialización de alimentos y bebidas, entre otros productos de origen natural, estuvieron en constante cambio sobre todo por reformas dirigidas por políticas gubernamentales con fines de salubridad y acceso; se formaron las centrales de abasto en sitios periféricos a las urbes y se construyeron mercados regionales con mejores condiciones de higiene; sólo en la Ciudad de México entre 1950 y 1960 se inauguraron 88 (Sánchez 2010). El tianguis de Pátzcuaro se reubicó de la plaza central Vasco de Quiroga hasta la plaza Gertrudis Bocanegra, donde se realizaba trueque de bienes (Durston, 1976).

En este siglo XXI el tianguis se ubica a un costado del Santuario de la Virgen de Guadalupe, pero en condiciones económicas distintas a las del siglo pasado, ya que en la

ciudad se expandieron las cadenas comerciales nacionales y transnacionales, por lo que se cuenta con otro tipo de competencia económica. Diversos autores (Sandoval 2011, Fabré y Yesté 2013, Fabré y Egea, 2015) han abordado las experiencias de comercio tradicional y de intercambio, no únicamente monetario, entre los habitantes de la ribera del lago de Pátzcuaro a partir del tianguis del Santuario y del tianguis regional o "mercado solidario" de los *Mojtakuntani* o purhépecha. En esas investigaciones se realizan análisis de las prácticas económicas indígenas alternas como una estrategia de sobrevivencia, una acción colectiva de resistencia y la importancia de la memoria social que revelan la importancia del trueque.

MATERIAL Y MÉTODOS

En otoño de 2013 y otoño de 2014 se realizaron encuestas a los asistentes que acuden al tianguis de cambio del Santuario de la Virgen de Guadalupe en Pátzcuaro los días de plaza, es decir, martes y jueves. Se aplicó el instrumento a aquellos que estuvieron de acuerdo. En la fig. 1 se muestra la ubicación del tianguis y el arreglo de los vendedores a lo largo del sitio en donde se acomodan. Como un primer paso se realizó una encuesta piloto con 15 aplicaciones; con las modificaciones pertinentes, con posterioridad se aplicó la encuesta definitiva. Se encuestó en total a 185 asistentes al tianguis. Dentro del instrumento de trabajo se preguntó: 1) sitio de procedencia, 2) hablantes o comprensión de lengua indígena, 3) antigüedad de asistencia al tianguis, 4) productos que intercambian, 5) porcentaje de intercambio y 6) ingreso semanal.

Adicional a las entrevistas realizadas a "vendedores" se entrevistó al Director de Mercados del Ayuntamiento de Pátzcuaro, con la finalidad de conocer información en torno a la administración de las plazas públicas y su incidencia en el tianguis, pago de impuestos, información general sobre lo que se vende, etc.

RESULTADOS

Desde las cinco hasta las diez de la mañana, los días martes y jueves, los asistentes al tianguis de cambio arriban a la cancha de basquetbol, a un costado del Santuario. El tianguis se extiende a los alrededores de la cancha y al pasillo que colinda con la calle de Codallos (Figura 1). No hay un lugar fijo para ninguno de los asistentes, se acomodan de acuerdo con su llegada. Se identificaron dos modalidades: quienes extienden su mercancía sobre un plástico o directamente en la plancha de cemento de la cancha, y los caminan alre-

