

UACM

Universidad Autónoma
de la Ciudad de México

Nada humano me es ajeno

COLEGIO DE HUMANIDADES Y CIENCIAS SOCIALES

LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN Y CULTURA

**Ensayo fotográfico sobre el tianguis
como un espacio simbólico: abasto, relaciones sociales
y uso del espacio público en la delegación Iztapalapa**

TRABAJO RECEPCIONAL

QUE PARA OBTENER POR EL TÍTULO DE

LICENCIADA EN COMUNICACIÓN Y CULTURA

PRESENTA:

ELIZABETH VIOLETA MARTÍNEZ BELTRÁN

DIRECTORA

Lic. María Eugenia de la Garza Campero

Ciudad de México, junio 2018.

SISTEMA BIBLIOTECARIO DE INFORMACIÓN Y DOCUMENTACIÓN



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE LA CIUDAD DE MÉXICO COORDINACIÓN ACADÉMICA

RESTRICCIONES DE USO PARA LAS TESIS DIGITALES

DERECHOS RESERVADOS[©]

La presente obra y cada uno de sus elementos está protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor; por la Ley de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México, así como lo dispuesto por el Estatuto General Orgánico de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México; del mismo modo por lo establecido en el Acuerdo por el cual se aprueba la Norma mediante la que se Modifican, Adicionan y Derogan Diversas Disposiciones del Estatuto Orgánico de la Universidad de la Ciudad de México, aprobado por el Consejo de Gobierno el 29 de enero de 2002, con el objeto de definir las atribuciones de las diferentes unidades que forman la estructura de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México como organismo público autónomo y lo establecido en el Reglamento de Titulación de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México.

Por lo que el uso de su contenido, así como cada una de las partes que lo integran y que están bajo la tutela de la Ley Federal de Derecho de Autor, obliga a quien haga uso de la presente obra a considerar que solo lo realizará si es para fines educativos, académicos, de investigación o informativos y se compromete a citar esta fuente, así como a su autor ó autores. Por lo tanto, queda prohibida su reproducción total o parcial y cualquier uso diferente a los ya mencionados, los cuales serán reclamados por el titular de los derechos y sancionados conforme a la legislación aplicable.

AGRADECIMIENTOS

A mi directora María Eugenia de la Garza Campero por su gran ayuda durante todo el proceso de investigación, por todos sus consejos, por el tiempo dado y sobre todo por ofrecerme su confianza desde el primer día. Gracias por la paciencia que me tuvo, y lo que más agradezco es la exigencia pues me ayudó a dar lo mejor que hay en mí. Debo resaltar que es una maestra admirable y llena de virtudes.

A mis lectores Alejandro Díaz Rubalcaba, Tania Barberan Soler y Juan Carlos López Martínez que sin pensarlo me dijeron si a mi petición para leerme, a ustedes les agradezco el tiempo y la confianza. Gracias por ser excelentes profesores que alientan a los alumnos a ser mejores cada día, sin ustedes no seríamos lo que somos ahora. Gracias por ser parte de uno de los momentos más importantes de mi vida.

A los que colaboraron a que esto fuera posible, a los integrantes del comité del Parque Temático Cananea que me apoyaron para realización de la exposición fotográfica. A Erick Rocha que me prestó su cámara con la que tomé mis primeras fotografías y por toda la ayuda que me dio durante todo mi proyecto.

A Josefina Esquivel y Amalia Bocanegra por dejarme fotografiarlas en diversas ocasiones, por dejarme entrar en sus hogares, son un gran ejemplo de mujer trabajadora porque a pesar de las adversidades no se rinden y siguen adelante. Muchas gracias por todo.

A la Universidad Autónoma de la Ciudad de México, mi casa de estudio, gracias por convertirme en una persona crítica, por abrir mi mente y abrir mis horizontes a un mundo de conocimiento interminable, gracias a ella aprendí a que *nada humano me es ajeno*.

De la misma forma agradezco a la universidad por el apoyo económico brindado para la impresión de tesis, gracias por apoyarnos hasta el final de nuestro ciclo dentro de la UACM.

A mi familia:

A mi padre Antonio Martínez que ha luchado y trabajado sin parar para sacarnos adelante, por su ejemplo de constancia y perseverancia, gracias por el apoyo económico y moral, por enseñarme a que el trabajo duro tiene sus grandes recompensas. Gracias papá por ser un ejemplo de vida.

A mi hermana Ana Yansi Martínez, gracias por estar presente en todo momento, por esos días en que recorrías conmigo los tianguis y me cuidabas la espalda para que no nos robaran la cámara, por tus palabras de aliento siempre que estaba presionada, por tu apoyo económico, pero sobre todo por confiar en mí, por creer que podía lograrlo, por cuidarme y protegerme desde aquél 24 de febrero en que nuestras vidas cambiaron para siempre, gracias por nunca dejarme sola y ser mi sombra. Eres una mujer fuera de serie y la mejor hermana que pude tener.

A mi novio Josué Carmona, gracias por todo el apoyo económico que me brindaste siempre incondicionalmente, por esas sorpresas que con esfuerzo y trabajo me diste, gracias a ti tuve una computadora y una cámara para poder realizar este proyecto, sin tu apoyo esto no hubiera sido posible, gracias por todos esos días en que yo no podía más y siempre tenías una palabra de aliento, por creer en mi aun cuando yo deje de hacerlo, porque siempre creíste en mi hasta el final. Fuiste y serás mi apoyo en mis momentos de fracaso y en mis momentos de gloria.

Y finalmente a la persona más importante de mi vida, MI MADRE, Guillermina Beltrán Violeta, el motor de mi vida, la persona a la cual le debo todo lo que soy, mi más grande ejemplo lucha. Gracias por enseñarme que siempre hay que ser agradecidos con todos aquellos que nos apoyan, por enseñarme a vivir sin rencor, porque cada que quería declinar pensaba en ti y me dabas fuerzas para continuar, eres mi más grande motivo en la vida. Sé que donde quiera que estés vigilas mi camino, eres el mejor ser humano que he conocido. Este logro es dedicado a ti, un día en sueños te lo prometí y ahora lo estoy cumpliendo. Te amo infinitamente.

Gracias a todos por sentir la misma felicidad que siento yo al cumplir mi meta.

ÍNDICE

Introducción.....	6
Capítulo 1. El tianguis como espacio público y espacio simbólico.....	11
1.1 Relevancia para la Comunicación y Cultura.....	12
1.2 Relación con otras disciplinas.....	14
1.3 Categorías de análisis.....	19
1.3.1 Espacio público y espacio simbólico.....	19
1.3.2 Gestión de los espacios públicos en la ciudad.....	24
1.3.3 Ciudadanía y contribución al espacio simbólico.....	26
1.3.4 Comercio en vía pública, el tianguis rodante.....	29
1.4 Estado del arte del tema.....	33
Capítulo 2. El abasto, <i>tianguis del jueves</i> y <i>las chácharas</i> en la delegación Iztapalapa.....	40
2.1 Iztapalapa, el tianguis y sus modalidades.....	43
2.2 El tianguis del jueves, la avenida que se transforma cada semana en una fiesta de frutas verduras y más.....	54
2.3 El tianguis de las chácharas en Cananea.....	62
Capítulo 3. La fotografía como medio de conocimiento y de comunicación..	71
3.1 La fotografía documental.....	78
3.2 Los géneros del fotoperiodismo y la labor del fotoperiodista.....	82

Capítulo 4. Metodología y abordaje visual	89
4.1 Metodología.....	89
4.2 Abordaje visual.....	92
4.3 Ensayo fotográfico y narración visual.....	96
Capítulo 5. Autores que han trabajado el espacio urbano y el tianguis	102
Francisco Mata.....	102
Nacho López.....	110
Héctor García Cobo.....	114
Álvaro Gagliano.....	120
Rodrigo Cruz.....	126
Capítulo 6. Bitácora del proceso de realización del producto comunicativo	132
Capítulo 7. Producto comunicativo: el ensayo fotográfico	162
Conclusiones	184
Bibliografía	190
Anexos	192

INTRODUCCIÓN

*La cultura es la memoria del pueblo,
La conciencia colectiva de la continuidad histórica,
El modo de pensar y vivir.*
Milan Kundera

La cultura está presente en todas partes, nosotros como seres humanos la vamos creando, esto se ve en las tradiciones, costumbres y festividades que realizamos al paso del tiempo; muchas de estas festividades participan dentro del espacio público, donde habita lo simbólico. La Ciudad de México es rica, diversa en cultura y tradiciones, al paso de los años las costumbres siguen más vivas que nunca, el tianguis es una de ellas, convirtiéndose en una tradición que subsiste aún en medio del crecimiento urbano y su caos, se constituye como un espacio simbólico, además de cumplir la función de comercializar y abastecer alimentos.

La tradición del tianguis permite llevar alimento a una gran cantidad de colonias en la Ciudad de México y a su vez es una fuente de trabajo para quien no posee un empleo formal. Esta práctica siempre ha tenido como base el espacio público, que es el hábitat natural de los tianguis, y es un espacio simbólico tanto para todo aquel que lo visita o que trabaja dentro de él, ya que es donde las personas conviven, se relacionan, y viven.

Iztapalapa es una de las delegaciones de la Ciudad de México de mayor población, y cuenta con un gran número de tianguis, y por esta razón es necesario llamar la atención sobre su importante función para abastecer a una diversidad de colonias, pero reconociéndolo también como un espacio simbólico. Es por eso que el tema de esta investigación es conocer las relaciones simbólicas que se establecen entre

quienes convergen en el espacio público del *tianguis del jueves* en avenida Aldama y el *tianguis de chácharas* en la explanada de Cananea en la delegación Iztapalapa, a través de un ensayo fotográfico que pretende mostrar el espacio del tianguis así como sus principales actores: comerciantes y clientes. Cabe añadir que se realizaron cuatro entrevistas, a dos comerciantes mujeres que laboran en los tianguis investigados, Amalia Bocanegra y Josefina Esquivel, y a dos amas de casa que frecuentan estos tianguis, Alejandra Rodríguez y Claudia López.

a) Objetivo

Conocer las relaciones simbólicas que se establecen entre quienes convergen en el espacio público del *tianguis del jueves* en avenida Aldama y el *tianguis de chácharas* en la explanada de Cananea de la delegación Iztapalapa. Para producir un ensayo fotográfico que muestre el espacio simbólico y las relaciones que se dan entre los actores que conviven en el tianguis.

b) Público al que va dirigido

Este producto comunicativo va dirigido a los tianguistas y clientes que asisten de forma regular a los *tianguis del jueves* y de las *chácharas*, así como a los diferentes tianguis de la delegación Iztapalapa, y a la población en general de la delegación.

c) Promotores

Al término de la realización fotográfica y al organizar la exposición que se mostraría al público, se tuvo la ayuda por parte de los integrantes del comité del Parque Temático Cananea quienes dieron el permiso de utilizar el espacio y al mismo tiempo hacer difusión de ésta.

Las instancias que a continuación se mencionan son una posibilidad que hay que explorar para la difusión del proyecto más allá de este ciclo académico.

La delegación Iztapalapa es un posible medio ya que promueve la cultura a través de diferentes actividades como exposiciones dentro de la delegación, una forma de hacerlo montando exposiciones fotográficas en las rejas que están ubicada en Colonia Barrio San Lucas, Aldama no. 63.

También están la Secretaría de Desarrollo Urbano y Obras públicas, Secretaría de Obras y servicios y la Secretaría de Desarrollo Económico del gobierno de la Ciudad de México, a través de las autoridades responsables en materia de mercados y tianguis populares. Ya que podría interesarles hacer una difusión a través de sus diferentes medios de comunicación o de los concursos que realizan para las personas de la Ciudad de México.

El trabajo que a continuación se presenta está integrado de la siguiente forma.

Capítulo 1 El espacio público y el espacio simbólico en él se desarrollan las categorías de análisis, espacio público, ciudadanía y comercio en vía pública, así como la relevancia del tema con la comunicación y cultura, y el estado del arte del tema. De las categorías cabe resaltar que el espacio público es el habitat del tianguis, sin dicho espacio el tianguis no podría existir. Por otro lado la *ciudadanía* en tanto el comercio o el cliente hacen posible que el tianguis siga su curso a lo largo de los años. Y por último la categoría del comercio en vía pública es relevante debido a la actividad económica que representa el tianguis, ya que para los tianguistas representa una posibilidad de subsistencia ya que no cuentan con un trabajo formal.

En el capítulo 2 El tianguis del jueves y las chácharas en la delegación Iztapalapa, se aborda la importancia del tianguis como sistema de abasto, el tianguis como medio cultural, y el uso del espacio a través del tianguis en la delegación Iztapalapa.

En el capítulo 3 *La fotografía como medio de conocimiento y de comunicación* se aborda las características del medio fotográfico y de comunicación a través de apartados la fotografía documental, el fotoperiodismo y sus géneros: todo para dar paso al capítulo 4 *Metodología y abordaje visual* ya que fue mediante la metodología cualitativa que fue posible realizar específicamente esta investigación. El abordaje visual está conformado por la manera en que se quiso realizar el levantamiento fotográfico y la manera de relacionarlo con la narración visual, es una de las partes más importantes para el refuerzo de la investigación teórica, en ellos se desarrolla la forma en que el ensayo complementa la teoría; en el capítulo 5 *Autores*

fotográficos que han trabajado el espacio urbano y los tianguis, se retoma a los fotógrafos que han realizado algún proyecto cuyo tema de interés ha sido el tianguis o la ciudad, algunos datos relevantes sobre su biografía, sus obras, y se analizan algunos de sus fotografías. En el capítulo 6 se concentra la bitácora de producción en donde se detalla cómo fue la realización de la investigación tanto teórica como práctica y narración de exposición fotográfica. Finalmente en el capítulo 7 *Producto comunicativo*: se presenta la narración visual del ensayo fotográfico el cual está compuesto por cuarenta y tres fotografías acompañadas de un texto a manera de introducción.

CAPÍTULO I

EL TIANGUIS COMO ESPACIO PÚBLICO Y ESPACIO SIMBÓLICO

El tianguis engloba varios aspectos que contribuyen al abasto en la Ciudad de México, es gracias al tianguis que la mercancía de la central de abastos puede llegar a una gran cantidad de habitantes en las diferentes colonias, incluso esto se debe al carácter itinerante del tianguis.

Al salir a la calle se puede observar la gran cantidad de personas que se dedican a vender algún producto, es decir, forman parte del *comercio en vía pública*. Esta situación es un punto importante en la Ciudad de México debido a que implica temas políticos, económicos, sociales y culturales, siendo estos últimos el interés de esta investigación.

Los tianguis que se encuentran en la Ciudad de México además de ser una columna vertebral para el abasto, son una práctica constante en donde participan vendedores, compradores, personas o vecinos que habitan en los alrededores, y entre todos ellos se construyen relaciones sociales y culturales.

Históricamente los tianguis han sido parte de la cultura por ello el interés de mostrar, que además de su actividad comercial, en su seno surgen relaciones simbólicas que constituyen un espacio público.

El interés por conocer sobre el tema del tianguis como un espacio simbólico en el espacio público, se debe a su característica cultural y social en la Ciudad de México. El espacio público, como un espacio de convivencia donde se transita libremente sin un pago o una cuota por hacer uso de él. Dentro del espacio público el tianguis

es un espacio simbólico, más allá de un espacio de comercialización, de comercio en vía pública, donde se suscitan relaciones sociales y culturales.

1.1 Relevancia para la Comunicación y Cultura

Un tianguis tiene una gran diversidad cultural, por su gente, por sus años de vida, sus colores, sus productos, porque ahí coinciden e interactúan cientos de personas entre sí, es por ello que puede abordarse la comunicación y cultura, ya que construyen cultura y se comunican entre sí.

La cultura es un proceso que se construye a través de la interacción de las personas, permite construir una sociedad, es decir, crear códigos para reconocerse y distinguirse de lo demás. El resultado de estas interacciones es un conjunto de símbolos, creencias, costumbres, prácticas sociales, normas, códigos, vestimenta, y religión, los cuales son aprendidos y a su vez compartidos con otras personas y transmitidos de una generación a otra dentro de una sociedad determinada, en definitiva se puede decir que la cultura construye un tejido social.

El concepto de cultura se puede ver desde un enfoque colectivo como es el caso de los valores, costumbres y tradiciones compartidos por una comunidad.

La cultura además de que está en constante transformación, también se puede ir dando la fusión entre varias culturas, es decir, a partir de la interacción entre dos culturas diferentes se va creando una multiculturalidad, puesto que cuando dos comunidades diferentes logran mantener un intercambio de culturas los expertos lo llaman multiculturalismo.

Sobre esto Malo nos dice:

Esencial a la condición humana es la cultura, no sólo en su sentido tradicional como resultado de un cultivo de nuestras facultades que culmina en conocimientos y capacidades desarrolladas, sino, en el sentido antropológico de conjunto de ideas, creencias, actitudes, valores jerarquizados, tecnologías y sistemas de pensamiento y comunicación, de acuerdo con los cuales organizamos nuestras vidas como partes de grupos estructurados. Gran parte de lo que somos, es el resultado de los rasgos y complejos de la cultura a la que nos incorporamos luego y a aquello que introyectamos en nuestros seres como partes conformadoras de nuestras personalidades. (Malo, 1996:45)

La comunicación es la interacción entre dos o más personas que se relacionan entre sí, existe un proceso comunicativo que implica la emisión de gestos, señas, sonidos y palabras, para una comunicación eficaz el receptor debe de tener la habilidad de decodificar el mensaje y poder interpretarlo, así el proceso es recíproco cuando el receptor responde se transforma en una emisión y de esta manera el emisor pasa a ser también un receptor del acto comunicativo, al respecto Velazco y Nosnik dicen que:

La comunicación se puede definir como un proceso por medio del cual una persona se pone en contacto con otra a través de un mensaje, y espera que esta última dé una respuesta, sea una opinión, actividad o conducta... (Martínez de Velazco y Nosnik A. 1998:11).

Es por ello que la comunicación y cultura están asociadas, una no marcha sin la otra, como dice Hall, “La comunicación es inseparable de la cultura. Es el otro lado de la misma moneda. No puede existir la una sin la otra. La cultura es comunicación y la comunicación es cultura” (Hall and Hall, 1990:16). La comunicación y la cultura están dentro de nuestra vida cotidiana, de nuestras relaciones sociales y de nuestras costumbres. Los tianguis son espacios donde además de distribuirse

mercancías, se ríe y se llora, se vive en él, se suscitan y tejen relaciones, es decir, donde surge la cultura.

El espacio simbólico está constituido de tal forma que los actores quienes lo conforman tienen posibilidades y probabilidades de tener intenciones similares y por lo tanto producir prácticas semejantes, es por ello que al tianguis se le puede considerar como un espacio simbólico. Debido a esto, la investigación sobre los tianguis fue enfocada en conocer las relaciones simbólicas que se establecen entre quienes convergen en el espacio público del *tianguis del jueves* en avenida Aldama y el *tianguis de chácharas* en la explanada de Cananea en la delegación Iztapalapa; en donde se dan relaciones tanto sociales como culturales, y éstas se construyen desde la comunicación y la cultura.

Se considera importante problematizar el tema del tianguis como un espacio público a partir de un producto comunicativo que analice desde la comunicación y la cultura. Este ejercicio se realizará a partir de tres categorías, las cuales son: espacio público, ciudadanía y comercio en vía pública.

1.2 Relación con otras disciplinas

Este apartado tiene la finalidad de reconocer las aportaciones que otras disciplinas brindan al tema de la investigación como son las disciplinas de *Antropología, Sociología, Economía, Política e Historia* las cuales tienen cierta afinidad y concordancia, a continuación están ordenadas por importancia en relación a la perspectiva de la Comunicación y la cultura.

Debido a que la *sociología* se enfoca al estudio del análisis y descripción de la vida en sociedad y la interacción entre sus individuos, tiene una relación directa con el tema puesto que el enfoque de esta investigación es la interacción que los individuos tienen dentro del tianguis, para corroborar dicho concepto Crespo apunta que: “La sociología es la ciencia que se ocupa del estudio de la realidad social. Su unidad de análisis es la sociedad y los individuos en ellas, la sociología observa, analiza e interpreta el conjunto de estructuras y relaciones que se halla en toda la sociedad dentro de un determinado contexto histórico.” (Rubén Crespo, 2012).

En la *sociología* se usan varias técnicas de investigación interdisciplinarias para analizar e interpretar, desde diversas perspectivas teóricas, las causas y significados culturales, las cuales motivan los diferentes comportamientos del ser humano, en este caso la *sociología* sirve para analizar la conducta de los actores dentro del espacio del tianguis ya que estos se encuentran dentro de un espacio compartido donde crean relaciones, comportamientos, signos y símbolos nuevos. La *sociología* es una rama importante para el análisis de las relaciones entre comerciantes, y comerciantes - clientes.

La *Antropología* estudia al hombre en su totalidad, incluyendo los aspectos biológicos y socio-culturales como parte integral de cualquier grupo y/o sociedad. Como resultado de su experiencia intercultural, los antropólogos han desarrollado investigaciones que permiten comprender los fenómenos culturales de otras culturas y la propia. Dentro de esta disciplina se encuentra la rama *antropología socio-cultural*, ésta es útil para entender este tema de investigación debido a que se enfoca directamente al estudio de la conducta y forma de vida. La *antropología*

ayuda a entender el comportamiento humano y las relaciones sociales, en este caso es el tianguis quien logra que surjan relaciones sociales dentro de un espacio simbólico, como es que logran esta comunicación y de qué manera la llevan más allá de una relación laboral.

Por otro lado la *economía* estudia como los individuos o las sociedades manejan los recursos para satisfacer sus necesidades, estos recursos pueden ser distribuidos entre la producción de bienes y servicios, el consumo de diferentes personas o grupos en la sociedad. (Smith, 1976:57). Es por eso que la relación se da directamente con tema del trabajo en vía pública ya que este sector forma gran parte de la *economía* del país, dado que el porcentaje de comercio informal es alto, y los tianguis conforman una gran parte del capital en relación al abasto del país. De la misma forma el tianguis ayuda de alguna forma en la *economía* de la ciudadanía ya que en estos lugares es posible encontrar productos a menor precio.

La *historia* estudia los hechos más importantes del pasado humano, recogidos por la tradición, el recuerdo colectivo las crónicas oficiales, constatados por documentos, monumentos y restos arqueológicos. La *historia* como estudio de los hechos pasados, especialmente de aquellos que determinan (hechos de masas) los movimientos de población, la producción, y las luchas sociales, etc., sin olvidar los hechos concretos. (Hernández, 2001:32). El tianguis data desde la época prehispánica, es por esto que esta disciplina ayuda a entender la importancia que tiene dentro de la historia de México, desde aquellos tiempos el tianguis daba una gran variedad de productos intercambiables hasta que surgió la moneda. El tianguis tiene una historia muy importante dentro de México, sobre todo en el tema cultural.

La ciencia *política* estudia la conducta de una forma académica utilizando técnicas de análisis político; los profesionales en esta ciencia adquieren el título de politólogos. (Schmitt, 1991:49). Esta rama es importante para este tema ya que se encarga de la actividad en la cual una sociedad libre resuelve problemas. Se basa en el bien común, y se encarga del estudio del poder público o del Estado, en esta se promueve la participación de la ciudadanía que tiene la capacidad de distribuir y ejecutar el poder según sea necesario para promover el bien común. Es por esto que la *política* tiene relación con el tema puesto que el tianguis es una actividad económica y que además como ya se mencionó el tianguis es usado para aumentar los votos de los candidatos políticos cuando están en campañas electorales.

En las siguientes páginas se expone y desarrolla la investigación realizada, esto a lo largo de siete capítulos. En el capítulo 1 *El espacio público y el espacio simbólico* se presenta la relevancia del tema con la comunicación y la cultura, relación con otras disciplinas y las categorías de análisis, *espacio público, ciudadanía y comercio en vía pública*, seguido por el estado del arte. Estas categorías son apoyo para el sustento teórico, el *espacio público* es el hábitat del tianguis, sin dicho espacio el tianguis no podría existir. Por otro lado, la *ciudadanía* en tanto el comerciante como el cliente son ciudadanos que hacen posible que el tianguis siga su curso a lo largo de los años. Y por último, la categoría del *comercio en vía pública* es relevante debido a la actividad económica que representa el tianguis, y ya que para los tianguista representa una posibilidad de subsistencia ya que no cuentan con un trabajo formal.

En el capítulo 2 *El tianguis del jueves y las chácharas en la delegación Iztapalapa*, se aborda la importancia del tianguis como sistema de abasto, el tianguis como medio cultural, y el uso del espacio a través del tianguis en la delegación Iztapalapa.

En el capítulo 3 *La fotografía como medio de conocimiento y de comunicación* se aborda las características del medio fotográfico y de comunicación a través de apartados la fotografía documental, el fotoperiodismo y sus géneros.

Todo para dar paso al capítulo 4 *Metodología y abordaje visual* ya que fue mediante la metodología cualitativa que fue posible realizar específicamente esta investigación. El abordaje visual está conformado por la manera en que se quiso realizar el levantamiento fotográfico y la manera de relacionarlo con la narración visual, es una de las partes más importantes para el refuerzo de la investigación teórica, en ellos se desarrolla la forma en que el ensayo complementa la teoría.

En el capítulo 5 *Autores fotográficos que han trabajado el espacio urbano y los tianguis* se retoma a los fotógrafos que han realizado algún proyecto cuyo tema de interés ha sido el tianguis o la ciudad, algunos datos relevantes sobre su biografía, sus obras, y se analizan algunos de sus fotografías. En el capítulo 6 se concentra la bitácora de producción en donde se detalla cómo fue la realización de la investigación tanto teórica como práctica y la exposición fotográfica. Finalmente en el capítulo 7 *Producto comunicativo: el ensayo fotográfico*, se presenta el producto comunicativo: el ensayo y su narración visual, el ensayo fotográfico está compuesto por cuarenta y tres fotografías y un texto de introducción, y finalmente dar paso a las conclusiones y bibliografía.

1.3 Categorías de análisis

En este apartado se abordarán tres conceptos que están directamente relacionados con el tianguis: *espacio público*, *ciudadanía* y *comercio en vía pública*, los cuales permitirán analizarlo en tanto que es el motivo de la presente investigación.

1.3.1 Espacio público y espacio simbólico

La calle es un sitio de constante circulación y tránsito, en donde nos movemos continuamente para trasladarnos, acudir a espacios de trabajo, estudio, reuniones, sitios de recreación o consumo como: ferias, parques, cines, o bien para abastecernos de alimento, vestido, calzado entre otros productos. Hablar de la calle es vivirla, saber qué es lo que sucede en ella. Por ejemplo, la Alameda central de la ciudad de México es visitada a diario por familias, jóvenes, niños y adultos que van por un momento de distracción y al mismo tiempo es ocupada por jóvenes que tienen gusto por las patinetas, break dance, y diversas artes visuales, este conjunto de actividades logran que se cree una construcción social del espacio, y lo definen como propio. Este tipo de espacios públicos existe a lo largo de las diferentes delegaciones de la ciudad.

El espacio público no sólo es un espacio físico es un lugar de convivencia para todos los ciudadanos que lo habitan o transitan por él, es un lugar donde todos tienen derecho a circular, como dice Patricia Ramírez: “El concepto de espacio público se ha definido como el lugar común donde la gente lleva a cabo actividades cotidianas, funcionales y rituales que cohesionan a la comunidad”. (Patricia Ramírez, 2007:36)

El espacio público corresponde a aquel territorio de la ciudad donde cualquier persona tiene derecho a estar, ya sean espacios abiertos como plazas calles y parques, o espacios cerrados como lo son bibliotecas públicas, y centros comunitarios.

María de Lourdes García concibe distintas dimensiones en torno al espacio público: físico-territorial, política, cultural, social y económica, las cuales amplían la definición del espacio público y por lo mismo son útiles para el objetivo de esta investigación.

Desde la *dimensión físico-territorial* el espacio público se caracteriza por ser un espacio visible, accesible para todos y con carácter de centralidad, es de fácil reconocimiento para las personas que en primer lugar le asignan un uso cotidiano y en segundo lugar en caso de que no lo utilicen de manera directa se identifican con él como una parte de la ciudad que los podría acoger sin ofrecer resistencia, esto implica que debe ser concebido con una capacidad de adaptación a nuevos usos. Al utilizar el espacio público los tianguistas hacen valer el derecho a usar libremente el espacio, pero al ser un uso con fines lucrativos tienen que ser registrados ante el gobierno local y así contar con el permiso necesario para poder utilizar el espacio.

A partir de la *dimensión social* se define al espacio público como parte de la ciudad, como el escenario del anonimato ya que es una base de cualquier forma de integración social; en el sentido que nos libera de justificar nuestro origen y condición social, y nos establece como igual ante el otro. El espacio público se presenta como el punto en donde esa igualdad basada en un anonimato es enfrentada con la relación de poder que condiciona la posibilidad de un uso

equitativo. El espacio público es sin duda un espacio para todos sin límite de clases sociales, en este caso al tianguis puede entrar cualquier persona sin distinción, los tianguistas atienden por igual.

El espacio público desde la *dimensión cultural* es un espacio de identificación con la ciudad, en donde se expresan identidades y orígenes comunes, es pasado y presente a la vez. A partir de esta correlación el espacio público se convierte en un medio de expresión, de identificación simbólica y de integración cultural (Lourdes García, 2009:13). Este punto es uno de los más relacionados de este proyecto a que dentro del espacio público surgen relaciones sociales, relaciones simbólicas, el tianguis como se dijo anteriormente recibe a toda persona y de la misma manera llegan a él diferentes tipos de comerciantes donde se relacionan, comparten experiencias y vivencias que surgen dentro de este espacio.

Las acciones, expresiones significativas que se producen dentro del tianguis están determinadas por distintas características tales como la *intencionalidad* esto se refiere a las expresiones de un sujeto a otro sujeto, es decir, la relación que hay entre consumidor y vendedor como una práctica más que comercial, hasta cierto punto se entabla una conversación a través de lo que el comerciante quiere y desea expresar a la clientela del tianguis y de igual manera lo que el consumidor desea, esto lleva a una pregunta ¿cómo es la interacción entre estos dos actores dentro del tianguis?.

Pues bien dentro de los tianguis existen códigos y parámetros establecidos por los comerciantes y los consumidores en la compra y venta de bienes materiales y culturales, se regula la producción de bienes así como los códigos de intercambio

social y mercantil, se determina lo que está permitido y lo que no, es decir, lo convencional de las prácticas culturales y generales dentro de los tianguis, e influye en el comportamiento de los individuos. Empezando por la empatía, los vendedores tienen que ser corteses con el consumidor para crear un ambiente de confianza y así lograr que el cliente consuma su producto, si esta relación se forja de manera favorable para el vendedor, el consumidor regresará después debido a la buena atención y más si el producto que se le está vendiendo es bueno.

Esto lleva a otra pregunta ¿lo convencional del comercio en los tianguis determina en cierta medida el comportamiento de los actores? Para contestar a esto es necesario tocar el aspecto estructural de las formas simbólicas, ya que implica las construcciones que representan una estructura articulada, es decir, la forma que determina en sí la forma simbólica. Precisar cómo se organiza y articulan los tianguis de *las chácharas* y *del jueves* posibilita ver la manera en que actúan socialmente los consumidores respecto a las características físicas y normativas del tianguis. Dentro de estos dos tianguis existen ciertas normas a las que los consumidores se ajustan de alguna manera, por ejemplo en el *tianguis del jueves* es común que las personas lleven sus carritos para meter su mandado, al llegar, saben hacia dónde dirigirse dependiendo de lo que deseen o necesiten en ese momento y recorren el tianguis sólo dependiendo de sus necesidades, mientras que en el tianguis de las chácharas las personas suelen llegar en familia, recorren el tianguis de manera tranquila observando detalladamente todo lo que hay a sus alrededores, suelen comprar un helado, pasear a las mascotas, es decir, *el tianguis*

de las chácharas se mira más como una distracción mientras que el *del jueves* se visita más por la oferta de alimentos.

Dentro de las prácticas culturales surgen diferentes tipos de ritualidad que se quedan dentro de la memoria colectiva y están determinadas por lo contextual de las formas simbólicas; Thompson hace referencia a que en toda forma simbólica, expresión de sujeto para otro sujeto, se encuentra inmerso en un contexto socio histórico que a su vez determina las prácticas culturales. Dentro de la construcción histórica y social de los tianguis investigados aquí, el contexto permitirá conocer cómo se ha conformado su estructura y organización, su estructura en las formas simbólicas puede analizarse desde lo contextual de la forma y situarse en un marco actual.

Dentro del contexto socio histórico del comercio público es donde será necesario delimitar el campo en que se sitúan las formas simbólicas de los tianguis como espacios de interacción familiar y social, para esto es preciso ubicar el espacio simbólico de este órgano cultural. En otras palabras el comercio público (nivel macro) equivale al campo que regulariza la interacción entre los consumidores y comerciantes (actores) específicamente en un tianguis (nivel micro).

Entendemos a la producción de las formas simbólicas en el comercio público como los espacios simbólicos que generan procesos de interacción social en donde se crean códigos y símbolos, y por medio de estos los actores se valen para sociabilizar y reafirmar el intercambio cultural e ideológico además de generar el consumo de bienes culturales y por supuesto materiales bajo un contexto que reincide en la producción de acciones y expresiones dentro de los sujetos que se apropian de

estas prácticas culturales y comunicativas. Con relación a la transmisión de las formas simbólicas esta recae en los modos en que interactúan los actores dentro del tianguis ya sea con las familias comerciantes o con las familias consumidoras y la relación social dentro de la red de comerciantes.

1.3.2 Gestión de los espacios públicos en la ciudad

Como parte del gobierno de la Ciudad de México existe un organismo llamado Autoridad del Espacio Público¹, el cual entiende por espacio público a “las áreas para la recreación pública y las vías públicas, tales como plazas, calles, avenidas, viaductos, paseos, jardines, bosques urbanos, parques públicos y demás de naturaleza análoga.” (AEP, 2015).

La visión de la AEP es ofrecer a los habitantes de la Ciudad de México espacios adecuados para el desarrollo de actividades recreativas, culturales y de salud al aire libre, mediante la creación, rehabilitación, mantenimiento de las diversas plazas, calles, avenidas, viaductos, paseos, jardines, bosques urbanos, parques públicos y demás áreas que constituyan espacios públicos o de naturaleza análoga, así como creación de condiciones en dichos espacios que permitan fomentar una perspectiva de desarrollo de la ciudad de México.

Este organismo no sólo puede enfocarse a recuperar y rehabilitar espacios sino que podría apoyar a quienes se encuentran ahí, es decir, hacer un acercamiento con

¹Este es un órgano desconcertado de la Secretaria de Desarrollo Urbano y Vivienda de la ciudad de México, que existe a La Autoridad del Espacio Público participa en las acciones de restauración de los bosques urbanos, coadyuva en el diseño y planeación de obras y servicios en materia de espacio público, asimismo supervisa las obras públicas que correspondan al desarrollo y equipamiento de la ciudad.

aquellos que cotidianamente hacen del uso del espacio público para mejorar el uso que se le da, más en el caso de los comerciantes que es una fuente de ingresos y sustento económico. Una sugerencia podría ser llegar a acuerdos donde se tengan derechos y obligaciones para mantener en buen estado los espacios y tener una mejor convivencia social.

También se encuentra la *Ley de cultura cívica del Distrito Federal* que data del 31 de mayo de 2004. Que tiene por objeto “Establecer reglas mínimas de comportamiento cívico” y “garantizar el respeto a las personas, los bienes públicos y privados y regular el funcionamiento de la Administración Pública de la ciudad de México en su preservación, y determinar las acciones para su cumplimiento”. Tal vez esta instancia pueda hacer una mancuerna con la AEP para trabajar en conjunto y así poder darle más importancia al valor que tiene el tianguis dentro de las Ciudad.

Desde sus orígenes el tianguis ha hecho uso del espacio público para poder abastecer a la población y comercializar productos. Con el tiempo surgieron los mercados y supermercados, y estos tomaron mucha fuerza dentro del país pero esto no ha hecho desaparecer al tianguis. Actualmente los tianguis existen en México y también en otros países algunos con un nombre diferente, por ejemplo, en España lo llaman Zoco o mercadillo, en Estados Unidos se les llama mercado de pulgas, en Costa Rica lo nombran tilicheras, y en Perú como cachina. Y la mayoría cuentan con un registro y con un permiso para ocupar un espacio en la vía pública, aunque existen algunos que no cuentan con registro, como en este caso el *tianguis de las chácharas* no está registrado ante la delegación que le corresponde, puesto

que en la información obtenida en la oficina de información pública de la delegación Iztapalapa, no se encuentra registrado dicho tianguis.

1.3.3 Ciudadanía y contribución al espacio simbólico

Para abordar el concepto de espacio público es indispensable hablar de ciudadanía, ya que es a partir de ella que el aspecto cultural y simbólico se logra dentro del espacio público; la ciudadanía: “es el conjunto de derechos y deberes por los cuales el ciudadano y el individuo están sujetos en su relación con la sociedad en que vive.” (Delgado, 2007:42).

Ciudadanía es la condición que se le otorga al individuo para ser miembro de una comunidad organizada, esto también implica deberes y uno de ellos es la nacionalidad para que los ciudadanos puedan ejercer sus derechos políticos, los deberes deben de ser cumplidos para el bien y para el desarrollo de la comunidad en la que se vive, debe de ser una preocupación de todos los ciudadanos. La natalidad ha ido en aumento cada vez más y en consecuencia la ciudadanía crece y ello trae consigo la demanda de más empleos para poder dar sustento a la familia, lamentablemente México carece de empleos formales y es cuando surge la necesidad de crear un empleo propio, salir a las calles y crear empleos que ayuden a la economía familiar. La falta de empleo, sueldos bajos, discriminación, explotación, natalidad, y la poca oportunidad laboral son algunos de los crecientes problemas que afectan directamente a los ciudadanos de las grandes ciudades, y más aún a aquellas de países con economías pobres como México.

En los últimos años México se encuentra en el lugar número ocho dentro de los países con más pobreza en Latinoamérica junto con Honduras, Nicaragua, Guatemala; con respecto a la ciudad de México el 28 % se encuentran en pobreza, es decir 2.50 millones de personas en situación de pobreza, y 150, 500 en pobreza extrema², esto hasta el 2016, es por ello que urge buscar nuevos pactos sociales en donde los distintos sectores de la población asuman compromisos en relación al entorno físico y social en donde se desenvuelven, así como las autoridades encargadas de crear el bienestar social de la ciudadanía.

Desde esta perspectiva, tres son los problemas que en términos generales consideramos ha de enfrentar en nuestros días cualquier intento de construir ciudad: la falta de gobernabilidad, las precarias condiciones de habitabilidad, la pobreza y escasa productividad económica [...], la pérdida del sentido de pertenencia y de los nexos de apropiación y arraigo de los habitantes de buena parte de estas, manifiesta, entre otras cosas, en el descuido y deterioro de ese espacio que, por excelencia, debería ser el directo escenario para el encuentro y la comunicación. Nos referimos por supuesto, al espacio público en cuanto espacio de lo “público”, cuyo descuido y deterioro derivan, en muchos casos, tanto de la ausencia del Estado (y de políticas concretas al respecto) como la falta de compromiso de la ciudadanía. (Ricardo Delgado, 2007:28).

Se coincide con Ricardo Delgado en relación a los tres problemas que plantea, ya que uno lleva al otro, puesto que la pobreza y la escasa productividad económica provocan precarias condiciones de habitabilidad, que es el resultado de la falta de gobernabilidad, donde la ciudadanía es la más afectada. Así el espacio público se va deteriorando por la ausencia de políticas públicas, en relación a esto Patricia Ramírez nos dice que: “en términos de derechos y obligaciones, se pone énfasis en las posibilidades potenciales de reconstrucción del tejido social, de regeneración e integración del espacio urbano a partir de políticas, programas, proyectos y acciones

² CONEVAL (Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social) 2016.

de carácter integral” (Patricia Ramírez, 2003:54). Como se sabe el tianguis tiene una larga duración, es importante reconocer que éste es un medio de abasto que sigue extendiéndose y debido a ello la administración a considerado importante llevar un registro para así tener una estadística, un control de ellos y otorgar permisos, se considera que esto último es de suma importancia para que la relación entre los ciudadanos sea cordial y evitar problemas de tipo social o territorial.

Es necesario que se impulsen proyectos en donde los ciudadanos participen para un mejor mantenimiento de los espacios urbanos para una integración del espacio en donde se pueda realizar una convivencia, ya que es un derecho como ciudadano poder integrarse y participar del espacio urbano, haciéndolo propio manteniéndolo en buenas condiciones.

De tal manera que para cumplir con lo anterior es necesario que los gobiernos locales, la administración, los partidos políticos y otros organismos formales así como la participación ciudadana se hagan cargo de sus deberes para que así puedan contribuir a la consolidación de una ciudad donde el espacio público se enriquezca de un ejercicio colectivo y responsable.