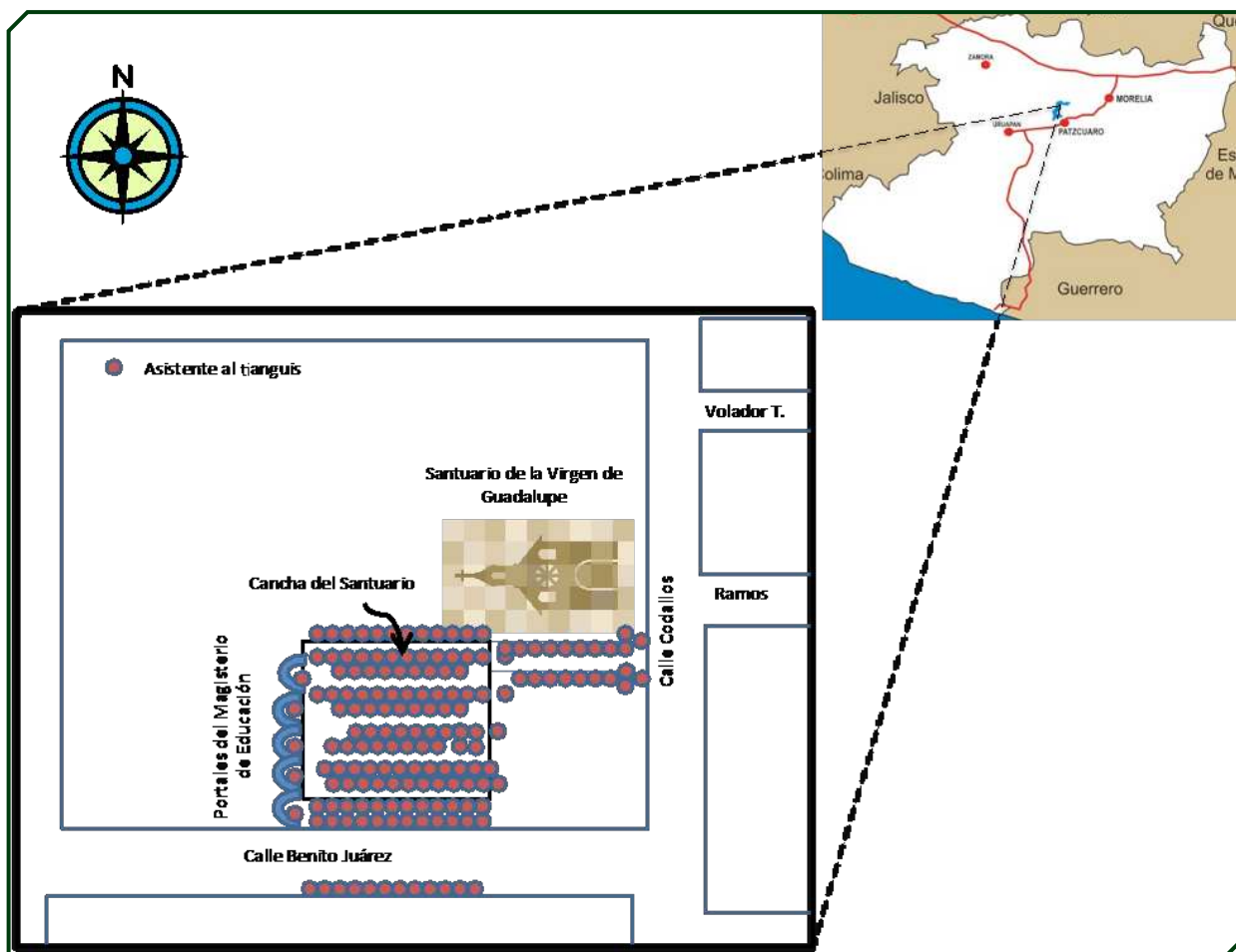


Figura 1. Ubicación de los asistentes al tianguis de cambio en Pátzcuaro, Michoacán. Cada punto equivale a un "vendedor" quienes se acomodan en "filas" al interior de la cancha, en el portal y en el pasillo con salida a la calle de Codallos.

dedor de la cancha ofertando e intercambiando, como una modalidad de "vendedor ambulante". El encargado de la administración de los mercados del municipio de Pátzcuaro de 2013 indicó que no existe un impuesto o cuota por el uso de suelo en el tianguis de cambio. El funcionario comentó que hay presión para disminuir el horario por parte de los vendedores de ropa y distintos productos de segunda mano, quienes se establecen después de las 10 de la mañana y pagan un impuesto para acceder a un espacio específico asignado por el municipio. Estos comerciantes consideran que el tianguis les quita tiempo de venta y que si se pudieran establecer antes sería ventajoso para ellos. De parte del municipio no existen antecedentes, no hay archivo de parte de los mercados en donde se indique que se haya levantado un censo y tampoco se sabe su origen, de dónde provienen los asistentes, ni los productos que ofertan. Durante la entrevista, llamó la atención que el funcionario de mercados, comentó que no sabía de

la existencia del mercado hasta que tomó el cargo, siendo él oriundo de Pátzcuaro.

Derivado del trabajo de campo de esta investigación se encontró que los días viernes son los de mayor afluencia, llegando a contabilizarse hasta 250 asistentes; en los días martes, el número mayor de asistentes registrados fue apenas de 78 personas. La respuesta al instrumento provino principalmente de mujeres y sólo 15% de hombres. Los resultados muestran que la composición del tianguis en términos de asistentes y productos es dinámica, no siempre asisten los mismos, ni el mismo día; el 46.9% acude dos días a la semana, 39.1% prefiere los viernes respecto a los martes (10.05%), 1.11 % no tiene preferencia por el día, mientras que el 2.23% sólo asiste ocasionalmente. La mayoría de los asistentes provienen de comunidades aledañas a Pátzcuaro, aunque hay casos en donde provienen de comunidades alejadas como Nahuatzen, a 51.2 kilómetro al este del lago. En total se documentaron asistentes de 44

Tabla 1. Servicios de aprovisionamiento de las principales especies vegetales identificadas en las albarradas analizadas.

MUNICIPIO	NO. DE LOCALIDADES DEL MUNICIPIO	LOCALIDADES CON MAYOR PRESENCIA (NO. ASISTENTES)
Pátzcuaro	19	Cuanajo (29), Sta. Ma. Huiramangaro (12), Isla Urandén de Morelos (12)
Tzintzuntzan	11	Ihuatzio (8), Tzintzuntzan (7), Cucuchucho (3)
Erongarícuaro	5	Jarácuaro (16), Sn. Miguel Ncutzepo (3), Sn. Francisco Uricho (2)
Salvador Escalante	4	Opopeo (7), Zirahuén (2), San Gregorio (1)
Tingambato	2	Sn. Francisco Pichátaro (10), Tingambato (2)
Santa Ana Maya	1	Sta. Ana Maya (1)
Nahuatzen	1	Comachuén (2)
Ziracuaretiro	1	Ziracuaretiro (1)
Uruapan	1	Tancítaro (1)

distintas localidades, de siete distintos municipios, siendo Pátzcuaro el municipio y la comunidad de donde proviene la mayoría (Tabla 1). Parte de los asistentes al tianguis provienen de pueblos originarios y algunos son hablantes del idioma purépecha; 34% de los asistentes hablan este idioma y 10% adicional lo comprende, mientras que la mayor parte de los encuestados no habla esta lengua indígena (54%; Figura 2a). Llama la atención la antigüedad en la asistencia al tianguis, ya que más de la mitad de las personas encuestadas han visitado el mercado desde que recuerdan o desde hace más de 30 años (51.96 %, Figura 2b), es decir, desde infantes o adolescentes cuando los traían sus padres u otros familiares, como suegros o abuelos.

Al interior del tianguis se pueden encontrar diversos bienes producidos y/o elaborados en la mayoría de los casos por los asistentes; sólo cinco personas de las encuestadas contestaron que son revendedores, es decir que no producen lo que ofertan, y diez personas más

comentaron que pueden revender productos de otros o vender sus propios productos, dependiendo de lo que es posible que oferten y de sus necesidades. La mayoría de los productos que se pueden encontrar al interior del mercado son de origen natural y su presencia está en función de la época del año. Es posible encontrar: plantas comestibles, medicinales, ornamentales, combustibles, utensilios de cestería de chúspata (*Typha* spp.) y palma (*Brahea* spp.), así como hongos, pescados, gallinas vivas y comida preparada. También hay utensilios de barro, ropa nueva como huanengos o blusas tradicionales bordadas, ropa usada, vasos de cristal reciclados, entre otros (Tabla 2). La clasificación de comestibles incluye al maíz como una sola especie, aunque se identificaron en el tianguis distintas variedades de maíz que se cambian: rojo, blanco, negro, amarillo y bolita. De hecho el maíz es la principal materia prima de productos que se ofrecen para comer. Se puede encontrar diversas variedades de tamales, atoles, panes, y sin faltar, tortillas y gorditas. Los puestos son