Los ciudadanos son los que conforman el espacio público ellos logran que éste espacio se convierta en un lugar de convivencia, además de que sea utilizado como un territorio para transitar y darle sentido en tanto dimensión social y cultural. La ciudadanía se construye al participar en la vida cívica y comunitaria, al formar parte de la vida cultural del país, así como al proteger los recursos culturales y naturales del país y velar por la conservación de un ambiente sano, así como el derecho. La ciudadanía conforma al territorio, es como una analogía el territorio es a la

ciudadanía como la ciudadanía es al territorio, es necesario que la ciudadanía haga uso del espacio para poder tener una buena comunicación, dentro de esta ciudadanía se encuentran los que conforman al tianguis que da empleo a aquellas personas que no cuentan con uno. Según datos del INEGI más 40 % de la ciudadanía en México se encuentran dentro del trabajo informal, entre ellos se encuentran cuentapropistas, empleadores y subordinados.

Es por todo lo anterior que la ciudadanía tiene un papel muy importante dentro del tianguis puesto que sin ella el tianguis no seguiría existiendo hasta esta época, la ciudadanía es fundamental para que el tianguis pueda seguir con su funcionamiento, es la ciudadanía quien acude al tianguis, es la ciudadanía que crea el tianguis y es la ciudadanía quien hace uso del espacio para que el tianguis exista.

1.3.4 Comercio en vía pública, el tianguis rodante

Se considera comercio en vía pública a la actividad económica que se realiza en las calles, en la dimensión territorial del espacio público, donde las personas salen a vender productos y transforman el espacio en un lugar de trabajo, puede ser una plaza pública, afuera de las estaciones del metro, banquetas y avenidas. En muchos de los casos estas personas trabajan en este sector debido a la falta de oportunidades laborales, el comercio en vía pública es la cara más visible del sector informal³. Esto lo refuerza Amalia en la entrevista realizada non de nos dice que:

³ El sector informal se define como el conjunto de empresas, trabajadores y actividades económicas que operan fuera del marco legal, ya sea porque no cumplen con obligaciones fiscales o bien porque no se cumplen con las prestaciones de acuerdo a la ley. Ésta definición fue introducida por De Soto

Tuve que trabajar en el comercio porque no podía encontrar un trabajo estable, porque no tengo estudios...

En efecto involucra el conjunto de actividades comerciales que se destacan por realizarse en las calles y otros espacios considerados como públicos. Por su parte la Organización Internacional del Trabajo (OIT) señala que el comercio en vía pública y los trabajadores en casa corresponden a los dos grupos más importantes de la fuerza laboral del sector informal.⁴

Dentro del comercio en vía pública se dan relaciones de poder, de lucha entre intereses antagónicos, entre las autoridades locales, los gobernantes, las y los líderes de las organizaciones quienes negocian la permanencia en el espacio público y los comerciantes. Por otro lado, es una actividad en que cada una de las partes tienen ciertos intereses y beneficios, las autoridades obtienen recursos económicos y redes de apoyo electoral; los líderes, poder político y económico, y los comerciantes en vía pública un espacio para ejercer su actividad económica. (Gómez, Norma 2013:14)

La actividad del comercio en vía pública se ha convertido en un problema social especialmente en un país con más de 132 millones habitantes según el reloj de población en México, donde cada vez más el espacio público se utiliza como un espacio comercial y lucrativo. El comercio en vía pública coloquialmente conocido como comercio ambulante ha crecido considerablemente en los últimos años con el 58 % de la población del país trabajando en este sector.

Por ello, la actividad lleva implícita una lógica de lucro que desvirtúa el uso público de la calle; público en el sentido en el que todos y cada uno de los ciudadanos y ciudadanas tienen derecho a él. Al mismo tiempo que el comercio en vía pública enfrenta el problema de la marginalidad legal: la falta de pago de impuestos y de los servicios públicos; la ilegalidad de algunos productos que se comercian; la inexistencia del control de calidad de muchos de ellos

(1989) en su estudio clásico del sector informal y cobró gran importancia por centrarse en las causas del sector informal y no en sus síntomas.

⁴ De acuerdo con los datos del 2014 del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) en la Ciudad de México en 50 % de la población económicamente activa se encuentra en el sector informal, y a nivel nacional es el 58 %. (INEGI 2014).

y la imposibilidad de controlar las condiciones de trabajo y los salarios de los propios comerciantes en vía pública (Gómez, Norma 2013:27).

Por todo lo anterior, es que este tema no sólo es un problema social sino también un problema político, ya que se involucran: autoridades de gobierno, líderes de organizaciones, partidos políticos y jefes delegacionales. Específicamente quienes participan en el comercio en vía pública muchas veces son utilizados como capital político a cambio de que los comerciantes puedan utilizar cierto espacio. Como lo comenta en la entrevista a la comerciante del *tianguis del jueves* Josefina Esquivel:

Ha habido candidatos que vienen, cuando quieren votos, vienen a decirnos los beneficios que tenemos que podemos llegar a una hora, levantarnos a una hora, que tenemos la libertad de vender lo que queramos y el giro que tengamos y todo eso, pero esto es una libertad que nosotros tenemos, nadie nos pone horarios y no nos dicen de un límite de horario, pero también tenemos obligaciones como mantener las calles en buen estado y todo eso, pero así nada más porque quieren nuestros los votos pero cuando pasa ya nos olvidan y todas las broncas se las lleva el delegado, ya no la gente.⁵

En esta respuesta a su entrevista Josefina refuerza el argumento de que el poder político hace uso de los comerciantes para adquirir votos en campañas electorales y así tener de su lado a una gran parte de la ciudadanía, todo esto a cambio de promesas que no siempre son cumplidas.

Por otro lado, los tianguis necesitan un permiso para laborar en vía pública, de acuerdo con la *Ley para el Funcionamiento de Establecimientos mercantiles del*

⁵ Entrevista realizada a Josefina Esquivel en el *tianguis del jueves*, el día 27 de marzo del 2015.

Distrito Federal, publicada en la gaceta oficial del Distrito Federal el 28 de febrero de 2002, que regula el funcionamiento de los establecimientos mercantiles de la Ciudad de México, son las Delegaciones políticas las encargadas de expedir los permisos, los cuales de acuerdo con el artículo No. 2 numeral XVI que se define como “el acto administrativo que emite la delegación, para que una persona física o moral pueda ocupar y colocar en vía pública enseres o instalaciones del establecimiento mercantil, de conformidad a lo establecido en la ley”.

También está el *Acuerdo No. 11* de 16 de febrero de 1998 “mediante el cual se emite el programa de Reordenamiento del comercio en vía pública y los criterios para la aplicación de las cuotas por concepto de aprovechamiento por el uso o explotación de vías y áreas públicas para realizar actividades mercantiles”. Este tiene como antecedentes el programa de mejoramiento del comercio popular creado en 1994 y es el producto de las opiniones de las delegaciones, las organizaciones de comerciantes y de la sociedad que resultaron de diversas reuniones de trabajo realizadas en 1997. Surge de la necesidad de “mantener el equilibrio entre los diferentes factores que inciden en dichas actividades, para mejorar el entorno urbano y la convivencia social” frente al desbordamiento del comercio en vía pública.

De acuerdo con el artículo 5: “Son atribuciones de la Delegación: expedir licencias de funcionamiento, permisos y autorizaciones en los términos de la ley y otorgar permisos para el uso de la vía pública, sin que afecte la naturaleza y destino de la misma, en los términos de las disposiciones jurídicas y administrativas aplicables”

Según lo anterior son legales las actividades comerciales (o mercantiles) en lugares públicos, siempre y cuando quienes las realizan se sometan a los reglamentos que

cada delegación realiza o las que están a nivel general dentro de la Ciudad, cumpliendo con los requisitos para obtener un permiso que les permita utilizar la vía pública respetando el espacio y la comunidad.

Este tema cabe resaltarlo ya que es necesario que existan instancias que regulen el comportamiento y el uso del espacio público para una sana convivencia y un uso adecuado, ya que si estos no existieran la convivencia dentro de estos lugares sería desorganizada. Respecto al tianguis sería necesario regularizar el tránsito, es decir, modificar rutas de transporte los días que los tianguis laboran para mejorar la vialidad, hacer respetar negocios establecidos que se vean obstruidos por el tianguis, así como evitar que se obstaculicen negocios y entradas a casa habitación, o en su caso llegar a acuerdos para una mejor relación laboral y social.

1.4 Estado del arte del tema

A continuación se mencionarán las investigaciones que abordan el tema del tianguis y espacio público desde diferentes enfoques. De cada una se hace una pequeña reseña y se comenta sobre las semejanzas y diferencias que existen con relación a la presente investigación. Los siguientes estudios son los más recientes, y se han tomado como referencia debido a la cercanía con el tema del tianguis y el espacio público: *Culturas del espacio público, ciudades, análisis de la coyuntura, teoría e historia urbana, investigación*, 1995; *El conjuro urbano, táctica y estrategia del tianguis mexicano*, 2013; *Empleo informal y segmentación del mercado de trabajo urbano en México*, 2008; *Espacio público, movilidad y sujetos urbanos*, 2004;

Espacio urbano y comercio en vía pública reglas, redes y uso del espacio público en la Ciudad de México, 2006; Trabajo, identidad y acción colectiva en el trabajo no Clásico: Los vendedores de Tianguis en el D.F. 2006.

La investigación *Culturas del espacio público, ciudades, análisis de la coyuntura, teoría e historia urbana*, fue realizada para optar el grado de Maestría en Ciencias Sociales por Alfredo Nateras está construida por un marco teórico basado en la cultura, el uso del espacio, las socialidades en el espacio, el uso social en el tianguis y la identidad y el espacio, dicho en palabras del autor se enfoca a lo siguiente:

Se trata de indagar las manifestaciones culturales urbanas. Interesa la denominada cultura alterna o alternativa. Así mismo, se intenta delinear procesos de construcción de “nuevas identidades colectivas”, de socialización aculturación, etcétera. A partir de estas identidades colectivas, se bosquejaron tendencias psicológicas como por ejemplo; el establecimiento de redes sociales entre los jóvenes que regularmente usan social y culturalmente espacios públicos. (Nateras, Alfredo, 2008: 13)

Existe gran coincidencia con respecto a esta investigación debido a que se basa en un tianguis de la Ciudad de México y a las relaciones sociales y culturales que se dan dentro del tianguis, visto como una manifestación cultural que se da dentro del espacio público. Este referente es quien tiene más semejanza con el tema de la investigación presente, al abordar al tianguis como espacio de construcción de nuevas identidades colectivas y de socialización refuerza el objetivo que parte de decir que el tianguis es espacio de relaciones sociales y culturales.

La siguiente investigación titulada *El conjuro urbano, Táctica y estrategia del tianguis mexicano*, fue una tesis doctoral de Horacio Espinoza Zepeda y está basada en tácticas y estrategias del tianguis tal como lo dice su título pero también a sus formas de consumo, basada en siete tianguis en Guadalajara, y su hipótesis

es que el tianguis ha prevalecido gracias a las clases populares que adoptan rasgos globalizantes y de la cultura de consumo. El objetivo del investigador es:

Mostrar la (s) manera (s) en que el tianguis se constituye en un artefacto adhoc para explorar las confluencias entre cultura, espacio urbano y consumo. La importancia de mostrar esta confluencia, a partir del tianguis, es política, por lo que deberíamos de agregar este elemento a la ecuación. Al proponer realizar esta investigación, se dio a la tarea de desentrañar de qué manera son políticas las confluencias que en y a partir del tianguis son introducidas. Así mismo, las preguntas de investigación van en la línea de indagar si estos entrecruzamientos operan a partir de la transmutación, la influencia o ambos; es decir, como ciertos métodos económicos se transforman en formas culturales y como de los restos culturales de formas tradicionales se crean economías subalternas. (Espinoza, Horacio, 2013: 15)

Lo que se destaca en esta investigación es que a partir de tácticas de consumo estos se transformen en procesos culturales y que quienes lo crean son las clases populares, aunque no está basada en la Ciudad de México, se encuentra dentro México. Es útil desde la relación que le dan al tianguis con las confluencias de cultura y de consumo de cierto modo relacionado con el abasto, la diferencia de esta investigación es que ésta habla sobre la economía transformada en formas culturales y en este tema de investigación solo se basa en las relaciones culturales.

La investigación *Espacio Urbano y Comercio en Vía Pública Reglas, redes y Uso del Espacio Público en la Ciudad de México* fue realizada por Diana Silva Londoño para optar por el grado de maestría en ciencias sociales, ella se enfoca en el uso del espacio público por parte el comercio en vía pública en la Ciudad de México, así como en normas que regulan las acciones en los espacios urbanos. Su enfoque es la relación entre el espacio físico y el espacio social, sustentándose en los enfoques dados por Castells, Portes y de Soto. Donde sus preguntas de investigación son las siguientes:

¿Cómo se manifiestan las reglas que regulan las acciones en los espacios urbanos en que se desarrolla el comercio en vía pública de la ciudad de México y como se superponen con el uso del espacio urbano? ¿Cómo se conciben los comerciantes en vía pública el espacio público y de qué manera legitiman su uso?

El estudio se enfoca de manera general en la Ciudad de México, y hace uso de métodos cualitativos como entrevistas en la delegación Coyoacán, la colonia Escuadrón 201 y la delegación Iztapalapa. Se enfocó en estos tianguis debido al alto índice de comercio en vía pública en estas zonas. Una diferencia es que hace una relación con las redes sociales que no se abordan en esta investigación. A pesar de esto existe una semejanza ya que uno de sus objetivos importantes es el uso del espacio público por parte del comercio informal.

La siguiente investigación fue elaborada por José Luis Gayosso Ramírez para optar el grado de doctor, *Trabajo, identidad y acción colectiva en el trabajo no clásico: los vendedores de tianguis en el D.F.* El estudio que toma como referencia a los artesanos de Coyoacán y a los tianguistas del salado en Iztapalapa, se orienta a analizar la construcción de identidad colectiva basándose en teorías de alcance medio, campos de relaciones sociales y espacios de interacción social, haciendo un análisis específico en dos tianguis. Utilizando distintas técnicas de la metodología cualitativa como: entrevistas semiestructuradas, observación participante, grupos de discusión y registros de observación directa. Hace una extensa investigación teórica donde aborda diferentes subtemas como: *Entre la labor rutinaria y el tiempo de ocio: las dos caras de la actividad laboral de venta en el tianguis, Espacio social urbano y comercio en vía pública en la Delegación Iztapalapa, Control sobre el*

espacio de trabajo, espacios y mecanismos de sociabilidad entre los tianguistas del salado entre otras.

Martínez Soria Jesúswaldo, realizó la tesis doctoral llamada: Empleo informal y segmentación del mercado de trabajo urbano en México. Aquí la investigación está basada en la segmentación del mercado, el sector informal urbano, dirigido a los mercados y a la economía en México, se sustenta en la teoría neoclásica y la teoría estructuralista, como lo dice su hipótesis de investigación.

La cual establece que las transformaciones económicas asociadas a las crisis recurrentes, la apertura comercial y las reformas económicas, facilitaron el crecimiento de las relaciones de subcontratación productiva y contratación irregular del trabajo, condujeron al deterioro de las condiciones laborales de un conjunto asalariado y propiciaron una mayor inserción de trabajadores en actividades informales de subsistencia y autoempleo; generando con ello el crecimiento del sector informal urbano, que se tradujo en el fortalecimiento de la segmentación laboral y el aumento de las diferencias de empleo y salarios. (Martínez, Jesúswaldo, 2009: 23)

A pesar de que esta investigación no se basa en el tianguis aborda un tema importante que es la economía y los motivos por los cuales el empleo informal aumenta con el paso del tiempo, es por eso que es útil como un referente para saber él porque de la prescencia del sector laboral informal.

Y por último Carlos Valdés Lange, con el título: *“Espacio público, movilidad y sujetos urbanos. Para optar el grado Magíster en Desarrollo Urbano, en Santiago de Chile.* Centrándose en los espacios públicos y los centros urbanos esta tesis formula una hipótesis de un nuevo espacio público dentro de la cultura urbana debido a una reestructuración del territorio urbano bajo la lógica posfordista, entre los lugares, flujos, centralidades y periferias.

Supone un importante problema de investigación sobre la cultura urbana contemporánea, poniendo en cuestión los valores de sociabilidad, encuentro y convivencia urbana tradicionalmente asociada al espacio público, y por ende su rol en la generación de distintas

formas culturales de identidad, pertenencia e interrelación social la hipótesis de investigación que aquí se plantea supone por tanto que la conformación de espacios de flujos a partir de infraestructuras de movilidad pone en cuestión esta condición de integración, promoviendo procesos de deslocalización y la consiguiente fragmentación e individualización de los vínculos sociales fundados en el territorio. (Valdés, Carlos, 2004:28)

Un tema significativo dentro de esta investigación son los sujetos urbanos y el espacio público, tema con el que se relaciona en esta investigación, sin embargo la diferencia existe cuando no menciona al tianguis o al comercio como un actor social involucrado como sujeto urbano.

Los trabajos de investigación mencionados en su mayoría son para optar el grado en maestría o doctorado, han sido abordadas desde enfoques como economía, política y ciencias sociales; con temas como: consumo, manifestaciones culturales, reglas, identidad, trabajo no clásico, y segmentación del mercado. Una de ellas fue realizada en Santiago de Chile, otra en Guadalajara y las demás enfocadas a la Ciudad de México, tres de ellas lo vinculan con el tianguis, pero ninguna de las investigaciones aborda el tema del tianguis desde un enfoque de la comunicación y cultura. Todas han aportado diferencias y semejanzas pero sobre todo ayudan al reforzamiento de los objetivos que en esta investigación se busca ya que fortalecen la idea de que el tianguis es un espacio que dentro de él existe la cultura.

La idea es ver al tianguis como un espacio simbólico, un espacio de relaciones sociales y culturales, que sucede dentro del espacio público. Ver al tianguis desde un enfoque de la comunicación y la cultura, ya que además de ser un medio de abasto y consumo es también un espacio de relaciones comunicativas y culturales además de espacio de consumo cultural y mercantil.

Las categorías de espacio público, ciudadanía, y comercio en vía pública fueron útiles para analizar el tema del tianguis como espacio simbólico y más allá de un canal de distribución mercantil que es útil para satisfacer las necesidades de abasto de la ciudad.

Específicamente se decidió trabajar dentro de la delegación Iztapalapa debido a que es la más poblada de la Ciudad de México y que por consecuencia tienen mayores necesidades de abasto, y sin embargo no es la delegación con mayor número de tianguis.

Iztapalapa es una de las delegaciones con mayor índice de pobreza⁶ y debido a ello el tianguis es una alternativa y por lo tanto es un espacio muy visitado. Quienes acuden a comprar pueden encontrar precios más económicos que en los centros comerciales, además de artículos de segundo uso.

Debido a lo anterior se definió trabajar en un par de tianguis dentro de la delegación Iztapalapa ubicados en las colonias El Molino y Jardines de San Lorenzo, como lo veremos en el siguiente capítulo.

⁶ De acuerdo con un estudio realizado por el Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social (CONEVAL), la delegación Iztapalapa es donde se concentra la mayor cantidad de pobres y pobres extremos. En el año 2010 se registró que el 34.4 por ciento de la población es pobre.

CAPÍTULO 2.

EL ABASTO, TIANGUIS DEL JUEVES Y LAS CHÁCHARAS EN LA DELEGACIÓN IZTAPALAPA

La Ciudad de México tiene más de ocho millones de habitantes, esto exige una demanda significativa en: abasto, transporte, recolección de basura, abastecimiento de agua, electricidad, y drenaje. Cada uno de estos servicios actualmente presenta problemáticas particulares las cuales se han ido agudizando principalmente por el crecimiento y concentración de la población en la ciudad; en el año 2006 la cifra poblacional de la ciudad fue de 8, 851,080 habitantes, y se proyecta que la cifra ascienda a 8, 918,653 habitantes⁷, esta cifra final es la suma de los habitantes de todas las delegación es que conforma la ciudad de México.

En la ciudad de México el abasto es desigual en relación al número de mercados por habitantes que hay en las diferentes delegaciones, la delegación Gustavo A Madero cuenta con mayor número de mercados que se encuentran dentro de sus colonias, llegando a 51 mercados, mientras que Iztapalapa cuenta con solo veinte mercados, teniendo esta una población de 1,827,868 habitantes mientras que la Gustavo A. Madero posee 1,164,447 habitantes, lo que significa que en Iztapalapa hay un mercado por cada 91,393 habitantes, y en la delegación Gustavo A. Madero por cada mercado hay 20,793 habitantes.

⁷ Según datos del Instituto Nacional de Estadísticas y Geografía. (INEGI) se calcula que la población nacional en el 2016 será de 127, 927, 966 habitantes.

El abasto de alimentos y otros enseres llega a la población vía el tianguis, mercado sobre ruedas y supermercados, así como mercados especializados en: ropa, zapatos, chácharas, flores, instrumentos musicales, artesanía, antigüedades, entre otros. Actualmente son los mercados y supermercados las formas más establecidas y reconocidas para abastecer a la ciudad, por otro lado los tianguis que siguen funcionando en la vía pública, y solo están registrados ante la delegación correspondiente aunque no reconocidos como un trabajo formal ante el gobierno.

La Central de abastos⁸ es el centro de abastecimiento de víveres más importante de la Ciudad de México y se encuentra ubicado en la delegación Iztapalapa, cuenta con 1,480 locales y 338 bodegas, ahí llegan más de 300 mil compradores diariamente los cuales en su mayoría son comerciantes. La Central de abastos da suministros a todas las delegaciones de la Ciudad de México, de acuerdo con la revista *Chilango* el 80 % de los productos comprados en la central se distribuyen a través de los tianguis. (La central de abastos, Revista chilango, 2012).

Hasta el año de 1946 la venta de alimentos al menudeo constituía una actividad exclusiva del comercio tradicional es decir, pequeños negocios con uso intensivo de mano de obra familiar y requerimientos de capital mínimo, tales como recauderías, pollerías, carnicerías, tiendas de abarrotes entre otros, todo esto gracias al trabajo de ganadería, granjas y la agricultura. (Rello y Sodi, 1989:209).

⁸ La Central de abastos fue inaugurada el 22 de noviembre de 1982, cuenta con 327 hectáreas, 1489 locales con 1881 bodegas, con un volumen de alimentos y productos básicos de 30 mil toneladas y capacidad para almacenaje de 122 mil toneladas. Fluyen diariamente 300 mil visitantes en su mayoría comerciantes.

El comercio tradicional⁹ fue perdiendo fuerza con la entrada de los súper mercados de empresas nacionales y extranjeras. En 1970 los súper mercados contaba con el 10 por ciento de las ventas totales de alimentos en la Ciudad de México, mientras que para el año de 1985 contaba con el treinta y siete por ciento, aún con esto el comercio tradicional sigue teniendo gran importancia. La diferencia entre estos dos tipos de comercio depende de la adaptación del consumidor, el comercio moderno está enfocado en zonas con población de altos ingresos y el comercio tradicional abastece a los sectores de bajos ingresos.

La Central de abasto como mercado mayorista es el punto de oferta y demanda más importante de productos alimentarios en México, es el segundo mayor centro comercial después de la bolsa de valores (BMV) y es considerada como el de mayor tamaño en América Latina y el mundo. El 7 de julio de 1981 se constituyó el Fideicomiso Central de Abasto de la Ciudad con una vigencia de 99 años con base en la *Ley General de Títulos y Operaciones de Crédito*, cuya misión es garantizar el abasto suficiente, oportuno y en las mejores condiciones de higiene, para los habitantes del valle de México y parte de la República. La Central de abasto está regida por su propio fideicomiso, bajo el órgano de Gobierno de la Central de Abasto que lo constituye el Comité Técnico y de distribución de Fondos Integrado. El presidente es el Jefe de Gobierno del Distrito Federal quien cuenta con voto de calidad.

La Central del Abasto de la Ciudad de México cumplió sus primeros 32 años de garantizar el abasto de alimentos a la Ciudad de México y su área metropolitana. Comercializa diariamente

⁹ Es una actividad de venta en forma presencial tanto de los proveedores como de los consumidores. Para poder realizar actividades que se relacione con la venta de bienes y servicios, es necesario contar con anuncios que se identifiquen y productos necesarios para tener un reconocimiento dentro de lo público.

30 mil toneladas de productos alimentarios, que representan el 80 % de los alimentos que consumen los habitantes de la ciudad de México y un porcentaje significativo de la zona conurbada y estados circunvecinos.” (Visto en: www.fideca.com, el 26 de mayo, 2016).

Es por lo anterior que la Central de abastos en la Ciudad de México es el corazón del abasto para toda la ciudadanía y además es de gran ayuda que se encuentre dentro de la delegación Iztapalapa pues dentro de ella se encuentran registrados cerca de 300 tianguis, los cuales son el vínculo para hacer llegar la mercancía a una gran cantidad de colonias.

2.1 Iztapalapa, el tianguis y sus modalidades

La delegación Iztapalapa¹⁰ es una de las más pobladas de la ciudad de México. El nombre se debe a la antigua ciudad Iztapallapan, que significa “sobre la loza en el agua”, en náhuatl, el territorio de Iztapalapa vivió el desarrollo de diversas comunidades sedentarias dedicadas a la agricultura.

Algo que caracterizaba a los habitantes de Iztapalapa de antaño era ser un pueblo rural de agricultores de chinampas que producían cebollas, zanahorias, nabos, lechugas, chile, col, betabel, romeritos, tomates, y más. Todo se vendían en la ciudad, “Iztapalapa estaba comunicada con la ciudad de México por una red de canales que penetraban hasta el centro. El tránsito de canoas se concentraba

¹⁰ Esta posee una superficie de más de 116 km², se encuentra al oriente de la ciudad y ocupa la porción sur del vaso del lago de Texcoco. En 1824 con la creación del Distrito Federal, Iztapalapa formó parte de las municipalidades del estado de México, para 1929 se suprimen las municipalidades y se crearon las delegaciones incluida Iztapalapa¹⁰, hasta la creación del Distrito Federal, ahora Ciudad de México.

durante la colonia y hasta principios del siglo XX; en los grandes canales de la Viga, Xochimilco y Chalco que formaban el canal nacional. Del canal de la Viga se ramificaban otros canales que se conectaban con Iztapalapa a través de los canales de Tezontle y del Moral”. (Visto en: inafed.gob.mx, 18 de junio de 2016).

En contraste con lo anterior actualmente la delegación Iztapalapa cuenta con 1,827 mil 868 mil habitantes (INEGI, 2010). De acuerdo con esta cifra es claro que la delegación Iztapalapa demanda un gran abasto alimenticio para cubrir las necesidades de toda su población. El abasto en general es ineludible para una vida digna, pues el ser humano necesita de agua, electricidad, drenaje, además del abasto de productos alimenticios que ayuden a una alimentación plena en todos los rincones de la ciudad.

Si bien antes se podía dar abasto al conjunto de la población de la Ciudad de México a través de pequeños comercios ahora ya no es posible debido al crecimiento demográfico, entre mayor es la población mayor es la demanda de productos alimenticios “En efecto, la historia indica que cuando un país se urbaniza la mitad o más de la población total vive en ciudades, el sistema comercial tiene que cambiar y adaptarse a las nuevas demandas de la sociedad urbana” (Rello, 1989:43). Esto quiere decir que debido a la creciente población cada vez hay más demanda alimenticia y es necesario adaptarse por ambas partes, tanto del sistema comercial como los compradores, es decir, ofrecer productos de gran demanda y comprar productos en lugares cercanos para mayor comodidad.

En la delegación Iztapalapa, al igual que en otras delegaciones los tianguis se establecen en distintos lugares a lo largo de los diferentes días de la semana y se

les reconoce por su ubicación, la delegación cuenta con un registro total de 360 tianguis pero no están clasificados. Cabe mencionar que estos datos fueron recabados en su momento en la Coordinación de Abasto Popular (COABASTO).¹¹

Los tianguis representan un sector importante dentro del tema de abasto, ya que cubren una parte significativa de la demanda y eso hace posible que los alimentos y otros enseres lleguen a muchos hogares, de tal manera que si no existiera esta red no habría abasto suficiente para todos, esto en palabras del diputado Gabriel Godínez Jiménez en el 2015 donde también señaló que es imprescindible el comercio popular para fortalecer el sistema de abasto en donde no llegan los mercados públicos. En el foro *Desafío de Comercio popular* el diputado propone crear una nueva ley de abastos popular para así dignificar el trabajo no asalariado que realizan los comerciantes populares en la vía pública además de un marco normativo que les permita realizar su trabajo de manera formal con el respectivo pago de derechos en un esquema de formalidad contribuyente. Mencionó que actualmente no existe un marco regulatorio de la operación de los tianguis, por ello se hace necesario tener una nueva legislación que establezca un marco regulatorio, “por ejemplo existen las normas de los mercados sobre ruedas y la ley de mercados es una ley anacrónica que data del año 1951” y que hasta la fecha no se ha renovado. Actualmente es la Secretaría de Desarrollo Social la que se encarga del tema del abasto en relación al tema alimentario.

¹¹ COABASTO ahora conocida como SEDECO (Secretaría de Desarrollo Económico) el área encargada de formular los requisitos para que los tianguis pudieran instalarse, hay que señalar que no obstante existen muchos más en esta delegación que no están registrados y sin embargo laboran a lo largo de todo el año.

El tianguis juega un papel muy importante dentro del abasto, y en Iztapalapa ha sido pieza clave para esto, en esta delegación se cuenta con tan solo veinte mercados oficiales mientras que los tianguis cuentan con un registro de trescientos sesenta¹², si bien hoy en día existen más comercios que pueden dar abasto como los Oxxo, recauderías, tiendas, y personas que cultivan en parcelas esto no ha mermado el trabajo de tianguis, sino al contrario, la incursión en los tianguis por parte de la sociedad es cada vez más numerosa, en el caso de los tianguis en lo que se enfoca esta investigación, han aumentado la cantidad de personas que se integran al tianguis, esto se da por diferentes motivos, falta de empleo, bajos recursos, empleos mal pagados, o nivel escolar.

Iztapalapa está llena de tradiciones y de cultura en todos sus pueblos y durante todo el año hay diversas actividades que en su mayoría tienen un origen religioso. Una de las festividades también significativas en esta delegación es su representación de la pasión de Cristo en cuaresma.

Iztapalapa cuenta con algunos de los tianguis más grandes, como el llamado “El salado” que se encuentra a un lado del metro Acatitla, el tianguis de “la Vicente” que se encuentra dentro de la colonia Vicente Guerrero, el tianguis “Santa Cruz” que está considerado dentro de los cinco más grandes de la ciudad, el tianguis de las Torres se encuentra ubicado sobre Av. Tláhuac que es de los más grandes de la ciudad de México. Los tianguis son característicos de esta delegación, los tianguis en la delegación Iztapalapa no solo representan una fuente de consumo y de ingresos sino también representan una fuerte identidad vecinal y habitacional. En

¹² Estos datos fueron recabados en la delegación Iztapalapa a través de la oficina de información pública.

estos tianguis se puede encontrar de todo, desde frutas y verduras hasta ropa de paca, películas, refacciones de autos, comida, objetos electrónicos, objetos usados, chácharas, zapatos y hasta artículos robados. El tianguis no solo es un espacio comercial sino un espacio en donde la gente se relaciona, desempeña roles de identidad y liderazgo.

El tianguis¹³ es un mercado tradicional que existió en Mesoamérica desde la época prehispánica, el nombre del tianguis proviene del náhuatl *tiyanquitzli* “mercado”, estos se caracterizan por ubicarse de manera semifija en ciertas calles y días designados, en ellos la comunidad local adquiere gran variedad de productos.

Los tianguis tenían que estar ordenados de tal manera que formaran calles, desde ese entonces se hacía uso del espacio público, ya que era la única forma de poder vender sus productos, esto hacia que se colocaran a lo largo y ancho de la plaza y se organizaban de acuerdo a su especialidad. 50 000 personas concurrían en estas plazas para visitar los tianguis, en donde se podía encontrar, verduras, hierbas medicinales, aves, peces, obsidianas, los tianguis de México tenían algo especial, En los mercados y tianguis actuales se ve una infinidad de productos y servicios como: artículos para el hogar, accesorios para los automóviles, ropa, verdura, frutas y otros productos comestibles, calzado, peluquerías, golosinas, mochilas y bolsas, muebles y las famosas chácharas, entre otros.

¹³ La historia del tianguis en México atraviesa una larga historia que comienza siglos atrás en donde el comercio se establecía en puntos específicos de la ciudad, “En el siglo XV, el tianguis se establecía en periodos determinados durante los cuales se reunían los vendedores de los pueblos de los alrededores para ofrecer sus productos en una plaza. El tianguis se establecía en ciudades que tenían importancia, entre los cuales se encontraban los mercados de huejotzingo, Tenochtitlan, Texcoco, Tlaxcala y Xochimilco.” (López Francisco, 1552).

El tianguis surge por la necesidad de vender y adquirir productos que son necesarios para la vida diaria, las mismas personas que iban a vender sus productos lo hacían con el propósito de encontrar mercancías que necesitaban para subsistir e incluso poder hacer algún trueque con mercancías del mismo valor.

Los mexicas se instalarían, después de un largo recorrido en una laguna que tendrían que adaptar para cubrir sus propias necesidades, por lo cual realizarían estrategias para realizar intercambios con los pueblos que se estaban a su alrededor y que contaban con productos diferentes a los que ellos tenían a la mano. Desde la fundación de Tenochtitlan en el año de 1325, las características del islote y el ingenio de los mexicas van a ser determinantes para que este grupo se incline hacia la actividad comercial (Cfr. Yoma y Martos, 1990:20) (citado en Manuel Dávila, 2010).

Desde sus orígenes, el tianguis se ha caracterizado por establecerse en un espacio público, es ahí donde se comienza a construir el espacio simbólico que facilita la interacción social entre vendedores y visitantes, los cuales provienen de diferentes lugares y tienen distintas costumbres, sobre esto Crossa nos dice: “concibo los espacios públicos urbanos no únicamente como espacios físicos con calles, plazas y parques, sino también como espacios sociales” (Crossa, 2008).

El espacio público es más que un espacio territorial, es un espacio social, un espacio común, un espacio ciudadano, colectivo, de todos, que con el crecimiento de la ciudad, y la falta de oportunidades laborales ha sido ocupado por el comercio en vía pública. Este espacio ocupado se va convirtiendo en un lugar simbólico ya que en el pasan mucho tiempo y crean lazos que los unen a otras personas. Es entonces que, en esta investigación se reconocen las relaciones simbólicas que establecen quienes convergen el espacio público, en específico el tianguis, los vendedores, los clientes, los visitantes y los habitantes de los alrededores, tema que se analizó en el primer capítulo

Como se mencionó antes los tianguis se han modificado con el tiempo y se les ha clasificado, en los clásicos puedes encontrar gran variedad de productos, existen otros que se enfocan en productos en específicos así como por días y hasta por tamaños. José Luis Gayosso los clasifica de esta manera:

Tianguis tradicionales: en los cuales se comercia con bienes de consumo básico: fruta, verdura, abarrotes, carne, alimentos preparados, ropa escolar, calzado, utensilios para uso domésticos; por lo regular son pequeños, no pasando de 200 a 300 vendedores aproximadamente y se sitúan generalmente en los centros de las colonias o los barrios; se acercan más a lo que se conoce como mercados sobre ruedas; una cantidad importante de comerciantes son migrantes u oriundos de diversos estados del país y tiene un nivel escolar básico.

Macro tianguis: son tianguis muy grandes tanto en extensión como en el número de tianguistas; una de sus características es que se colocan justo en avenidas principales donde converge un gran número de personas cuyo lugar de residencia es muy variado; y generalmente se extiende sobre un amplio territorio; la diversidad de los giros y productos comerciales es múltiple: se vende todo tipo de mercancías mezclándose con productos de procedencia ilegal debido a que son lugares en donde opera abierta o veladamente la delincuencia organizada. Los tianguis que pueden encontrarse con estas características son, por ejemplo, el tianguis del salado y el de Santa Cruz Meyehualco, en Iztapalapa y el de San Felipe de Jesús, en la Gustavo Madero, etc.

Tianguis especializado: Son concentraciones comerciales callejeras de productos como artesanías, música, productos orgánicos, autos, etc.; generalmente son

tianguis más pequeños en comparación a los dos anteriores y se encuentran mejor organizados. En estos, al limitarse el tipo del producto con el que se comercia difícilmente se expende mercancía ilegal, y en algunos casos solo se coloca durante cierta temporada o, incluso, se pueden colocar más de un día a la semana, a diferencia de los tianguis tradicionales que sólo lo hace una vez por semana. Ejemplo de este tipo de tianguis se encuentran los tianguis de artesanías de Coyoacán y el tianguis del Chopo (Gayosso, 2009).

La gran mayoría de los tianguis están enfocados a las necesidades del ama de casa, ya que se encuentran productos como alimentos, verduras, carnes, pescado, pollo, productos para el hogar como utensilios de cocina, licuadoras, planchas, ollas, también se pueden encontrar plantas, estambres, zapatos y antojitos mexicanos preparados. Pero también se crearon tianguis específicos, es decir, tianguis que en su totalidad venden productos para cierto tipo de público, como lo es el tianguis de música, tianguis de autos, de plantas, de artesanías, zapatos y hasta de animales.

Los dos tianguis estudiados aquí entran en las categorías de tianguis especializado y tianguis tradicional, pues uno de ellos vende necesidades dentro de la canasta básica mientras que el otro se especializa en chácharas o productos de segunda mano.

El tema del tianguis provoca diferentes puntos de vista, debido a su informalidad, es decir, laborar fuera de las reglas de ley, que trabajan sin ninguna prestación de ley y al mismo tiempo alejados de los impuestos, esto sin duda es un tema delicado ya que todas las personas que viven de este trabajo y que se ayudan del comercio

en vía pública evaden impuestos a comparación de los que laboran dentro de la formalidad, Tokman nos dice que:

El sector informal es consecuencia de un exceso de población, la creación de puestos de trabajo dentro del sector informal no responde tanto a la acumulación de capital dentro del mismo, sino que está determinado, principalmente, por el excedente de población que no encuentra ocupación en el resto de la economía y por las posibilidades que ofrezca el mercado de producir o vender algo que genere un ingreso” (Tokman en Cortés, 1979:77)

Trabajar en la informalidad genera conflictos tanto para la sociedad, gobierno y los mismos vendedores, si bien al ser parte de ello se genera una inestabilidad económica en el país, pero también se resuelve un problema de desempleo y que al mismo tiempo genera un conflicto de intereses por el espacio público utilizado.

No son informales los individuos, sino sus hechos y actividades. La informalidad no es tampoco un sector preciso ni estático de la sociedad, sino una zona de penumbra que tiene una larga frontera con el mundo legal y donde los individuos se refugian cuando los costos de cumplir las leyes exceden sus beneficios. Solo en contados casos la informalidad implica no cumplir con todas las leyes; en la mayoría desobedecen disposiciones legales precisas (De Soto, 1978: 12-13)

Es importante decir que la mayoría de los tianguistas fungen esta labor debido a que no tienen otra opción pues no cuentan con estudios, no están preparados para otros empleos, son herencia familiar o simplemente les gusta trabajar de esa manera, lo escrito en párrafos anteriores es para darnos cuenta que el tema del comercio en vía pública es más extenso de lo que parece pues tiene muchas vertientes que se desglosan de él.

En las siguientes páginas se hablará sobre los espacios e interacciones simbólicas dentro del espacio público a través del tianguis pero antes que eso es necesario

hablar un poco sobre la cultura popular para después dar paso a los tianguis de los cuales se ha hecho la investigación.

Cultura popular o cultura urbana, contracultura, de masas, por mencionar algunas son clasificaciones que han sido estudiadas desde diversas perspectivas teóricas, por su parte José Manuel Valenzuela Arce expone que a partir de la década de los sesenta se han realizado diversas investigaciones en donde utilizan el término *cultura popular* o *culturas populares* para el análisis de los sectores subalternos. Agrega diciendo que su profusa utilización, prevalece una visión heterogénea y polisémica de lo popular y sus implicaciones. También señala que las conceptualizaciones sobre lo popular elaboran nociones imprecisas sobre el pueblo, o los umbrales entre lo considerado culto/elitista y lo popular/subalterno; señala la visión casi indigenista –antropológica sobre las prácticas culturales de los grupos dominados y lo folclorizado.

Por otro lado Jorge González concuerda con Valenzuela Arce en relación a la limitada concepción de lo “popular”, “Como si se definiera exclusiva, pero doblemente, por la candidez curtida de los rostros del campo y por la embriaguez exótica de las grequitas y las plumas de sus atuendos” (Jorge González, 1994). Es por esto que afirma que esta visión propició la construcción de un enfoque, como si fuera una terraza en donde se mira todo un panorama a partir del cual se puede contemplar la cultura “popular” en toda su pureza mexicana; en donde está lista para ser retratada, rescatada y valorada por “otra” cultura.

Como Thompson señala: “Valorada por aquella que estaba legitimada desde su producción e instauración por los grupos social y culturalmente dominantes que

observaban las practicas populares, de forma masificada y común, lejanas a las configuraciones estéticas y artísticas de la cultura clásica” (John Thompson, 1999:63).

Arce da una perspectiva en donde los grupos subalternos están sujetos a las imposiciones de los dominantes y la configuración que estos realizan en los ámbitos económico, político y principalmente social/cultural, de tal forma que el poder es ejercido hegemónicamente y de manera reconocida y legitimada.

Finalmente dentro de estas concepciones teóricas sobre el término de cultura “popular” Arce lo determina como una condición situacional que define a las prácticas socioculturales propias, apropiadas, negociadas o recreadas de los sectores subalternos y asevera que las culturas populares cobran forma y sentido en redes de habitación social donde destacan aquellas relacionadas a los ámbitos de naturaleza cotidiana como la familia, el barrio y familiares afectivas que muchas veces se encuentran en disputa con los procesos de socialización institucional u oficial. Con esta definición Arce engloba el concepto de cultura popular a las prácticas culturales, sociales y comunicativas que los grupos socialmente dominados realizan en su vida cotidiana. Mientras que para Thompson el término de cultura popular va más allá que la de Arce pues en su enfoque toda manifestación cultural es valiosa por el uso y la apropiación que las personas hacen de ella, enfatiza el valor simbólico de cada practica popular en cuanto lo que expresa y significa y comunica, así como la forma en que los actores se apropia y reproducen las formas simbólicas en su vida cotidiana.

A partir de estas nociones de la cultura popular podemos iniciar al desarrollo de las relaciones sociales y culturales dentro de los tianguis, y para esto es necesario determinar las formas simbólicas insertas en una matriz cultural como lo es el tianguis y sus características.

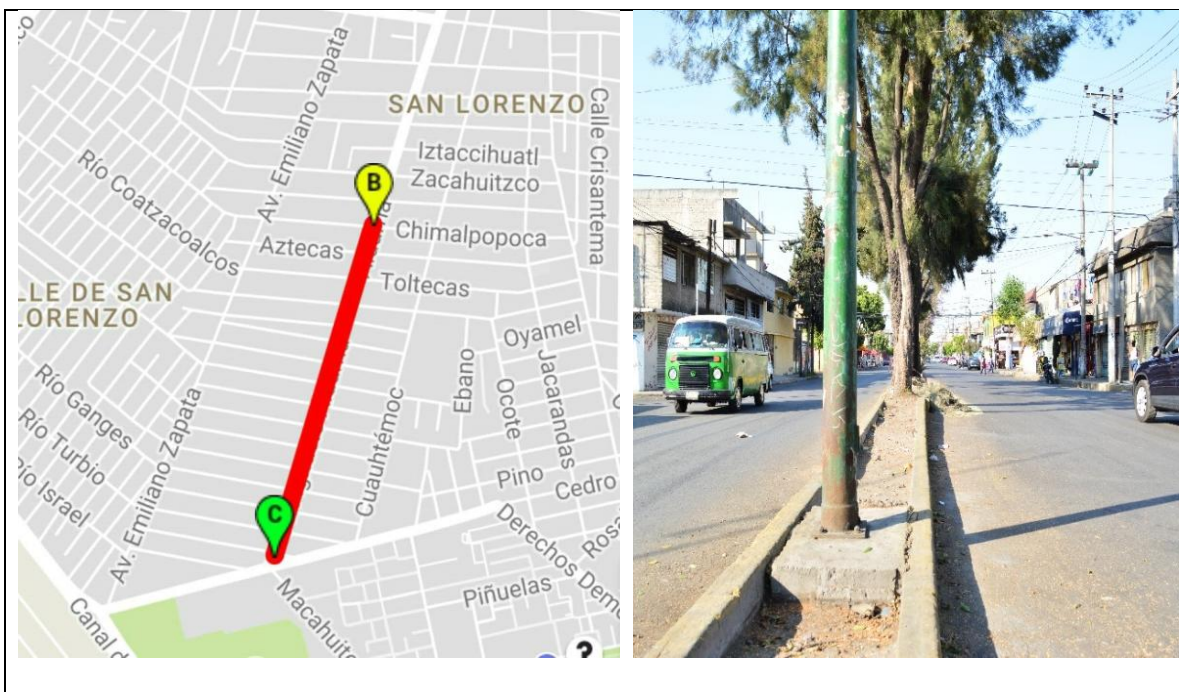
2.2. El tianguis del jueves, la avenida que se transforma cada semana en una fiesta de frutas, verduras y más...

El *tianguis del jueves* conocido también como “el tianguis de Aldama”¹⁴, se encuentra vivo hace más de cincuenta años y creció rápidamente por el número de habitantes con los que contaba en ese entonces. Dentro de la colonia Jardines de San Lorenzo se encuentran dos pequeños mercados alejados por más de un kilómetro, uno conocido como *Mercado de las flores* y el otro *Mercado Benito Juárez*. Es en la década de los ochenta cuando se instala un tianguis sobre la avenida *Aldama* a largo de más de ocho cuabras donde se vendía frutas y verduras, pero con el tiempo se fueron integrando abarrotes, carnes, ropa, zapatos, productos de belleza, ropa de paca, comida y más. Actualmente El *tianguis del jueves* está inscrito en el padrón de tianguis de la delegación Iztapalapa, y cuenta con permiso para ubicarse en esta avenida cada jueves.

Este tianguis se ha caracterizado por funcionar pacíficamente, sólo se han presentado algunos problemas con los negocios a los que obstaculiza el paso como es el caso del lavado de autos, o la empresa dedicada a hacer bolsas de plástico

¹⁴ Es parte de la colonia Jardines de San Lorenzo

que necesita un pequeño espacio para poder salir y surtir sus camionetas. Ocasionalmente han surgido problemas cuando alguno de los tianguistas falta ya que cuentan con un lugar fijo y entonces estos lugares se otorgan a las personas que esporádicamente llegan a vender, ya que tienen que esperar hasta las nueve de la mañana para que esos lugares de los faltantes les sean otorgados.



El tianguis *del jueves* está ubicado en avenida Aldama en la colonia Jardines de San Lorenzo, en la delegación Iztapalapa. En avenida Aldama transita el transporte público así como autos privados, todos los jueves se hace doble carril del lado derecho para que el tianguis ocupe el espacio.

Los tianguistas están organizados y tiene sus propias reglas, hay que estar a las nueve de la mañana a más tardar para instalarse e irse antes de las siete de la tarde, al finalizar la jornada de trabajo llegan los encargados de limpiar el lugar.

Utilizan lonas de un color especial para sus puestos como la mayoría de los tianguis, al respecto se le preguntó al encargado del tianguis Francisco Gutiérrez ¿a qué se debe el color rojo? A lo que respondió: “solo sé que es por tradición, desde que lo conozco ha sido de ese color, tal vez cuando se hizo el padrón la delegación les hizo escoger algún color y eligieron el rojo.”

La avenida Aldama está llena de comercios en todas sus variedades, tortas, mecánicos, tiendas, costureros, vulcanizadoras, librerías, y tiendas de regalo, también se encuentran los puestos de antojitos, jugos y quesadillas, estos locales y estos puestos los días jueves aumentan sus ventas por toda la gente que llega al tianguis, sin duda es un día en que ellos pueden vender un poco más que en otros días. Como en toda vía pública hay afectaciones y en este caso son las combis y los camiones que tienen su ruta por la avenida Aldama, puesto que con la instalación del tianguis en la mitad de esta avenida los días jueves se convierte en doble sentido para poder circular de manera un poco ordenada. Con el tiempo y con las dificultades económicas por las que atraviesa el país, este tianguis ha crecido y ahora recorre hasta donde termina la avenida Aldama e incluso sigue hacia dentro de las calles, todos estos puestos nuevos en su gran mayoría son de segunda mano, ropa usada, objetos usados, herramientas y puestos de comida.

Por otro lado, el *tianguis del jueves* ha sido utilizado con fines políticos puesto que en alguna ocasión se les obligo a afiliarse al partido político PRD, condicionándolos a perder su lugar si no hacían la afiliación, e incluso pidiéndoles a los tianguistas a acudir a manifestaciones, cuando es temporada de elecciones, el *tianguis del jueves*

no está exento de utilizarse con fines políticos. Esto lo menciona en la entrevista Josefina Esquivel.¹⁵

Actualmente el *tianguis del jueves* es uno de los más visitados por los vecinos de la colonia, los tianguistas nunca faltan e incluso persisten si el clima no les favorece. El tianguis cuenta con más de seiscientos puestos, algunos tianguistas son de la colonia y otros más vienen de las colonias vecinas.

Por otra parte, entrando al tema de lo simbólico, el tianguis del *Jueves* al llevar más de cincuenta años de existencia es claro que dentro de él la cultura se manifiesta por todos lados, formas simbólicas de ver el espacio, ha existido tanto tiempo que ha ido de generación en generación, se ha hecho amistades, compadrazgos, familias. Como se ha mencionado, la cultura se crea a través de códigos, símbolos, costumbres, esto a través de la interacción de las personas.

Esto se puede comprobar en la entrevista que se le hizo a la tianguista Josefina Esquivel quien nos comenta lo siguiente en relación a las relaciones que ha establecido con personas que acuden al tianguis:

qué crees que sí, llegan como clientes y terminan siendo amigos, bueno yo así lo veo mis amigos qué pasan a convertirse parte de mi vida diaria, cotidiana bueno y es una parte muy importante para mí porque de cada uno de ellos he aprendido, hójole infinidad de cosas y de mis compañeros ni te digo aprendido muchas cosas. Mi hija es parte del tianguis, me embarace y nació y seguí trabajando aquí, prácticamente nació aquí, su madrina es una amiga que también vende aquí, y aquí la conocí. Cuando es cumpleaños de alguien se lo celebramos

¹⁵ *...ha habido candidatos que vienen, cuando quieren votos eh, vienen a decirnos los beneficios que tenemos que podemos llegar a una hora, levantarnos a una hora, que tenemos la libertad de vender lo que queramos y el giro que tengamos y todo eso, pero éste es una libertad que nosotros tenemos, nadie nos pone horarios y no nos dicen de un límite de horario, pero también tenemos obligaciones cómo mantener las calles en buen estado y todo eso, pero así nada más porque quieren nuestros los votos pero cuando pasa ya nos olvidan y todas las broncas se las lleva el delegado, ya no la gente.*

y compramos pastel y toda la cosa, el de los discos nos pone las mañanitas (risas) y cuando se hacen fiestas más importantes también somos invitados.

Es por esto que se puede decir que las manifestaciones que se representan en los tianguis quedan en la memoria colectiva, los diferentes códigos como cuando tienen un chillido particular en donde sólo ellos saben lo que significa ese chillido, o sus palabras sin necesidad de una oración completa como: ¿ya?, ¿a qué hora?, y los símbolos creados entre ellos, y la ritualidad del intercambio entre los diferentes actores que consumen y realizan esta práctica popular facilitan la interacción y conformación de grupos socialmente a fines. Por su parte la recepción es un proceso en donde los actores se apropian de las prácticas populares dentro del tianguis, los usos que le dan a los códigos que manejan en las prácticas de consumo. Dentro del comercio público los actores no sólo satisfacen sus necesidades de consumo sino también entablan una interacción al interior del núcleo familiar en cada visita.

A	6	AMERICA	7	TOLUCA	8	JAGUARES	9	SANTOS
		PUEBLA		VERACRUZ		MORELIA		CRUZ AZUL
		1 2 3 4 5 6 7 8 9		1 2 3 4 5 6 7 8 9		1 2 3 4 5 6 7 8 9		1 2 3 4 5 6 7 8 9
1		HENRY	L V V L L V L V L	151		DIEGO \$\$xs	V V L V V L L L L	
2		MODESTO MARTINEZ	E E V V E L L L V	152		JUNINHO	L E E E L L L L L	
3		CHANKLITA	L V V E L L L L V	153		GIOVANNO HDEZ.MAYA	L V L E V L L L V	
4		CHAVA GOL	L V L L E L L L L	154		ELVERGALARGA	L E L L L L L L L	
5		SABROSO M.X.	E L E E E L L L E	155		SILVER CGI	L V V E E L L L E	
6		3 ESTRELLAS	L V V L V L L L L	156		LUIS ANGEL B.	E V V L L L E L V	
7		3 ESTRELLAS	L L E L L L L L L	157		CAUTERUCCIA	L L V L E L L E V	
8		BRUJITA	L V V L L L L E E	158		PAPAS	E L E E E L L E V	
9		GALLO N°10	V L E L E V L V V	159		PAPAS	L E L E E L L L V	
10		TODAS MIAS	V V L V L L L V V	160		FERRIZ	E E E E E E E E E	
11		TRINI LOPEZ	E V V L E E L L V	161		FERRIZ	L V L L V L L L V	
12		CHUY-	L V V L V L L L L	162		COBY	L V E V E L L L V	
13		CHUY	L V V V V L L L L	163		ALEX S.D	E L V E V E L L V	
14		VILAR	V V V L L L L L L	164		MARCOS YAÑEZ HDZ.	L L E V L E L V L	
15		TRINY LOPEZ	L E V L L L L L E	165		ARROLLO	L L L L L L L L L	
16		TRINY LOPEZ	E L E L L L L L E	166		ADD	L V V L E L L E E	
17		OSMAR 73	L V L L E E L L L	167		JUDITH	L E V L L L L L L	
18		RFC	L V E V V E L L L					
19		FIERRITOS	E V E V E V L L L					
20		PANTERA	V L E L V E L L E					
21		AMORCITO	V L V L V L L E L					
22		LEYDI	L E V E E V L V L					
23		TAVO	L E L L V L L L L					
24		AM	L L L V V E E L V					
25		MA	L E V E V L V L E					
26		CHELO P	L E E V E L L L E					
27		CHELO B	L V E E E L L L E					
28		TOYO	L L E L L L L L L					
29		TOYO	L L V E L L L L V					
30		CRUZ	E E E L L L L L E					
31		DIEGO	L L L L L L L L V					
32		LO S DOS PUTOS	E V E V V E E L L					
33		CHIKIS	E L L V V L L V V					
34		LUIS BENITEZ	E L E L L L L L L					
35		LUIS BENITEZ	L E V E L L L V L					
36		JOYAS	L E V L E L V L E					
37		PRIMO	L L L V L V L L V					
38		DIEGO P.	L V L V V L L V V					
39		YOSI	L L E V L E E L L					
40		LESLIE	L L E V L L L L L					
41		REGINA	L V L E L E E L V					
42		GOTA DE ANGEL	E V L L L L L V V					
43		VICHO	L V L E E L L L L					
44		GERARD	L V E L V L L E V					
45		CHES	V V L E V E L L V					
46		CHA CHALACA	V V V L V L L E V					
47		EL VENAS	E L L V L L E L V					
48		AUSENCIO	E E V L E E L V L					
49		FCO MEZA	L L V E E L E V V					
50		DAVID Y VIRI	L E V V V L L E L					

**JORNADA 6
PARTICIPAN
#166**

DEL 10 AL 12 DE FEBRERO 2017

SI AL ENTREGAR
TU QUINIELA
LE FALTA UNA
CASILLA LLENA SE
TOMARA COMO LOCAL
SI MARCAS DE
MAS SE TOMARA A
CRITERIO DE LA
PRIMERA MARCADA,
SI EL VIERNES AL
ENTREGAR HOJA DE
TU RESULTADOS
NO AS LIQUIDADADO
Y TE LA LLEGARAS
A LLEVAR SE
TE DESCOTARA
LA MITAD DEL
PREMIO SI TE
TOCA COMPARTIDO
O COMPLETO.
RECUERDA SI GANASTE
Y NO PAGASTE
ANTES DEL SABADO
YA TE CHINGASTE.

SI NO TE GUSTA QUE SE TE COBRE LA QUINIELA
PAGALA AL MOMENTO DE ENTREGAR TU PEPELETA
O AL ENTREGARTE TU HOJA DE PRONOSTICOS

BOLSA

\$3,507

**PARTIDO SUSPENDIDO
O INCONCLUIDO
SERA ANULADO
DE LA QUINIELA.
LAS PROXIMAS
QUINIELAS
SE RECIBEN LOS
DIAS MARTES Y
MIERCOLES
A MAS TARDAR.
!EL JUEVES
YA NO
ENTRAN;
COMENZANDO
EL PRIMER PARTIDO
NO SE ACEPTAN
RECLAMACIONES.
EL PREMIO
SE ENTREGA
EL DIA JUEVES
POR LA TARDE.**

**SUERTE A
TODOS
LOS QUE
PARTICIPAN.**

Los comerciantes hacen su quiniela de fútbol, se registran con su nombre o apodo, y pueden jugar hombres y mujeres.

En el caso de los tianguis las formas simbólicas son aquellas expresiones de un sujeto a otro que comunican y significan para el otro, siempre y cuando se comparta el mismo escenario o espacio. Los comerciantes y consumidores de los tianguis se comunican continuamente a través de la actividad comercial, pero el acto no sólo se limita a una actividad comercial sino que implica una serie de actos sociales y culturales. Es por ello que podemos decir que en las prácticas culturales cotidianas está implícito un acto comunicativo que a su vez saca un acto simbólico que comunica por sí solo y que lo importante es que interviene en la interacción de los actores en cuestión.

Sobre esto Thompson hace referencia en que toda forma simbólica, expresión de un sujeto para otro sujeto, se encuentra inserta en un contexto socio histórico que a su vez determinan las prácticas sociales. Un ejemplo sobre una práctica dentro del *tianguis del jueves* es su quiniela de fútbol. Todo aquel que quiera jugar lo puede hacer, la quiniela va desde diez hasta cincuenta pesos, y al final el premio es repartido entre los ganadores. Otra práctica más es la peregrinación que hacen cada año para visitar al señor de Chalma y a la basílica de Guadalupe; además de esto también el día del niño hacen dinámicas y juegos en donde reparten comida. Es por ello que las prácticas culturales y sociales siempre están dentro del tianguis de alguna manera, ya sea entre los propios comerciantes o entre cliente y comerciante.



Al tianguis acude todo tipo de personas, compran o se distraen de la rutina



Entre pasillos siempre habrá algún vendedor que te ofrezca nieves, aguas, ajos y más



Hay tianguistas que traen sus productos desde Milpa Alta

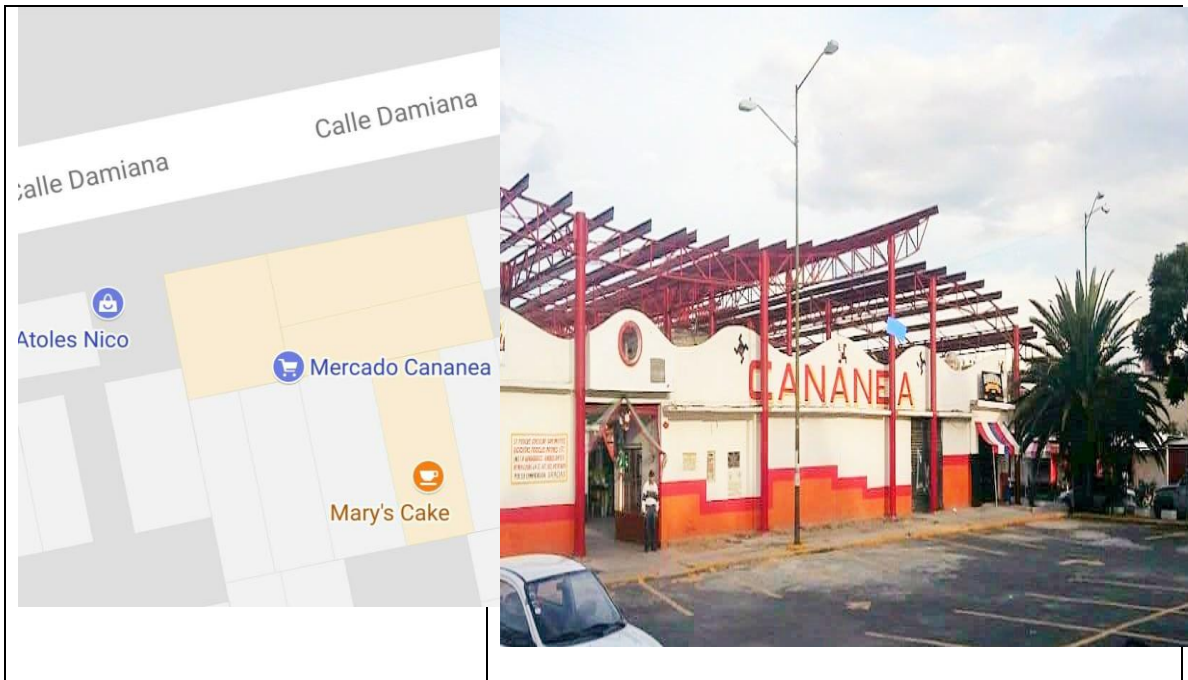
2.3 El tianguis de las chácharas en Cananea

Cananea es una colonia que cuenta con más de cinco secciones, fue construida a principios de la década de los ochenta por un colectivo de personas que buscaban un patrimonio propio, para comenzar este proyecto se reunieron en Fideicomiso Fondo Nacional de Habitaciones Populares para solicitar permiso para vivienda y de la misma manera lugar para establecer la vivienda, hasta que les fue concedido el lugar ahora llamado colonia el Molino y colonia Cananea. Día con día todas las personas se organizaban para cuidar su vivienda, hacer labor de mantenimiento y hacer una mejor comunidad, hasta que llegó el momento en que Cananea contó con más y mejores servicios, y entonces los vecinos hicieron el primer mercado llamándolo del mismo nombre que la colonia. Años más tarde surge el mercado del Molino este mercado fue ubicado justo al lado del mercado de Cananea y con ello empezaron a surgir parques recreativos, áreas verdes, un deportivo, incluso una iglesia propia. La colonia Cananea está rodeada por otras colonias El Molino Tezonco departamentos del frente popular Francisco Villa, la planta y muy cerca de ella se encuentra Jardines de San Lorenzo. Cabe mencionar que en el pasado terremoto del 19 de septiembre del 2017 la colonia El molino, y La Planta sufrieron daños a sus viviendas, se abrió una grieta en la calle Damiana, calle que recorre el mercado y explanada Cananea, esta grieta cerro el paso a los vehículos pero afortunadamente no ocasionó ningún daño al mercado ni a la explanada.

La colonia Cananea es muy conocida por su singular nombre y por su explanada tan famosa conocida como “explanada de Cananea”, ésta fue creada con un fin cultural y recreativo, y se encuentra justo enfrente del mercado. Los mercados

Cananea y el Molino, la utilizan cuando realizan eventos de sus aniversarios. En el año 1997 la explanada empezó a ser utilizada con fines comerciales, algunas personas comenzaron a instalarse un par de horas los fines de semana dentro de esta explanada para vender productos de segunda mano comúnmente llamadas “chácharas” al principio no le molestaba a ninguna persona, nadie estuvo en contra de esto, pero esto fue aumentando con el tiempo, ya no eran sólo dos o tres personas, la plaza de cananea se fue llenando en su totalidad, ya no era la necesidad de unos cuantos, era también el lado opuesto, pues no había la necesidad de vender, sino de comprar cosas a menor precio aunque éstas fueran usadas.

Con esta demanda sale a su custodia el mercado de Cananea proclamando que dicha explanada les corresponde a ellos y entonces el propio mercado se hace cargo de los comerciantes del tianguis de las chácharas, en ese tiempo los habitantes protestaron pero no con gran insistencia, se logró crear una comisión tripartita integrada por el mercado, colonos y tianguistas. En esta comisión se proclamó que cada sábado y domingo se cobraría un monto económico por cada día de plaza dependiendo del tamaño del lugar con que se contara, quedaba estrictamente prohibido vender cosas nuevas y mucho menos vender productos que existieran dentro del mercado. Esto no fue del agrado de los comerciantes pero lo aceptaron.



El mercado de Cananea junto con la explanada, se encuentra en la calle Damiana, en la colonia Cananea, delegación Iztapalapa. El mercado es el encargado del *tianguis de las Chácharas*, y comparte la explanada con el mercado el Molino.

A lado del mercado de Cananea surgió el “mercado el Molino” perteneciente a la colonia vecina y al frente popular Francisco Villa, ambos mercados comparten la gran explanada, cada uno cobra la plaza del espacio que les corresponde, el mercado Cananea cobra una plaza entre los 10 y 50 pesos dependiendo el espacio que se utilice, esto para pagar la limpieza del lugar entre otras cosas, a diferencia del mercado del molino quienes pertenecen Frente Popular Francisco Villa, y entre los requisitos que ellos piden para poder vender de ese lado de la explanada, es, marchar con ellos cuando se requieras o pagar una penalización en caso de que no se quiera asistir, además de una plaza el día que el tianguis se establece y asistir los días jueves para barrer la explanada y dejarla limpia para el fin de semana.

Cada fin de semana sigue aumentando la demanda de quienes quieren un lugar para vender, vecinos, personas de otras delegaciones, otras colonias y hasta los propios dueños del mercado aprovechan el fin de semana para vender sus chácharas. Con el tiempo se dieron lugares fijos a personas que cada fin de semana se presentaban a vender llegando casi a la totalidad de la plaza ocupada, es entonces que para que alguien nuevo pueda vender tiene que esperar hasta las nueve de la mañana para que se le dé el lugar de alguien que haya faltado ese día.

Siempre ha habido algunos conflictos, y uno de los más grandes fue cuando se hizo la modificación del reglamento en donde se dice que los lugares fijos no se heredan, esto causó molestia en los comerciantes tratando de deslindarse del mercado pero esto no fue posible, hasta la actualidad el tianguis pertenece al mercado y sus productos se basan solo en chácharas.

Lo anterior es solo un poco de la historia del tianguis de las chácharas y de las situaciones que se dan dentro de él, todo esto para darnos cuenta de que las prácticas sociales y culturales también se dan dentro de este espacio simbólico todos los fines de semana; en la entrevista realizada a Alejandra Rodríguez donde nos habla sobre sus visitas al tianguis y nos expresa que le gusta ir a distraerse.

Pues me gusta ir al tianguis porque distraigo y paseo porque casi no salgo por cuidar a mis hijas.

Por otro lado, en la observación participante se pudo dar cuenta de que la relación que existe entre los comerciantes es más cercana a la de sólo ser compañeros de trabajo, sino que la interacción que existe entre estos dos actores llega a una amistad creando lazos de confianza. Además estos mismos crean códigos y

símbolos, por ejemplo, dentro del *tianguis de las chácharas* los comerciantes repartieron a cada uno un silbato que sirve de ayuda a aquel este siendo asaltado. Si alguien se da cuenta de que una persona está siendo atacada, silban con el silbato para que todos los demás puedan ayudar.

Por otra parte está la entrevista a Amalia Bocanegra comerciante del tianguis de las chácharas quien nos cuenta que sus mejores amigas son personas que conoció en el tianguis, y que gracias a los años de amistad conviven fuera del tianguis, en fiestas y reuniones además de que en el tianguis comparten la hora del desayuno y la comida, Amalia lo dice así: *uy, sí, con muchas personas, tengo muchas amigas aquí tuve a mi mejor amiga que en paz descanse, he hecho amistad con muchas personas, luego se quedan aquí en el puesto un rato platicando conmigo.*

Es por lo anterior que la producción de formas simbólicas en el comercio público, como los espacios simbólicos que generan procesos de interacción en los cuales se crean códigos se valen de los actores para reafirmar el intercambio cultural e ideológico, además del consumo de bienes materiales y culturales que se dan bajo un contexto social e histórico que incide en la producción de acciones y expresiones de los sujetos que se apropian de esta práctica cultural y comunicativa. En cuanto a la transmisión de formas simbólicas indicaremos que esta se remite a la manera en que interactúan los actores dentro del tianguis ya sea entre los comerciantes y clientes o la sociabilización dentro de la red de comerciantes.



Los clientes aprovechan para darle un paseo a sus mascotas

|Una producción de formas simbólicas más es la del intercambio cultural, dentro de la observación participante se pudo dar cuenta de que al *tianguis de las Chácharas* llegan tanto personas de delegaciones vecinas como de personas de otros estados del país, un ejemplo es el invidente de la región de Oaxaca que vende su artesanía y al mismo tiempo toca la guitarra para recibir algunas monedas, en el transcurso del día este actor se relaciona con sus compañeros vecinos a los cuales les cuenta sus historias vividas en su estado de origen.



Hombre que viene de Oaxaca, es invidente, vende artesanía y canta.



Entre las chácharas puedes encontrar desde ropa, zapatos y todo tipo de utensilios.

Un ejemplo más es la señora Angélica que cada veinte días llega a este tianguis a surtirse de mercancía para revender en una región del estado de Veracruz, la señora Angélica recorre el tianguis en busca de ropa en buen estado, aunque también llega con sus vendedores de base a quienes cada que llega a comprarles les obsequia algún suvenir de Veracruz (chiles secos, semillas, queso) esto en forma de agradecimiento, además de que mientras ella elige la ropa de su agrado les cuenta sus anécdotas vividas en Veracruz.



Las mujeres acuden con sus hijos a vender, colocan sus productos en el piso y al no tener donde sentarse ocupan el piso para descansar un momento.



Hay familias que acuden a vender incluso con bebés, hasta los niños ayudan en el negocio.



Los comerciantes improvisan en el lugar para poder estar lo mejor cómodos posibles, acuden en conjunto para apoyarse entre ellos.

Los clientes que visitan estos tianguis suelen pasar un momento de convivencia con la familia, no siempre van a comprar, sino que lo toman como un paseo familiar, así lo comenta Claudia en la entrevista:

Al tianguis de La Chácharas van mis tres hermanas, mi mamá mi papá los hijos y los esposos cuando pueden, me gusta ir a la paca. Y a las chácharas voy cada ocho días porque si encuentro cosas digamos un juguete barato que en otro lado está más caro. Pero a veces solo vamos a distraernos, no siempre compramos.

El tianguis *del jueves y de las chácharas* son muy diferentes, mientras uno se especializa en productos de segunda mano, el otro en frutas, verduras y todo lo que integra la canasta básica pero en lo que son similares es que en ambos se construye un espacio simbólico. Durante doce horas convierten un lugar en un hogar, comen, desayunan, se enojan, se cansan, trabajan y al final regresan a su otro hogar, mientras que los clientes se abastecen, lo disfrutan como un momento de distracción, de paseo, y de convivencia.

*“A través de la fotografía
Es la manera más tangible que tengo de mostrar
Lo que mis ojos ven y que muchos no tienen acceso.”
Hizzellynni Powerina Halley*

CAPÍTULO 3. LA FOTOGRAFÍA COMO MEDIO DE CONOCIMIENTO Y COMUNICACIÓN

La forma de mirar al mundo cambió con la fotografía¹⁶, desplazó a la pintura en su función de representar al mundo, ya que se consideró que la fotografía era más icónica e inmediata, en cuestión de segundos se lograba captar el mundo, y con su difusión se podía llegar a diferentes continentes. Revolucionó la forma de conocer ciudades, personas, temáticas sociales y políticas puesto que se podía mirar aquello que no se podía vivir físicamente.

La fotografía es una herramienta para el *conocimiento*, por ejemplo existe la fotografía microscópica, astronómica, científica y fotomicrografía y proporciona información específica. Pero también una foto nos acerca a lugares donde nunca pensamos llegar, podemos ver en ella lo que está lejos, nos informa cuando se trata de un acontecimiento importante, o de algún logro, por otro lado nos hace sentir,

¹⁶ Dentro de la historia general de la fotografía, la de tipo documental ha transitado por tres etapas: la primera parte del siglo XIX, donde el álbum familiar, el retrato, la fotografía de estudio fue un documento y sucedió en 1850, solo tenían acceso la clase alta y media burguesa. La categoría de los fotógrafos se media por la calidad y cantidad de retratos que colgaban en sus escaparates. La segunda fase fue en la primera mitad del siglo XX, inicia con Jacob Riis (1849-1924), y con Lewis Hine (1879-1940), y su preocupación por el trabajo infantil, fueron los primeros “documentalistas sociales” que juntos convirtieron la fotografía documental en un estudio de la condición humana.

La tercera fase fue en la segunda mitad del siglo XX, aquí la fotografía documental entra en una fase contemporánea de su evolución marcada por los avances tecnológicos. En esta etapa se comenzó a utilizar color en la fotografía. Así como los avances tecnológicos en la sensibilidad de la película a la luz lo que permite incrementar la velocidad en la toma fotográfica.

nos transporta a otro mundo, nos da la sensación de estar ahí, y nos ayuda a recordar.

Ya que la fotografía es una herramienta para el conocimiento, puede proporcionar además de información participar de la construcción de ideas sobre algún tema en especial, por ejemplo, en la biología es una herramienta para catalogar tipos de plantas o animales, la imagen fotográfica es una herramienta obligada y construye conocimiento.

En ese sentido, Piaget¹⁷ habla sobre este tema en su teoría ontogenética y propone que los sujetos en su día necesitan ordenar y categorizar el mundo para que desarrolle su inteligencia, mientras que Vigotsky estaba interesado por la manera en que los niños interiorizan el mundo social y cultural. Lo importante de estas dos teorías es que las dos proponen que el desarrollo de la inteligencia está relacionada con la adquisición del conocimiento a través de la imagen, puesto que la imagen es indispensable para ayudar al entendimiento de cualquier tema pues es lo que está más cercano a la realidad que se desea conocer. Por ejemplo los niños al interiorizar el mundo a través de los procesos de percepción, atención y memoria lo comprenden mejor y es entonces que ayuda a aumentar su conocimiento. Desde el punto de vista de esta investigación es que gran parte de esa información se procesa a través de la visión por lo tanto es una herramienta fundamental para la adquisición de conocimiento.

¹⁷ Jean William Fritz Piaget, Psicólogo y biólogo Suizo, famoso por su teoría constructivista del desarrollo de los conocimientos.

En relación al conocimiento y la fotografía es necesario reconocer que el concepto de imagen fotográfica, desde su invención hasta nuestros días, se ha ido construyendo, distintos autores la han definido, desde diferentes enfoques, a continuación veremos algunas definiciones de aproximación a la fotografía desde diferentes concepciones.

Joan Fontcuberta habla sobre la fotografía diciendo que:

La fotografía es un signo que, efectivamente, requiere para su consecución una relación de causalidad física con el objeto. El objeto se representa a sí mismo mediante la luz que refleja. La imagen no es más que el rastro del impacto de esa luz sobre la superficie fotosensible: un rastro almacenado, un rastro memoria. (Fontcuberta, 1997:78).

Distinto a lo que dice Fontcuberta, Bourdieu opina que: “Podemos empezar por entender la fotografía como una imitación, la más perfecta, de la realidad. En segunda instancia tendríamos que entender que la fotografía tiene efecto de realidad”. (Bourdieu, 2003:181) Para Bourdieu la fotografía es el resultado de un sistema convencional al que se le han asignado unos usos sociales considerados realistas y objetivos.

La definición de Fontcuberta es más amplia pero las dos hablan de cosas muy importantes, mientras que Fontcuberta nos habla de la representación, la luz, el signo y la huella, que son características significativas que representan la mirada de quien fotografía, Bourdieu habla del uso real y objetivo, en donde la fotografía es lo más cercano a la realidad aunque no es la realidad tal cual se vive. Es rescatable lo que cada uno dice aunque son un poco contradictorias, la fotografía se compone de cuestiones técnicas como lo habla Fontcuberta, la luz representa todo, sin ella no existe la fotografía, los elementos formales son una parte de la fotografía y el sentido objetivo o subjetivo componen la otra parte, es decir, la fotografía se puede leer

técnicamente pero también se lee por la composición, y Bourdieu nos dice que la fotografía tiene efecto de realidad pero lo que se piensa es que es una representación de la realidad mas no la realidad como algo literal.

Un planteamiento más es el de Brisset en donde considera que los discursos se refieren a la utilización antropológica de la foto, es decir, la asignación de mensajes fotográficos está culturalmente determinado, no se impone como evidencia para todo receptor, en tanto que se trata de algo codificado; no hay mimesis¹⁸ ni transparencia. Siempre hay un proceso interpretativo que revela su carácter polisémico¹⁹.

Mientras que Roland Barthes dice que: “la fotografía es literalmente una emanación del referente que puede mentir sobre el sentido de las cosas, pero no puede mentir sobre su existencia. Toda fotografía es así un certificado de presencia.” (Roland Barthes, 1980). Siendo esto cercano a lo que dice Fontcuberta en relación a la huella. Cada una de estas afirmaciones tiene parte de certeza en lo que dicen, cada una nos aporta algo con lo que se construye la fotografía, y de estas aportaciones podría haber una definición más completa de lo que es la fotografía.

A partir de lo que han escrito diferentes autores, y ahora en propias palabras, las imágenes captadas a través de una cámara interpretan la realidad, y obedecen a una intención que depende de quién captura las imágenes, también son polisémicas, y pueden participar de la memoria o recuerdo. Las fotografías puede

¹⁸ Mímesis: En las poéticas clásicas, imitación en el arte de la naturaleza, entendida como objeto de la obra artística. (www.wordreference.com).

¹⁹ Polisémico: se aplica a la palabra que tiene más de un significado: la palabra órgano es polisémica. (www.es.thefreedictionary.com)

avalar un hecho o acontecimiento, Pero el rol que juega el fotógrafo es sumamente importante ya que es su mirada lo que hace a una fotografía y no la cámara, en ese sentido es la interpretación del fotógrafo lo que puede construir un discurso visual.

Actualmente la fotografía se ha convertido en una práctica muy importante del ser humano, ya que permite crear, encapsular, informar y mostrar una historia, un acontecimiento o un momento importante. La fotografía, es uno de los medios de representación más revolucionarios y a diferencia de la pintura, o la escultura surgió hace apenas poco menos de 200 años.

“El salto de la fotografía análoga a la digital, y la democratización de esta última que vivimos en la actualidad, han marcado el camino para una transformación cultural en cuanto a la manera como nos miramos, como observamos al mundo y como nos hacemos visibles ante los demás. Este gigantesco cambio ha constituido la base sobre la que estamos construyendo la cultura de la visibilidad, el imperio de la imagen y la apropiación de las herramientas para capturar visualmente la vida. Las casi infinitas posibilidades de la fotografía digital, sumada a la explosión de las redes sociales y los cientos de aplicaciones de edición digital disponibles online, pone en manos del mundo ilimitadas oportunidades para participar en el show de información visual que caracteriza a nuestra época.” (Julián Gómez. 2013)

Actualmente vivimos en una época donde la imagen visual domina en la comunicación. Es a través de la imagen fotográfica que se muestran sucesos o acontecimientos, como por ejemplo en los blogs, redes sociales e internet en general además de espectaculares y publicidad. Específicamente en el entorno digital podemos informarnos o formarnos una opinión personal. Actualmente la imagen fotográfica digital ha adquirido una gran fuerza dentro de nuestra vida cotidiana, ya que aplicaciones como Instagram, Facebook, flicker, Tumblr, twitter, y Foursquare permiten compartir fotografías y facilitan que se difundan a todo el mundo.

De esta misma manera la fotografía²⁰ llega a diferentes públicos ya que ha ganado presencia en distintos tipos de espacios, como los museos donde se presentan exposiciones con diferentes temas y autores; o en espacios públicos como las rejas de Chapultepec o las del Instituto Mexicano del Seguro Social; al interior del Sistema de Transporte Colectivo Metro; e incluso, en lugares más específicos pero no menos importantes como lo son los FAROS²¹, las casas de cultura, parques temáticos y recreativos.

Oscar Colorado habla de la fotografía de la siguiente manera:

“La fotografía forma parte del tramado social del ser humano, Aunque frecuentemente se le desea otorgar el papel testimonial se ha imbricado en la vida del ser humano. Hoy la fotografía tan incorporada está a la vida social que, a fuerza de verla, nadie le advierte. Uno de sus rasgos más característicos es la idéntica aceptación que recibe de todas las capas sociales.”
(Colorado, 2008)

Como dice Colorado, la fotografía está tan cerca de todos que ya forma parte de la vida diaria, y está al alcance de casi todos, ya que debido a la era tecnológica en que vivimos las cámaras fotográficas están dentro de los celulares y no solo eso, además, ya forma parte de la vida diaria, de la ciudad, la fotografía está incorporada en la ciudad, basta con voltear a cualquier lugar y ver publicidad de marcas, que se apoyan de la fotografía, es por eso que está al alcance de los diferentes estratos sociales.

²⁰ La primera cámara fotográfica fue hecha por Charles y Vincent Chevalier, esta cámara fue hecha de madera y Louis Jacques Mandé Daguerre²⁰ fue quien la perfeccionó y dio a conocer, es cuando la impresión química de imágenes se conoció como daguerrotipia. Sus antecedentes se remontan al siglo V, Aristóteles hizo observaciones de los efectos de luz, y construyó la primera cámara oscura. Para el siglo XV Leonardo Da Vinci retomó la cámara oscura y la utilizó para dibujar objetos reflejados en ella, ya en el siglo XVI el físico italiano Giovanni Batista Della Porta colocó una lente biconvexa frente al orificio, consiguiendo así más nitidez y luminosidad en la imagen, esto representó un gran avance en la formación de la imagen.

²¹ Fábrica de Artes y Oficios. En estos recintos no solo se hacen exposiciones fotográficas sino también conferencias, talleres, festivales, y conciertos.

Se considera que es a través del medio fotográfico y de sus principales géneros como: la foto noticia, el tofo reportaje, y foto ensayo es que se puede dar a conocer un tema o bien mostrar un acontecimiento y propiciar que cada quien interprete lo que está viendo, debido a ello es que se considera que la fotografía comunica. Se puede decir que la fotografía no tiene límites y se puede fotografiar casi todo.

La fotografía es un medio que puede llegar al público, permite dar a conocer un tema de interés en diferentes ámbitos como: sociales, culturales y artísticos. Debido a ello específicamente es el interés de mostrar las relaciones sociales y culturales que se dan dentro del tianguis, a partir de la fotografía.