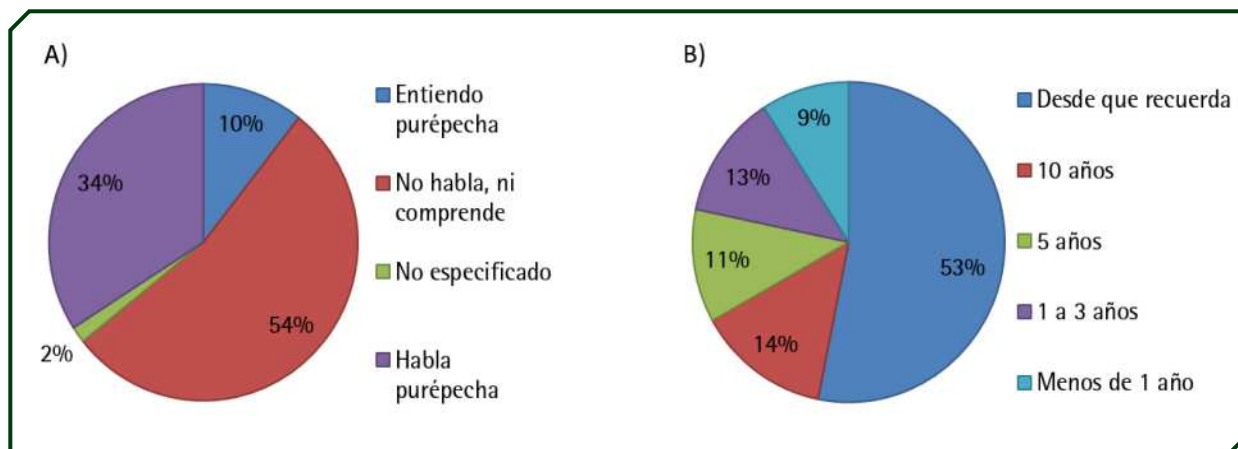


Figura 2. A) Asistentes al tianguis de cambio que hablan o comprenden purépecha y B) antigüedad en la asistencia al tianguis de cambio.

Tabla 2. Productos y recursos naturales intercambiados en el tianguis de cambio de Pátzcuaro.

BIENES	TIPOS (NÚMERO DE ESPECIES)	PRODUCTOS O ESPECIES MÁS FRECUENTES EN LOS "PUESTOS"
Plantas	Comestibles (54), Medicinales (19), Ornamentales (17), Cestería (aprox. 3), Combustibles (1), Ritual (1)	Chayote (<i>Sechium edule</i>), calabaza (<i>Cucurbita pepo</i>), acelga (<i>Beta vulgaris</i> var. <i>cicla</i>), geranio (<i>Geranium</i> sp.), <i>Begonia</i> sp., romero (<i>Rosmarinus officinalis</i>), tomillo (<i>Thymus</i> sp.), yerbabuena (<i>Clinopodium douglasii</i>), ocote (<i>Pinus</i> spp.)
Animales	Pescados (5), Aves (2)	Carpa (<i>Cyprinus</i> spp.), mojarra, charal, guerepo (<i>Christoma</i> spp), tiro (<i>Goodea atripinnis</i>),
Hongos	4 diferentes especies.	n.d.
Alfarería	14 diferentes tipos	Caldero, cazuelas, cenicero, chuletero, comales, macetas, ollas, platos, rutero, trinche
Comida preparada	21 productos preparados con maíz, 8 con trigo, 7 presentaciones de pescados, 9 productos preparados con frutas y verduras	Tortillas de maíz y trigo, tamales frijol, leche, tamarindo, trigo, zarza, toqueras, uchepos; pescado seco, frito, dorado, frutas cristalizadas.
Otros	Ropa bordada (2), ropa usada, vasos de cristal reciclados	Huanengos (blusas típicas), servilletas para tortillas bordadas
Nahuatzen	1	Comachuén (2)
Ziracuaretiro	1	Ziracuaretiro (1)
Uruapan	1	Tancitaro (1)

diversos; es posible encontrar en un solo puesto artículos de diversa índole como frutas, verduras, comida preparada, alfarería, etc. Se identificaron hasta 68 combinaciones diferentes según la clasificación de bienes de la Tabla 2. Inmersos entre los puestos de los ofertantes de la cancha están otro tipo de puestos, como de ropa usada, chácharas, como fierros viejos o herramientas de ferretería usadas para sembrar, así como artículos usados de diversos tipos, juguetes, zapatos, discos grabados, aparatos eléctricos discontinuados, entre otros.

De manera explícita se preguntó a los asistentes cuál era el principal interés en el cambio de mercancías. Las respuestas más frecuentes fueron: verdura, jitomate, chile y tomate; los siguientes lugares los ocupan maíz, pescado y tortillas. Los tipos de medidas para cambios son por montón (para frutas); litro o medio litro (con un vaso medidor de acero); bolsa o bolsita (para maíz), indicando si pesa aproximadamente un cuarto, medio o un kilogramo;

traste de barro, dependiendo del tamaño del utensilio es la cantidad de producto que se cambia, es decir lo que cabe en el interior del traste. El cambio también es por tanteo, por ejemplo, calculando que cuatro pescados medianos equivalen a un kilo, el cual se puede cambiar por un litro de maíz (aproximadamente 600 gr) o por un bote con planta viva, o por 20 pesos. En ningún caso se observó la utilización de instrumentos profesionales como báscula, de hecho los cambiadores mencionan un aproximado de peso pero no se tiene la certeza del peso que se indica. En dos ocasiones se observó como instrumento de medida jícara o platos simulando una balanza unidas por un hilo para pesar fruta u otros productos (Figura 3).

Al interior del tianguis hay varias modalidades de intercambio; es posible que los asistentes cambien toda la mercancía, parte de ella o la vendan, es decir, que exista una transacción monetaria. En función de lo anterior se realizó un gradiente de trueque, el cual está en función

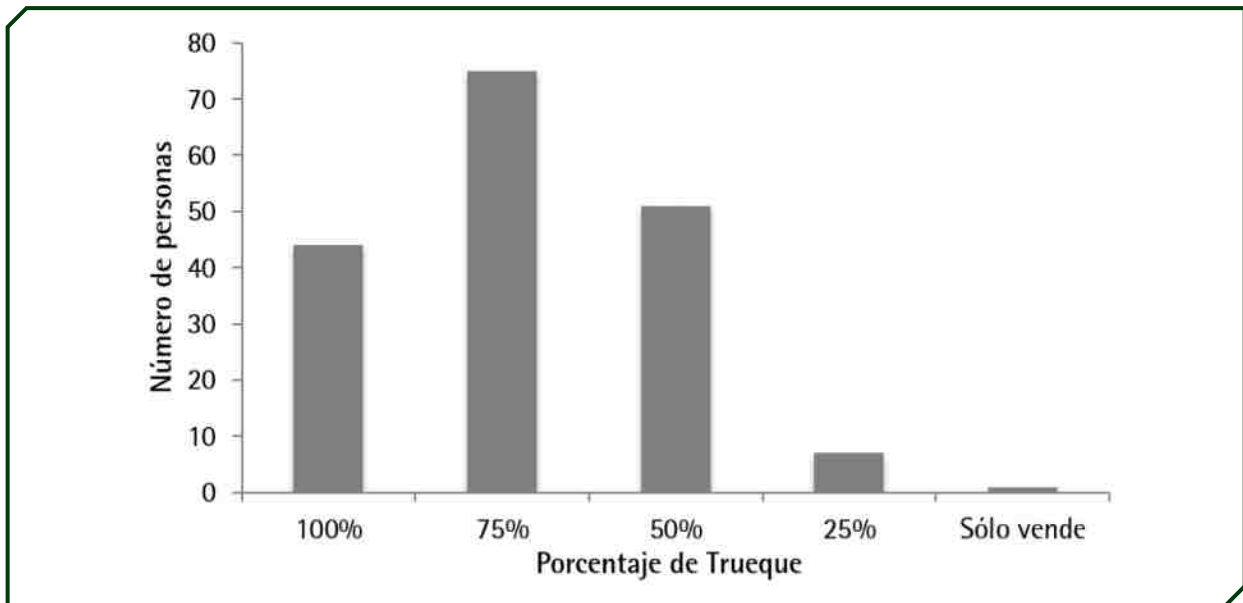


Figura 3. Asistente de la ribera del Lago de Pátzcuaro al tianguis que utiliza una báscula hecha con dos platos utilizando una medida de maíz como base para pesar y calcular lo que recibe y da en el cambio de productos. cambia. Foto tomada en octubre de 2014 por Yaayé Arellanes.

del porcentaje de cambio: *i)* sólo cambio=100% de trueque, *ii)* principalmente cambio= 75% trueque, *iii)* cambio-vendo= 50% trueque, *iv)* principalmente vendo= 25% trueque y *v)* sólo vendo= 0% trueque. En la figura 4 se puede observar el porcentaje de trueque que indica que la mayor parte de los asistentes (las dos primeras barras de la figura) realizan trueque de todos los productos que

llevan al tianguis, y sólo una persona de las encuestadas vende exclusivamente.