Se considera que a través del medio fotográfico es posible mostrar lo que sucede dentro del tianguis como espacio simbólico y un espacio de trabajo: donde las personas conviven, se relacionan, se conocen, habitan y ríen, donde hay una actividad comercial pero también donde hay un encuentro cultural. Es a través de la fotografía y en concreto del género de ensayo fotográfico que se considera pertinente mostrar el tema de la presente investigación, esto se ve reflejado en las fotografías donde se muestra a los tianguistas interactuando con otras personas, donde se les nota conviviendo dentro del tianguis.

Debido a ello el objetivo específico de la presente investigación fue conocer las relaciones simbólicas que se establecen entre quienes convergen en el espacio público del *tianguis del Jueves* en avenida Aldama y el *tianguis de Chácharas* en la explanada de Cananea correspondientes a la delegación Iztapalapa, y mostrarlo a través de una narración visual: un ensayo fotográfico.

3.1 La fotografía documental

La fotografía surge en un momento donde el pensamiento científico y positivista estaba en auge y por ello se usaba para probar o comprobar. La invención de la foto surge a partir de distintos avances tecnológicos y a su vez tiene implicaciones tecnológicas, científicas y culturales muy importantes.

“Durante décadas la fotografía era prueba que ofrecía certezas incuestionables. Se le utilizaba para mostrar y hacer patente la verdad o falsedad de un acontecimiento, hecho o situación. En tal sentido constituía una evidencia.” (Oscar Colorado, 2013). Esto no ha cambiado pues actualmente la fotografía sigue siendo una prueba del algún hecho, para desmentir o para mentir. Esta sirve para documentar situaciones o momentos de cualquier tipo, y como ya se dijo, está al alcance de la mayoría de las personas.

Documentar es una intención que el fotógrafo decide seguir, de forma que su trabajo puede tener la características de ser más o menos documental. De hecho se puede decir que toda fotografía es un documento, una huella de algo, incluso aquellas fotografías concebidas como creaciones artísticas o bien sumamente manipuladas con fines expresivos. Pero específicamente en la fotografía de tipo documental hay una clara intención para apegarse más a la realidad, pues como se acaba de mencionar la intención de ésta es documentar un suceso o acontecimiento, es por esto que la fotografía es solo una representación de la realidad, es lo más cercano a lo que uno ve y vive.

En el libro *La Historia de la fotografía*, Beaumont Newhall cita la siguiente definición:

“Documental (es) un texto original y oficial, en el que se descansa como base,

prueba o apoyo de alguna otra cosa, en su sentido más extendido, incluyendo todo escrito, libro u otro soporte que transmita información”. (Newhall, 1993:235). Dicho en otras palabras, lo documental sería una información original sobre determinado tema, a través de un medio que pruebe algún hecho o circunstancia, así cualquier fotografía puede ser entendida como “documental” siempre y cuando contenga información útil sobre el tema en específico del que se habla.

“Las representaciones son un proceso intelectual, cognitivo y cultural que está condicionando históricamente. Las representaciones apuntan hacia las significaciones, las interpretaciones que tiene el sujeto de esa realidad, las cuales va a exteriorizar por medio de diferentes formas, éstas van a estar condicionadas tanto por el contexto como por características personales lógicas (sic) de los individuos, quienes revelan sus intenciones de resaltar, subrayar una parte de la realidad, la que lo ha impresionado.” (Oscar Colorado, 2013)

El significado de una imagen o del contenido de una imagen será cambiante para cada persona puesto que su pensamiento ideológico siempre será diferente al de otro. Por otro lado la representación es el resultado de una construcción que se da por parte de la visión del fotógrafo a partir de la mirada y de lo que este quiera mostrar a través de la imagen. Una sola imagen puede representar para tres personas cosas diferentes ahí es donde entra el carácter polisémico del que se habló anteriormente.

“La fotografía no es la realidad literalmente, sino sólo uno de los muchos modos de representarla. La realidad exterior es más compleja, de lo que la fotografía normal nos puede transmitir” (Lara, 2005; 183). La fotografía como ya se dijo es una representación de la realidad, un fragmento de un acontecimiento ya sucedido.

La fotografía documental ha recorrido un camino constante y en espiral intentando comprender la sociedad y al hombre, y sigue evolucionando con el transcurso del tiempo. Al fotografiar un acontecimiento el fotógrafo, ya sea de manera consciente

o inconscientemente, pondrá su postura a lo que se le esté presentando, y por ello es importante tratar de ser honestos y mostrar los hechos lo más imparcial para que el receptor tenga su propia opinión de lo que se le muestra, el tratar de ser imparcial en las fotografías en la mayoría de los casos es por ética profesional.

Se conoce como documentalismo social a lo que se llama fotografía social o fotografía testimonial, y que se hace cargo de registrar las condiciones en que se desenvuelve el hombre, a nivel individual o grupal, este tipo de fotografía suele ser dinámica.

La fotografía documental nace con un propósito social, intenta registrar e informar acerca de un acontecimiento y condiciones de vida. A medida de que la fotografía se va modernizando, es decir se va adaptando a la nueva tecnología, también va modificando los modos de utilización de esta, es decir, antes la fotografía se utilizaba para ilustrar un texto que aportaba una descripción detallada, ahora la fotografía suele tener un papel más importante ya no es un complemento sino que ahora suele haber una relación más equitativa entre ella y el texto.

Como un ejemplo el fotógrafo Nacho López en sus inicios trabajaba para un periódico haciendo fotografías para complementar las notas periodísticas, con el tiempo esta forma de dar a conocer un acontecimiento fue cambiando, Nacho terminó haciendo foto reportajes donde la fotografía era el enfoque principal, esto no quiere decir que la fotografía haya cambiado la manera de conocer un hecho, pero agregó una manera más de ver al mundo.

Todo aquello que se captura forma parte de una documentación de algún suceso y también forma parte de un registro del ambiente natural como lo es la fotografía de la naturaleza, pero sin duda creo que hay temas dentro de la fotografía documental que son de alguna forma más importantes que otros, por ejemplo documentar un conflicto de guerra entre dos países o una comunidad en extrema pobreza me parece que es más importante que documentar paisajes o atardeceres.

Francisco Mata nos dice:

“todo acto fotográfico es un acto documental, pues no, no es así, lo que si podemos concertar es que toda fotografía puede leerse desde una perspectiva documental, si consideramos que responde a inquietudes, dudas, afirmaciones o negaciones a una época y un contexto particular del creador; que tiene que ver con ideologías, crisis, creencias, sueños, utopías, realidades, etcétera.” (Francisco Mata, visto en: www.franciscomata.com.mx/publicacion).²²

Y Calbet Castelo lo piensa de esta manera: “En cierto sentido habría que decir que todas las fotografías realizadas con un cierto afán informativo, más que como expresión de unos sentimientos personales, podríamos considerarlas como documentales. Naturalmente esto no es del todo cierto, ya que el fotógrafo nunca podrá ser ni neutral ni objetivo delante de un acontecimiento”. (Calbet Castelo, 1997,16).

Analizando las posturas de Francisco Mata y Calbet Castelo se puede decir que la fotografía documental parte siendo una intención y que dentro de esta existen géneros fotográficos, se coincide con Francisco Mata cuando afirma que la fotografía documental tiene que ver con una perspectiva documental a partir de ideologías, creencias, sueños y realidades, con Castelo sólo se coincide en que

²² <http://v1.zonezero.com/magazine/articles/mata/matatextsp.html>

todas las fotografías tienen un cierto afán informativo. No todas las fotografías son pensadas en un inicio en ser documentales, se hacen documentales con el tiempo.

Finalmente la fotografía documental cumple con la función de ser un medio para testificar algún hecho o situación, se interpreta mediante el contexto social en que se vive, las características ideológicas de cada persona, todo esto a través de la mirada del fotógrafo y de la intención al tomar dicha fotografía.

3.2 Los géneros del fotoperiodismo y la labor del fotoperiodista

Al fotoperiodismo, a través de sus diferentes géneros, le interesa acercarse a la realidad de forma documental, es por eso que se alejan de otro tipo de fotografía, como la fotografía de moda, artística y paisaje. La intención documental se caracteriza por un interés histórico social. El fotoperiodismo tiene entre sus géneros: la foto noticia, el reportaje y el ensayo, y su condición es la publicación en un medio de periodístico.

En su definición de fotoperiodismo Jorge Claro nos dice que: “El fotoperiodismo es una actividad profesional, ejercida por comunicadores, que mediante un sistema propio de expresión en imágenes, cumple la función de interpretar la realidad social, a través de diversos discursos simbólicos sustentados en estructuras formales específicas”. Es entonces que el fotoperiodismo se define debido a la intención que se tiene y por los sucesos que se persiguen, la de convertirse en un momento determinado en documento visual, es decir una prueba en imagen que testifica algún hecho.

A demás del sentido documental, el rol del fotógrafo puede adoptar múltiples puntos de vista para abordar los acontecimientos de interés general: compromiso social, denuncia y carácter testimonial. El fotoperiodista tiene la intención de dar a conocer un suceso o tema importante. Depende de su enfoque puede propiciar dar paso a la opinión de quien lo vea, de esta manera cada persona puede forjar una opinión y crear su punto de vista a lo que está viendo. Sin embargo esta idea de que la noticia sea libre de opinión en muchos casos puede estar manipulada por los medios, por ejemplo los periódicos tienen una ideología política ya arraigada y de ahí parte para dar a conocer una noticia de alto impacto social.

Cuando se cuenta una historia el narrador tiene la facultad de saber por dónde llevar esa historia, cómo contarla y hacia qué camino la dirige, y es responsable de lo que dice, tiene la manera de escoger a quien lo cuenta, por qué y para qué, de la misma manera elige en donde lo hace público y de cierta manera a quien va dirigido.

El fotoperiodismo se revela a partir de la publicación en un medio de comunicación, y se caracteriza por su intención. Para Jorge Claro los géneros foto periodísticos se define así: en la *foto noticia* se necesita una o dos fotografías que den a conocer un acontecimiento relevante, en el *foto reportaje corto* requiere de una planeación mínima, se entrega de inmediato y se desarrolla entre cuatro y diez fotografías aproximadamente. El *foto reportaje profundo* se caracteriza por el tratamiento abiertamente interpretativo por parte del periodista, se necesita una investigación exhaustiva y planeación previa y el número de fotografías requeridas es amplio.

Por otro lado, Enrique Villaseñor²³ define a los géneros fotográficos de la siguiente manera: "... entendidos estos como posibilidades de clasificación o categorización de las imágenes, la información y su significado."

Se considera que estas concepciones son diferentes pero que cada una tiene cosas importantes que aportar. Por un lado Jorge Claro lo define por categorías y de una forma más puntual mencionando sus características específicas, mientras que Enrique Villaseñor les da un sentido más general, pues para él es una manera de clasificar las fotos por medio de la imagen que trae, debido a ello las concepciones que estos autores nos dan se pueden complementar entre ellas. Si para Villaseñor es una forma de clasificar para Jorge Claro un género puede ser el foto reportaje profundo con características interpretativas con investigación a profundidad.

Por lo anterior es que la imagen fotográfica nos remite a diferentes signos icónicos para la interpretación de la misma. De tal manera que estos pueden entenderse por: semejanza, analogía y motivación inducida. Jorge Claro las define de la siguiente manera: *analogía*, la relación que remite a un significado preexistente para otorgarle ese mismo a una imagen; *semejanza* permite mediante la comparación establecer relación entre los elementos distintivos de una imagen representada con lo que posee un significado preestablecido y se basa en el parecido que encuentra el lector entre la imagen y su motivación semántica; *motivación inducida* esta se refiere al proceso de arbitrariedad para otorgar un significado específico a una imagen.

²³ Enrique Villaseñor es coordinador de la bienal de fotoperiodismo.

Estos conceptos son un punto de partida en un intento por definir lo que son los géneros o categorías fotográficas, pues estas mantienen una relación como signos objetivos a través de la imagen, la fotografía, la percepción y la aceptación de iconos gráficos sociales que están relacionados con la realidad.

El fotoperiodismo tiene que tener una estructura texto-visual que a su vez contiene significados y significantes dentro de la fotografía, puesto que la imagen es en sí polisémica está sujeta a diferentes niveles de interpretación. Si mostramos una serie de imágenes de un suceso de un tema en específico a cierto grupo nos enfrentaremos a una cantidad grande de posibilidades para su interpretación, puesto que no todos pueden ver de la misma manera una imagen, depende de lo que saben y opinen respecto al tema y de ahí nace la interpretación que cada uno le da a la fotografía vista.

Sin duda la fotografía está relacionada con diferentes nociones como la memoria, el conocimiento, el arte, la tecnología y la publicidad y cada una de ellas tiene su importancia dependiendo de cómo se maneje, Al final la fotografía cumple con la intención que se le da, es decir, es funcional para cada intención para la que se le ocupa.

La fotografía en general nos es útil para ayudarnos a recordar, y rememorar momentos, podría decirse que certifica momentos vividos. Hoy en día la toma de imágenes se da tanto de una manera consciente e inconsciente y fundamentalmente entre los jóvenes y esto se ha facilitado por la inmediatez de los

dispositivos digitales ya sean como celulares o cámara, de tal forma que la difusión de fotografías se multiplica a través de redes sociales.²⁴

“Hoy en día el fotógrafo, el narrador, tiene el control de las historias, si él o ella acepta esa responsabilidad. Puede contar una historia y, más importante, puede mostrar al mundo. No estamos limitados por un conjunto de canales ni puntos de venta. El canal de difusión es cada uno de nosotros.” (Donald Weber, 2015).

La fotografía se sigue usando para evidenciar y promover el recuerdo, como también se utiliza como un vehículo publicitario, o para complementar e ilustrar las noticias de los diarios y revistas, sigue siendo un medio de documentación para enciclopedias impresas o digitales, de tal forma que el medio fotográfico no ha perdido fuerza sino por el contrario se ha fortalecido y seguramente gozará de una larga vida.

Por lo anterior, este proyecto se decidió resolver como un producto foto periodístico bajo el género del ensayo fotográfico, para que pueda conocerse como el tianguis es un espacio simbólico, y llegar a más personas a través del medio virtual e impreso, y de esta forma se pueda reconocer al tianguis bajo una perspectiva diferente. La intención de que sea un ensayo fotográfico ²⁵es para narrar visualmente las situaciones que se viven dentro de los tianguis y contar historias a través de quienes viven en él.

²⁴ A través de los mismos dispositivos, las fotografías actualmente se visualizan en mayor grado por medio de internet, es decir virtualmente. En los últimos años se han creado aplicaciones que ayudan a la difusión de fotografías como *Instagram* que hasta hace un par de años aseguraba tener más de 150 millones de fotos publicadas, mientras que la colección de *Flickr* se eleva a más de 6.000 millones.

²⁵ Definición de ensayo fotográfico en el Capítulo 4 en el punto 4.3 ensayo fotográfico y Narración visual.

El tema del ensayo se mostrará a partir de retratos, situaciones, detalles y uso del espacio, es entonces que con esta investigación la fotografía documente sobre el *tianguis del Jueves* en avenida Aldama y el *tianguis de Chácharas* mostrando un espacio lleno de simbolismo, rico en cultura y relaciones sociales, además de reconocer una trayectoria de varios años y con ello ayudar a crear una memoria histórica. Una historia puede contarse de distintas maneras, puede ser contada por diferentes fotógrafos, puede ser leída de diferente forma, y de ahí su característica subjetiva, debido a que cada persona le da el sentido que quiere a todo lo que ve, incluso se puede decir que la subjetividad se le puede dar a cualquier fotografía y puede estar vinculada a una ideología, religión y cultura.

La intención del fotógrafo incorpora lo objetivo y subjetivo, si el fotógrafo trata de tomar imágenes objetivas sin duda pondrá todo su empeño para que así sea pero no siempre será así, en casos lo objetivo puede quedar ajeno a su intención, mientras que la parte subjetiva está íntimamente relacionado con su intención.

Eugene Smith nos dice que el fotoperiodista solo tiene un enfoque personal: "Aquellos que creen que el foto reportaje es selectivo y objetivo, pero puede interpretar la materia fotografiada" muestran una falta absoluta de entendimiento respecto a los problemas y al funcionamiento propio de la profesión. El fotoperiodista no puede tener más que un enfoque personal: le es imposible ser totalmente objetivo. Honesto, sí; objetivo, no."

En el momento que el fotógrafo está decidiendo cierta forma de exponer está obrando de una manera innegablemente subjetiva: al elegir el enfoque técnico (el cual es una herramienta de control emocional), al seleccionar el motivo que ha de

ser plasmando y al decidir el momento exacto de presionar el disparador, etc., está haciendo una mezcla de las variantes interpretativas para obtener un conjunto emocional, que será la base sobre la cual se formará la opinión del público observador.

Oscar Colorado dice “el tratar de identificar qué elementos son denotativos (objetivos) y cuáles son componentes connotativos (subjetivos) es un paso esencial para comenzar a analizar las diferentes posibilidades de disfrute y comprensión de una fotografía [...] No olvidemos que la lectura connotativa parte de una realidad y contexto cultural, tanto del lector como de su entorno, espacio e incluso tiempo.” La parte objetiva y subjetiva siempre existirán en una fotografía, son parte esencial de ella y siempre servirán para poder analizar a la fotografía para una comprensión más profunda.

CAPÍTULO 4. METODOLOGÍA Y ABORDAJE VISUAL

4.1 Metodología

Para el desarrollo de esta investigación y el producto comunicativo se utilizó una metodología que es de tipo cualitativa, debido a que es utilizada principalmente en las ciencias sociales y fue de gran apoyo ya que esta investigación está basada en las relaciones sociales y culturales que surgen dentro del tianguis. Esta metodología ayuda a comprender y describir un fenómeno social a partir de utilizar diferentes técnicas como son: entrevistas a profundidad, semi estructurada, observación participante y mesas de discusión.

Como parte de la metodología cualitativa que se utilizó fue realizar entrevistas a los tianguistas y a las personas que asisten al tianguis, esto con el fin de recabar datos que ayude a demostrar que en efecto el tianguis es un espacio simbólico donde emergen diversas formas sociales y culturales más allá de un fin comercial. Las entrevistas fueron realizadas en dos partes, las primeras en el tianguis a los comerciantes y las segundas se les realizó a dos amas de casa que nos permitieron ir a sus hogares.

La metodología cualitativa emplea métodos de recolección de datos con el propósito de explorar las relaciones sociales y describir la realidad tal como la experimentan los sujetos correspondientes, Guillermo Orozco nos dice que: “las relaciones metodológicas son operaciones epistemológicas que intentan ver las relaciones entre sujetos, objetos y categorías, si bien éstas no están enfocadas en construir explicaciones, sino en aplicarlas para obtener datos sobre la realidad investigada.”

(Orozco: 2011:28) Si bien al investigar un tema como en este caso las relaciones sociales en los tianguis, no son respuestas lo que se buscó precisamente sino encontrar nuevos datos que nos ayudaran a confirmar que nuestro objetivo es comprobable.

Algunas características sobre la metodología cualitativa de la que nos habla Orozco son: tratar de conocer los hechos y procesos, tienen un enfoque humanista, comprensivo del sujeto, tiene más un carácter fenomenológico e interaccionista simbólico, la intención de dicho método es colocar el estado de la cuestión de un problema además de las técnicas como la entrevista, observación participante, diario, grupos de discusión, y análisis de contenido.

Se coincide con Orozco en el sentido de que es importante aplicar las técnicas para obtener resultados confiables, ya que gracias a eso se han podido obtener buenos resultados, en primera instancia para esta investigación se acudió a hacer una observación participante para recabar información acerca de cómo es que la gente acude al tianguis, que hacen dentro de él, que tipo de personas lo frecuentan, como es el protocolo que utiliza el tianguis para instalarse y para irse, y de qué manera afecta esto a lo alrededores, es decir, si afecta a la vialidad, negocios y peatones.

De todo esto se pudieron obtener datos tales como: que el tianguis tiene un horario establecido, las personas que acuden a él es muy variable ya que acuden desde niños hasta personas de la tercera edad, hombres, mujeres, familias, parejas y la gran mayoría acuden relajados sin medida de tiempo, en un gran porcentaje se puede observar que siempre suelen comprarse algún tipo de postre para hacer más

ameno el trayecto. Muchos de ellos se encuentran entre conocidos y platican entre ellos conviven y ríen juntos.

Los comerciantes suelen tener una rutina desde que llegan hasta que se van, suelen desayunar a cierta hora aun si no han acabado de instalarse, se ayudan entre ellos para poner sus sombras, y el desayuno también lo comparten juntos. En el transcurso del día suelen platicar entre ellos, juegan y tienen su propia quiniela de fútbol, hacen peregrinaciones a sus santos (señor de Chalma y virgen de Guadalupe), y los días festivos hacen actividades recreativas.

Este tipo de investigación requiere de un profundo entendimiento del comportamiento humano, y se basa en el estudio de cada una de sus vertientes como la observación de grupos de población reducidos. “La metodología cualitativa es aquella que hace uso de las “percepciones” de los sujetos a los que estudia, es decir, las “cualidades” del mundo desde las representaciones de los sujetos” (Orozco, 2011:30). En esta metodología existe la orientación inductiva, en donde se va al campo, se recogen datos, y a partir de estos se generan explicaciones (teoría), es por lo anterior que esto útil para la presente investigación.

Por su parte la entrevista ayudó a conocer a profundidad a los personajes del tianguis, con la ayuda de la entrevista semiestructurada, de esta manera se pudo llegar más a fondo sobre el pensar de los protagonistas y que ellos den su opinión acerca de lo que es el tianguis.

Por ejemplo, en la entrevista de Josefina Esquivel, nos cuenta que el tianguis ha sido para ella mucho en su vida, le ha dado la oportunidad de estar más tiempo con

sus hijos y cuidarlos mejor que si tuviera un trabajo formal. La observación me ayuda a saber sobre su contexto y su vida cotidiana, esta técnica de observación participante ayuda a acercarse más al objeto de estudio para ser reconocido en siguientes visitas, se encarga de observar el escenario para su posterior análisis, aquí se tiene que planificar, ¿qué observar?, ¿dónde?, ¿cómo?, ¿cuándo? dónde registrar? y ¿cómo analizar?, (Orozco,2011:120), es por esto que es necesario acudir a la observación con elementos suficientes que ayuden a la recaudación de datos como: cámara fotográfica, grabadora de voz y bitácora.

La técnica cualitativa es importante para el acercamiento hacia los sujetos de investigación, en la observación participante se puede generar un lazo de confianza entre el investigador y el sujeto de estudio, de igual manera pasa con las entrevistas; y a partir de esto la etapa fotográfica es más fluida debido a que los sujetos se acostumbran a la presencia de la cámara.

4.2 Abordaje visual

Para conocer las relaciones simbólicas que se establecen entre quienes convergen en el espacio público del *tianguis del jueves* en avenida Aldama y el *tianguis de Chácharas* en la explanada de Cananea ubicados en la delegación Iztapalapa, se definió que la manera más conveniente de abordarlo era a través del medio fotográfico debido a que éste tiene la función de comunicar, mostrando un fragmento de tiempo, un espacio o sucesos y es sujeta de poder difundirse por varios medios, posibilitando que las personas se puedan interesar por el tema. Además la

fotografía, como representación de la realidad, te da la sensación de estar en el lugar, incluso de imaginar los olores, ruidos y sentir a las personas. En el caso de las fotografías del tianguis puedes visualizar a las personas, los productos, situaciones así como la variedad de colores. Es por ello que la fotografía se consideró el medio más recomendable y eficaz para realizar el producto comunicativo, además de que las fotografías pueden ser expuestas de manera física en diferentes lugares como se tiene pensado acudir a los tianguis de esta investigación y montar una exposición en donde se pueda hacer un intercambio de fotografías, de tal forma que esto quede en la memoria de las personas.

De esta forma se elige el ensayo, por su característica de ser a profundidad y narrativo, debido a que la intención es mostrar al tianguis como espacio simbólico, cultural y social a través de la visión del autor, a este se le dedica tiempo de estudio y análisis, se forma una opinión de la cual se busca una coherencia estética.

Cabe recordar que el ensayo es una reflexión personal que se basa en la perspectiva del autor, permite desarrollar un tema de manera libre y personal. Oscar Colorado nos dice que: "En el ensayo la opinión no es algo que subyace, sino un elemento esencial: el ensayista crea para dar su punto de vista sobre el tema que ha elegido". Además de que su naturaleza es tanto de abasto es también un espacio social y por lo tanto cultural; es un lugar que por donde se vea es un flujo constante de simbolismo.

Siguiendo con Oscar Colorado, en el ensayo fotográfico hay dos ejes fundamentales que son: el *sujeto* y luego el *tema*; el sujeto es qué o quién y suele ser el protagonista, el centro de la historia. En el caso del presente ensayo fotográfico el

sujeto, es decir el protagonista principal, es el tianguis en su conjunto, y el tema es el espacio simbólico donde participan los ciudadanos. Es necesario que el sujeto sea el vehículo para el tema, “de modo que también puede decirse que el tema es el asunto que sirve como base para explorar una situación en la que se encuentra el protagonista del foto ensayo”. (Oscar Colorado).

En este ensayo fotográfico además del tema y el sujeto se incluyó como subtema hacer un seguimiento de dos tianguistas para conocerlas más en su vida cotidiana, y saber qué actividades hacen fuera del tianguis o que hacen en su tiempo libre, con ello se hizo evidente que estas personas no sólo laboran en el tianguis sino que lo complementan con otros trabajos, esto ayuda a la investigación fotográfica pues se muestra a los comerciantes de forma integral, como seres humanos con distintas facetas de su vida.

En este ensayo fotográfico se hace referencia a lo que Jorge Claro explica sobre la fotografía, se trabajará con la semejanza, la analogía para poder darle un significado y que pueda contar una historia, de la misma manera hacer una relación entre imágenes donde exista una reciprocidad.



Josefina Esquivel todas las mañanas entrena con su perro, llega a las 6 de la mañana para poder llegar a su trabajo a tiempo. Amalia Bocanegra trabaja de mesera los sábados, de lunes a viernes es trabajadora doméstica.

También se incluyen fotografías de los productos que se venden lo cual da una idea de cómo el tianguis es importante para el abasto en el país.

Conforme se fue profundizando el ensayo fue necesario acercarse a las personas, se les pidió permiso a muchas de ellas y se les explicó el motivo de las fotografías para que no existiera algún problema de desconfianza. Con las visitas constantes las personas se acostumbraron la cámara y eso facilitó que dejaran de posar.

Se realizaron aproximadamente quince sesiones fotográficas en total de ambos tianguis, se capturaron más de mil quinientas fotografías, en las cuales se incluyeron planos generales o de contexto, retratos, situaciones y planos a detalle, de tal forma que el ensayo tenga dinamismo visual. Para la realización de las sesiones fotográficas se pensó en hacer tomas del tianguis en general y los puestos,

posteriormente hacer retratos para después hacer detalles y tomas aéreas, la realidad es que estando en el lugar si ves alguna toma buena aunque no vayas con ese propósito tienes que aprovechar cada situación que se te presente, en realidad las sesiones estuvieron llenas de gran variedad.

Las características visuales del ensayo fotográfico se modificaron, ya que originalmente se pensó que las fotografías fueran blanco y negro, pero más adelante se consideró que el blanco y negro no dejaba mostrar el colorido del tianguis y más bien dramatizaba el tema. Finalmente el ensayo incluye fotografías del espacio del tianguis, su gente, detalles, de tal forma que el ensayo termina siendo una crónica fotográfica de lo que se vive dentro de él.

4.3 Ensayo fotográfico y narración visual

*Abordar el hacer un ensayo fotográfico es doblar el silencio
De la mirada. Aguzarla sobre un asunto particular de la vida.
Sentir un hervidero que se desplaza por nuestros ríos interiores
Donde navegan seguramente lagartijas de colores
Y cientos de habitantes subjetivos que posiblemente ayuden a
Empujarnos a contar algo en imágenes fotográficas.
Alejandro Vásquez*

Se decidió realizar un ensayo fotográfico, para mostrar las relaciones sociales y el espacios simbólicos dentro del tianguis, a través de sus protagonistas: comerciantes y clientes o compradores, a partir, y en ese sentido su relación con el espacio público. Las fotografías son el resultado de más de un año de recorrer los tianguis.

El ensayo fotográfico está construido a través de la mirada y las vivencias de quien está detrás de la cámara, y en ese sentido de cómo se vive el momento en que se fotografía, de lo que es significativo, y de las situaciones que se presentan. Para que esto sea posible el ensayista debe ser paciente, observar y darse el tiempo para que la imagen que buscaba pueda obtenerla o bien encontrar algo inesperado.

Es por eso que el ensayo fotográfico retrata algunas situaciones y las relaciones sociales que se viven dentro del tianguis, es decir como un espacio simbólico y cultural y no solamente al tianguis como un lugar de abasto.

El ensayo fotográfico puede ser parte importante de la memoria puesto que ayuda a mantener vivo el pasado. Las imágenes fotográficas capturan fragmentos de vida, recuerdos de un momento que difícilmente vuelve a repetirse, y así pueden pasar a integrar nuestra memoria evocando acontecimientos y momentos del pasado.

El vínculo que se da entre la fotografía y la memoria está en función de la capacidad referencial de la imagen, ya que no sólo cada persona puede darle una lectura diferente sino que también depende de las referencias y el vínculo que tenga con el tema, y de lo que le signifique como sujeto. El ensayo fotográfico, *color sabor y tradición en la calles de la ciudad*, las imágenes captadas pueden dar un significado diferente para cada persona puesto que todos la viven desde su perspectiva y sobre el contexto en el que leen la fotografía. De la misma forma las fotos tomadas en estos tianguis pueden complementar la memoria fotográfica que se tiene de ellos, enriquecerla y servir de referencia para los años siguientes.

La fotografía no solo es importante por lo que nos deja sino por lo que nos permite hacer, es decir, nos deja llevar un acontecimiento a un espacio y tiempo diferente, y un ensayo fotográfico puede llevar más allá pues la narración en conjunto ayuda a crear un mejor entendimiento del tema y además las fotografías ayudan a la memoria histórica del tema y lugar del que se habla.

Las imágenes tienen un poder grandioso para contar historias, como lo dice Eugene Smith “el fotoperiodismo debido al enorme público al alcance de las publicaciones que lo usan, influye más sobre el pensamiento y la opinión del público que ninguna otra rama de la fotografía” y es que un ensayo fotográfico es una de las mejores formas de narrar, pues se trata de que las imágenes lleven el hilo de una historia, de la idea, y además éste puede incluir descripciones o textos alusivos por cada imagen para promover una emoción de lo que se está viviendo.

Es necesario planear claramente el sentido del ensayo para una buena planeación y realización de éste, en ese sentido es importante elegir el tema, ubicar a los protagonistas, incluso el número de fotografías y el tiempo para su realización. Además de decidir la estrategia fotográfica como las herramientas a utilizar, considerar el día o la noche, los elementos en contra y finalmente la selección de las imágenes. Las fotografías de este ensayo están acompañadas de un pie de foto con la intención de reforzar la intención del fotógrafo.

El ensayo fotográfico es un relato visual más que una recopilación de imágenes, donde está implicada la perspectiva de un fotógrafo y por tanto un estilo. El ensayo fotográfico debe contener una narración visual que lleve de la mano al público, es decir, una historia que tenga un principio y un final.

Específicamente en el ensayo fotográfico “la mayoría de los argumentos empiezan presentando los personajes, los temas y la situación: es lo que se le conoce como exposición. Entonces la trama se va desarrollando de diversas formas, va cobrando forma y se vuelve cada vez más compleja hasta alcanzar el clímax final. Al final, todo queda resuelto y bien ligado.” (Freeman, 2013:48)

La narración visual es importante dentro del ensayo fotográfico para que la historia se torne interesante para que el espectador mantenga su atención e incluso para que deje una huella en él. Freeman afirma que la mejor forma de empezar a realizar un ensayo fotográfico —si no se tiene experiencia— es la secuencia narrativa, es decir, ordenar las imágenes cronológicamente, y además es recomendable empezar con un acto o una acción, en los seguimientos de los personajes se puede mostrar cronológicamente cómo llegan a su sitio de trabajo y cómo se van, de la misma forma sus actividades diarias. En el presente ensayo fotográfico se hace un recorrido del espacio simbólico arrancando con el inicio de la jornada de los tianguistas y enseguida se hace una cronología de lo que sucede en el transcurso del día para finalizar con el levantamiento del tianguis.

Para lograr esto se requirió de más de una sesión fotográfica, ya que en cada una de éstas se tomó diferentes tipos de fotografía. Dentro de este ensayo se tuvieron que realizar más de quince visitas a los tianguis y cuatro sesiones a los personajes que se les hizo seguimiento, pues al realizar el seguimiento de los personajes ayudó a mostrar su parte social, humana y su vida en diferentes escenarios.

Freeman asevera que hay cuatro elementos esenciales en cualquier historia y los llama tres más uno, “Los tres son: apertura, cuerpo y cierre. Y el más uno es el

clímax, que trasladado a la fotografía sería la imagen principal la más impactante del conjunto. La apertura es importante, porque el que cuenta la historia tiene que captar instantáneamente la atención del espectador del lector o del oyente.” (Freeman, 2013:52). Es importante que el público quede atrapado desde el principio para que se quede hasta el final del producto en este caso. La narración visual debe mantener al espectador con ganas de ver más, tal vez con un poco de intriga y sobre todo que mantenga la atención sin distracción. Este ensayo cuenta con cuarenta y tres fotografías y la narración inicia con la bienvenida que da un personaje del tianguis, para después llegar al clímax del ensayo que son donde se muestran a los protagonistas en el acto social, ya que es la parte central del tema investigado.

El cierre puede ser diferente, por un lado puede ser un final dramático, por otro lado puede ser un final que se vaya apagando paulatinamente, o tal vez podría cerrar con una fotografía divertida, como es el caso del presente ensayo. Es por eso que se tiene que considerar detenidamente que fotografía se utilizará en cada momento del ensayo. En este caso, primero se ensayaron varias posibilidades de narración visual hasta llegar a la más óptima y dinámica.

Freeman nos habla de la pauta y el ritmo donde se pueden utilizar dos fotografías juntas. Para Freeman el ritmo es variedad en la secuencia y sirve para mantener la atención del público, la pauta nos sirve para dar espacio y no llenar de información provocando el desinterés, es común que algunas fotografías tengan más fuerza que otras pero sirve para que se complementen mutuamente, es preciso que en la narración visual una fotografía conduzca a la siguiente apoyándose una de la otra e incluso realzar una con otra. Freeman señala que: “Los ensayos fotográficos como

cualquier otro modo de narración necesitan una estructura que al menos ofrezca algún tipo de variación, altibajos que eviten que el espectador se aburra.” Se dice que llegan a una parte diferente del cerebro las palabras y en consecuencia se procesan de manera distinta, es entonces que si las fotografías van acompañadas con texto a pie de foto es importante saber cuáles son sus puntos fuertes y cuales los débiles. En este ensayo se pondrán pies de fotos en algunas fotografías para apoyar la narración del ensayo y dar un sentido concreto a la imagen. Es por esto que en este ensayo fotográfico se anexaron textos, para ayudar a la variación y un mejor entendimiento, por ejemplo:



Las verduras son uno de los productos preferidos de los clientes para llevar a casa.

El ensayo cuenta con cuarenta y tres fotografías, incluyendo el seguimiento de los personajes, la narración empieza con la introducción al ensayo seguido de los textos en algunas de las fotografías. Será publicada por primera vez en el parque temático Cananea y su difusión a través de redes sociales y dentro del parque.

CAPÍTULO 5. AUTORES QUE HAN TRABAJADO EL ESPACIO URBANO Y EL TIANGUIS.

En este capítulo se analiza el trabajo fotográfico de autores reconocidos que han abordado la ciudad y de alguna manera al tianguis. Esto con el objetivo de tener referentes fotográficos para la realización del ensayo y la narración visual.

Los fotógrafos que se incluyen son: Francisco Mata con su proyecto “Tepito, ¡bravo, el barrio!”; Nacho López con “La venus se fue de juerga por los barrios bajos”; Héctor García Cobo quien dedicó gran parte de su trabajo a capturar a la Ciudad de México, Álvaro Gagliano, quien realizó un proyecto fotográfico en los tianguis de la India, y finalmente a Rodrigo Cruz quien hace una proyecto llamado Ciudad Neza, en donde recorre los lugares más significativos del lugar incluyendo el tianguis



Francisco Mata. De origen mexicano nacido en 1958, uno de los exponentes más reconocidos de la fotografía contemporánea, se desempeñó como fotoperiodista en el diario *La jornada* ha expuesto sus fotografías en más de cincuenta países y ha publicado nueve libros. Ganó el premio de adquisición en la Bienal de fotografía mexicana en 1988.

Uno de sus proyectos más importantes es: “Tepito, ¡Bravo el barrio! Donde lo aborda desde otro punto de vista retratando a su gente, sus calles, sus colonias, ya que Tepito es un lugar juzgado y estigmatizado por ser un lugar en donde la delincuencia, la violencia y el narcotráfico están presentes. Este barrio se caracteriza por el trabajo y comercio informal en sus calles y alrededores, y también

es utilizado con fines políticos por sus gobernantes, lo cual ha evitado que este barrio progrese y mejore sus condiciones de vida. Por otro lado funge como espacio de cultura, tema en el que se enfoca Francisco Mata, lo que hay en sus calles es lo que caracteriza a Tepito, su culto a la Santa Muerte, su música guapachosa, su pornografía amateur, y la promoción de la cultura que derivó del Movimiento Tepito Arte Aquí. Dentro de sus pasillos en donde se comercia está la gente que vive de ella, el lugar en donde nace la oportunidad de un hogar y salir adelante, cada uno con sus historias y sus diferentes formas de comerciar, vendiendo productos “pirata” hasta puestos de comida y diableros. En el año 2006 Francisco Mata junto con la Galería José María Velazco hizo un levantamiento fotográfico: toma aérea, imágenes de objetos, instalaciones involuntarias, y retratos de quienes trabajan, conviven y viven dentro de Tepito. Una parte importante fueron los retratos, para ello montó un estudio que se perdía entre los puestos ambulantes en donde invitó a los tepiteños a posar, logrando más de 600 retratos, colocó un ciclorama blanco logrando destacar la cualidades de los personajes, manteniendo su vestimenta, gestos, complexión como factores que resalten su peculiaridad. La mirada con la que Mata ve a Tepito trata de mostrar la identidad de las personas, sin estereotipos, simplemente muestra a Tepito en su vida cotidiana y sus caras reales, muestra la esencia del lugar, y finalmente reconoce al lugar a través de su gente.

El proyecto de Barrio de Tepito es importante y se retomará en función de su relación con México, su gente y su cultura.


Tepito, bravo el barrio, es uno de los referentes que se interesa abordar debido a su cercanía con los tianguis, puesto que Tepito es uno de los tianguis más grandes

en México, es por eso que se asemeja con este proyecto puesto que además de estar enfocado a un tianguis también pertenece a la ciudad de México, aunque a diferencia de los tianguis que se investigan aquí, el de Tepito es permanente y solo descansa un día a la semana. En el aspecto periodístico el interés es, como se acerca a las personas, como logra un vínculo con ellos y como logra atraerlos, además de cómo logra estructurar la investigación.

La manera en que Mata retrata a Tepito enfocándose hacia su gente, siento este un punto que coincide con mi proyecto fotográfico debido a que una gran parte de este proyecto es enfocado a la gente como protagonista y al uso del espacio de forma simbólica, social y cultural.

Imagen	
Descripción	Se pueden apreciar múltiples lonas de varios colores y algunas láminas. La mayoría de las lonas son amarillas.
Contenido	El encuadre muestra un tianguis de grandes dimensiones, las lonas son una característica típica de los tianguis, su función es protegerse del clima.


Estrategia (técnica)	Punto de vista: picada. Dirección de la luz: cenital. Iluminación: natural. Plano: general. Elementos formales: Contraste de color patrón y ritmo.
Medio de Comunicación	Se publicó un libro con Trilce Ediciones, editorial Océano y el Instituto Nacional de las Bellas Artes, con la colaboración del Gobierno de la Ciudad de México, el Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (CONACULTA) y la secretaría de cultura.
Tipo de discurso	Descriptivo Narrativo
Reflexión	De esta imagen me gustaría retomar el patrón y la toma aérea o cenital y el plano general que logra que se pueda ver la dimensión del espacio. Ya que las lonas son un signo característico de los tianguis y sin duda es un referente para todo aquel que ha pisado un tianguis, de esta manera se puede ver la grandeza de lo que suelen ser los tianguis.


Imagen	
Descripción	La imagen de la santa muerte está reflejada en una ventana, la cual está cubierta con un manto dorado y lleva una corona, también se logran ver reflejados los barrotes de la ventana y algunas fachadas y árboles.
Contenido	

	<p>La figura de la “Santa muerte” que reflejada en la ventana parece encerrada por los barrotes. El cielo azul que se refleja contrasta con el color de su manta es un tono cálido que transmite tranquilidad. Los barrotes le dan estructura ya que forman líneas en la fotografía, el reflejo dorado posiblemente coinciden con el atardecer, los árboles que se reflejan así como las antenas muestran que ella está inserta en un barrio o en una colonia.</p>
Estrategia (técnica)	<p>Punto de vista: Es una contra picada que favorece el enaltecer Dirección de la luz: frontal Iluminación: natural. Plano: primer plano</p>
Tipo de discurso	<p>Narrativo Descriptivo</p>
Reflexión	<p>El reflejo y el retrato es lo que me gustaría retomar, la profundidad que se le pude dar a un sujeto a través de un reflejo. En un retrato se puede mostrar una característica específica del tema, como en esta imagen que representa la figura a la que muchos de los tianguistas adoran y los representa.</p>



Descripción	Una vecindad con paredes naranjas y una escalera en medio donde se encuentra un hombre sentado, en sus manos parece traer unos discman, el hombre trae puesta una camisa azul, con tirantes, pantalón gris, lentes oscuros, gorra negra y zapatos negros. Al fondo se ven puertas y un patio grande debajo de las escaleras.
Contenido	<p>En medio de unas escaleras de color naranja y con barandales negros se encuentra un señor que mira hacia arriba como estuviera viendo a otra persona, el lugar transmite soledad, no hay nadie dentro de ese lugar.</p> <p>El color de las escaleras y las paredes contrasta con el color azul de la camisa del hombre, Hay un doble punto de fuga que se forma por las escaleras y las paredes, ello hace que haya un gran dinamismo, en un primer plano se muestra la vecindad y en un segundo plano al hombre.</p>
Estrategia (técnica)	<p>Punto de vista: frontal</p> <p>Dirección de la luz: cenital y suave</p> <p>Iluminación: natural.</p> <p>Plano: plano general</p> <p>Elementos formales: líneas, fuga, figuras, patrón, ritmo y color</p>
Tipo de discurso	Descriptivo
Reflexión	Los elementos formales es lo que se retoma aquí, ya que el punto de vista en fuga hace que el espacio se vea más grande, el color uniforme del lugar hace que la fotografía se ve a limpia y hace que resalte el sujeto.

<p>Imagen</p>	
<p>Descripción</p>	<p>Dos anuncios de baños públicos, al fondo un letrero de hotel, oxidado y viejo, dos lonas del lado derecho. Un Cielo azul y muchos cables por todos lados cruzados.</p>
<p>Contenido</p>	<p>Por la luz y el color del cielo pareciera que es medio día, la flecha de ambos anuncios llama mucho la atención y dan dinamismo a la escena.</p> <p>Las lonas que se ven en la parte derecha nos dan la pauta para saber que ahí se encuentra un tianguis, y los cables que aparecen en casi todas la imagen dan una sensación de caos como si en cualquier momento todo se pudiera enredar aún más.</p>
<p>Estrategia (técnica)</p>	<p>Punto de vista: frontal Dirección de la luz: frontal, cenital. Iluminación: natural. Plano: medio Elementos formales: patrón y líneas.</p>
<p>Tipo de discurso</p>	<p>Descriptivo Informativo</p>
<p>Reflexión</p>	<p>El caos que refleja la imagen es lo que resalta en esta imagen, ese caos es que quiero retomar. La intención con la que fue tomada pareciera que lo que se quería captar es el caos, las líneas de los cables en contraste con todo el desorden.</p>

<p>Imagen</p>	
<p>Descripción</p>	<p>Hombre adulto, moreno con el torso desnudo, y tatuado junto con los brazos y torso</p>
<p>Contenido</p>	<p>Los tatuajes que tiene el hombre reflejan en parte su cultura, creencias o historias de vida. En la parte lateral de su torso se logra distinguir una pirámide y arriba y debajo de ella una calavera más arriba se tiene un ala de alguna ave y en la espalda un cielo estrellado. Debajo de la pirámide se pueden ver símbolos aztecas. Un personaje muy característico de Tepito, sus tatuajes, su mirada y su postura muestran su personalidad.</p>
<p>Estrategia (técnica)</p>	<p>Punto de vista: a nivel de ojos Dirección de la luz: frontal y lateral Iluminación: probablemente natural. Plano: medio, retrato.</p>
<p>Tipo de Discurso</p>	<p>Descriptivo</p>
<p>Reflexión</p>	<p>El retrato como ya se mencionó es fundamental para mostrar las características de las personas que representan el lugar de investigación, es por ello que es un elemento a fotografiar indispensable para este ensayo.</p>




Nacho López (Tamaulipas, 1923) Fotógrafo mexicano y una figura muy importante dentro del periodismo fotográfico, se enfocó por un tiempo en la gente de la Ciudad de México, se le acredita haber sido el primero en México en trabajar con series fotográficas.

Entre algunos de sus trabajos se encuentra *Cuando una mujer guapa parte plaza por madero* en esta publicación, nacho narra en cuatro fotografías con extensos pies de foto la micro historia de una mujer voluptuosa que pasea por la Av. Madero. “Una vez fuimos humanos” es la historia de una ciudad perdida en el corazón de la Gran Metrópoli es otra de sus obras.


Su proyecto *La venus se fue de juerga por los barrios bajos* al igual que Francisco Mata, Nacho López retrato a la ciudad en sus diferentes facetas y en diferentes épocas, muestran una mirada al sector más bajo de la sociedad, es un referente para éste proyecto y se retoma debido a la pequeña historia que narra en un día sobre un maniquí y un muchacho, todo esto en la Ciudad de México, similar a éste proyecto que busca mostrar una parte de estas personas que trabajan en rincones de la ciudad, y que dentro de estos espacios crean relaciones sociales y lugares de convivencia.


En este proyecto, Nacho narra la historia de un maniquí que abandona el taller donde un artesano le da forma para finalmente terminar en el escaparate de una tienda, acompañada por el mozo que la carga la muñeca visita varias calles, un

autobús, una sala de billar y una cantina. Estas fotografías podrían contar el encuentro fugaz de un muchacho con la compañera deseada. Sin duda destaca la presencia de la mujer, una mujer deseada por sus formas.

<p>Imagen</p>	
<p>Descripción</p>	<p>Un hombre dentro de un transporte público, se encuentra sentado y su lado una señora cargando una bolsa, frente a él sostiene el maniquí.</p>
<p>Contenido</p>	<p>Un muchacho joven viaja dentro de un autobús consigo trae un maniquí de una mujer que lo pone frente a él, a su lado izquierdo una señora lo mira mientras carga una bolsa al parecer del mandado. El chico toma del brazo al maniquí para sostenerlo.</p>
<p>Estrategia (técnica)</p>	<p>Punto de vista: Normal Dirección de la luz: lateral Iluminación: natural. Plano: plano medio Elementos formales: figuras, patrón.</p>
<p>Tipo de discurso</p>	<p>Narrativo</p>
<p>Reflexión</p>	<p>En esta imagen la señora mira al maniquí fijamente, se puede observar que es de día por la luz que se mira por la ventana, podría ser que ella viene de comprar el mandado</p>

	<p>para su comida y el encontrarse con este maniquí desnudo no deja de llamar su atención. Esto es lo que se quiere retomar, sucesos, momentos y capturar el momento preciso para que la foto tenga una historia que contar.</p>
--	--

<p>Imagen</p>	
<p>Descripción</p>	<p>Un muchacho caminando por la calle cargando un maniquí, del lado izquierdo un grupo de cinco minas lo miran pasa.</p>
<p>Contenido</p>	<p>El hombre del maniquí camina por una calle sosteniendo su maniquí por el muslo, mientras él pasa un grupo de niñas que al parecer vienen de la escuela (por los libros que cargan consigo) lo miran curiosamente.</p>
<p>Estrategia (técnica)</p>	<p>Punto de vista: frontal Luz: cenital Iluminación: natural. Plano: plano general Elementos formales: patrón</p>
<p>Tipo de discurso</p>	<p>Narrativo</p>
<p>Reflexión</p>	<p>En la fotografía se puede percibir a niñas con uniforme, puede aparentar que era la hora de salida de una escuela y es por eso que ellas se encuentran juntas y la posición de la mano del hombre sobre el maniquí llame su atención. El encuadre, los sujetos y la situación sobresalen, en comparación con Francisco Mata estas fotografías son en blanco y negro que sin duda dan un enfoque diferente.</p>

<p>Imagen</p>	
<p>Descripción</p>	<p>El hombre junto con el maniquí a su derecha, a su alrededor hay personas que lo miran, algunos niños también se encuentran ahí, el sostiene algo en la mano.</p>
<p>Contenido</p>	<p>Entre una multitud de personas el joven está parado con su maniquí a la derecha, la gente lo mira, una señora de edad adulta lo mira con mayor atención, ella trae un manto que cubre su cabeza, señal de religiosidad, los demás hombres miran al maniquí con cierta curiosidad. Los hombres que lo miran se encuentran en la parte de atrás donde el muro esta tapizado de carteles.</p>
<p>Estrategia (técnica)</p>	<p>Punto de vista: frontal Dirección de la luz: frontal. Iluminación: natural. Plano: plano medio Elementos formales: líneas</p>
<p>Tipo de discurso</p>	<p>Narrativo Descriptivo</p>
<p>Reflexión</p>	<p>En esta foto se aprecia al hombre atorado entre las personas o detenido para comer algo pues se aprecia algo en su mano, el tumulto de la gente hace que la situación hombre- maniquí sobresalga entre todos. La situación, patrón y encuadre, además de la mirada, es relevante para la fotografía que cuente con elemento que resalte de lo demás, como en esta que la mirada de la señora hacia el maniquí es penetrante.</p>




Héctor García Cobo (Ciudad de México, 23 de agosto de 1923 – junio 2012) gran parte del archivo fotográfico que relata la vida cotidiana, de la sociedad y de sus distintas clases en la Ciudad de México fue capturado por él. Carlos Monsiváis lo nombro el Fotógrafo de la ciudad por su presencia constante en la ciudad. Obtuvo el Premio Nacional de Periodismo en tres ocasiones, trabajo como

periodista gráfico en distintos medios como: ¡Mañana, Siempre!, revista de América, Time, Life Cruceiros, novedades, entre otros.


Trabajó en distintos países del continente Americano, en México, Europa, Asia y medio oriente, siempre desde la fotografía social y bajo la preocupación por el reclamo de justicia y tratando de mostrar un rostro de México en el siglo XX. Desde 1960 realizó alrededor de 70 exposiciones individuales y numerosas exposiciones colectivas. También ha ilustrado numerosos libros, entre los que destacan: Mexique (1964); Nueva Grandeza Mexicana (1967) de Salvador Novo; Los indios en México (1970) de Fernando Benítez, entre otros.

Por su largo trabajo realizado en la Ciudad de México, explorando a la sociedad en sus diferentes clases es que se tomará como un referente más para éste proyecto, debido a que Cobo se dedicó a retratar a la Cuidad de México en el siglo XX el interés es retomar de cierta forma, la mirada con la que él veía a México, una mirada más enfocada hacia los de clase baja, en las injusticias en las que vivían, pero


también la manera de vivir en la ciudad, su cotidianidad, su gente, su calles, basadas en la convivencia de la gente, su manera de vivir en el espacio de todos, una mirada que pueda mostrar que se vive más de lo que imaginamos en las calles y dentro de espacios creados por la propia gente para convivir, crear un trabajo y así mismo convertirlo un modo de vida.

Imagen	
Descripción	Fotografía blanco y negro de una calle donde se pueden ver varios autobuses (camiones de pasajeros), y un hombre que jala un diablito y trata de cruzar la calle.
Contenido	Dentro de una calle en donde se perciben tres autobuses aparentemente parados por el tráfico se encuentra un hombre jalando un diablito detrás de uno de ellos, esperando a pasar o mirando que es lo que pasa adelante. En el diablito el hombre carga varias bolsas y huacales de madera.
Estrategia (técnica)	Punto de vista: frontal Dirección de la luz: cenital suave Iluminación: natural. Plano: plano general Elementos formales: patrón, líneas, perspectiva y profundidad de campo.


Tipo de discurso	Narrativo
Reflexión	La perspectiva dentro de esta imagen es lo que las resalto, el sujeto a pesar de que no muestra su cara nos cuenta una historia o un suceso, la perspectiva en fuga ayuda a visión más clara de lo que está pasando, mientras que la toma general ayuda a contextualizar el lugar.

Imagen	
Descripción	Un grupo de cinco niños jugando con la parte trasera de un trolebús, de noche, en una avenida grande, parece ser avenida principal. Frente a ellos se ven tres personas paradas, la luz de otro auto da de frente a los niños.
Contenido	En una calle no tan solitaria se encuentra un autobús que pareciera estar estacionado, en la parte de atrás un grupo de aproximadamente cinco niños se divierten, es de noche, las lámparas de luz se encuentran encendidas.
Estrategia (técnica)	Punto de vista: Frontal


	<p>Dirección de la luz: frontal Iluminación: probablemente flash y luz artificial que provienen de las lámparas cercanas. Plano: plano general Elementos formales: perspectiva en túnel</p>
Tipo de discurso	<p>Descriptivo</p>
Reflexión	<p>La situación es lo que más se retoma de esta fotografía, el suceso que ocurre con todos los sujetos que la integran. Además de que la fotografía fue tomada de noche, el juego de luces que se conecta con los elementos principales.</p>

Imagen	
Descripción	<p>Una niña pequeña y un adulto mayor cruzan la calle entre carros, parece que corren para cruzar, el señor de una mano agarra a la niña mientras que con la otra mano sostiene una bolsa y sobre su hombro carga un rebozo o cobija.</p>
Contenido	<p>Entre autos una niña y un adulto mayor corren para cruzar del otro lado de la calle, el señor carga consigo una bolsa en donde se aprecia que se encuentra pesada mientras del otro lado agarra de la mano a la niña para poder cruzar, la luz que se percibe es de día.</p>
Estrategia (técnica)	

	Punto de vista: frontal Dirección de la luz: lateral Iluminación: Natural Plano: primer plano, línea de horizonte
Tipo de discurso	Descriptivo Narrativo
Reflexión	Los sujetos es lo que resalto y retomo, por una parte un señor de la tercera edad junto con una niña de edad pequeña cruzando una calle agarrados de la mano. Además de la perspectiva de la toma. Que logra dejar ver a los sujetos con una perspectiva diferente.


Imagen	
Descripción	Un niño de pequeña edad está sentado en un auto negro, detrás de este se observan arboles grandes.
Contenido	Dentro de lo que parece ser un estacionamiento un niño de pequeña edad se encuentra sentado arriba de un carro, parece descansar, él se encuentra solo, por la luz que se refleja en los autos se nota que es medio día.
Estrategia (técnica)	Punto de vista: Frontal


	Dirección de la luz: cenital Iluminación: natural. Plano: primer plano Elementos formales: patrón
Tipo de discurso	Descriptivo
Reflexión	Situación, perspectiva y encuadre, la situación también es importante ya que la fotografía puede leerse de maneras distintas, por una parte se puede decir que el niño se encuentra abandonado y por otra parte se puede decir que está esperando o descansando.

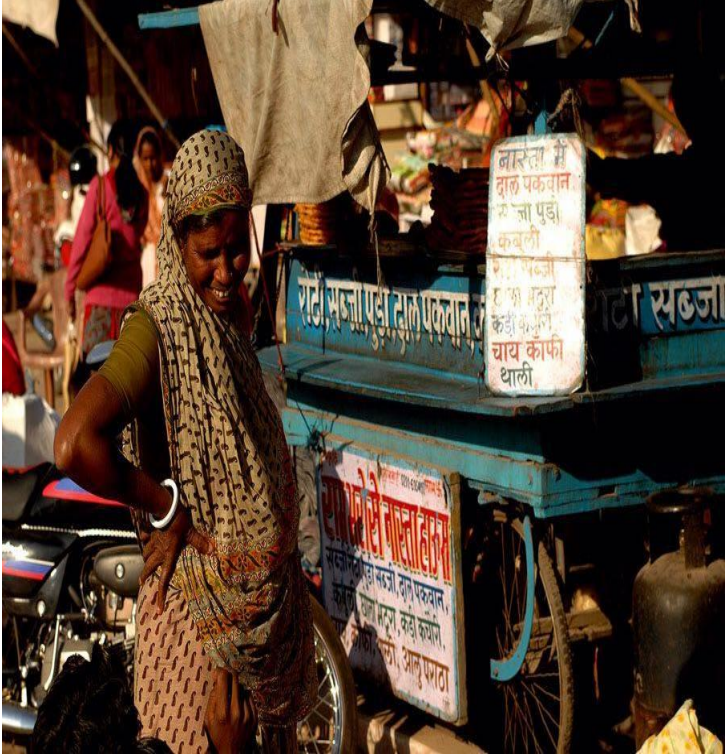
Imagen	
Descripción	Un niño descalzo con pantalón oscuro, camisa blanca y sombrero se encuentra parado en medio de dos autos estacionados, detrás de uno de los carros destaca un árbol.
Contenido	En medio de dos autos estacionados se encuentra un niño de origen humilde, el niño esta descalzo y el piso se encuentra mojado al parecer de lluvia, el niño pareciera esperar para cruzar.
Estrategia (técnica)	Punto de vista: frontal Dirección de la luz: frontal


	Iluminación: natural. Plano: primer plano Elementos formales: patrón, líneas.
Tipo de discurso	Descriptivo
Reflexión	Encuadre, perspectiva, y situación, el sujeto también es importante, ya que él niño se encuentra descalzo, el encuadre entre los dos autos y la perspectiva de la toma hacen una construcción de la imagen buena.


Álvaro Gagliano. Fotógrafo chileno del cual no hay mucha información en medios comunicativos, se intentó hacer contacto con él vía correo electrónico y a través del blog en conjunto que tiene con otros fotógrafos pero no se obtuvo respuesta. Su trabajo *Destino India* está enfocado a mostrar la cultura india y gran parte de sus fotografías son relacionadas como el comercio en vía pública y los tianguis, ahí muestra a la india desde su gente, sus colores y la vida cotidiana, es por ello que es un referente con el cual esta investigación se ve reflejada, por la similitud en querer mostrar a su gente a través de la cultura que se encuentra dentro de los tianguis y su gente.

<p>Imagen</p>	
<p>Descripción</p>	<p>Un hombre de edad avanzada maneja un bici taxi rojo (como se le llama en México) dentro de este se encuentran dos mujeres.</p>
<p>Contenido</p>	<p>En la India, se encuentra un hombre que parece prestar sus servicios a través de un bici taxi, se percibe por los demás bici taxis que se encuentran en el lugar, detrás de este se ve un tianguis o un mercado, la fotografía cuenta con un gran color rojo y logra apreciar la manta de una de las mujeres en color azul debido al color rojo que abunda dentro de la imagen.</p>
<p>Estrategia (técnica)</p>	<p>Punto de vista: frontal Dirección de la luz: cenital Iluminación: natural Plano: plano general.</p>
<p>Tipo de discurso</p>	<p>Descriptivo Narrativo</p>
<p>Reflexión</p>	<p>Las personas, en éste caso el señor de edad adulta trabajando con lo que en México se le conoce como bici taxis, el plano general que nos muestra que hay más personas como el trabajando en lo mismo</p>

<p>Imagen</p>	
<p>Descripción</p>	<p>Una persona se encuentra sentada sobre unos tapetes parte de su cuerpo la cubre una manta roja, parece que se encuentra elaborando collares de flores.</p>
<p>Contenido</p>	<p>Cubriendo su cuerpo del sol con una manta roja colocada como techo se encuentra una persona que elabora collares de flores, la persona se encuentra sentada sobre el piso sentado sobre unos tapetes, los colores resaltan sobre la imagen, el rojo, naranja y amarillos.</p>
<p>Estrategia (técnica)</p>	<p>Punto de vista: Frontal Dirección de la luz: cenital Iluminación: natural Plano: primer plano.</p>
<p>Tipo de discurso</p>	<p>Descriptivo</p>
<p>Reflexión</p>	<p>El color cálido, manos trabajadoras, y primer plano es lo que se retoma, el no mostrar la cara del sujeto también tiene una intención, la fotografía trata de enfocarse en la posición de la persona, mostrar sus manos trabajando cubriéndose del sol, todo tiene intención.</p>

<p>Imagen</p>	
<p>Descripción</p>	<p>Una mujer morena se encuentra parada frente a un puesto, ella se encuentra cubierta en la parte de la cabeza debido a las costumbres y cultura de la India.</p>
<p>Contenido</p>	<p>Frente a un puesto donde no se logra percibir que es lo que ofrecen una mujer pareciera tomar un descanso, su aspecto luce cansado y asoleado, al fondo se observan otras dos mujeres frente a otro puesto, por el contexto de fondo se percibe que la mujer se encuentra dentro de un tianguis. Los colores predominantes en esta fotografía son el azul y un tono cálido.</p>
<p>Estrategia (técnica)</p>	<p>Punto de vista: frontal Luz: frontal, cenital. Iluminación: natural Plano: primer plano</p>
<p>Tipo de discurso</p>	<p>Descriptivo</p>
<p>Reflexión</p>	<p>Situación, colores, encuadre y profundidad de campo es lo que retomo de la imagen, además del sujeto, ya que muestra cansancio y pareciera que ha estado expuesta al sol por mucho tiempo.</p>

<p>Imagen</p>	
<p>Descripción</p>	<p>Una calle llena de cables enredados, con un poste a punto de caerse, parece ser una tarde por la luz de día.</p>
<p>Contenido</p>	<p>Sobre una calle se encuentran cables enredados con aspecto de telaraña, un poste a punto de colapsarse es quien carga más con estos cables, esta fotografía remonta a otra fotografía tomada por Francisco Mata en su obra "Tepito"</p>
<p>Estrategia (técnica)</p>	<p>Punto de vista: Frontal Dirección de la luz: frontal Iluminación: Natural Plano: plano general Elementos formales: perspectiva en túnel (ligeramente)</p>
<p>Tipo de discurso</p>	<p>Descriptivo</p>
<p>Reflexión</p>	<p>Perspectiva, patrón y caos es lo que se destaca de esta imagen, la intención de esta fotografía es el caos a través de los cables de luz, un lugar que parece estar a punto de colapsar pero que al mismo tiempo parece estar todo en orden.</p>

<p>Imagen</p>	
<p>Descripción</p>	<p>Cuatro niños se encuentran sentados en el piso, a la do de ellos se encuentra una rueda aparentemente de un triciclo, frente a ellos se encuentra un puesto de ropa.</p>
<p>Contenido</p>	<p>En medio de un día soleado un grupo de cuatro niños se encuentran sentados en el piso en uno de ellos se logra ver que esta descalzo, por el puesto de ropa que se encuentra de frente y la rueda de un triciclo que está a la izquierda podemos suponer que se encuentran dentro de un tianguis. Los colores amarillos y naranja predominan en la imagen, así como la mirada del niño que es lo resalta de la fotografía.</p>
<p>Estrategia (técnica)</p>	<p>Punto de vista: Frontal Dirección de la luz: cenital Iluminación: natural Plano: primer plano Elementos formales: patrón</p>
<p>Tipo de discurso</p>	<p>Descriptivo</p>
<p>Reflexión</p>	<p>Los colores, perspectiva, y la mirada es lo que retomo de la imagen, la mirada del niño capta la atención de la fotografía, pero también las espaldas nos dicen algo, ellos están concentrados en lo que están haciendo, talvez comen o están jugando.</p>



Rodrigo Cruz. Foto periodista mexicano, su trabajo has sido publicado en el New York Times, CNN, ESPN, y National Geographic, en español, y México desconocido entre otras. Su obra ha sido incluida en el libro: *laberinto de miradas, una mirada a la fotografía documental en América Latina*, y el libro *Descubrimientos 2010*. Su trabajo ha sido exhibido en los Estados Unidos, México, América Central y América del Sur.

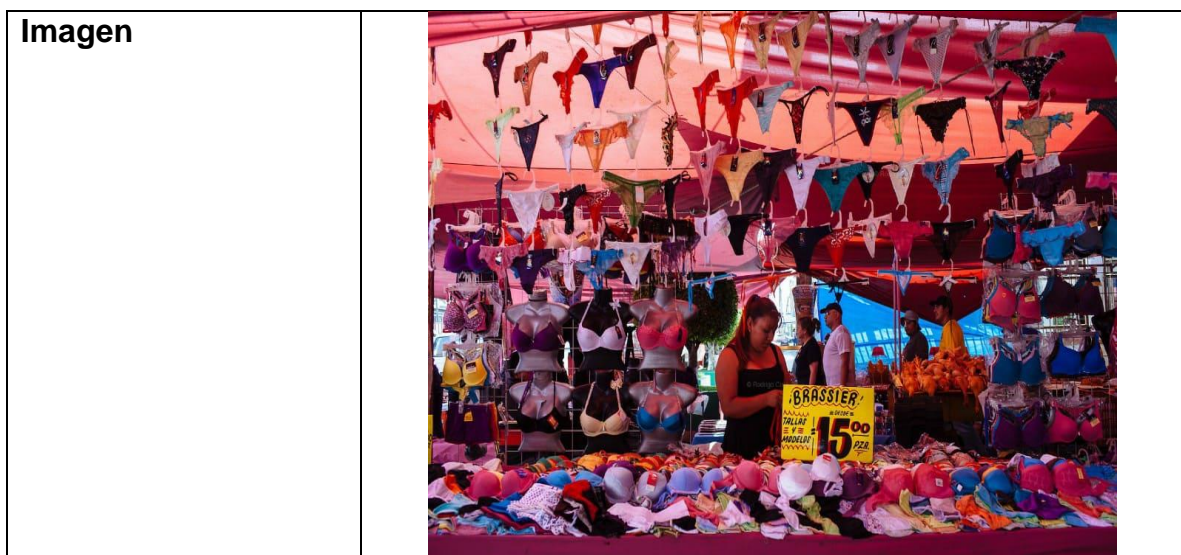
Ha participado desde el 2006 en diversos concursos de fotografía como: Concurso Nacional de Fotografía “Cuartoscuro”, “luces de América” National Geographic en español”, derechos de los pueblos indígenas, Comisión Nacional de Derechos Humanos en los cuales ha ganado el primer lugar, entre otros.

Ha realizado obras como: frontera sur, Carnaval los pintados, Semana santa Raramuri, Ciudad Neza siendo esta última el referente para el análisis debido a que se enfoca a todo aquello que caracteriza a Ciudad Neza, su gente, sus lugares, y sus tradiciones. Hace un recorrido por sus diferentes espacios y destaca el color en sus fotografías, enfatiza en su gente pero si dejar a un lado el contexto en el que viven.


Imagen




Descripción	Un hombre joven del lado derecho trabajando en un taller lleno de herramientas, se alcanza a observar una pared blanca y una mesa de metal donde él trabaja.
Contenido	Se encuentra un hombre trabajando en su taller, rodeado de herramientas, de un lado se puede observar un caos en sus herramientas y del otro lado un orden, el hombre se está encuadrado y ubicado en la parte derecha de la fotografía, los tonos son oscuros debido a el color de ropa que él trae puesto y al color de sus herramientas. El hombre tiene una edad aproximada entre 25 y 35 años.
Estrategia (técnica)	Punto de vista: frontal Dirección de la luz: cenital Iluminación: artificial Plano: primer plano Elementos formales: patrón y líneas.
Tipo de discurso	descriptivo
Reflexión	Es posible la persona que aparece sea el dueño del negocio, se aprecian desarmadores, y sobre la mesa se ve una cortadora, se podría decir que es un herrero o tiene un oficio similar. El encuadre es de utilidad para mostrar lo que él hace y el contexto en donde se desenvuelve.




Descripción	Un puesto de lencería dentro de un tianguis, una mujer observando la mercancía, y un letrero con el precio de los brasieres.
Contenido	Se observa un puesto grande de lencería, el colorido de estos llama mucho la atención sin dejar a tras el costo que también distrae pues hay desde quince pesos.
Estrategia (técnica)	Punto de vista: Frontal Dirección de la luz: lateral Iluminación: natural, se observa un tono rojizo debido al color de la lona. Plano: plano general Elementos formales: patrón.
Tipo de discurso	Descriptivo
Reflexión	Esta fotografía es un escenario que suele ser muy característico de encontrar en los tianguis, el encuadre sirve mucho para lograr el elemento formal de patrón, es una de las fotografías que más sirven de referente para este ensayo fotográfico.

Imagen	
Descripción	Se aprecia a un hombre de aproximadamente treinta y cinco años, tatuado, de fondo un terreno vacío.
Contenido	Una persona del género masculino, con tatuajes que pudieran ser signos pertenecientes a una banda, de su cuello cuelga un rosario que representa su religión. El terreno baldío que se encuentra detrás de él da la sensación de una colonia sola.
Estrategia (técnica)	Punto de vista: frontal Dirección de la luz: cenital Iluminación: Natural

	Plano: primer plano, retrato
Tipo de discurso	Descriptivo Narrativo
Reflexión	Los tatuajes que tiene el hombre y el terreno vacío detrás podría representar el dominio del territorio, el retrato es importante para mostrar la esencia de las personas que representan cada lugar. Así como los retratos de Mata este es un buen referente para el presente ensayo.

Imagen	
Descripción	Un puesto de playeras, y dos hombres de mediana edad atendiendo, una mujer en primer plano sosteniendo una bolsa.
Contenido	Se aprecia un puesto de playeras dentro de un tianguis, los hombres que lo atienden pareciera que utilizan la misma mercancía que venden. Se ve la silueta de una mujer, solo se ve su mano sosteniendo una bolsa, podría ser una señora por la textura de su piel.
Estrategia (técnica)	Punto de vista: frontal Dirección de la luz: frontal, cenital. Iluminación: natural. Plano: medio Elementos formales: patrón.
Tipo de discurso	Descriptivo Informativo
Reflexión	Dentro del tianguis, los comerciantes pueden ser desde menores de edad hasta personas de la tercera edad, al igual que los clientes, Esta imagen nos ayuda a mostrar que esto es real, por un lado se observa a unos jóvenes de comerciantes y

	<p>por otro lado una señora de cliente, es importante este tipo de tomas ya que muestra la gran diversidad de personas que son parte del tianguis.</p>
--	--

Imagen	
Descripción	<p>Se observa una calle llena de basura, y una farmacia que ya tiene su luz prendida puesto que se observa que está a punto de caer la noche.</p>
Contenido	<p>Una calle donde aparenta que se ha terminado una jornada de un tianguis por la basura que se observa, la luz da la sensación de que es de tarde, el piso mojado nos dice que llovió.</p>
Estrategia (técnica)	<p>Punto de vista: lateral Dirección de la luz: lateral Iluminación: natural. Plano: general Elementos formales: perspectiva en fuga</p>
Tipo de discurso	<p>Descriptivo Informativo</p>
Reflexión	<p>La luz, la soledad de la calle, la basura, todo apunta a que una jornada de tianguis ha terminado, esta imagen refleja lo que queda del tianguis cuando este termina su día, es importante mostrar el desenlace de este, puesto también se dice mucho de cómo termina el espacio ocupado.</p>

Estos cinco fotógrafos han dejado una huella en cada uno de sus proyectos, cada uno de ellos ha mostrado algo característico ya sea en relación al tianguis o la ciudad como tal, como Francisco Mata que retrata a Tepito o Héctor García Cobo que captura la singularidad de la ciudad. Sin duda estos referentes apoyan el conocimiento fotográfico y aportan una visión más amplia a la realización del ensayo fotográfico. Pues la forma en que Mata realiza los retratos hace destacar la esencia de las personas sin que otro elemento desvíe la atención del protagonista, así como Álvaro Gagliano quien hace resaltar los colores del tianguis de una manera admirable. Nacho López inspiró para hacer el seguimiento de los personajes del tianguis, así como lo hizo con su obra *La venus se fue de juerga por los barrios bajos*. En este ensayo se muestran características de un lugar en específico así como lo muestra Rodrigo puesto que muestra una ciudad y gente actual, además de enfocarse en el tianguis, sin duda cada una de las obras de estos fotógrafos conforman una mejor perspectiva para la realización del ensayo fotográfico.

CAPÍTULO 6. BITÁCORA DEL PROCESO DE REALIZACIÓN DEL PRODUCTO COMUNICATIVO

*... en las calles no hay telón
Así que puedes mirar
Como rico espectador
Te invito a nuestra ciudad...
En las calles hay color...
Un gran circo, La maldita vecindad.*

Los antecedentes del este ensayo fotográfico sobre el espacio simbólico y el tianguis se remontan al curso de Seminario de diseño de proyectos de titulación de la carrera Comunicación y cultura que imparte Universidad Autónoma de la Ciudad de México. Debido al interés y la relación con las personas que trabajan dentro de los tianguis en la delegación Iztapalapa. En una primera etapa se investigó sobre el espacio público y un poco sobre los tianguis para saber cuáles serían más viables, después de tener un poco de información se acudió a cuatro tianguis dentro de la delegación Iztapalapa y se realizó un primer registro fotográfico.

Más adelante se realizaron sesiones fotográficas en estos tianguis para definir cuáles serían los más factibles para el proyecto. Esta etapa sirvió para acercarse más a las personas y para que conocieran el motivo de las tomas, para que de esta forma hubiera cierta familiarización y las personas fueran más accesibles. También se realizaron entrevistas tanto a

los comerciantes como a los clientes, y finalmente se hizo un seguimiento en su vida cotidiana a dos tianguistas para conocer cómo era su vida cotidiana y que hacen además de su trabajo en el tianguis.

Es por lo anterior que la metodología cualitativa fue la más apropiada para la investigación “los métodos mediante los cuales estudiamos a las personas necesariamente influyen sobre el modo en que las vemos. Cuando reducimos las palabras y los actos de la gente a ecuaciones estadísticas, perdemos de vista el elemento humano de la vida social” (Rizo; 2007: 30). Es entonces que al observar su vida con más profundidad ayudó a entender su entorno y su cultura para un análisis más enriquecedor.

Al comenzar el año 2015 se empezó a trabajar con la directora de tesis María Eugenia de la Garza, en este momento se comenzó a pulir el primer capítulo del proyecto y de la mano se fueron realizando más visitas a los tianguis con el objetivo de sacar más fotografías, éstas se fueron clasificando así las primeras fotografías resultaron ser de sucesos o acontecimientos dentro del tianguis. En esta etapa no se realizó un acercamiento tan cercano con los sujetos para intentar captar el momento sin que la cámara intimidará. También se realizaron entrevistas semiestructuradas a amas de casa que asisten al tianguis y a los comerciantes, y se hizo la transcripción de las mismas.

Por otro lado, se investigó acerca de los tianguis y sus diferentes tipos, las leyes que rigen el comercio, y se acudió a instituciones encargadas del espacio público. La oficina de información pública de la delegación Iztapalapa fue la que

proporcionó más información al respecto. Se averiguó sobre las estadísticas de empleo en específico del sector informal. En el mes de mayo se empezó a leer toda la información recaudada para posteriormente empezar a fichar por cada tema investigado. En los siguientes meses se hizo la primera impresión de las fotos realizadas para empezar a descartar y elegir las correctas, de la misma manera se pudo dar cuenta de que elementos faltaban por fotografiar.


En los primeros meses del año 2016 se continuó con la realización de fotografías, cada quince días se acudía a los tianguis y paralelamente con la investigación teórica para la realización del análisis fotográfico. Para el mes de marzo se comenzó con la lectura de la información recabada para el capítulo dos, y durante el mes de mayo y junio se empezó a redactar el capítulo, a la par se seguía con el levamiento fotográfico.

Para los siguientes meses se trató de pulir todo el capítulo número dos, con la asesoría de la directora de tesis. Para finales del año se decidió hacer el seguimiento de dos personajes, se les visitó en sus hogares, en sus otros trabajos y en sus actividades diarias. Se revisaron las fotografías y se hizo el último levantamiento de fotografías. A principios del 2017 se imprimieron todas las fotografías para realizar la selección y narración visual del conjunto del ensayo fotográfico.


Durante el resto del 2017 se corrigió el sustento teórico y se dio paso a elaborar las conclusiones, además se afinó la narración del ensayo fotográfico y se realizó la edición de las fotografías finales.

A continuación se clasifican por fecha las diferentes visitas que se realizaron a los diferentes tianguis, se consigna la fecha, una fotografía representativa, una descripción, y las características técnicas del equipo fotográfico que se utilizó.

La primera visita se realizó en el año 2014, se visitó el lugar con la finalidad de conocer el lugar y el ambiente, esta primera sesión fue en un tianguis que en un principio se pensaba investigar, se logró saber cómo acercarse a las personas, conocer los tiempos más recomendables para realizar las fotografías y saber que iba a ser más difícil de realizar. Se tomaron alrededor de 87 fotografías.

Observaciones	Descripción	
<p data-bbox="201 345 401 412">8 noviembre, 2014</p> <p data-bbox="201 459 428 570">Cámara Sony Alpha 200 de 10 megapíxeles</p>	<p data-bbox="453 345 978 686">La fotografía se tomó en el Tianguis de las torres, que está ubicado en la Avenida con el mismo nombre, dentro de la delegación Iztapalapa. Se aprecia a una mujer caminando a punto de pisar un charco de agua. A principios de la investigación se pretendía que las fotografías fueran en blanco y negro.</p>	

La segunda visita se registró en mismo mes de noviembre, esta vez fue en el tianguis de Aldama, la finalidad de ese día fue conocer a través del lente, por primera vez al tianguis del jueves, y se logró captar a varios personajes haciendo actividades dentro del tianguis, en esta sesión se tomaron noventa y seis fotografías.

Observaciones	Descripción	
<p>26 de noviembre 2014 7:30 a.m Cámara Nikon 5200 Lente 18-55</p>	<p>Esta fotografía se en av. Aldama en la delegación Iztapalapa, el señor Mario está llegando a su lugar de trabajo, alrededor de las ocho de la mañana.</p>	


La tercera visita se realizó en la explanada del mercado de cananea, en esta ocasión para tomar imágenes de la feria que se hace por el aniversario del mercado, y el resultado fue la captura fotográfica de personas disfrutando de la feria así como detalles (elementos formales), en esta visita se tomaron 136 fotografías.

Observaciones	Descripción	
<p data-bbox="199 651 380 724">22 de mayo 2015</p> <p data-bbox="199 776 409 938">Cámara Nikon 5200 Lente 18-55 7:30 p.m.</p>	<p data-bbox="457 651 997 813">Esta fotografía se tomó en la noche del aniversario del mercado cananea, dentro de la explanada. Se aprecia a un juego mecánico en movimiento.</p>	 A photograph of a Ferris wheel at night. The wheel is illuminated with bright, colorful lights (yellow, green, and red) that create a blurred, dynamic effect as it rotates. The structure is set against a dark night sky. In the foreground and background, there are silhouettes and some blurred figures of people, suggesting a busy fair or market setting. The overall atmosphere is festive and lively.


La cuarta sesión se realizó en la explanada de Cananea, en ésta se pretendió, capturar situaciones del tianguis, es decir, mostrar a sus personajes dentro del espacio, realizando alguna actividad o interactuando entre ellos, se logró realizar el objetivo principal, en esta sesión se tomaron 146 imágenes.

Observaciones	descripción	foto
<p>17 de junio 2015</p> <p>Cámara Sony Alpha 2000</p> <p>Lente 18-55</p>	<p>En esta imagen se aprecia a dos señores adultos mayores, a un niño y un perro, todos dentro del tianguis, frente a su puesto.</p>	

En la quinta sesión se regresó con el mismo objetivo de la cuarta, tomar más situaciones en el tianguis de las chácharas, ya que este es uno de los principales enfoques del ensayo fotográfico. Se capturaron 128 fotografías y se pudo obtener el objetivo deseado además de algunos retratos.

Observaciones	descripción	foto
<p>15 de agosto 2015</p> <p>Cámara Nikon 5200</p> <p>Lente 18-55</p>	<p>Ésta fotografía se ve a un niño de aproximadamente diez años observando un puesto en donde al parecer venden artículos de papelería, el niño se encuentra hincado con una playera a rayas sin manga.</p>	


La sexta visita fue en enero con el motivo de capturar el único día del año en que los comerciantes del tianguis de las Chácharas pueden vender nuevo, el objetivo fue capturar la explanada en un momento distinto al de cada fin de semana. Se logró capturar imágenes de noche, retratos, detalles y personajes dentro de sus puestos, 116 fotografías se tomaron esa noche.

Observaciones	descripción	foto
<p>5 de enero 2016</p> <p>Cámara Nikon 5200</p> <p>Lente 18-55</p>	<p>Aquí se observa a un chico de aproximadamente quince años y una niña de ocho años probablemente. Ellos se encuentran vendiendo ponche en un triciclo, la niña está tomada del brazo del chico y se le aprecia alegre.</p>	


En la visita número siete se pretendió sacar fotografías que mostraran el final del día de los tianguis, es por eso que se acudió cerca de las seis de la tarde para poder realizar estas capturas, el objetivo fue logrado y se realizaron 89 fotografías.

Observaciones	descripción	foto
<p>23 de enero 2016</p> <p>Cámara Nikon 5200</p> <p>Lente 18-55</p>	<p>Los tianguistas dejan productos que ya no quieren, cabe señalar que ese mismo día pasan a barrer la explanada y quitar toda la basura que dejen, aquí se ve una pequeña montaña de ropa debajo de la banquetas.</p>	


La octava visita fue en el tianguis del jueves y el objetivo fue mostrar cómo es que llega la mercancía a estos lugares, como es que se le da abasto al tianguis para poder tener mercancía para todas las personas. Se logró tomar 68 fotografías en donde también se pudieron tomar algunos detalles.