Más de la mitad de los asistentes al tianguis trabaja. El ingreso que manifestaron es derivado de la actividad que realizan ellos y/o de la persona que los acompaña, como esposo o hijo(s). Los trabajos que realizan son

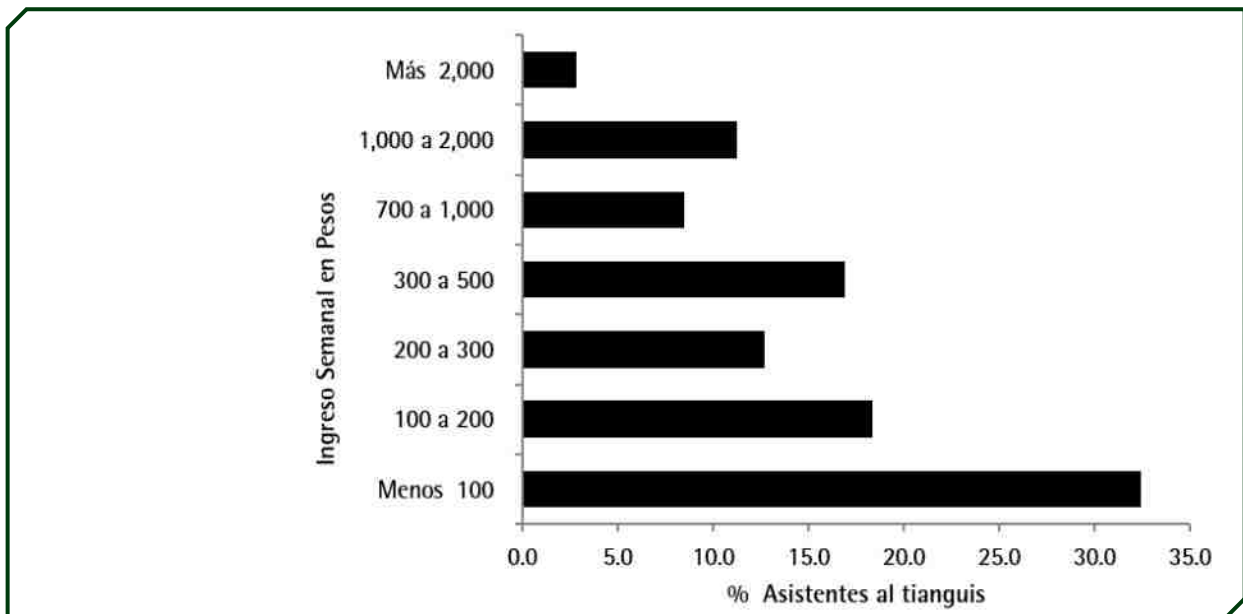


Figura 4. Porcentaje de trueque de que realizan los asistentes al tianguis de cambio. Sólo cambio=100% de trueque, *ii)* principalmente cambio= 75% trueque, *iii)* cambio-vendo= 50% trueque, *iv)* principalmente vendo= 25% trueque y *v)* sólo vendo= 0%.



Figura 5. Ingreso semanal de los asistentes y ofertantes al tianguis de cambio de Pátzcuaro. La categoría de menos de 100 pesos a la semana es la que tiene el mayor porcentaje.

como artesanos a partir del bordado, cestería, alfarería; adicionales se encuentran otras actividades como: venta de comida, pesca, jornalero agrícola, empleado doméstico, albañilería, entre otros. En la Figura 5 se observa el ingreso semanal de las personas que asisten al tianguis, la cual indica que 50.7% de los asistentes al tianguis recibe hasta 200 pesos a la semana. Siendo el salario mínimo en México en 2014 de 63.77 pesos (4.7 US dólar) por día, es decir el equivalente a tres salarios mínimos a la semana, menos de 15 dólares. Aunado a esta entrada económica, 60% de los encuestados tiene apoyo de algún programa de gobierno federal en donde recibe un beneficio o incentivo económico.

DISCUSIÓN

La estructura económica del mercado en el tianguis de cambio es de una racionalidad distinta a la del vendedor-comprador habitual. En otros contextos, en el mercado, los ofertantes tienden a ser productores y/o vendedores, y en contraparte, los demandantes son consumidores; por un lado están los que producen y, por

otro, los que compran. En este tianguis los ofertantes son ambas cosas, en la mayoría de los casos ofrecen lo que producen y buscan lo que les falta y que otros producen. El consumidor es comprador, y el comprador es, a su vez, consumidor. Por tal motivo, aquellos que ofrecen sus productos también demandan otros distintos y, en consecuencia no se consideran "vendedores" o "marchantes", ellos van "a cambiar", a obtener productos de otros para llevar, en la mayoría de los casos, comida a sus hogares. Además de una racionalidad distinta del intercambio comercial habitual, el hecho de que los asistentes no se consideran comerciantes posiblemente influye en la falta de instrumentos profesionales de medida, como la báscula, característica ya mencionada por Durston (1976) en el estudio que realizó en el siglo XX en el mercado de Pátzcuaro. Al cuestionarle a los asistentes cómo se denominaban a ellos mismos, ellos comentaron que no se consideran comerciantes; de hecho, no utilizan un adjetivo, ni en español, ni en otra lengua, que los identifique; sólo un acción, vienen al *mojtakuntani*, vocablo en purépecha que significa 'intercambio'.