Observaciones	descripción	foto
<p>18 de marzo 2016</p> <p>Cámara de celular Samsung Galaxy s4</p> <p>12 megapíxeles</p>	<p>En la imagen se puede observar dos costales de papa dentro del tianguis. Generalmente los tianguistas se surten en la central de abastos, todos los días de tianguis van muy temprano para llevar al tianguis la fruta y verdura fresca.</p>	

En la novena sesión se pidió permiso a la dueña de la casa más cercana al tianguis para poder sacar imágenes aéreas, se capturó al tianguis desde un punto de vista aéreo y general, se sacaron 102 fotografías.

Observaciones	descripción	foto
<p>30 de mayo 2016</p> <p>Cámara Nikon 5200</p> <p>Lente 18-55</p>	<p>El tianguis visto desde las alturas. Se ocupa toda la explanada de cananea. Todos los sábados y domingos</p>	


En casa de Josefina fue la décima sesión, el objetivo fue, hacer un seguimiento de su día, antes de ir a su casa se fue al parque donde corre todas las mañanas para más tarde capturar los momentos que pasa en su hogar. Se cumplió con el objetivo y se tomaron 97 fotografías.

Observaciones	descripción	foto
<p>30 de junio 2016</p> <p>Cámara Nikon 5200 12 megapíxeles.</p> <p>Lente 18-55</p>	<p>Se muestra a Josefina lavando trastes en su casa. Ella vive en un departamento en la delegación Iztapalapa, tiene dos hijos y un perro, le gusta correr y tejer.</p>	


En julio se regresó al tianguis del jueves en la visita número once, donde el objetivo fue mostrar ahora situaciones en este tianguis y su gente, se recorrió todo el tianguis y se estuvo ahí aproximadamente tres horas, se capturaron 137 fotografías.

Observaciones	descripción	foto
<p>30 de junio 2016</p> <p>Cámara Nikon 5200 12 megapíxeles.</p> <p>Lente 18-55</p>	<p>Tres jóvenes aproximadamente entre 12 y 16 años, se toman un descanso para desayunar, generalmente los hijos de los comerciantes ayudan a sus padres.</p>	

En esta sesión se visitó a Amalia en su otro lugar de trabajo, en el labora como jefa de meseras, este trabajo lo realiza los fines de semana, esto se hizo con la finalidad de mostrar que además de ser comerciantes tiene más trabajos que complementan su economía, se logró el objetivo y se obtuvieron 54 fotografías.

Observaciones	descripción	foto
<p>29 de julio 2016</p> <p>Cámara Nikon 5200 12 megapíxeles.</p> <p>Lente 18-55</p>	<p>Amalia con su uniforme de mesera dentro del salón de eventos sociales en el cual trabaja. Ella además de ser comerciante trabaja de mesera por las tardes los fines de semana y de lunes a viernes es trabajadora doméstica.</p>	

En el mes de agosto se regresó a la explanada de cananea para obtener más fotografías sobre, el lugar, las personas, situaciones, se trató de que las personas no vieran a la cámara para poder capturar el momento y no salieran poses. Esta ocasión se acudió en la mañana y se capturaron 77 fotografías.

Observaciones	descripción	foto
<p>21de agosto 2016</p> <p>Cámara Nikon 5200 12 megapíxeles.</p> <p>Lente 18-55</p>	<p>Dos mujeres que aparentan ser madre e hija se encuentran desayunando. Es normal que los comerciantes desayunen en el tianguis, suelen comprar hecho o en muchos casos llevan preparado y compartir entre ellos.</p>	


En esta sesión, la numero catorce, se hizo un registro de un día completo con Amalia, desde que llegó hasta que se fue, esto con el propósito de tener capturado cómo es un día en su trabajo. En esta ocasión se capturaron 98 fotografías.

Observaciones	descripción	foto
<p>4 de noviembre 2016</p> <p>Cámara Nikon 5200 12 megapíxeles.</p> <p>Lente 18-55</p>	<p>Amalia sentada acomodando su ropa en el puesto donde vende chácharas. Suele llegar a las siete de la mañana y se va a las tres de la tarde aproximadamente.</p>	


En la sesión quince se regresó a la explanada de cananea, nuevamente para seguir explorando el tianguis y conseguir fotografías de momentos dentro de él. Se capturaron 76 fotografías y se logró con el objetivo principal.

Observaciones	descripción	foto
<p>19 de noviembre 2016</p> <p>Cámara Nikon 5200 12 megapíxeles.</p> <p>Lente 18-55</p>	<p>Una pareja se encuentra viendo ropa de segundo uso. Las personas pueden encontrar cualquier cosa de segunda mano, juguetes, zapatos, ropa, trastes, discos, películas, bolsos, entre otras cosas.</p>	

En ésta sesión se fue a visitar la plaza de cananea en un día normal, sin tianguis para mostrar la plaza en otra actividad, se encontró a un grupo de personas barriendo la explanada, estos eran parte del tianguis de la explanada del mercado el molino, como cada jueves asisten a limpiar para que el sábado tengan sus espacios limpios. Se sacaron 32 fotografías.

Observaciones	descripción	foto
<p>22 de febrero 2017</p> <p>Cámara Nikon 5200 12 megapíxeles.</p> <p>Lente 18-55</p>	<p>La explanada de cananea en un día normal sin tianguis, a lo lejos se perciben a personas barriendo, ellos son los comerciantes del fin de semana.</p>	

En la siguiente y última sesión se regresó al tianguis del jueves, debido a que se necesitaban obtener más fotografías sobre detalles, se les pidió a los comerciantes que dejaran fotografías sus productos y se logró sacar 43 fotografías.

Observaciones	descripción	foto
<p>28 de marzo de 2017</p> <p>Cámara Nikon 5200 12 megapíxeles.</p> <p>Lente 18-55</p>	<p>Letrero con el precio de un producto.</p> <p>Los letreros que utilizan en los tianguis para poner el precio de sus productos suelen ser cómicos, pues acompañan el precio con alguna frase.</p>	

Exposición Fotográfica

El día 1 de abril del 2018 se realizó la exposición fotográfica: *Color, sabor y tradición en las calles de la ciudad*, en el Parque temático Cananea, ubicado en calle damiana, colonia el Molino en Iztapalapa. Se hizo una invitación por medio de las redes sociales a todo público y en especial a los tianguistas del *tianguis de las chácharas* quienes se encontraban a escasos metros del parque temático. La exposición comenzó a la 1:00 de la tarde.



Se dio paso al público en donde personas de todas la edades asistieron, incluyendo a tianguistas y uno de los personajes que se encuentra dentro del ensayo fotográfico. A todos los asistentes se les hizo una invitación para que tomaran como obsequio alguna de las fotografías que imprimieron durante el proceso de realización, las cuales tomaban gustosos.



Josefina Esquivel





Durante la exposición las personas recorrieron cada una de las fotografías expuestas, en donde algunos se acercaron para felicitarme por el trabajo realizado, pero sin duda los comentarios de los tianguistas fueron los más reconfortantes.

Tus fotografías me llegaron, yo soy comerciante desde hace veinte años y en verdad me sentí identificada.

Muchas felicidades, yo no creía que el tianguis se pudiera fotografiar, y ahora me doy cuenta que sí.

Captaste en verdad la vida cotidiana de los tianguistas, la fotografía de la vida cotidiana es muy padre.

Entre otros comentarios, algunos empezaron a hacer bromas como gritar: pásele pásele, bara bara, bara bara.







La exposición terminó a las 6:30 de la tarde, con una gran satisfacción debido a la asistencia de los tianguistas, amigos, y personas externas, en donde todos pasaron un rato agradable.



CAPÍTULO 7

“Color, sabor y tradición en las calles de la Ciudad”

Producto comunicativo: ensayo fotográfico

¡Pásele güerita!
¡Chécale carnal!
¡Sí hay, sí hay... y bien!
¡Ahí le va su pilón!

El tianguis, el único lugar donde todas las mujeres son güeritas, donde frases como: ¡pásele, barato, barato!, ¡Aquí sólo bueno, bonito y barato!, ¡Pásele, pásele marchanta! Siempre se escuchará. Donde todo es barato, donde muchas personas esperan el día en que se ponga para surtir su despensa y de paso terminar comprando hasta un postre.

El tianguis es representativo de nuestro país y data desde la época prehispánica donde se utilizaba el trueque y ha evolucionado con el tiempo, en la actualidad, se pueden ver productos como: electrónicos, instrumentos musicales, autos y hasta chácharas. El tianguis convive con el espacio público, con las calles de la ciudad, sus precios pueden ser bajos en comparación en mercados y supermercados. Los tianguis no pueden instalarse donde sea, deben contar con un permiso o estar registrados ante su delegación para poder trabajar.

El tianguis en nuestro país es fundamental para el abasto, solo en Iztapalapa hay cerca de 400 tianguis. Pero además es un espacio simbólico donde surgen relaciones sociales y culturales, donde la gente convive, interactúan, pasea o se entretiene. Es por eso que el tianguis no solo es un espacio para abastecerse sino también para sociabilizar e incluso pasar un momento agradable; donde cualquier persona sin importar religión, preferencias sexuales, clase social, discapacidad, nacionalidad, se relaciona, transita o hacen comunidad.

En el presente ensayo fotográfico podrás ver a su gente, los tianguistas, los clientes, niños jóvenes, viejos, adolescentes, abastecerse pero al mismo tiempo crear un espacio social, cultural y recreativo.

¿Y tú, a qué vas al tianguis?

Color, sabor y tradición en las calles de la ciudad

¡BIENVENIDOS!





Los tianguistas llegan desde las siete de la mañana, arman sus puestos, desayunan y comen dentro del tianguis.





En el tianguis puedes encontrar todo tipo de productos, incluso frutas exóticas.





Las verduras es uno de los productos preferidos de los clientes para llevar a casa.



Los comerciantes hacen del Tianguis su casa, además de trabajar conviven, e interactúan entre ellos.



En el mes de septiembre se celebra el aniversario del mercado Cananea, así la plaza da cabida a diferentes actividades convirtiendose en un verdadero espacio público.





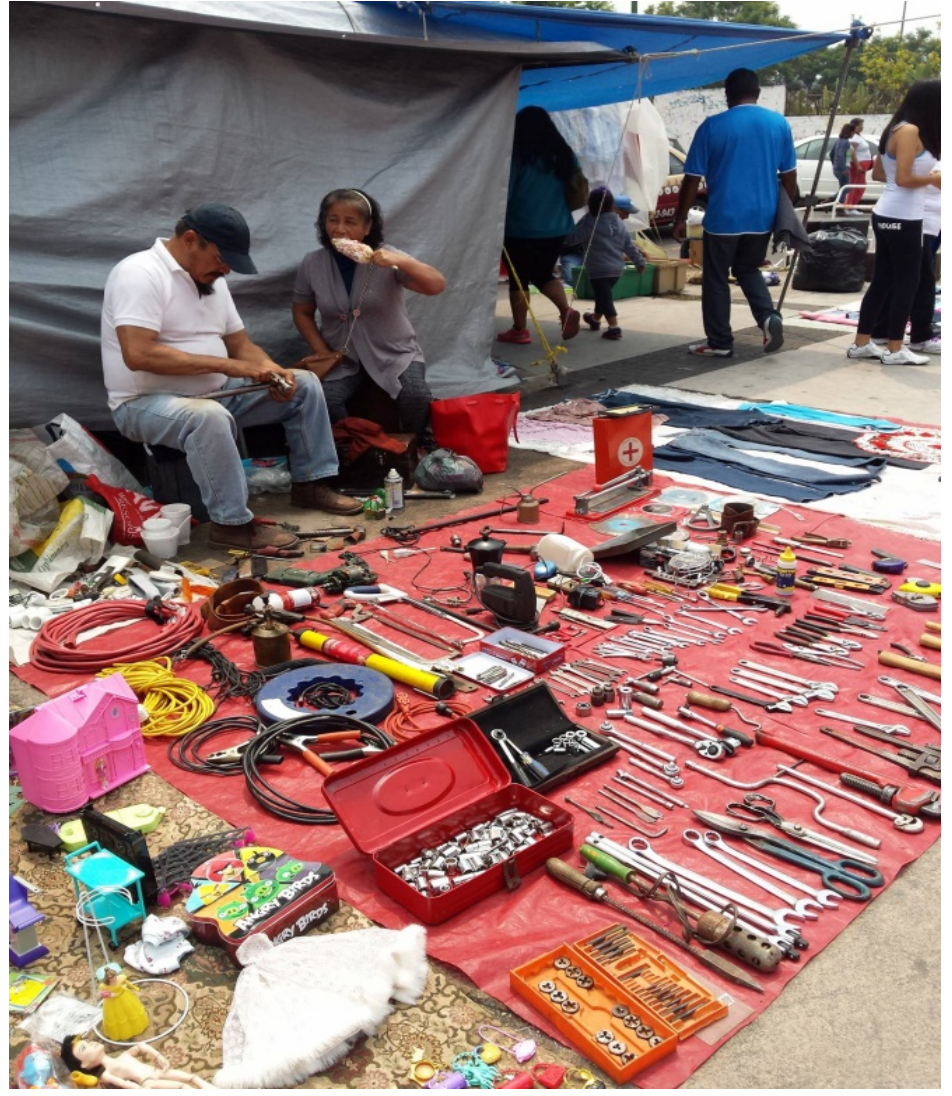


De lunes a viernes trabajo hasta las tres, los sábados en la mañana aquí en el tianguis y si tengo evento de mesera recojo temprano aquí y termino hasta la noche.

Amalia Bocanegra lleva más de quince años vendiendo chácharas en el tianguis de Cananea, además trabaja como empleada doméstica y como jefa de meseras en un salón de eventos sociales.









En el tianguis trabajan personas de distinta edad: jóvenes, adultos y gente mayor.





Josefina Esquivel es madre de dos hijos, trabaja en el tianguis desde hace más de 17 años, actualmente vende ropa, le gusta tejer y correr por las mañanas.

Me gusta, me gusta mucho lo que hago, mucho, me encanta mi trabajo, me encanta lo que hago porque puedo sociabilizar con todo mundo, hasta de hecho con las clientas, pasan de ser clientas a mis amiga





Los niños crecen, juegan y aprenden dentro del tianguis como si fuera su hogar.







PA' COMPRARLE, LA
CASA A LA GAVIOTA
1200
KILLO





La jornada laboral de los tianguistas dura alrededor de doce horas, acuden a trabajar sin importar la lluvia, el calor, el viento o frío.



Así es como las calles de la ciudad de México se transforman en una fiesta de sabor, color y tradición.

CONCLUSIONES

Para este estudio se partió de la idea de que el tianguis se constituye en un espacio simbólico como parte del espacio público; la relevancia se debe a que pocas veces se investigado al tianguis desde esta perspectiva ya que generalmente se le considerado solo un medio de abasto a bajo costo.

Inicialmente se pensó en abordar el tema desde el espacio público pero en relación a la economía o el trabajo informal pero conforme avanzó la investigación se consideró más pertinente analizar el tianguis como un espacio simbólico, y en función de ello se retomaron tres categorías, espacio público-espacio simbólico, ciudadanía y comercio en vía pública.

El espacio público y simbólico fue la categoría central ya que ayudó a demostrar que en realidad el espacio es fundamental para la generación de lo simbólico. La ciudadanía, es la que hace que todo acto social sea posible a través de la comunicación debido a que quienes participan dentro del tianguis son ciudadanos que finalmente constituyen el espacio. Retomar la categoría sobre el comercio en vía pública fue necesario ya que la forma característica de funcionar en el tianguis se basa en la vía pública.

A pesar de que los tianguis actualmente deben ser registrados ante los gobiernos delegacionales, funcionan en situación informal al no tener prestaciones y no pagar impuestos. Cada tianguis debe estar registrado ante su correspondiente delegación, esto se convierte en un permiso para que puedan funcionar el espacio público sin problema. Los representante de cada tianguis cobran una cuota por día

que se labora, ésta remuneración se divide, una parte es para pagar el tiempo del representante, otra para pagar la basura que genera el tianguis y la tercera es para la delegación correspondiente, esto último no cuenta como un pago de impuesto, es por eso que los tianguistas siguen en calidad de trabajadores informales, ellos no cuentan con ningún beneficio como seguro social, o pensión.

En la investigación se comprobó que dentro del tianguis los comerciantes tienen un amplio rango de edad, es decir, trabajan dentro de el personas menores de edad hasta adultos mayores, niños, hombres y mujeres quienes trabajan las mismas horas por igual, y en ningún caso reciben algún beneficio por parte del gobierno. Se considera importante que el gobierno cree formas de integración que traigan consigo prestaciones de ley como con las que cuenta un empleado formal o que de alguna manera este tipo de trabajadores este inserto en algún programa que les dé algún beneficio por parte del gobierno.

Por otra parte, hablando sobre la metodología, la cualitativa resultó ser las más útil para la investigación, ya que a través de la observación se logró ver a las personas interactuando dentro del espacio y permitió involucrarse con ellos a través de la realización del ensayo fotográfico. La observación participante permitió darse cuenta que siempre hay una relación entre comerciante-cliente, comerciante-comerciante, cliente-cliente, debido a la comunicación que se da al vender y comprar, y se observò que en la mayoría de los casos la comunicación es cordial, afectiva y alegre, y ello forma parte del espacio simbólico que se genera.

Por ejemplo también se observó, que como parte de la vida los niños son arreglados dentro del tianguis para ir a la escuela, y entonces los comerciantes piden a sus compañeros cuidar su puesto mientras llevan a sus hijos al preescolar y la primaria.

También se observó que los clientes no siempre asisten a comprar, pues muchos solo van a caminar, distraerse y tal vez comprarse un postre, incluso este tipo de clientes acuden en compañía, es aquí donde las personas hacen del tianguis un espacio simbólico en donde se sociabiliza como cualquier espacio recreativo o cultural. Como lo mencione anteriormente, se coincide con Francisco Mata, entre otros fotógrafos, en que la fotografía crea una representación de la realidad pues a través de ella se puede mostrar al mundo un rincón que tal vez el otro jamás se imaginó llegar a conocer, y así también crear una interpretación respecto de un tema o acontecimiento.

Por otra parte, la decisión de seguir a los tianguistas para profundizar en la investigación y en el ensayo fotográfico fue positivo en el caso de Josefina y Amalia ya que ayudó a entender que los comerciantes pasan gran parte de su tiempo dedicado al trabajo, pues los días en que no laboran dentro del tianguis lo ocupan para surtir su mercancía y tienen otras actividades, además de cumplir con sus responsabilidades familiares, lo cual no representa que dejen de divertirse e incluso de tener tiempo para ella. Específicamente Amalia Bocanegra nos demostró que se puede tener más de un trabajo, además de tianguista es jefa de meseras de eventos sociales y de lunes a viernes ser trabajadora doméstica. Esto nos deja claro que el tianguis también puede ofrecer un horario flexible para poder realizar diversas actividades.

Además de la observación, las entrevistas semi estructuradas sirvieron para corroborar que en verdad los clientes y los comerciantes consideran al tianguis como un espacio cultural, en estas entrevistas los clientes afirman que muchas veces asisten solo para pasar un buen rato en familia, mientras otros afirman que van por los precios bajos. Por su parte los comerciantes dijeron que muchas de sus amistades se originaron dentro del tianguis.

Así como se demostró con el acercamiento fotográfico que el tianguis se puede considerar como un espacio simbólico, independientemente de que sean de diferente tipo, ya que en ellos se crea, construye, y se comunica siempre. Pues se comprobó que las personas que asisten al tianguis además de comprar conviven, interaccionan, como es el caso de las personas que vienen de otros estados, los amigos que se vuelven compadres, los que juegan dentro de este espacio simbólico. También se comprobó que entre ellos crean nuevas formas simbólicas de comunicación, como el silbato para ayudarse en caso de robo, o su quiniela para jugar por un premio.

La modalidad de realizar un ensayo fotográfico si permitió mostrar visualmente el espacio simbólico además de construir una coherencia entre lo teórico y lo práctico.

Al ser la fotografía una herramienta para la investigación el ensayo fotográfico y el sustento teórico se complementaron uno a otro, puesto que la imagen no es solamente una manera de observar, estudiar y analizar sino que también es una manera de comunicar. Gracias al análisis que se hizo de otros fotógrafos que han trabajado con el tema del tianguis o la Ciudad de México permitió tener elementos

en cuestiones técnicas y formales para la realización del ensayo, además de estructurar la relación entre imágenes para construir una narración visual.

Por ejemplo, se planteó inicialmente que el producto fotográfico fuera en blanco y negro pero se consideró que comunicaba mejor siendo a color, ya que se trataba de los tianguis, de esta forma destacaba lo tradicional, el ambiente, y su gran colorido en frutas, verduras y demás productos lo cual resaltaba el espacio simbólico como algo vivo. La fotografía logra comunicar a través de muchos aspectos, tanto lo que el autor intenta mostrar, como lo que para el otro connota, así como sus formas y colores. A través de esas fotografías se pueden identificar muchas personas. La aportación que este ensayo da es un registro fotográfico como fuente de información a generaciones venideras, además de una reflexión sobre el espacio simbólico.

+ + +

Mi intención como fotógrafa fue dar a conocer un espacio que comúnmente es visto como un lugar de abasto pero que realmente está lleno de simbolismo cultural, usado como espacio cultural, y de sociabilización, es por eso que elegí este tema, ya que me di cuenta de que el tianguis a pesar de cada vez tiene más competencia, sigue vivo y aumenta su número de comerciantes cada día más.

El objetivo del presente estudio fue que el producto final se expusiera al interior de los tianguis, para que su gente pudiera verse como protagonista de un espacio simbólico.

Debido a ello realice la exposición en el kiosco del parque Temático de Cananea ya que está a unos metros del tianguis de *las chácharas* en dicha exposición se interactuó con los tianguistas y se les regalaron impresiones de diferentes fotografías a modo de regalo.

A nivel personal esta investigación deja un gran aprendizaje, en una parte se mejoró la práctica fotográfica tanto en los aspectos técnicos como formales, además de darme cuenta de que a través del proceso de la investigación el camino fue largo pero productivo y eficaz, ahora sé que es necesario un proceso largo de investigación para poder abordar el tema y así cumplir con todos los objetivos principales. Hubo cambios en la forma de analizar y de investigar, creo que realizar este estudio pudo hacer que la capacidad como investigadora se fortaleciera y mejorara. Considero que hoy se tiene mucho más conocimiento que cuando se comenzó a realizarlo.

Por otro lado hay un interés a futuro de continuar con la investigación y práctica fotográfica para producir un ensayo, inicialmente mostrar a familia específica donde sus integrantes trabajen juntos en el tianguis, desde el proceso a surtir la mercancía hasta que regresan a sus hogares y por otro lado como se da esto en distintos tianguis de la delegación Iztapalapa.

Al final ha quedado un profundo aprendizaje y una amplia satisfacción de poder haber concluido esta investigación y sobre todo sentir orgullo de pertenecer a esta institución que nos ha brindado una de las mejores cosas en la vida que es el conocimiento.

BIBLIOGRAFIA

Fuentes bibliográficas

Adam Smith. (1976). *La riqueza de las naciones*. Wiliam Strahan.

Anaya, Hernández, L. A; Ramírez Sánchez, M. (2001). *Historia General. Curso preparatorio de Acceso a la Universidad para mayores de 25 años*. Madrid: las palmas.

Beaumont Newhall (1993) *La Historia de la fotografía*", 235 pp.

Bourdieu Pierre, (2003) *La fotografía en Pierre Bourdieu y el problema de la integración social*, 181 pp.

Calbet y Castelo, (1997), *La fotografía. Javier Calbet y Luis Castelo*.

Crossa Verónica (2013) *Defendiendo los espacios públicos del centro histórico de Coyoacán*, UAEM, pp40

De Soto Hernando, (1978), *¿Por qué importa la economía informal?*,12-13 pp.

Delgado, Ricardo, (2007) *Espacio Público y formación de ciudadanía*. Pontificia Universidad Javeriana, Bogotá.

Fontcuberta Joan, (1997) *El beso de Judas. Fotografía y Verdad*, Barcelona.

Freeman Michael, (2013). *La narración fotográfica*. Blume.

García Vázquez, María de Lourdes, (2009) *Espacio Público*. UNAM.

Gayosso Ramírez José Luis (2003), *Trabajo, Identidad y Acción colectiva en el Trabajo no Clásico: Los vendedores de Tianguis en el D.F.*". UAM.

Hall, (1990), *Las diferencias culturales*. Beyond Culture 16pp.

Lara López Emilio Luis, (2005) *La fotografía como documento histórico - artístico y etnográfico: una epistemología*. Universidad de Jaén España.

Martínez de Velasco y Abraham Nosnik, (1998) *Comunicación Organizacional práctica*, México, Trillas, 11 pp

Orozco Guillermo, (2011), *Una coartada metodológica*, Tintable.

Piaget, J. (1968) *El lenguaje y el pensamiento en el niño. Estudio sobre la lógica del niño*. Buenos Aires Argentina. Guadalupe.

Portes Alejandro, (1995) *En torno a la informalidad: ensayos sobre teoría y medición de la economía* Porrúa.

Ramírez Kuri, Patricia, (2007) *Espacio local y diferenciación social en la ciudad de México*, 36pp.

Rello, Fernando y Demetrio Sodi.(1989) *Abasto y distribución de alimentos en las grandes metrópolis*, México, Nueva Imagen, 209 pp.

Roland Barthes, (1980), *La cámara lucida*, Barcelona- buenos Aires.

Schmitt Carl (1991), *El concepto de lo político*. Alianza, 49 pp.

Thompson Jhon,(1993) “*Ideología y cultura moderna, teoría crítica social en la comunicación de masas*”, México, UAM Xochimilco.

Tokman Víctor, (2007) *Informalidad, inseguridad y cohesión social en América Latina Santiago: Naciones Unidas, CEPAL, División de Desarrollo Social*, pp,62.

Vigotsky, L. (1998), *Pensamiento y lenguaje*. Buenos Aires. Fausto.

Villaseñor, Enrique, (2005): *Enciclopedia de México*, vol.XIV. México:

Fuentes electrónicas

Autoridad del espacio público, (2016), sitio web: www.aep.cdmx.gob.mx

Claro León Jorge, (2008). *El fotoperiodismo*, sitio web: www.tallerarteluz.com

Colorado Nates Oscar, *la historia de la fotografía*, sitio web: www.oscarnfotos.com

Historia de Iztapalapa, sitio web: [www.inafed.gob .mx](http://www.inafed.gob.mx)

Malo. C, *Patrimonio cultural intangible y globalización, conferencia de turismo, Colombia*, sitio web: www.anonimoslatinos.org

Norma, Gómez Méndez, *El comercio en vía pública de la Ciudad de México como un campo de poder*, sitio web: www.colmex.academia.edu

Población Ciudad de México, (2016) disponible en: www.cuentame.inegi.org.mx

Revista chilango, Aldebarán Rodríguez, (2012), sitio web: www.revistachilango.com

Rubén, Crespo, (2012) *¿Qué es la sociología?* , sitio web: www.cisolog.com.

ANEXOS

Anexo 1. Entrevista semi estructurada.

Anexo 2. Traducción de entrevistas.

Anexo 3. Lista de tianguis registrados en la delegación Iztapalapa.

Anexo 4. Hojas de contacto.

ANEXO 1

Entrevistas semi estructuradas.

Entrevista para tianguistas

- ¿Cómo te llamas y cuántos años tienes?
- ¿Cuál es el giro de tu negocio?
- ¿Cuántos años tienes con tu negocio?
- ¿Por qué decidiste poner un negocio propio?
- ¿Cómo decidiste el giro que le ibas a dar a tu negocio?
- ¿Cuántos años tienes con este negocio?
- ¿Tienes empleados?
- ¿Son suficientes los ingresos para pagarles a los empleados?
- ¿Son suficientes las ganancias para vivir una vida cómodamente?
- ¿Qué días se vende mejor?
- ¿El día que se pone el tianguis te beneficia o te perjudica?
- ¿Por qué?
- ¿Qué beneficios te trae el tianguis cuando se pone?
- ¿Qué opinas de los tianguis?
- ¿Crees que los tianguis tengan alguna desventaja para alguien?
- ¿Crees que el tianguis tenga alguna ventaja para las personas?
- ¿Crees que el tianguis afecte la vialidad?
- ¿Acudes al tianguis?
- ¿Qué es lo que más compras?
- ¿Si no existiera el tianguis, en dónde comprarías lo que normalmente compras en el tianguis?
- ¿Ha surgido alguna amistad con alguien que hayas conocido en el tianguis?
- ¿Ha aportado algo en tu vida social el tianguis?

Entrevista a personas que visitan los tianguis

¿Cómo te llamas y cuántos años tienes?

¿Ha que te dedicas?

¿En dónde vives?

¿Asistes a algún tianguis?

¿Cada cuánto vas al tianguis?

¿Qué es lo que más consumes en los tianguis?

¿La mayoría de tu canasta básica la compras en los tianguis?

¿En que otro lugar compras los productos que necesitas?

¿Asistes al tianguis acompañado?

¿Qué es lo que más te gusta del tianguis?

¿Has tenido algún conflicto dentro del tianguis?

¿Has tenido alguna buena experiencia dentro del tianguis?

¿Alguna vez te ha causado algún conflicto el espacio que ocupa el tianguis?

¿Has tenido que cambiar tu ruta debido al tianguis?

¿Cómo haces uso del espacio público?

¿Crees que está mal que el tianguis haga uso del espacio público?

¿De qué manera crees que el tianguis ayuda a la comunidad?

Anexo 2. Traducción de entrevista

Entrevista a Josefina Esquivel.

¿Cómo te llamas y cuántos años tienes?

Me llamo Josefina Esquivel y tengo 39 años

¿Cuántas personas integran a tu familia?

Cuatro bueno cinco con mi perrita (risas)

¿Qué grado de estudios tienes?

A pues este hasta la primaria nada más, sexto grado de primaria.

¿Cuáles fueron los motivos por los cuales dejaste de estudiar?

Porque mi hermana mayor me trajo, este, aquí a México con la promesa de meterme a la escuela aquí, de seguir mis estudios aquí y aparte porque ella estaba sola no tenía hijos no estaba casado ni nada de eso, ella vivía sola y ella en ese momento estaba adquiriendo una vivienda y como se dice, pues quería justificar porque tenía una vivienda y tenía que justificar una familia y me trajo a mí pero ya estando aquí pues no me metió a la escuela ni nada entonces en lugar de ponerme a estudiar me metí a trabajar al paso del tiempo que vi que no me metía a estudiar opte por buscar trabajo.

¿Te hubiera gustado seguir estudiando?

A sí claro sí, porque soy una bueno soy una mujer que es muy hiperactiva no sé estar sin hacer nada y entonces pues si era buena en la escuela hasta eso.

¿En qué trabajas actualmente y cuánto tiempo llevas trabajando en esto?

Ahorita estoy trabajando, actualmente soy comerciante y llevé trabajando 15 años más o menos, 15 años un poquito más.

¿Tienes algún familiar que te ayude o que trabaje contigo?

Sí, mi hijo ahorita, no siempre, ha estado por tiempos conmigo pero la mayoría del tiempo sí

¿Porque decidiste trabajar a en el comercio informal?

A primero fue por necesidad fue la vía más rápida para conseguir dinero, por necesidad y después pues ya me gustó y aparte soy una persona muy independiente y no me gusta estar sin hacer nada, y me gusta tener mi propio dinero.

¿Te gusta tu trabajo?

me gusta, me gusta lo que hago mucho, mucho me gusta mi trabajo, me encanta mi trabajo me encanta lo que hago porque puedo sociabilizar con mundo no, hasta de hecho con las clientas, o sea pasan de ser clientas a ser mis amigas (risas) pero si me gusta mucho.

¿Has hecho mucha amistad con las personas de aquí?

qué crees que sí, llegan como clientes y terminan siendo amigos, bueno yo así lo veo mis amigos qué pasan a convertirse parte de mi vida Diaria, cotidiana bueno y es una parte muy importante para mí porque de cada uno de ellos he aprendido hígole infinidad de cosas y de mis compañeros ni te digo aprendido muchas cosas. Mi hija es parte del tianguis, me embarace y nació y seguí trabajando aquí, prácticamente nació aquí, su madrina es una amiga que también vende aquí, y aquí la conocí.

Cuando es cumpleaños de alguien se lo celebramos y compramos pastel y toda la cosa, el de los discos nos pone las mañanitas (risas) y cuando se hacen fiestas más importantes también.

¿En cuántos tianguis trabajas?

ahorita nada más en 3 me ha vuelto floja, bueno no me he vuelto floja

simplemente que antes trabajaba más días pero éste pues también la casa necesita de mi presencia porque andaba todos los días en la calle no nada más tenía mi hijo el negro Pues trabaja todos los días tengo a la niña pues ya nada más trabajo la semana.

¿Cuántas horas al día trabajas?

Pues llego aquí como a las 9 de la mañana y me voy como a las seis de la tarde, como un horario laboral de una persona, como si fuera de una empresa.

¿El sueldo que percibes aquí es suficiente para tu vida diaria?

Sí, sí, y no, te voy a decir que sí porque a medida que yo me apliqué es lo que ganó Por ejemplo ahorita a lo mejor si tengo una ganancia más o menos para ir sobre saliendo pero sí pero Sale si me dedicara 5 días a la semana mínimo.

¿Hay alguien que aporta más dinero a tu casa?

si el papá de mis hijos, Martín pero no hay dinero que alcance.

¿Es el único trabajo o tienes algún otro?

No si tengo otro trabajo, estoy con una amiga trabajando, hacemos comida para eventos, cumpleaños, taquiza y así, Igual me gusta mucho, a también vendo zapatos por catálogo a bueno son muchas cosas ya se me está olvidando es algo medio tedioso ir por los zapatos, los cambios Pero al final de cuentas pues obtienes una ganancia si tú quieres Ahora sí que es un piquito acá un piquito allá un poco de todo.

¿Por qué decidiste entrar al trabajo informal y no en un empleo formal?

Porque repito Me gusta hacer mi propia jefa soy una persona muy independiente y eso yo creo no lo cambio por nada, o sea si me acoplo a una empresa a un lugar de trabajo que tenga un horario pero me limita mucho me limita mucho y aparte no puedo ver a mis hijos y aquí puedo estar pendiente de mis hijos, llamarles a la

hora que sea, ir corriendo a mí casa, a parte me queda cerca de la casa y eso me agrada.

¿Entonces tú no dejarías tu trabajo informal por un trabajo formal?

A menos que el sueldo sería fijo y un poco más alto y que me sacara de todos mis apuros solamente así.

¿Para ti qué es mejor un empleo formal o un empleo informal?

Ay pues es que ambos trabajos tienen sus pros y sus contras, bueno pues es que si tienes un empleo y todas las prestaciones que te gusta y es flexible y te dan la oportunidad de estar hacer llamadas aunque estés lejos de tu casa pues es bueno prestaciones obviamente, pero si no y nada más vas a un sueldo fijo, digo, un sueldo así ¿cómo se dice? así muy módico pues no porque aquí en el tianguis dependiendo lo que vendas, como te apliques es como te va entonces yo lo prefiero, yo, ahorita, el trabajo informal me conviene y me gusta.

¿En los tianguis que trabajas pagas una plaza si es así cuánto pagas?

Por ejemplo aquí donde estoy aquí, te voy a ser honesta aquí yo por lugar pago 10 pesos es bastante económico gastas más en tu desayuno en lo que se te ofrezca que lo que pagas de Plaza de risa.

¿Sabes a donde va destinado el dinero que se cobra de plaza en los tianguis?

¿Para qué lo ocupan?

exactamente bien, bien no lo sé yo por lo que y todo lo que trabajado los años pasados, la mayoría es para los líderes como se dice para los delegados de Tianguis ellos ocupan el dinero para hacer gestiones porque pues también están trabajando para la delegación pues ahora sí que quién se lleva toda la chinga pues son ellos no gestionar y cuando viene la delegación ellos son los que dan la cara por ende ya sabes nadie hace nada gratis la mayoría es para ellos, quiero suponer

no me consta al cien por ciento Ellos ya sabrán para que lo ocupan para que lo destinan.

¿Los tianguis en los que trabajas están cerca de tu casa?

Sí, sí están cerca si los 3 días que me quedan cerca

¿has tenido algún problema en los tianguis?

sí, Pues si de alguna manera yo me los he buscado (risas) no (risas) No, no me los he buscado Es simplemente que las circunstancias esté, si las circunstancias la manera en la que se hacen las cosas a mi en lo personal no me gustan siento que han sido cosas injustas porque la mayoría de la gente actúa sin pensar no me gustan las injusticias y soy enemiga de eso siempre por eso soy la que siempre anda defendiendo, este, alzando la voz diciendo no a todo lo que es injusto pues, porque digo a nadie le cuesta nada pedir las cosas de favor de explicarte el porqué de las cosas pero si no explican y nada más llegan y porque estas en el puesto que estás o en el lugar en el que estás, como no autoridad porque tampoco han sido autoridades, es simplemente con un poder que la misma gente te otorga y abusas de ese mismo poder, es donde yo no gustan a muchos pero toda la gente se queda callada y yo soy una persona que no se queda callada, si me entiendes, por eso por no quedarme callado en lugar de morderme la lengua no me he metido en varias broncas no y la gente no habla no lo hace.

¿Tus problemas han sido por estar en la vía pública?

No, no, han sido por otras razones.

¿Alguna vez has tenido algún problema por estar en la vía pública, por estar vendiendo en la calle?

no, nadie, en absoluto, no me tiene que decir nada porque la mayoría de la gente tenemos esa libertad y como se dice, no estoy violando ningún reglamento este, no tiene por qué decirme nada, las broncas que he tenido son más bien con las

personas que manejan el tianguis como lo han querido manejar pero yo por vender lo que vendo no.

¿Has perdido lugares en algunos Tianguis?

sí, si he perdido, bueno no he perdido me los han quitado porque dejé de ir y los otros me los han quitado.

¿Qué pasó?

Pues por lo mismo, por no quedarme callada, porque estaba tocando los intereses de algunas personas que prefieren no quiero una persona que le dice sus verdades y no quieren que las demás gente también se les voltea al revés como yo y como esta vez sí estamos haciendo ruido pues obviamente ahora sí que decidieron cortarnos por la raíz.

¿Estas personas que hicieron esto tenían el poder para hacerlo estaban capacitados tenían puesto correcto para poder hacerlo?

no les corresponde pero en su grupo o ¿cómo se dice?, cómo se llamaría yo en su organización los ponen han puesto a esa gente y la mayoría de los que están en esas cosas así lo maneja arbitrariamente como ellos quieren todo para allá y nada para acá y hacen las cosas como les conviene.

¿Conoces alguna autoridad que se encargue de la vía pública o de los Tianguis? alguna autoridad directamente, sé que el delegado de Iztapalapa está coordinado con los delegados de tianguis, pero de ahí nada más luego los conocemos por los votos que quieren pero directamente encargado no.

¿Estas pocas personas que has conocido que se relacionan con el tianguis, lo has visto haciendo alguna labor en beneficio de los tianguis?

no, no, no, no, no la mayoría no.

¿En tus 15 años que has trabajado en el tianguis nunca has visto a alguien que se pare y venga a Regular o venga hacer una inspección?

Sí, sí ha habido candidatos que vienen, cuando quieren votos eh, vienen a decirnos los beneficios que tenemos que podemos llegar a una hora, levantarnos a una hora que tenemos la libertad de vender lo que queremos y el giro que tengamos y todo eso, pero éste es una libertad que nosotros tenemos, nadie nos pone horarios y x, x, x, no nos dicen a los de límite de horario, pero también tenemos obligaciones cómo mantener las calles en buen estado besos y todo eso, pero Así nada más porque tienen los votos pero cuando pasa ya nos olvidan y todas las broncas se las lleva el delegado, ya no la gente.

¿Qué es que al utilizar Estos espacios afectando a alguna persona?

Sí, sí y no, te voy a decir que sí porque los vecinos ya a lo mejor por tantos años ya se acostumbraron a nosotros ya hasta nos brindan apoyo cuando lo necesitamos y todo, a lo mejor y no falte el vecino incómodo que necesitó sacar su carro temprano antes de que nos instalemos porque si no ya no puede salir pero no a los años que llevo han sido pocos vecinos inconformes, porque la mayoría apoya al comercio así informal, por qué? porque cuando hay eventos del 5 de enero el 24 y cosas así también ellos salen a vender en vez de haber un descontento pues ya dicen: ya sé, me dan un chance.

¿Entonces crees que hay algún beneficio para los habitantes cercanos?

Sí porque nada más es un día a la semana, por ejemplo el vecino de aquí enfrente descarga que tiene su taller aquí y luego hay carros estacionados y lo que sé es que nada más llegó un rato descarga porque por ejemplo cuando llegues descargue su mercancía deja su camioneta abierta y nosotros pues le estamos echando ojo, por ejemplo la tienda la tienda nada más está esperando el día , la tienda esta que está al frente nada más está esperando a que llegue el día porque vende mucho hoy, la de los jugos feliz porque es el día que más vende, la de las carnitas, la que vende los caldos de gallina igual, por donde quiera que le veas se beneficia la fábrica de bolsas pues vienen y le compran las bolsas.