Esta acción social solidaria, en donde más de dos terceras partes de los asistentes principalmente cambian, también involucra saberes y bienes. Se evidencia que desde varias generaciones atrás las personas asisten al tianguis, que existe una diversificación en las actividades productivas a lo largo de la ribera y una estrecha relación de manejo de los recursos naturales a partir de la gran biodiversidad de productos que se ofertan, así como de los alimentos que preparan. La mayoría de los productos que se ofrecen son cultivados, lo cual indica la importancia de la producción agrícola en la región que realizan no sólo agricultores sino también ofertan pescadores, alfareros, artesanos, lo cual se infiere a partir de la diversidad de los "puestos" ya que son más de 68 combinaciones diferentes las que se encontraron.

Los recursos que se llevan al tianguis tienden a ser los excedentes de una producción agrícola, alfarera, de sombreros, entre otros productos, por lo que tienen diversas calidades, pero en su mayoría no son seleccionados y considerados de la mejor calidad, ya que pueden tener un tamaño más pequeño de lo esperado, estar desportillados, o ligeramente deteriorados; en el caso de recursos naturales, con abolladuras o estar demasiado maduros o muy verdes, entre otras características. Estos productos son ofrecidos y recibidos bajo esa condición, sin reclamos, sólo hay una exigencia cuando se encuentran muy estropeados o cuando no se considera un intercambio justo, y con frecuencia se realiza una contraoferta o se abandona la transacción. Las reglas del intercambio de productos se generan a partir de la experiencia de los que intervienen, así como a partir de factores como la edad de los concurrentes, el producto a mercar, su oferta y demanda al interior del mercado, las necesidades específicas de cada consumidor, entre otras.

A lo largo de la historia del tianguis se evidencia una memoria social de los asistentes a este espacio, en la mayoría de los casos desde que eran niños o adolescentes acompañando a sus familiares. El tianguis, además de ser una alternativa de obtención de recursos, se convierte en una necesidad, una estrategia de sobrevivencia ya que la mayor proporción de los asistentes son frecuentes y con una percepción salarial muy baja, con una entrada económica equivalente a tres salarios mínimos a la semana. Diversas situaciones económicas, como la falta de trabajo asalariado, puede llevar a los asistentes al tianguis a buscar una alternativa en situaciones en donde el dinero circula en menor medida, de tal forma que el cambio directo de bienes es la mejor forma de acceder a productos necesarios, sobre todo los alimenticios, que son lo que principalmente se buscan y son los más diversos.

El componente central, el corazón del grupo social que lleva a cabo el intercambio, está conformado por personas que provienen en su mayoría de localidades de los alrededores de la ribera en donde hay transporte público, lo cual facilita el acceso a Pátzcuaro. La mayor parte del intercambio de los productos es con fines de trueque y otra para obtener dinero. El trueque se presenta incluso entre quienes no producen, ya que adquieren frutas o verduras de la temporada de los comerciantes que venden al mayoreo, en los alrededores, para tener productos con la finalidad de tener algo que intercambiar. El dinero se utiliza principalmente para regresar a sus casas o para comprar lo que haga falta y no esté disponible en el tianguis, productos como jabón, aceite o azúcar, cuya circulación es muy limitada.

CONCLUSIONES:

El tianguis de cambio de Pátzcuaro es fundamental en la subsistencia de sus asistentes y el trueque es el principal mecanismo de intercambio. Esta plaza comercial y los medios de cambio han persistido desde épocas precolombina en un cierto sector de la población marginada, con diversos oficios, conocimiento y manejo de los recursos naturales de su entorno, que les permite tener una amplia oferta de recursos al interior del tianguis. De hecho esta plaza ha sido el ejemplo para la generación de otro espacio semejante, como es el tianguis purépecha regional que se realiza desde hace 20 años de manera itinerante, cada 15 días, a lo largo de la ribera del Lago de Pátzcuaro, coordinado y fomentado por la Red Purépecha de Trueque (Sandoval, 2011). Aunque el propósito fundamental de los centros mercantiles es facilitar el intercambio de mercancías, es evidente los tianguis de Pátzcuaro favorece la generación de espacios de acción colectiva, de economía solidaria, en donde el trueque es lo primordial, la práctica esencial del tianguis que ha sobrevivido a pesar de numerosos cambios socioeconómicos a lo largo de la historia, que resiste a pesar de la fuerte presión externa de intereses de otra racionalidad económica y que muestra, que el conocimiento sobre los recursos naturales y las estrategias de supervivencia inciden en la tradición.