¿Para ti Qué significa el trabajo informal?

para mí Qué significa el trabajo informal, es una oportunidad tenemos bueno la gente desempleada la gente que no tenemos estudios, en este caso el mío y que no estamos preparados y que no en cualquier trabajo nos pueden admitir, por qué? Por el requerimiento de papeles y de estudios, entonces, porque hoy en día la mayoría de las empresas te piden mínimo la prepa y la mayoría de los que estamos en los tianguis no tenemos ese tipo de documentación y preparación y no sé qué porcentaje pero la mayoría son mayores de edad, madres solteras y aquí te lo permite, aparte por lo que te digo por la preparación así de simple la mayoría de la gente estamos aquí.

¿Sabes de algún programa que trate de incluir a los Tianguis dándoles algún beneficio?

No, nunca escuchado de uno.

¿Si existiera alguno de estos llegaron hasta aquí te invitaron a ser parte como ciertos beneficios lo harías ?

primero tendría que ver las cláusulas, porque aquí luego te la pinta muy bonito y a la mera hora no, que es tanto y así, hay que ver, si conviene a mis intereses y no me quitan más dinero porque por ejemplo si la paga es de cada 8 días, porque por ejemplo aquí apenas y sale no porque a veces porque hay veces que así como llegas te vas y ni siquiera te persignaste si los beneficios son mayores pues yo creo que sí.

¿Crees que deberían existir estos programas?

Deberían, porque si hay gente que si requerimos de apoyo más que perjudicarnos beneficiarnos y así la gente tal vez no pondría tantos peros, por ejemplo cuando mis hijos se enferma la mayoría de las veces los tengo que llevar a un doctor particular porque el papá de mi hijo lo tiene con seguro pero ahí te la tienes que

pasar casi todo el día, casi te tienes que ir muriendo para que te den un pase.

¿Si existieran Estos tipos de programas Qué beneficios te gustaría que tuviera?

Hay bueno pues primero sería lo médico, qué sería lo básico, primordial, seguro médico y pues qué más seguro de vida, creo que te estoy nombrando las dos partes más importantes, porque hay madres solteras y por ejemplo, cuando fallece el papá o la mamá no tienen un amparo más no les queda más que seguir en este en este negocio y a veces no les dan chance, es todo un relajo me ha tocado.

¿Qué es lo que te gustaría que tuvieran estos programas?

Pues una vez me dijeron que nos iban a cobrar por metro la 25 el metro si yo tengo 4 metros imagínate cuánto me cobraría, a lo mejor sería el cobro.

¿Qué es lo que más te gusta de tu trabajo?

Que más me gusta, interactuar con la gente, hago lo que me gusta, soy muy sociable demasiado sociable y este y llegan los clientes y tratarlas como clientes Los trató como amiga, llegan y no les quiero meter luego, luego la mercancía como que eso queda x.

¿Te gustaría trabajar toda tu vida en esto?

te voy a decir sí porque es una manera de ganarme la vida, no porque lo mejor quiero superarme poner un negocio y a lo mejor una que de plano ya no puedo por la edad me gustaría tener un negocio que implique menos esfuerzo ya no llegar y aparte pero sí, sí me gustaría tener un negocio.

Entrevista a Amalia Bocanegra.

¿Cómo te llamas y cuántos años tienes?

Amalia Bocanegra y tengo 58 años

¿Cuántas personas integran a tu familia?

Pues ahorita vivo con mis dos hijas y tres nietos

¿Qué grado de estudios tienes?

llegué hasta la primaria

¿Cuáles fueron los motivos por los cuales dejaste de estudiar?

Porque la situación económica me obligó a trabajar desde muy pequeña, y a mí y a mis hermanos nos tocó trabajar desde chicos para ayudar en la casa.

¿Te hubiera gustado seguir estudiando?

Sí, en aquel entonces me hubiera gustado, ahorita ya no (risas)

¿En qué trabajas actualmente y cuánto tiempo llevas trabajando en esto?

De lunes a viernes trabajo con una señora haciendo la limpieza del hogar, los sábados vendo chácharas en el tianguis de Cananea, pero también los fines de semana trabajo como encargada de meseros en un salón de fiestas cerca de mi casa

¿Tienes algún familiar que te ayude o que trabaje contigo?

en los eventos sociales trabajan mis dos hijas conmigo y aquí en el tianguis viene a vender mi hijo pero cada quien vende sus cosas.

¿Porque decidiste trabajar en el comercio informal?

Tuve que trabajar en el comercio porque no podía encontrar un trabajo estable, porque no tengo estudios, a parte también es tu negocio propio y es más fácil dividir los tiempos.

¿Te gusta tu trabajo?

Sí, mucho, porque acá en el tianguis hasta me divierto, me distraigo, convivo con las personas, puedo faltar si salgo de vacaciones, como a la hora que yo quiera, y me voy a la hora que yo quiero.

¿Has hecho mucha amistad con las personas de aquí?

uy, si, con muchas personas, tengo muchas amigas aquí tuve a mi mejor amiga que en paz descanse, he hecho amistad con muchas personas, luego se quedan aquí en el puesto un rato platicando conmigo.

¿Cuántas horas al día trabajas?

de lunes a viernes trabajo hasta las tres, los sábados desde la mañana aquí en el tianguis y si tengo evento de mesera recojo temprano aquí y termino allá hasta la noche

¿El sueldo que percibes aquí es suficiente para tu vida diaria?

Pues no me puedo quejar, ahorita no tengo a quien mantener, solo ayudo a mis hijas y nietos cuando lo necesitan.

¿Hay alguien que aporta más dinero a tu casa?

sí, mis dos hijas por mis nietos, nos dividimos los gastos.

¿Dejarías tu trabajo informal por un trabajo formal?

no, para nada, aparte dudo que me contraten en algún lugar sin tener estudios.

¿Cuánto pagas de plaza en el tianguis?

pago quince pesos, todos los sábados, si es seis de enero nos cobran aproximadamente cincuenta pesos.

¿Sabes a donde va destinado el dinero que se cobra de plaza en los tianguis?

Pues sólo sé que es para dar sueldo a los que cobran y para los que barren la basura pero no sé qué hacen con lo demás.

¿El tianguis en el que trabajas está cerca de tu casa?

Son, no tanto como veinte minutos de tu casa, pero como ahorita ya me pide comprar una camionetita pues ya es más fácil llegar

¿Has tenido algún problema en los tianguis?

No, afortunadamente no, nunca.

¿Alguna vez has tenido algún problema por estar en la vía pública, por estar vendiendo en la calle?

no, aquí pagamos nuestra plaza y hasta el momento nadie nos ha dicho nada.

¿Conoces alguna autoridad que se encargue de la vía pública o de los Tianguis?

pues solo la delegación que en su momento vinieron a medir los lugares pero nada más, la verdad no sé

¿Algún partido político ha venido a pedirles sus votos o algo similar?

Cuando es tiempo de elecciones y esas cosas vienen y ponen sus carpas haciendo propaganda a su partido pero nunca me han hablado de comprar mi voto o algo así, a mí no me ha tocado

¿Qué es que al utilizar el espacio público afectan a alguna persona?

Pues aquí no, porque es la plaza, y normalmente la utilizan para divertirse, pero en día de tianguis las personas vienen en familia y se pasean, creo que disfrutan del tianguis más que los moleste

¿Entonces crees que hay algún beneficio para los habitantes cercanos?

Yo digo que sí, porque muchas personas viene acá, y compran productos que necesitan, o compran algo que les guste, porque luego hay clientes que me dicen:

ay, la semana pasada no pude venir, como si se entristecieran de que no pudieron venir un día (risas)

¿Para ti Qué significa el trabajo informal?

Uy, pues todo, (risas), para mí me ha dado la oportunidad de trabajar, de ganar mi propio dinero sin tener que estar sufriendo en encontrar algo formal, la verdad es lo mejor que tengo.

¿Sabes de algún programa que trate de incluir a los Tianguis dándoles algún beneficio?

No, que yo me acuerde ahorita no-

¿Si existiera alguno de estos llegaron hasta aquí te invitaron a ser parte como ciertos beneficios lo harías?

Pues hay que ver que ofrecen, porque luego engañan y dicen una cosa y después te salen con otra.

¿Crees que deberían existir estos programas?

Pues sí, algo que nos beneficie pero que no nos perjudique, (risas)

¿Si existieran Estos tipos de programas Qué beneficios te gustaría que tuviera?

¿Qué es lo que te gustaría que tuvieran estos programas?

Pues algunos beneficios, como seguro médico o algo así

¿Qué es lo que más te gusta de tu trabajo?

pues que soy libre, de manejarme a mi antojo, tengo muchos beneficios.

¿Te gustaría trabajar toda tu vida en esto?

pues si dios me presta vida espero que sí, hasta viejita.

Entrevistas a personas que asisten al tianguis

¿Cómo te llamas y cuántos años tienes?

Me llamo Claudia Yanet López y tengo 32 años

¿A qué te dedicas?

A Soy ama de casa

¿En dónde vives?

Vivo en la delegación Iztapalapa Colonia el molino la Calle Cedro manzana 16

¿Qué opinas de los tianguis que están cerca de tu casa?

Pues no te benefician en nada porque te dan el precio según bajo pero te quitan peso, te dicen por ejemplo a \$10 el kilo y compras, pero cuando llegas a tu casa lo pesas y te dieron tres cuartos y de esos tres cuartos es la mitad bueno, siempre nos pasa eso.

¿Crees que afectan a las demás personas cuando ocupan la vía pública?

Yo creo que sí aparte de que dejan horrible se quita el tianguis y dejan todo cochino, pasas y todo bien mugroso, en el momento que esta pues muchas veces tienes que dar toda una vuelta y hasta te asaltan.

¿Te han asaltado o has sabido de alguien que hayan asaltado?

¡Ha sí! Una vez que fui con mi hija al tianguis una señora pasó y dijo, me acaban de asaltar justo dentro del Tianguis lo que hicieron es avisarle a los tianguistas pero pues no pasó nada no los agarraron, gracias a dios a mí no me ha pasado.

pero bueno más que nada a mí me afectan los precios en vez de ayudarte no te beneficia en nada porque se supone que los tengas estamos para ayudar según es más barato porque tienen la verdura más mejor pero prefiero pagar \$5 más en una recaudería y me dan el peso exacto si yo lo escojo.

¿Es molesto para ti que se pongan cerca de tu casa?

No me causa ningún problema en la noche cuando ya levantaron y dejan todo mugroso. Si (risas)

¿Qué beneficio te ha traído el tianguis?

Pues solo lo cerca te digo que pues se supone que los precios pero pues no siempre.

¿Asistes a los Tianguis?

Sí, sí voy

¿Cada cuándo vas a los Tianguis?

Cada 8 días voy seguido a los del martes y al del jueves.

¿Vas al de las chácharas que está aquí cerca?

¡Ah sí! me gusta encontrar cosas luego dices: ¡wow! encontré esto bien barato son chacharitas cosas buenas que encuentras Dan un buen precio a mí sí me gusta y mucho ir al tianguis de las chácharas.

¿Encuentras alguna diferencia entre los tianguis los supermercados?

pues qué es más barato en los tianguis y en los supermercados por ejemplo los martes y los miércoles tienes que ir para que encuentres la verdura porque luego se acaba, entonces tienes que ir temprano para que encuentres barato y en buen estado.

Aunque no es como en el tianguis porque no es toda la verdura por ejemplo en el tianguis va y encuentras una piña de a 10 y en los supermercados encuentras una piñas de 20 o 30 pesos, Sí, si es mucha la diferencia.

¿Sabes aproximadamente cuánto tiempo llevan trabajando estos tianguis que se encuentran cerca de tu casa?

Yo desde que vivo aquí me acuerdo que ya estaban, porque cuando vivían los papás de mis papás venían al tianguis, nos llevaban, yo iba en la primaria y yo tengo 32 años.

¿Sabes si cuenta con algún permiso para poder laborar en la vía pública?

No sé si cuentan con algún permiso, Sé que hay una persona que les recoge la cuota eso sí lo sé porque he visto cuando pasó comprar.

¿Alguna vez has trabajado en la vía pública?

No

¿Lo harías?

Pues sí, si tuviera yo la necesidad sí, sí lo haría.

¿Crees que el comercio informal sea un problema la Ciudad de México?

Para mí no, soy de las personas que le rodeo o le brinco (risas)

¿Con quién asistes al Tianguis?

Con mi hija y con mi mamá Siempre voy con mi mamá y con mi hija.

¿Recorren todo el tianguis?

Si todo, recorremos hasta dos veces y de regreso completitos (risas) para encontrar más barato.

¿Qué es lo que más compras en el tianguis?

La verdura, el tomate, la cebolla todo a eso es a lo que voy, no compré ropa ni zapatos pura fruta y verdura.

¿Cuándo vas al tianguis, ya hay tianguistas que te conocen?

Sí muchos, en el tianguis del jueves ahí donde compré la verdura como me despachan bien pues ya regresó, y ya sabes que va a querer marchanta qué le vamos a dar. Pero sí, ya saben que yo voy cada ocho días.

¿Cuándo vas al Tianguis te encuentras a personas, conocidos o amigos?

¡Ha sí! Me quedo en el chisme la verdad (risas) me pasa cada 8 días que si alguien que si la otra, me quedo chismeando pero siempre cuando no tengo nada que hacer me quedo platicando con personas que de plano no las veo y no platico con ellas si no es en el tianguis (risas)

¿Hay algún tianguis en donde vayas con toda la familia?

El tianguis del jueves van mis tres hermanas, mi mamá mi papá los hijos y los esposos cuando pueden. Y a las chácharas voy cada ocho días con mi esposo porque si encuentro cosas digamos un juguete barato que en otro lado está más caro y sobretodo lo agarramos como un paseo.

¿Si enfrente de tu casa hubiera un supermercado y al lado un Tianguis, a cuál preferirías ir?

A los dos, depende porque el tianguis podría ir por verduras y al supermercado voy por cosas personales, los dos al mismo tiempo me ayudarías mucho.

Entrevista 2

¿Cómo te llamas y cuántos años tienes?

Alejandra Rodríguez y tengo 31 años

¿A qué te dedicas?

Al hogar

¿Qué opinas de los Tianguis que están cerca de tu casa?

Que vas y vienes rápido, a veces no me gusta mucho frecuentarlos porque lo que te venden es de muy mala calidad es por eso que no me gusta ir muy seguido, porque enfrente te ponen fruta bonita y aunque estés viendo ya cuando llegas aquí sacas tu fruta y la mitad viene bien y la mitad viene mal.

¿Los tianguis causan algún problema en tu vida diaria cotidiana?

En cierta forma sí porque provoca mucho tráfico, cuando son avenidas grandes, cuando no son tan concurridos pues no hay tanto problema, no me molesta, donde son unidades que entran y salen coches Pues sí hay problema.

Has tenido algún problema dentro de los tianguis?

No ninguno

¿Asistes a los Tianguis?

Sí voy como cada 20 días

¿Qué es lo que compras?

Lo que más compra son las frutas y las verduras.

¿Vas al tianguis de chácharas que se pone aquí cerca?

A veces cuando voy pues voy a dar una vuelta para distraerme.

¿En dónde prefieres comprar, en los tianguis o en supermercados?

En el supermercado por ejemplo en Walt Mart a veces porque también las cosas están muy refrigeradas, por ejemplo las carnes estamos refrigeradas y hacen daño.

¿Sabes si los tianguis que están cerca de tu casa tienen algún permiso para trabajar en vía pública?

No sé pero deberían porque sé que hay alguien que les cobra por el espacio pero en realidad no sé si tienen permiso.

¿Crees que tienes algún beneficio al tener cerca un Tianguis?

Pues no, sólo por cerca.

¿Si tuvieras tu casa mercado y un tianguis a cuál preferirías entrar?

Yo creo que el Walt Mart porque es un poquito más barato aunque no siempre es buena la calidad.

¿Has trabajado en la vía pública alguna vez?

No

¿Lo harías?

Si tengo la necesidad pues sí.

¿Crees que el comercio informal sea un problema para la ciudad, por el hecho de estar en las calles?

¡Ay sí! hacen mucho ruido de que estén grité y grité, cuando obstruyen las banquetas, el paso de los peatones, porque entonces te tienes que bajar a caminar en la avenida porque ellos están ahí arriba de la banqueta.

¿Cuánto pasas en el tianguis cuando vas?

Como 40 minutos aproximadamente, sólo voy a lo que voy a comprar y me regreso.

¿Cuándo vas al tianguis te encuentras con personas conocidas?

Sí a veces a vecinos y suelo encontrar gente que hace mucho que no veía, sí pues ya la saludó porque pues ahí los veo. (Risas)

¿Sabes hace cuánto tiempo están estos Tianguis cerca de tu casa?

Yo creo que más de 25 porque cuando yo iba en la primaria se ponía, mi papá tiene conocidos que trabajan aquí en el tianguis del jueves desde hace un montón de años.

¿Qué es que los tianguis sean una parte arraigado de nuestra cultura en México?

Sí yo creo que es una tradición es parte del México creo que es algo que lo caracteriza.

Anexo 3 Lista de tianguis registrados en la delegación Iztapalapa



Delegación Iztapalapa
Unidad Departamental de Información
Pública



Folio: 0409000071515

05 de mayo, 2015

C. Elizabeth Violeta:

En atención a su solicitud de acceso a la información pública, y en cumplimiento con lo que establecen los artículos 4 fracciones IV, IX y XIII, 11, 14, 45, 46, 47, 51 y 76 de la Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública del Distrito Federal, así como los artículos 1, 2, 37, 43, 47, 50, 51, 52 y 54 del Reglamento de la Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública del Distrito Federal, me permito hacer de su conocimiento la respuesta a su solicitud de acceso a la información pública presentada a través del sistema electrónico INFOMEXDF, misma que fue proporcionada por:

- **Dirección General Jurídica y de Gobierno**

En caso de inconformidad podrá proceder de acuerdo a lo que establecen los artículos 76, 77 y 78 de la Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública del Distrito Federal.

Sin otro particular quedo a sus apreciables órdenes, por lo que le proporcione el número telefónico y el correo electrónico de la Oficina de Información Pública, con la finalidad de aclarar cualquier duda.

5804-4140 ext. 1314
5445-1053
iztapalapatransparente@hotmail.com



Aldama 63, esq. Ayuntamiento, Barrio de San Lucas, C.P. 09000,
Tel. 5445 1053, www.iztapalapa.gob.mx



Delegación Iztapalapa
Dirección Jurídica y de Gobierno
Dirección de Gobierno
Coordinación de Mercados y Vía Pública
Jefatura de Unidad Departamental de Mercados y Tianguis



Iztapalapa D.F., a 29 de abril de 2015
DGJG/DG/CMVP/UDMyT/ 679 /2015

LIC. SALVADOR EQUIHUA MONTOYA
COORDINADOR DE SERVICIOS LEGALES
P R E S E N T E

En atención a sus similar 12.120/2614/2015 de fecha 27 de abril de 2015, mediante el cual hace referencia a la solicitud de acceso a la información pública realizada a través del Sistema INFOMEX del Distrito Federal, registrada bajo el número de folio 0409000071515; a través del cual solicita lo siguiente:

"Solicito saber cuántos tianguis se instalan en la Delegación Iztapalapa, en que lugares se instalan y que días, cuáles son los requisitos para que instalen, si tienen nombre cuales son, como se clasifican."

Al respecto, me permito anexar al presente el número, ubicación y los días que se instalan los tianguis de esta Demarcación.

Cabe aclarar, que en su momento la Coordinación de Abasto Popular (COABASTO) ahora conocida como SEDECO (Secretaría de Desarrollo Económico), fue el área que formuló los requisitos para que estos tianguis se instalaren; en cuanto a que si estos tienen nombre y como se clasifican?, le informo que no tienen un nombre como tal, solo se reconocen por su ubicación y no se clasifican.

Lo anterior se informa, a fin de que estime lo pertinente.

Sin otro particular por el momento, reciba un cordial saludo.



C.c.p.- Coordinación de Mercados y Vía Pública.- Presente.

MPR/eb*



Aldama 63, esq. Ayuntamiento,
Barrio San Lucas, C.P. 09000

iztapalapa.gob.mx





Delegación
Iztapalapa

Delegación Iztapalapa
Dirección General Jurídica y de Gobierno
Dirección de Gobierno
Coordinación de Mercados y Vía Pública

CDMX
190 años

No. TIANGUIS	UBICACIÓN	DÍA DE OPERACIÓN
1	CALLE CUITLAHUAC ENTRE TONATHIU Y TETEPALQUETZIN COL. AMPLIACION LOS REYES	LUNES
2	LEO SAMI ENTRE GREGORIO SOSA Y BRAULIO MALDONADO. COL. CONSEJO AGRARISTA MEXICANO	LUNES
3	PROSPERO GARCIA ENTRE PROGRESO Y AV. TLAHUAC COL. PUEBLO DE SANTA MARIA TOMATLAN	MIÉRCOLES
4	PRESIDENCIA ENTRE HACIENDA Y CARLOS BENZ COL. ESTRELLA CULHUACAN	JUEVES
5	CANAL DE PANAMA ENTRE BENITO MIRANDA Y PORFIRIO DIAZ. COL. INSURGENTES	SÁBADO
6	PROSPERO GARCIA ENTRE PROGRESO Y AV. TLAHUAC COL. PUEBLO DE SANTA MARIA TOMATLAN	DOMINGO
7	CALLE NAUTLA CERCA DE LA UNIDAD 520	LUNES
8	JOAQUIN HERRERA ENTRE BENITO JUAREZ Y LÓPEZ PORTILLO. COL. PRESIDENTES DE MEXICO.	JUEVES
9	AV. SANTA CRUZ, UNA PARTE DE ANASTACIO BUSTAMANTE HASTA RIO COLORADO, DE LA ENTRADA DE LA UNIDAD LA SELVA. COL. PUENTE BLANCO.	SÁBADO
10	AV. SANTA CRUZ, UNA PARTE DE ANASTACIO BUSTAMANTE HASTA RIO COLORADO, DE LA ENTRADA DE LA UNIDAD LA SELVA. COL. PUENTE BLANCO.	DOMINGO
11	CALLE 16 DE SEPTIEMBRE ENTRE INDEPENDENCIA E ITURBE, LOS REYES CULHUACAN	DOMINGO
12	AV. CIRCUNVALACION Y AV. MEXICO, COL. SAN SEBASTIAN TECOLOXTITLAN	LUNES
13	AV. EXPLORADORES DE EJERCITO DE ORIENTE ENTRE CAMILO RIOS Y PABLO MENA, COL. EJERCITO DE ORIENTE	SÁBADO
14	SAN JUANICO ENTRE CALCULISTAS Y DIBUJANTES COL. SAN JUANICO NEXTIPAC	JUEVES
15	SANTA MARIA (EXPLANADA) ENTRE CALLEJON SANTA MARIA Y ROSAL COL. EL SIFON	SÁBADO
16	EMILIANO ZAPATA Y VENUSTIANO CARRANZA COL. EJIDOS DE SANTA MARIA AZTAHUACAN	LUNES
17	AV. GUELATAO Y BATALLON LIGERO DE TOLUCA COL. EL PARAISO	MARTES
18	EMILIANO ZAPATA Y VENUSTIANO CARRANZA COL. EJIDOS DE SANTA MARIA AZTAHUACAN	JUEVES
19	AV. GUELATAO Y BATALLON LIGERO DE TOLUCA COL. EL PARAISO	SÁBADO
20	SALVADOR ESCALANTE Y LUIS GARCIA COL. SANTA MARTHA ACATITLA	DOMINGO
21	MANUEL ZEPEDA PERAZA ENTRE LINO MERINO Y JUAN ENRIQUE DE LA GARZA COL. JUAN ESCUTIA	LUNES



Delegación
Iztapalapa

Delegación Iztapalapa
Dirección General Jurídica y de Gobierno
Dirección de Gobierno
Coordinación de Mercados y Vía Pública

CDMX
190 años

No. TIANGUIS	UBICACIÓN	DÍA DE OPERACIÓN
22	MANUEL ZEPEDA PERAZA ENTRE LINO MERINO Y JUAN ENRIQUE DE LA GARZA COL. JUAN ESCUTIA	MARTES
23	MANUEL ZEPEDA PERAZA ENTRE LINO MERINO Y JUAN ENRIQUE DE LA GARZA COL. JUAN ESCUTIA	MIÉRCOLES
24	MANUEL ZEPEDA PERAZA ENTRE LINO MERINO Y JUAN ENRIQUE DE LA GARZA COL. JUAN ESCUTIA	JUEVES
25	MANUEL ZEPEDA PERAZA ENTRE LINO MERINO Y JUAN ENRIQUE DE LA GARZA COL. JUAN ESCUTIA	VIERNES
26	MANUEL ZEPEDA PERAZA ENTRE LINO MERINO Y JUAN ENRIQUE DE LA GARZA COL. JUAN ESCUTIA	SÁBADO
27	FRANCISCO LEYVA ENTRE CALZADA I. ZARAGOZA Y GENERAL FELIPE DE LA GARZA COL. JUAN ESCUTIA	DOMINGO
28	AV. APATLACO ENTRE AV. LA VIGA Y GALEANA. COL. APATLACO	LUNES
29	AV. APATLACO ENTRE AV. LA VIGA Y CHAMISAL COL. APATLACO	MARTES
30	AV. APATLACO ENTRE AV. LA VIGA Y CHAMISAL COL. APATLACO	MIÉRCOLES
31	AV. APATLACO ENTRE AV. LA VIGA Y CHAMISAL COL. APATLACO	JUEVES
32	AV. APATLACO ENTRE AV. LA VIGA Y CHAMISAL COL. APATLACO	VIERNES
33	AV. APATLACO FRENTE AL SALON ARMONIAL ENTRE MELCHOR OCAMPO	DOMINGO
34	MANUEL PEREZ ROMERO Y ELISA ACUÑA COL. SANTA MARTHA ACATITLA	MARTES
35	MORELOS Y LEONA VICARIO COL. STA. MA. AZTAHUACAN	JUEVES
36	RAFAEL MERINO Y YUCATAN COL. SAN SEBASTIAN TECOLOXTITLAN	LUNES
37	BATALLA DE CALPULALPAN DE 1861 Y 16 DE 1861 COL. LEYES DE REFORMA	MARTES
38	SAMUEL MORSE Y AV. TLAHUAC COL. SAN SIMON CULHUACAN	MIÉRCOLES
39	MORELOS Y LEONA VICARIO COL. STA. MA. AZTAHUACAN	LUNES
40	SAMUEL MORSE Y AV. TLAHUAC COL. SAN SIMON CULHUACAN	SÁBADO
41	EDUARDO BRANLY Y EMILIO BERLINER COL. FUEGO NUEVO	SÁBADO
42	EMILIANO ZAPATA ENTRE CHOCOLIN Y AV. TLAHUAC COL. EJIDOS DE STA MA. TOMATLAN	DOMINGO



Delegación Iztapalapa
Dirección General Jurídica y de Gobierno
Dirección de Gobierno
Coordinación de Mercados y Vía Pública

CDMX
190 años

No. TIANGUIS	UBICACIÓN	DÍA DE OPERACIÓN
43	NAUTLA ENTRE TEUL Y SATELITE. COL. EL RODEO	LUNES
44	NAUTLA ENTRE TEUL Y SATELITE. COL. EL RODEO	JUEVES
45	ELISA ENTRE AV. PRIMAVERA Y 3RA CDA. DE TETLALPACOL. 2DA AMPLIACION DE SANTIAGO ACAHUALTEPEC	LUNES
46	CEDRO ENTRE OAXACA Y LAUREL COL. MIGUEL DE LA MADRID	MARTES
47	BENITO JUAREZ E HIDALGO. PBLO. SANTIAGO ACAHUALTEPEC	MIÉRCOLES
48	ELISA ENTRE AV. PRIMAVERA Y 3RA CDA. DE TETLALPA COL. 2DA AMPLIACION DE SANTIAGO ACAHUALTEPEC	JUEVES
49	CALLE 2, 3 Y BENITO JUAREZ COL. XALPA	VIERNES
50	GUILLERMO PRIETO ENTRE ROSA MORADA Y LAZARO CARDENAS COL. PRIMERA AMPLIACION DE SANTIAGO ACAHUALTEPEC.	SÁBADO
51	CALLE RIO CAZONES ENTRE RIO TUXPAN Y RIO COATZACOALCOS COL. PASEOS DE CHURUBUSCO	LUNES
52	RIO CAZONES ENTRE RIO TUXPAN Y RIO COATZACOALCOS COL. PASEOS DE CHURUBUSCO	MARTES
53	TECNICOS Y MANUALES ENTRE AV. TLAHUAC Y CINEMATOGRAFISTAS COL. U.H. BENITO JUAREZ	MIÉRCOLES
54	TECNICOS Y MANUALES CINE MEXICANO Y CANAL DE CHALCO COL. LOMAS ESTRELLA	JUEVES
55	APATLACO ENTRE INDEPENDENCIA Y GENERAL ANAYA COL. APATLACO	VIERNES
56	TRABAJADORES OTE. SOCIALES ENTRE EJE 3 Y AV. MEXICO. COL. GUADALUPE DEL MORAL	SÁBADO
57	TECNICOS Y MANUALES ENTRE CINE MEXICANO Y CANAL DE CHALCO COL. LOMAS ESTRELLA	DOMINGO
58	QUERETARO. COLIMA Y YUCATAN COL. SAN SEBASTIAN TECOLOXTITLA	LUNES
59	CALABAZAS Y MAIZ COL. TENORIOS	LUNES
60	JESUS GARIBAY Y GUSTAVO DIAZ ORDAZ. COL. PRESIDENTES DE MEXICO	LUNES
61	BATALLA DE CALPULALPAN ENTRE 11 DE ENERO DE 1861 Y 16 DE MARZO DE 1861 COL. LEYES DE REFORMA	MARTES
62	SAN RAFAEL ATLIXCO ENTRE FRANCISCO ANDRADE Y 2DA. CERRADA DE EMILIO PORTES GIL COL. LA REGADERA	MARTES
63	CALLE VILLA CID Y VILLA INFERIOR COL. DESARROLLO URBANO QUETZALCOATL	MARTES



Delegación Iztapalapa
Dirección General Jurídica y de Gobierno
Dirección de Gobierno
Coordinación de Mercados y Vía Pública

CDMX
190 años

No. TIANGUIS	UBICACIÓN	DÍA DE OPERACIÓN
64	AV. PLUTARCO ELIAS CALLES ENTRE ADOLFO RUIZ CORTINEZ Y ANA KARENINA COL. PROGRESISTA	MIÉRCOLES
65	CALLE 2 ENTRE CARRIL Y ESTRELLA COL. SAN JUAN XALPA	MIÉRCOLES
66	NACIONAL ENTRE NICOLAS BRAVO Y GUADALUPE VICTORIA COL. TEPALCATES	JUEVES
67	CALABAZAS Y MAIZ COL. TENORIOS	JUEVES
68	FRANCISCO VILLA ENTRE HIDALGO Y PUENTE RAMIREZ. COL. PARAJE SAN JUAN	JUEVES
69	SAN RAFAEL ATLIXCO ENTRE FRANCISCO ANDRADE Y 2DA. CERRADA DE EMILIO PORTES GIL COL. LA REGADERA	SÁBADO
70	AMPL. MINA Y MAPLE. COL. EL MANTO	SÁBADO
71	CALLE 2 ENTRE CARRIL Y ESTRELLA COL. SAN JUAN XALPA	SÁBADO
72	REFORMA DE LA SALUD Y AV. ERMITA IZTAPALAPA. COL. REFORMA POLITICA	DOMINGO
73	CALLE CANDELABROS EN EXPL. DEL MERCADO DE SAN LORENZO T. ENTRE AV. TLAHUAC Y AV. DE LAS TORRES (JOSE CLEMENTE OROZCO). COL. BARRIO DE GUADALUPE	LUNES
74	CALLE 19 ENTRE CALLE 5 Y CALLE 10 COL. JOSE LOPEZ PORTILLO	LUNES
75	CALLE CANDELABROS EN EXPL. DEL MERCADO DE SAN LORENZO T. ENTRE AV. TLAHUAC Y AV. DE LAS TORRES (JOSE CLEMENTE OROZCO). COL. BARRIO DE GUADALEPE	MARTES
76	AV. 3 ENTRE AV. DEL ARBOL Y FLOR DE MAYO. COL. LOMAS DE SAN LORENZO	MARTES
77	CALLE 4 ENTRE PONIENTE 4 Y AV. 5 COL. RENOVACION	MIÉRCOLES
78	CALLE CANDELABROS EN EXPL. DEL MERCADO DE SAN LORENZO T. ENTRE AV. TLAHUAC Y AV. DE LAS TORRES COL. BARRIO DE GUADALUPE	JUEVES
79	CALLE NOCHE BUENA ENTRE BENITO JUAREZ Y VIOLETA, COL. EL ROSARIO	JUEVES
80	CALLE CUITLAHUAC ENTRE FRANCISCO ALVAREZ DEL CASTILLO Y ZAPATA. BARRIO SAN ANTONIO	VIERNES
81	CALLE CANDELABROS EN EXPL. DEL MERCADO DE SAN LORENZO T. ENTRE AV. TLAHUAC Y AV. DE LAS TORRES (JOSE CLEMENTE OROZCO). COL. BARRIO DE GUADALUPE	VIERNES
82	CALLE 4 ENTRE PONIENTE 4 Y AV. 5 COL. RENOVACION	SÁBADO
83	CALLE CANDELABROS EN EXPL. DEL MERCADO DE SAN LORENZO T. ENTRE AV. TLAHUAC Y AV. DE LAS TORRES COL. BARRIO DE GUADALUPE	SÁBADO



Delegación Iztapalapa
Dirección General Jurídica y de Gobierno
Dirección de Gobierno
Coordinación de Mercados y Vía Pública

CDMX
190 años

No. TIANGUIS	UBICACIÓN	DÍA DE OPERACIÓN
84	CALLE 4 ENTRE AV. 5 Y AV. 1 COL. RENOVACION	DOMINGO
85	CALLE CANDELABROS EN EXPL. DEL MERCADO DE SAN LORENZO T. ENTRE AV. TLAHUAC Y AV. DE LAS TORRES COL. BARRIO DE GUADALUPE	DOMINGO
86	AV. 3 ENTRE AV. DEL ARBOL Y FLOR DE MAYO. COL. LOMAS DE SAN LORENZO	DOMINGO
87	ROSA ENTRE CARRIL Y FERMIN ESPINOZA COL. SAN MIGUEL TEOTONGO	LUNES
88	PEDRO ARMENDARIZ ENTRE VICENTE FERNANDEZ Y DOLORES DEL RIO COL. AMP. EMILIANO ZAPATA	MIÉRCOLES
89	ORQUIDEA ENTRE GARDENIA Y CLAVEL COL. SAN MIGUEL TEOTONGO	JUEVES
90	1 DE MAYO ENTRE GASTON SANTOS Y PINO SUAREZ COL. SAN MIGUEL TEOTONGO	MARTES
91	MARIA ELENA SANDOVAL Y CUCO SANCHEZ COL. AMPLIACION EMILIANO ZAPATA	DOMINGO
92	XOCHIQUERZAL Y ESTRELLA, COL. ESTRELLA DEL SUR	SÁBADO
93	BATALLONES ROJOS ENTRE CENTRAL Y SOTA Y GAMA COL. U.H. ALBARRADA	SÁBADO
94	RODOLFO USIGLI ENTRE ANTONIO CARDENAS Y SUR 111 COL. ESCUADRON 201	SÁBADO
95	RODOLFO USIGLI ENTRE ANTONIO CARDENAS Y SUR 111 COL. ESCUADRON 201	DOMINGO
96	SEBASTIAN BARRIGUETE Y 5 DE MAYO COL. EJERCITO DE AGUA PRIETA	MARTES
97	SEBASTIAN BARRIGUETE Y 5 DE MAYO COL. EJERCITO DE AGUA PRIETA	VIERNES
98	AV. DE LAS FLORES ENTRE SANTA ROSA Y SANTA LUCIA, COL. BUENAVISTA	MARTES
99	FRANCISCO JAVIER MINA Y MARIANO MATAMOROS, PUEBLO DE SANTA CRUZ MUYEHUALCO	MIÉRCOLES
100	AV. DE LAS TORRES, ABEDULES Y CHOPO, COL. BUENAVISTA	JUEVES
101	AV. DE LAS FLORES ENTRE SANTA ROSA Y SANTA LUCIA, COL. BUENAVISTA	SÁBADO
102	AV. DE LAS TORRES, ABEDULES Y CHOPO, COL. PARAJE BUENAVISTA	DOMINGO
103	CALLE CANDELABROS ENTRE AV. LAS TORRES (JOSE CLEMENTE OROZCO) Y AV. TLAHUAC; CALLE DESPOSORIOS DE AV. TLAHUAC HASTA EL MERCADO SAN LORENZO Y BANQUETA DE LADO SUR SOBRE AV. LAS TORRES (JOSE CLEMENTE OROZCO), BARRIO DE GUADALUPE.	LUNES



Delegación Iztapalapa
Dirección General Jurídica y de Gobierno
Dirección de Gobierno
Coordinación de Mercados y Vía Pública

CDMX
190 años

No. TIANGUIS	UBICACIÓN	DÍA DE OPERACIÓN
104	CALLE CANDELABROS ENTRE AV. LAS TORRES (JOSE CLEMENTE OROZCO) Y AV. TLAHUAC; CALLE DESPOSORIOS DE AV. TLAHUAC HASTA EL MERCADO SAN LORENZO Y BANQUETA DE LADO SUR SOBRE AV. LAS TORRES (JOSE CLEMENTE OROZCO), BARRIO DE GUADALUPE.	MARTES
105	CALLE CANDELABROS ENTRE AV. LAS TORRES (JOSE CLEMENTE OROZCO) Y AV. TLAHUAC; CALLE DESPOSORIOS DE AV. TLAHUAC HASTA EL MERCADO SAN LORENZO Y BANQUETA DE LADO SUR SOBRE AV. LAS TORRES (JOSE CLEMENTE OROZCO), BARRIO DE GUADALUPE.	JUEVES
106	CALLE CANDELABROS ENTRE AV. LAS TORRES (JOSE CLEMENTE OROZCO) Y AV. TLAHUAC; CALLE DESPOSORIOS DE AV. TLAHUAC HASTA EL MERCADO SAN LORENZO Y BANQUETA DE LADO SUR SOBRE AV. LAS TORRES (JOSE CLEMENTE OROZCO), BARRIO DE GUADALUPE.	VIERNES
107	CALLE CANDELABROS ENTRE AV. LAS TORRES (JOSE CLEMENTE OROZCO) Y AV. TLAHUAC; CALLE DESPOSORIOS DE AV. TLAHUAC HASTA EL MERCADO SAN LORENZO Y BANQUETA DE LADO SUR SOBRE AV. LAS TORRES (JOSE CLEMENTE OROZCO), BARRIO DE GUADALUPE.	SÁBADO
108	CALLE CANDELABROS ENTRE AV. LAS TORRES (JOSE CLEMENTE OROZCO) Y AV. TLAHUAC; CALLE DESPOSORIOS DE AV. TLAHUAC HASTA EL MERCADO SAN LORENZO Y BANQUETA DE LADO SUR SOBRE AV. LAS TORRES (JOSE CLEMENTE OROZCO), BARRIO DE GUADALUPE.	DOMINGO
109	CALLE FRANCISCO NOBLE Y LUIS GARCIA COL. SANTA MARTHA ACATITLA	JUEVES
110	CALLE SUR 125 ENTRE AGRICULTORES Y CAMPESINOS COL. PROGRESO DEL SUR	LUNES
111	CALLE CERRADA DE 16 DE SEPTIEMBRE ENTRE AV. TLAHUAC Y 16 DE SEPTIEMBRE PUEBLO LOS REYES CULHUACAN	MARTES
112	MANUEL GAMIO ENTRE SUR 75 Y AV. DE LAS TORRES COL. SINATEL	MIÉRCOLES
113	ALDAMA ENTRE PUERTA DE AVILA Y SAN ANTONIO COL. BARRIO SAN LORENZO	MIÉRCOLES
114	SABADEL ENTRE 3ª CERRADA DE JOSE LOPEZ PORTILLO, COL. BELLAVISTA	JUEVES
115	CUAHUTEMOC ENTRE AXAYACATL Y AHUIZOTL COL. LOS REYES CULHUACAN	VIERNES
116	AV. DE LAS TORRES ENTRE AV. TLAHUAC Y EL CONDOMINIO 20 COL. U.H. MIRASOLES	SÁBADO
117	HIDALGO ESQUINA SAN FELIPE DE JESÚS, LA PURISIMA, BA. SAN MIGUEL	DOMINGO
118	CALLE 7 Y CORONEL LINO MERINO COL. JUAN ESCUTIA	LUNES
119	18 DE MARZO Y BENITO JUAREZ COL. SAN MIGUEL TEOTONGO	LUNES
120	JACARANDAS ENTRE CORONA Y CAFETO COL. LOMAS DE ZARAGOZA	LUNES
121	TLILAPACATL, CUAUHTEMOC Y VILLA FRANQUEZA COL. MIXCOATL	LUNES



Delegación Iztapalapa
Dirección General Jurídica y de Gobierno
Dirección de Gobierno
Coordinación de Mercados y Vía Pública