LITERATURA CITADA:

- Ahuactzin Larios, G. 2004. *Rehabilitación del mercado Michoacán y su entorno*. Tesis de licenciatura. Universidad de las Américas Puebla, Puebla.
- Alcalá, Jerónimo de. 2013. *Relación de Michoacán*. El Colegio de Michoacán.
- Álvarez-Icaza, P. y C. Garibay. 1992. Producción agropecuaria y forestal. En: Toledo V.M. Álvarez-

- Icaza, P. y P. Ávila (editores). *Plan Pátzcuaro 2000*. Fundación Friedrich Ebert. México.
- Arellanes Cancino Y., Hidalgo-Sanjurjo J.C. y Ayala-Ortiz D.A. 2014a. El tianguis de Pátzcuaro: retos para la continuidad de un patrimonio biocultural intangible. En: Contreras, O. y A. Basail (compiladores). *La construcción del futuro: los retos de las ciencias sociales en México*. 4to Congreso Nacional de Ciencias Sociales.
- Arellanes Cancino N., Toledo V.M. y Y. Arellanes Cancino. 2014b. Transformación socioecológica del tianguis de Pátzcuaro, conociendo el pasado para comprender el presente a través del metabolismo rural. *Memoria in extenso*. IX Congreso de la Asociación Latinoamericana de Sociología Rural. Ciudad de México.
- Braniff, B., 2009. Comercio e interrelaciones entre Mesoamérica y la Gran Chichimeca. En: Attolini A. y Long, J. *Caminos y mercados de México*, México. Instituto de Investigaciones Históricas, UNAM/INAH
- Durston J. 1976. *Organización social de los mercados campesinos en el centro de Michoacán*. Instituto Nacional Indigenista, Colección SEP-INI.
- Fabre, D. y S. Yeste. 2012. Deconstruir la globalización desde la economía solidaria, *Revista Paz y Conflictos*, 5:93-119.
- Fabre, D. y C. Egea. 2015. Los espacios de intercambio. Los tianguis de Pátzcuaro (Michoacán, México), entre la tradición y las estrategias de supervivencia. *Documents d'Anàlisi Geogràfica*, 61(2):265-287
- García, J. L. 2013. *Alternativas de desarrollo urbano-arquitectónico para la ciudad de Pátzcuaro, Michoacán de Ocampo. Planta productora y procesadora de pez blanco*. Tesis de licenciatura. Facultad de Arquitectura. UNAM.
- Kaplan D. 1965. The Mexican market place then and now. En: Helm J. ed. A.E.S. *Essays in Economic Anthropology*. Proceedings of the Annual Spring Meeting of the American Ethnological Association, Seattle, University of Washington.
- Linares, E. y R. Bye. 2016. Traditional markets in Mesoamerica: a mosaic of history and traditions. En: Lira R. Casas A. y Blancas J. *Ethnobotany of Mexico*. Springer, 559 pp.
- Mintz, S. 1982. Sistemas de mercado interno como mecanismos de articulación social. *Nueva Antropología*. 6 (19): 11-28
- Paredes, M. C.(coord.). 1997. El mercado de Pátzcuaro y los mercaderes tarascos en los inicios de la época colonial, en *Historia y sociedad*, México, CIESAS
- Rodríguez, E. C. 2007. Paisaje cultural y redes comerciales, el caso de la cuenca lacustre de Pátzcuaro, Michoacán, en el siglo XVI. *Palapa* (2) 2:39-50
- Sahagún, B. 1979. *Historia Natural de las cosas de la Nueva España* [facsimile]. México, D.F. Archivo General de la Nación.
- Sánchez, V. 2010. Mercados mexicanos, síntesis y germen de cultura. CONACULTA, INAH. Disponible en: <http://archive.is/KVO3n#selection-581.1-570.3> (verificado 1 junio 2016)
- Sandoval, T. M. 2011. El tianguis purhépecha. *Decisio*, Mayo-Agosto: 65-69.
- Smith, C. 1982. El estudio económico de los sistemas de mercado: modelos de la geografía económica. *Nueva Antropología*, 6 (19): 29-80.