CDMX
190 años

No. TIANGUIS	UBICACIÓN	DÍA DE OPERACIÓN
122	URSULO GALVAN ENTRE 20 DE NOVIEMBRE Y PROL. VICENTE GUERRERO. COL. CARLOS HANK GONZALEZ	MARTES
123	AV. 4 DE CALLE C55 A 31, AV. 6 DE CALLE 39 A 47, AV. 8 DE CALLE 55A 71 Y DE 47 A 39, AV. 10 DE CALLE 63 A 47 Y CALLE 47 DE ERMITA A SAMUEL GOMPERS COL. U. H. SANTA CRUZ MEYEHUALCO	MARTES
124	CALLE 7 Y CORONEL LINO MERINO COL. JUAN ESCUTIA	MARTES
125	CALLE GLADIOLA Y AMAPOLA COL. TENORIOS	MARTES
126.	AV. DE LAS TORRES Y CALLES PINO Y NOGAL COL. CAMPESTRE POTRERO	MARTES
127	AV. DE LA VIGA ENTRE CALLE CAMPESINOS COL. GRANJAS ESMERALDA	MARTES
128	CALLE 7 Y CORONEL LINO MERINO COL. JUAN ESCUTIA	MIÉRCOLES
129	AMADOR SALAZAR Y AV. TEXCOCO GENERALISIMO MORELOS CALLE S/N IGNACIO ZARAGOZA FRANCISCO CESAR MORALES Y CEDROS OYAMELES ERMITA ZARAGOZA LA COLMENA FUENTES DE ZARAGOZA	MIÉRCOLES
130	VILLA ELOISA, VILLA CID Y VILLA FRANQUEZA. COL. DESARROLLO URBANO QUETZALCOATL	MIÉRCOLES
131	YECAHUITZOL ENTRE TONALA Y PRIMAVERA COL. SAN FRANCISCO APOLOCALCO	MIÉRCOLES
132	ALDAMA Y ERMITA IZTAPALAPA ENTRE CUAUHTEMOC Y ESTRELLA COL. BARRIO SAN LUCAS	MIÉRCOLES
133	FELIPE DE LA GARZA, GRAL. MIGUEL ORTEGA Y EUSTAQUIO BALBUENA ENTRE JUAN ENRIQUEZ Y ANGEL FRIAS COL. VOCEADORES	JUEVES
134	AV. EMILIO AZCARRAGA VIDAURRETA Y CALLE ENRIQUE CONTEL COL. U. H. ZARAGOZA	JUEVES
135	EJE 6 ENTRE ANILLO PERIFERICO Y LUIS MENDEZ COL. RENOVACION	JUEVES
136	CALLE 7 Y CORONEL LINO MERINO COL. JUAN ESCUTIA	JUEVES
137	LAZARO CARDENAS ENTRE CARDENAS Y 16 DE SEPTIEMBRE COL. LOMAS DE ZARAGOZA	JUEVES
138	URSULO GALVAN ENTRE 20 DE NOVIEMBRE Y PROL. VICENTE GUERRERO. COL. CARLOS HANK GONZALEZ	JUEVES
139	CALLE 7 Y CORONEL LINO MERINO COL. JUAN ESCUTIA	VIERNES
140	FUSIA Y MANZANILLA COL. SAN MIGUEL TEOTONGO	VIERNES
141	TLILALPACATL, CUAUHTEMOC Y VILLA FRANQUEZA. COL. MIXCOATL	VIERNES
142	AV. 4 DE CALLE 47 A 17, AV. 6 DE CALLE 35 A 17, CALLE 17 DE AV. SANTA CRUZ A ERMITA, AV. SANTA CRUZ DE CALLE 17 A AV. 4 Y CALLES 9, 11, 13, 15, DE AV. 4 A AV. SANTA CRUZ	VIERNES



Delegación Iztapalapa
Dirección General Jurídica y de Gobierno
Dirección de Gobierno
Coordinación de Mercados y Vía Pública

CDMX
190 años

No. TIANGUIS	UBICACIÓN	DÍA DE OPERACIÓN
143	JACARANDAS ENTRE CORONA Y CAFETO COL. LOMAS DE ZARAGOZA	VIERNES
144	AMACUZAC ENTRE ALBERT Y EMILIO CARRANZA COL. SINATEL	VIERNES
145	RIO CAZONES Y RIO LA ANTIGUA Y RIO ACAPONETA COL. PASEOS DE CHURUBUSCO	VIERNES
146	EJE 6 ENTRE ANILLO PERIFERICO Y LUIS MENDEZ	SÁBADO
147	CALLE 7 Y CORONEL LINO MERINO COL. JUAN ESCUTIA	SÁBADO
148	FRANCISCO CESAR MORALES Y EMILIO P. CAMPA COL. SANTA MARTHA ACATITLA	SÁBADO
149	EXPLORADORES DE EJERCITO DE ORIENTE Y EXPLORADOREZ DE ZARAGOZA COL. EJERCITO DE ORIENTE	SÁBADO
150	AV. DE LAS TORRES Y CALLES PINO Y NOGAL COL. CAMPESTRE POTRERO	SÁBADO
151	VILLA ELOISA, VILLA CID Y VILLA FRANQUEZA. COL. DESARROLLO URBANO QUETZALCOATL	SÁBADO
152	VALENTINA TERESKOBA ENTRE JUANA DE ARCO Y GABRIELA MISTRAL COL. MARGARITA MAZA DE JUAREZ	SÁBADO
153	JUAN ENRIQUEZ ENTRE EUSTAQUIO BUELNA Y MIGUEL LIRA Y ORTEGA COL. VOCEADORES	DOMINGO
154	TLILALPACATL, CUAUHTEMOC Y VILLA FRANQUEZA. COL. MIXCOATL	DOMINGO
155	AV. DEL ROSAL ENTRE ORQUIDEA Y CRISANTEMO. COL. LOS ANGELES	DOMINGO
156	GENERAL M ZEPEDA ENTRE GRAL LINO MERINO Y GRAL. PABLO GARCIA COL. JUAN ESCUTIA	DOMINGO
157	AV. 4 DE CALLE 55 A LA 35 Y CALLE 47 DE LA AV 4 A LA AV. 10 COL. SANTA CRUZ MEYEHUALCO	DOMINGO
158	AV. TEXCOCO Y SENTIMIENTOS DE LA NACION COL. U. H. LA COLMENA	DOMINGO
159	CAMELIA Y GAVILLEROS COL. CAMPESTRE POTRERO	DOMINGO
160	APATLACO ENTRE LA VIGA Y TRONCOSO COL. APATLACO	DOMINGO
161	VALLE DEL PARAISO ENTRE MORELOS Y 5 DE MAYO COL. VALLE DE LUCES	MARTES
162	XOCHIQUETZAL ENTRE ARROLLO TIZOC Y MOCTEZUMA COL. ESTRELLA DEL SUR	MIÉRCOLES
163	TIZOC ENTRE 5 DE MAYO Y CUAUHTEMOC COL. AMPL. LOS REYES CULHUACAN	JUEVES



Delegación Iztapalapa
Dirección General Jurídica y de Gobierno
Dirección de Gobierno
Coordinación de Mercados y Vía Pública

CDMX
190 años

No. TIANGUIS	UBICACIÓN	DÍA DE OPERACIÓN
164	TIZOC ENTRE 5 DE MAYO Y CUAHUTEMOC COL. AMPL. LOS REYES CULHUACAN	SÁBADO
165	XOCHIQETZAL ENTRE TIZOC Y MOCTEZUMA COL. ESTRELLA DEL SUR	DOMINGO
166	AV. AZACARRGA VIDAURRETA Y ENRIQUE CONTEL ENTRE ZARAGOZA Y DECADA NACIONAL COL. U.H. ZARAGOZA	LUNES
167	BILBAO ENTRE AV. 11 Y AV. SAN LORENZO COL. CERRO DE LA ESTRELLA	MARTES
168	SAUCE, PALMAR AV. PRIMAVERA 2DA AMPLIACION DE SANTIAGO ACAHUALTEPEC	MIÉRCOLES
169	GUERRA DE REFORMA ENTRE EJE 5 SUR Y BATALLA DE SILAO COL. LEYES DE REFORMA	MIÉRCOLES
170	BATALLA DE ACAPONETA ENTRE BATALLA DE OCOTLAN COL. CONJUNTO ALVARO OBREGON	JUEVES
171	HIDALGO ENTRE VICENTE GUERRERO Y GABRIELA MISTRAL COL. GUADALUPE DEL MORAL	JUEVES
172	INGENIERO FELIX F. PALAVICINI ENTRE PORFIRIO DEL CASTILLO Y FRANCISCO MUJICA COL. CONSTITUCION DE 1917	VIERNES
173	FRANCISCO VILLA ENTRE FELIPE ANGELES Y VENUSTIANO CARRANZA COL. LOMAS DE ZARAGOZA	SÁBADO
174	SAUCE, PALMAR, CEDRO Y AV. PRIMAVERA COL. 2DA AMPLIACION SANTIAGO ACAHUALTEPEC	DOMINGO
175	GUERRA DE REFORMA ENTRE BATALLA DE SILAO Y EJE 5 SUR COL. LEYES DE REFORMA	DOMINGO
176	CANAL DE GARAY ENTRE MARIANO GARDUÑO Y FELIPE OBREGON COL. PARAJE SAN JUAN	MARTES
177	AV. JOSE LÓPEZ PORTILLO ENTRE ALAMOS E IGNACIO ALLENDE, COL. CONSEJO AGRARISTA MEXICANO	MIÉRCOLES
178	AV. JOSE LÓPEZ PORTILLO ENTRE ALAMOS E IGNACIO ALLENDE, COL. CONSEJO AGRARISTA MEXICANO	SÁBADO
179	ALDAMA Y ERMITA IZTAPALAPA ENTRE CUAHUTEMOC Y ESTRELLA COL. BARRIO SAN LUCAS	MIÉRCOLES
180	CALLE 23 Y AV. DE LAS TORRES COL. JOSE LOPEZ PORTILLO	MIÉRCOLES
181	ALDAMA ENTRE DIAGONAL DE LOS OLIVOS Y JARDIN HORTENCIA COL. JARDINES DE SAN LORENZO	JUEVES
182	AMACUZAC ENTRE ALBERT Y EMILIO CARRANZA COL. SINATEL	VIERNES
183	REPUBLICA FEDERAL ENTRE IGNACIO LOPEZ TARZSO Y MANUEL GANDALA. COL. SANTA MARTHA ACATITLA SUR (SOBRE EL CORREDOR CULTURAL)	SÁBADO
184	AV. 10 DE CALLE 51 A 53 (DENTRO DE LAS CANCHAS DE FRONTON) COL. U. H. SANTA CRUZ MEYEHUALCO	MARTES



Delegación Iztapalapa
Dirección General Jurídica y de Gobierno
Dirección de Gobierno
Coordinación de Mercados y Vía Pública

CDMX
190 años

No. TIANGUIS	UBICACIÓN	DÍA DE OPERACIÓN
185	CALLE REVOLUCIÓN, COL. IXTLAHUACAN	LUNES
186	CALLES CAPULIN Y JAZMIN, COL. SAN MIGUEL TEOTONGO, SECC. AVISADERO	LUNES
187	INSURGENTES ENTRE VERACRUZ Y VICENTE GUERRERO, COL. SAN MIGUEL TEOTONGO SECC. CORRALES	MIÉRCOLES
188	CALLE REVOLUCIÓN, COL. IXTLAHUACAN	SÁBADO
189	NICARAGUA ENTRE VERICRUZ ROBLE Y NARD, COL. SAN MIGUEL TEOTONGO SECCION LA CRUZ	SÁBADO
190	INSURGENTES ENTRE VERACRUZ Y VICENTE GUERRERO, COL. SAN MIGUEL TEOTONGO SECC. CORRALES	SÁBADO
191	NICARAGUA ENTRE VERICRUZ ROBLE Y NARD, COL. SAN MIGUEL TEOTONGO SECCION LA CRUZ	DOMINGO
192	ROSA ENTRE CARRIL Y FERMIN ESPINOZA COL. SAN MIGUEL TEOTONGO	LUNES
193	PEDRO ARMENDARIZ ENTRE VICENTE FERNANDEZ Y DOLORES DEL RIO COL. AMP. EMILIANO ZAPATA	MIÉRCOLES
194	ORQUIDEA ENTRE GARDENIA Y CLAVEL COL. SAN MIGUEL TEOTONGO	JUEVES
195	AV. MODELO ENTRE RETORNO 407 Y ORIENTE 178-A COL. UNIDAD MODELO	MIÉRCOLES
196	AMACUZAC Y ALBERT COL. SINATEL	VIERNES
197	MANUEL CEPEDA PERAZA ENTRE CALZ. IGNACIO ZARAGOZA Y JUAN ENRIQUEZ Y LINO MERINO COL. JUAN ESCUTIA	LUNES
198	MANUEL CEPEDA PERAZA ENTRE CALZ. IGNACIO ZARAGOZA Y JUAN ENRIQUEZ Y LINO MERINO COL. JUAN ESCUTIA	MARTES
199	MANUEL CEPEDA PERAZA ENTRE CALZ. IGNACIO ZARAGOZA Y JUAN ENRIQUEZ Y LINO MERINO COL. JUAN ESCUTIA	MIÉRCOLES
200	MANUEL CEPEDA PERAZA ENTRE CALZ. IGNACIO ZARAGOZA Y JUAN ENRIQUEZ Y LINO MERINO COL. JUAN ESCUTIA	JUEVES
201	MANUEL CEPEDA PERAZA ENTRE CALZ. IGNACIO ZARAGOZA Y JUAN ENRIQUEZ Y LINO MERINO COL. JUAN ESCUTIA	VIERNES
202	MANUEL CEPEDA PERAZA ENTRE CALZ. IGNACIO ZARAGOZA Y JUAN ENRIQUEZ Y LINO MERINO COL. JUAN ESCUTIA	SÁBADO
203	AV. POZOS E INSURGENTES. COL. REFORMA POLITICA	LUNES
204	AV. POZOS E INSURGENTES COL. REFORMA POLITICA	SÁBADO
205	MOLINO Y DERECHOS DEMOCRATICOS ENTRE AV. LA TURBA Y PIRAÑA COL. LA PLANTA	MARTES



Delegación Iztapalapa
Dirección General Jurídica y de Gobierno
Dirección de Gobierno
Coordinación de Mercados y Vía Pública

CDMX
190 años

No. TIANGUIS	UBICACIÓN	DÍA DE OPERACIÓN
206	AV. 1 ENTRE FLOR DE AZUCENA Y RIO ATOYAC COL. LOMAS DE SAN LORENZO	MIÉRCOLES
207	AV. MEXICO Y CDA. AV. MEXICO COL. SANTA MARIA AZTAHUACAN	JUEVES
208	AV. 4 Y AV. SANTA CRUZ COL. U. SANTA CRUZ MEYEHUALCO	VIERNES
209	AV. MEXICO Y CDA. AV. MEXICO COL. SANTA MARIA AZTAHUACAN	SÁBADO
210	EMILIO N. ACOSTA Y AV. TEXCOCO COL. SANTA MARTHA ACATITLA	SÁBADO
211	REPUBLICA FEDERAL Y FRANCISCO CESAR MORALES, HASTA PINOS, Y ABARCANDO UN POCO ENTRE CALLES EN LA COL. SANTA MARTHA ACATITLA	MIÉRCOLES
212	EJE 5 SUR ESQ. ROJO GOMEZ COL. LEYES DE REFORMA 3RA. SECCION	LUNES
213	AV. JOSE CLEMENTE OROZCO ENTRE CANDELABROS HASTA LA CALLE 18 O SAN ANTONIO, COL. JOSE LOPEZ PORTILLO	LUNES
214	EJE 5 SUR ESQ. ROJO GOMEZ COL. LEYES DE REFORMA 3RA. SECCION	MARTES
215	AV. JOSE CLEMENTE OROZCO ENTRE CANDELABROS HASTA LA CALLE 18 O SAN ANTONIO, COL. JOSE LOPEZ PORTILLO	MARTES
216	EJE 5 ESQ. ROJO GOMEZ COL. LEYES DE REFORMA 3RA. SECCION	MIÉRCOLES
217	AV. JOSE CLEMENTE OROZCO ENTRE CANDELABROS HASTA LA CALLE 18 O SAN ANTONIO, COL. JOSE LOPEZ PORTILLO	MIÉRCOLES
218	EJE 5 ESQ. ROJO GOMEZ COL. LEYES DE REFORMA 3RA. SECCION	JUEVES
219	AV. JOSE CLEMENTE OROZCO ENTRE CANDELABROS HASTA LA CALLE 18 O SAN ANTONIO, COL. JOSE LOPEZ PORTILLO	JUEVES
220	EJE 5 ESQ. ROJO GOMEZ COL. LEYES DE REFORMA 3RA. SECCION	VIERNES
221	AV. JOSE CLEMENTE OROZCO ENTRE CANDELABROS HASTA LA CALLE 18 O SAN ANTONIO, COL. JOSE LOPEZ PORTILLO	VIERNES
222	AV. JOSE CLEMENTE OROZCO ENTRE CONDOMINIO 20 A CANAL DE CHALCO, JOSÉ LÓPEZ PORTILLO	SÁBADO
223	EJE 5 ESQ. ROJO GOMEZ COL. LEYES DE REFORMA 3RA. SECCION	SÁBADO
224	EJE 5 ESQ. ROJO GOMEZ COL. LEYES DE REFORMA 3RA. SECCION	DOMINGO
225	AV. JOSE CLEMENTE OROZCO ENTRE AV. TLAHUAC Y CANAL DE CHALCO, CANAL DE CHALCO DE JOSÉ CLEMENTE OROZCO HASTA LA CALLE 3 HACIA PERIFERICO ABARCANDO LAS CALLES 22 PARTE DE LA 23, CALLES 18 Y 20, COL. JOSE LOPEZ PORTILLO Y U.H. MIRASOLES	DOMINGO
226	CDA DE MZ. 1 Y ANTONIO LEON LOYOLA U. H. EJERCITO CONSTITUCIONALISTA	MIÉRCOLES



Delegación Iztapalapa
Dirección General Jurídica y de Gobierno
Dirección de Gobierno
Coordinación de Mercados y Vía Pública

CDMX
190 años

No. TIANGUIS	UBICACIÓN	DÍA DE OPERACIÓN
227	CDA DE MZ. 1 Y ANTONIO LEON LOYOLA COL. EJERCITO CONSTITUCIONALISTA	SÁBADO
228	BATALLONES ROJOS ENTRE CALLE 3 Y REVOLUCION SOCIAL U.H. ALBARRADA	LUNES
229	PASEO DE CECILA (VIVEROS) Y AV. TLAHUAC COL. LOMAS ESTRELLA 2DA. SECCION	JUEVES
230	PERIFERICO Y CONBATE DE CELAYA U.H. VICENTE GUERRERO	VIERNES
231	AMACUZAC ENTRE ALBERT Y EMILIANO CARRANZA COL. SINATEL	VIERNES
232	JORGE ENCISO ENTRE SUR 101 Y SUR 107-A COL. HEROES DE CHURUBUSCO	SÁBADO
233	AV. TEXCOCO Y REPUBLICA FEDERAL COL. SANTA MARTHA ACATITLA NORTE	DOMINGO
234	JOSE DEL RIO Y EMILIO MADERO COL. SANTA MARTHA ACATITLA	JUEVES
235	CCALZ LA VIGA ENTRE PROL. EMILIANO ZAPATA Y RETORNO 559, COL. UNIDAD MODELO	MIÉRCOLES
236	TEXCOCO Y FRANCISCO LEYVA ENTRE DOMINGO ARELLANO Y JOSE MARIA PARRA COL. JUAN ESCUTIA	DOMINGO
237	HIDALGO, PRIMAVERA Y LAS PALMAS COL. SANTA MARIA AZTAHUACAN	MARTES
238	NOGALES ENTRE CONSTITUCION Y NOGAL COL. CITLALI	JUEVES
239	LEONARDO DA VINCI Y AV. PALMITAS COL. PALMITAS	MIÉRCOLES
240	EJE 6 ENTRE GENARO ESTRADA Y ANILLO PERIFERICO COL. RENOVACION	DOMINGO
241	JACARANDAS ENTRE PARAISO Y CEDROS COL. EL MOLINO	LUNES
242	PROL. FUNDICION ENTRE LAUREL Y NOGAL COL. EL MANTO	MARTES
243	NAUTLA ENTRE MEMBRILLO Y PERAL COL. SAN JUAN XALPA	DOMINGO
244	CALLE JOSE TRINIDAD SALGADO ENTRE AV. TEXCOCO Y PABLO GARCIA COL. JUAN ESCUTIA	DOMINGO
245	4TA DE DOMINGO RIOS ENTRE 1RA Y 3RA DE DOMNGO RIOS COL. U. H. VICENTE GUERRERO	LUNES
246	AV. CANAL DE APATLACO ENTRE GALEANA Y CALZADA INDEPENDENCIA COL. APATLACO	LUNES
247	CALZADA SAN JUANICO ENTRE PENALISTAS COL. PUEBLO SAN JUANICO NEXTIPAC	LUNES



Delegación Iztapalapa

Delegación Iztapalapa
Dirección General Jurídica y de Gobierno
Dirección de Gobierno
Coordinación de Mercados y Vía Pública

CDMX
190 años

No. TIANGUIS	UBICACIÓN	DÍA DE OPERACIÓN
248	CALLE SAN FELIPE DE JESUS ENTRE HIDALGO Y 4 DE MARZO COL LA PURISIMA	LUNES
249	4TA DE DOMINGO RIOS ENTRE 1RA Y 3RA DE DOMINGO RIOS U. H. VICENTE GUERRERO	MARTES
250	AV. CANAL DE APATLACO ENTRE GALEANA Y CALZADA INDEPENDENCIA COL. APATLACO	MARTES
251	SAN FELIPE DE JESUS ENTRE HIDALGO Y 4 DE MARZO COL. LA PURISIMA	MARTES
252	4TA DE DOMINGO RIOS ENTRE 1RA Y 3RA DE DOMINGO RIOS U. H. VICENTE GUERRERO	MIÉRCOLES
253	AVENIDA APATLACO ENTRE CALLE GALEANA Y CALLE INDEPENDENCIA COL. APATLACO	MIÉRCOLES
254	SAN FELIPE DE JESUS ENTRE HIDALGO Y 4 DE MARZO COL LA PURISIMA	MIÉRCOLES
255	4TA DE DOMINGO RIOS ENTRE 1RA Y 3RA DE DOMINGO RIOS U. H. VICENTE GUERRERO	JUEVES
256	AV. CANAL DE APATLACO ENTRE GALEANA E INDEPENDENCIA COL. APATLACO	JUEVES
257	SAN FELIPE DE JESUS ENTRE HIDALGO Y 4 DE MARZO COL LA PURISIMA	JUEVES
258	APATLACO ENTRE GALEANA E INDEPENDENCIA	VIERNES
259	SAN FELIPE DE JESUS ENTRE HIDALGO Y 4 DE MARZO COL LA PURISIMA	VIERNES
260	4TA DE DOMINGO RIOS ENTRE 1RA Y 3RA DE DOMINGO RIOS U. H. VICENTE GUERRERO	VIERNES
261	4TA DE DOMINGO RIOS ENTRE 1RA Y 3RA DE DOMINGO RIOS U. H. VICENTE GUERRERO	SÁBADO
262	APATLACO ENTRE GALEANA E INDEPENDENCIA	SÁBADO
263	SAN FELIPE DE JESUS ENTRE HIDALGO Y 4 DE MARZO COL LA PURISIMA	SÁBADO
264	4TA DE DOMINGO RIOS ENTRE 1RA Y 3RA DE DOMINGO RIOS U. H. VICENTE GUERRERO	DOMINGO
265	CALLE SAN JUANICO ENTRE PENALISTAS PUEBLO SAN JUANICO NEXTIPAC	DOMINGO
266	SAN FELIPE DE JESUS ENTRE HIDALGO Y 4 DE MARZO COL LA PURISIMA	DOMINGO
267	PROL. GUADALUPE VICTORIA ENTRE NARDO Y SANTA LUCIA, COL. HANK GONZALEZ	LUNES
268	INSURGENTES ENTRE MANUEL GONZALEZ Y CENTAURO DEL NORTE, COL. LA ERA	MARTES



Delegación Iztapalapa

Delegación Iztapalapa
Dirección General Jurídica y de Gobierno
Dirección de Gobierno
Coordinación de Mercados y Vía Pública

CDMX
190 años

No. TIANGUIS	UBICACIÓN	DÍA DE OPERACIÓN
269	AV. CIRCUNVALACION ENTRE PLAN DE SAN LUIS Y PROL. CIRCUNVALACION, COL. SANTA MARIA AZTAHUACAN	MIÉRCOLES
270	VILLA FLORES Y MONTE BELLO COL. IXTLAHUACAN	JUEVES
271	PLAYA ENCANTADA ENTRE BENITO JUAREZ COL. LA POLVORILLA	JUEVES
272	TIERRA BLANCA ENTRE LATERAL AUTOPISTA, SECC. RANCHITO, COL. SAN MIGUEL TEOTONGO	VIERNES
273	PROL. GUADALUPE VICTORIA ENTRE NARDO Y SANTA LUCIA, COL. HANK GONZALEZ	VIERNES
274	PLAYA ENCANTADA, COL. LA POLVORILLA	SÁBADO
275	AV. CIRCUNVALACION ENTRE PLAN DE AYALA Y MORELOS, COL. SANTA MARIA AZTAHUACAN	DOMINGO
276	ALDAMA Y ERMITA IZTAPALAPA ENTRE CUAHUTEMOC Y ESTRELLA COL. BARRIO SAN LUCAS	MIÉRCOLES
277	CULIACAN ENTRE COLIMA Y CHIHUAHUA COL. SAN SEBASTIAN TECOLOXITTLA	LUNES
278	LIRIO Y NOCHEBUENA, COL. LOS ANGELES APANOAYA	JUEVES
279	RIO CAZONES ENTRE RIO LA ANTIHUA Y RIO GRANDE COL. PASEOS DE CHURUBUSCO	SÁBADO
280	LIRIO Y NOCHEBUENA, COL. LOS ANGELES APANOAYA	DOMINGO
281	CANDELABROS ENTRE AV. LAS TORRES Y AV. TLAHUAC BARRIO DE GUADALUPE	LUNES
282	CANDELABROS ENTRE AV. LAS TORRES Y AV. TLAHUAC BARRIO DE GUADALUPE	MARTES
283	CANDELABROS ENTRE AV. LAS TORRES Y AV. TLAHUAC BARRIO DE GUADALUPE	JUEVES
284	CANDELABROS ENTRE AV. LAS TORRES Y AV. TLAHUAC BARRIO DE GUADALUPE	SÁBADO
285	CANDELABROS ENTRE AV. LAS TORRES Y AV. TLAHUAC BARRIO DE GUADALUPE	DOMINGO
286	JUAN CRISOSTOMO BONILLA Y AV. TEXCOCO COL. JUAN ESCUTIA	DOMINGO
287	CALLE SANTA MARIA ENTRE TIZOC Y DEL ROSAL COL. SANTA MAGDALENA ATLAZOLPA	MARTES
288	CALLE SANTA MARIA ENTRE TIZOC Y ROSAL COL. EL TRIUNFO	JUEVES
289	CULTURAS PREHISPANICAS ENTRE HUALQUILA Y CALLEJON DE HUALQUILA COL. GRANJAS SAN ANTONIO	JUEVES



Delegación Iztapalapa
Dirección General Jurídica y de Gobierno
Dirección de Gobierno
Coordinación de Mercados y Vía Pública

CDMX
190 años

No. TIANGUIS	UBICACIÓN	DÍA DE OPERACIÓN
290	AGUJAS ENTRE ESQ. CON MORELOS COL. EL VERGEL	SÁBADO
291	FISICOS Y GEOGRAFOS COL. EL SIFON	DOMINGO
292	AV. SAN LORENZO Y AV. ESTRELLA COL. EL RODEO	DOMINGO
293	NIÑOS HEROES ENTRE JUAN DE LA BARRERA Y FRANCISCO I MADERO COL. LOMAS DE ZARAGOZA	MARTES
294	VALLE NACIONAL Y RODEO COL. MIRAVALLE	DOMINGO
295	ROSARIO CASTELLANOS Y EJE 5 COL. CHINAMPAC DE JUAREZ	MARTES
296	ROSARIO CASTELLANOS Y EJE 5 COL. CHINAMPAC DE JUAREZ	DOMINGO
297	AV. 4 DE LADO ORIENTE. DE CALLE 47 A CALLE 55 COL. U. H. SANTA CRUZ MEYEHUALCO	MARTES
298	AV. 4 DE CALLE 47 A 55 Y AREA CIVICA	VIERNES
299	AV. 4 DE LADO ORIENTE. DE CALLE 47 A CALLE 55 COL. U. H. SANTA CRUZ MEYEHUALCO	DOMINGO
300	MERCURIO ENTRE SUR 23 Y GABRIELA MISTRAL COL. LEYES DE REFORMA	LUNES
301	FELIPE DE LA GARZA Y JOSE TRINIDAD SALGADO ENTRE VICENTE MARISCAL Y AV. TEXCOCO COL. JUAN ESCUTIA	MARTES
302	ZACANI DE AV. TEXCOCO Y TERCIO ENTRE ROSAS Y ALAMO. COL. SAN LORENZO XICOTENCATL	MIÉRCOLES
303	SABADEL Y 3ª CERRADA DE JOSE LOPEZ PORTILLO. COL. BELLAVISTA	LUNES
304	AV. GUELATAO Y BATALLÓN LIGERO DE TOLUCA COL. EL PARAISO	MARTES
305	BENITO JUAREZ Y PARAJE ZACATEPEC COL. PARAJE ZACATEPEC	JUEVES
306	SABADELL Y 3ª CERRADA DE JOSE LOPEZ PORTILLO. COL. BELLAVISTA	VIERNES
307	AV. GUELATAO Y BATALLÓN LIGERO DE TOLUCA COL. EL PARAISO	SÁBADO
308	PLAZA MAYOR ENTRE PLAZA VOLADOR Y PLAZA DEL ARBOL COL. ORTIZ TIRADO	MIÉRCOLES
309	PLAZA MAYOR ENTRE PLAZA VOLADOR Y PLAZA DEL ARBOL COL. ALFONSO ORTIZ TIRADO	DOMINGO
310	COL. EMILIANO ZAPATA	LUNES



Delegación Iztapalapa
Dirección General Jurídica y de Gobierno
Dirección de Gobierno
Coordinación de Mercados y Vía Pública

CDMX
190 años

No. TIANGUIS	UBICACIÓN	DÍA DE OPERACIÓN
311	AV. CENTRAL ENTRE AV. UNIVERSIDAD Y CONSTITUCION DE APATZINGAN. COL. EJERCITO CONSTITUCIONALISTA	LUNES
312	LUIS CABRERA ENTRE SAMUEL GOMPERS Y MANLIO FAVIO ALTAMIRANO COL. JACARANDAS	LUNES
313	CALLE SATELITE Y VENUS COL. LOMAS DE LA ESTANCIA	MARTES
314	AV. LAS TORRES ENTRE AV. POZOS Y AV. DE LAS MINAS COL. REFORMA POLITICA	MARTES
315	AV. DEL ROSAL ENTRE HORTENSIA Y CLAVELINA. COL. LOS ANGELES	MARTES
316	BRIGADA CARBAJAL, BRIGADA ALVAREZ Y JOSE N. PRIETO, PEÑON COL. EJERCITO DE ORIENTE	MIÉRCOLES
317	COLORINES ENTRE GANADEROS Y MAIZ COL. VALLE DEL SUR	MIÉRCOLES
318	BENITO ZENEA Y PABLO GARCIA COL. JUAN ESCUTIA	JUEVES
319	CDA. DE CUAUHTEMOC ENTRE AV. CUAUHTEMOC Y AV. LAS TORRES COL. SANTIAGO ACAHUALTEPEC	JUEVES
320	5 DE MAYO ENTRE BENITO JUAREZ Y MAURILIO MEJIA. PUEBLO DE SANTA CRUZ MEYEHUALCO	JUEVES
321	AV. 4 ENTRE CALLE 11 Y 17 Y CALLE 9 Y AV. 2 COL. SANTA CRUZ MEYEHUALCO	VIERNES
322	FELIPE ANGELES ENTRE CENTAURO DEL NORTE Y SIETE LEGUAS. COL. FRANCISCO VILLA	VIERNES
323	AV. MEXICO PUEBLA Y CAYETANO ANDRADE COL. SANTA MARTHA ACATITLA	SÁBADO
324	SATELITE Y VENUS COL. LOMAS DE LA ESTANCIA	SÁBADO
325	CARRIL ESQ. GASTON SANTOS COL. SAN MIGUEL TEOTONGO	DOMINGO
326	AV. LAS TORRES ENTRE AV. POZOS Y AV. DE LAS MINAS. COL. REFORMA POLITICA	DOMINGO
327	MORELOS ENTRE PRIV. MORELOS Y AV. EL VERGEL. COL. LAS PEÑAS	DOMINGO
328	VILLA GENERAL MITRE ENTRE VILLA GONZALO Y BENITO JUAREZ COL. DESARROLLO URBANO QUETZALCOATL	LUNES
329	CALLE BENITO JUAREZ ENTRE CALLE 1 (A LA MITAD DE LA UNIDAD) HASTA LA AV. LAS TORRES. COL. LOMAS DE SAN LORENZO	LUNES
330	PROL. POZOS Y JUSTO SIERRA. COL. LOMAS DE SANTA CRUZ	MARTES
331	VILLA SON ENTRE INSURGENTES Y VILLA BRUSUEL COL. DESARROLLO URBANO QUETZALCOATL	MIÉRCOLES



Delegación Iztapalapa

Delegación Iztapalapa
Dirección General Jurídica y de Gobierno
Dirección de Gobierno
Coordinación de Mercados y Vía Pública

CDMX
190 años

No. TIANGUIS	UBICACIÓN	DÍA DE OPERACIÓN
332	PEDRO VELEZ ENTRE CANAL DE SUEZ Y PORFIRIO DIAZ. COL. INSURGENTES	JUEVES
333	VILLA GERIZ, VILLA GENERAL ROCA Y VILLA IGATINI COL. DESARROLLO URBANO QUETZALCOATL	VIERNES
334	VILLA BRUSUEL ENTRE VILLA AMORES Y MANUEL CAÑAS. COL. DESARROLLO URBANO QUETZALCOATL	DOMINGO
335	CALLE ANTONIO CARDENAS ENTRE ANASTACIO G. SARABIA Y RADAMES GAXIOLA, COL. ESCUADRON 201	SÁBADO
336	RADAMES GAXIOLA ENTRE RODOLFO USIGLI Y ATANACIO G. SARABIA COL. ESCUADRON 201	DOMINGO
337	AV. 8 DE CALLE 65 A LA CALLE 71 Y DE LA CALLE 741 A LA AV. 12. AV. 10 DE CALLE 65 HASTA LA CALLE 71, U.H. SANTA CRUZ MEYEHUALCO	MARTES
338	AGUSTIN DE ITURBIDE, INDEPENDENCIA, 15 Y 16 DE SEPTIEMBRE Y AV. TLAHUAC, LOS REYES CULHUACÁN	DOMINGO
339	SANTA CRUZ Y RIO NAZAS. COL. PUENTE BLANCO	SÁBADO
340	AV. SANTA CRUZ ESQ. CGURUBUSCO. COL. PUENTE BLANCO	DOMINGO
341	CALLE 7 ENTRE CALZADA ZARAGOZA Y CALLE PUEBLA COL. JUAN ESCUTIA	LUNES
342	AVENIDA HIDALGO ENTRE SAN RAFAEL ATLIXCO Y VICENTE GUERRERO COL. GUADALUPE DEL MORAL	LUNES
343	CALLE 7 ENTRE CALZADA ZARAGOZA Y CALLE PUEBLA COL. JUAN ESCUTIA	MARTES
344	HIDALGO ENTRE SAN RAFAEL ATLIXCO Y VICENTE GUERRERO COL. GUADALUPE DEL MORAL	MARTES
345	CALLE 7 ENTRE CALZADA ZARAGOZA Y CALLE PUEBLA COL. JUAN ESCUTIA	MIÉRCOLES
346	HIDALGO ENTRE SAN RAFAEL ATLIXCO Y VICENTE GUERRERO COL. GUADALUPE DEL MORAL	MIÉRCOLES
347	CALLE 7 ENTRE CALZADA ZARAGOZA Y CALLE PUEBLA COL. JUAN ESCUTIA	JUEVES
348	HIDALGO ENTRE SAN RAFAEL ATLIXCO Y VICENTE GUERRERO COL. GUADALUPE DEL MORAL	VIERNES
349	CALLE 7 ENTRE CALZADA ZARAGOZA Y CALLE PUEBLA	VIERNES
350	CALLE 7 ENTRE CALZADA ZARAGOZA Y CALLE PUEBLA	SÁBADO
351	HIDALGO ENTRE SAN RAFAEL ATLIXCO Y VICENTE GUERRERO COL. GUADALUPE DEL MORAL	SÁBADO
352	TEXCOCO Y EULOGIO PARRA COL. JUAN ESCUTIA	DOMINGO



Delegación Iztapalapa

Delegación Iztapalapa
Dirección General Jurídica y de Gobierno
Dirección de Gobierno
Coordinación de Mercados y Vía Pública

CDMX
190 años

No. TIANGUIS	UBICACIÓN	DÍA DE OPERACIÓN
353	HIDALGO ENTRE SAN RAFAEL ATLIXCO Y VICENTE GUERRERO COL. GUADALUPE DEL MORAL	DOMINGO
354	CLAUDIO CHAPPE ENTRE EMILIO BERLINER Y JUAN DE OCHOA COL. FUEGO NUEVO	MIÉRCOLES
355	EJE 6 SUR ENTRE PIE DE LA CUESTA Y PALAYA TECOLUTLA COL. EL RETOÑO	JUEVES
356	TECNICOS Y MANUALES ENTRE AV. TLAHUAC Y CINEMATOGRAFISTAS COL. U.H. BENITO JUAREZ, ESTRELLA 1	VIERNES
357	CALLE HIDALGO ENTRE AV.11 Y CDA. HIDALGO COL. U.H. SAN NICOLAS TOLENTINO	SÁBADO
358	CALLE TECNICOS Y MANUALES ENTRE AV. TLAHUAC Y CINEMATOGRAFISTAS COL. U.H. BENITO JUAREZ, ESTRELLA 1	SÁBADO
359	SIRACUSA DE AV. TLAHUAC A MORELOS COL. LOMAS ESTRELLA, 2A SECCIÓN	SÁBADO
360	EJE 6 SUR ENTRE PLAYA LORENA Y PLAYA MIRAMAR COL. EL RETOÑO	DOMINGO



hojas de contacto (112).JPG



hojas de contacto (113).JPG



hojas de contacto (114).JPG



hojas de contacto (115).JPG



hojas de contacto (116).jpg



hojas de contacto (117).JPG



hojas de contacto (118).JPG



hojas de contacto (119).JPG



hojas de contacto (12).ARW



hojas de contacto (12).JPG



hojas de contacto (120).JPG



hojas de contacto (121).JPG



hojas de contacto (122).JPG



hojas de contacto (123).JPG



hojas de contacto (124).JPG



hojas de contacto (125).jpg



hojas de contacto (126).JPG



hojas de contacto (127).JPG



hojas de contacto (128).JPG



hojas de contacto (129).JPG



hojas de contacto (13).ARW



hojas de contacto (13).JPG



hojas de contacto (130).JPG



hojas de contacto (131).JPG



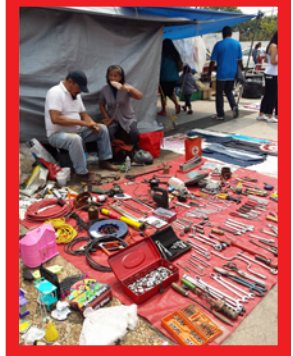
hojas de contacto (132).JPG



hojas de contacto (133).JPG



hojas de contacto (134).jpg



hojas de contacto (135).jpg



hojas de contacto (136).jpg



hojas de contacto (137).JPG



hojas de contacto (138).JPG



hojas de contacto (139).JPG



hojas de contacto (14).ARW



hojas de contacto (14).JPG



hojas de contacto (140).JPG



hojas de contacto (141).jpg



hojas de contacto (142).JPG



hojas de contacto (143).JPG



hojas de contacto (144).jpg



hojas de contacto (145).JPG



hojas de contacto (146).JPG



hojas de contacto (147).jpg



hojas de contacto (148).JPG



hojas de contacto (149).JPG



hojas de contacto (15).ARW



hojas de contacto (15).JPG



hojas de contacto (150).JPG



hojas de contacto (151).JPG



hojas de contacto (152).JPG



hojas de contacto (153).JPG



hojas de contacto (154).JPG



hojas de contacto (155).JPG



hojas de contacto (156).JPG



hojas de contacto (157).JPG



hojas de contacto (158).JPG



hojas de contacto (159).JPG



hojas de contacto (16).ARW



hojas de contacto (16).JPG



hojas de contacto (160).JPG



hojas de contacto (161).JPG



hojas de contacto (162).JPG



hojas de contacto (163).JPG



hojas de contacto (164).JPG



hojas de contacto (165).JPG



hojas de contacto (166).JPG



hojas de contacto (167).JPG



hojas de contacto (168).JPG



hojas de contacto (169).JPG



hojas de contacto (17).JPG



hojas de contacto (170).JPG



hojas de contacto (171).JPG



hojas de contacto (172).JPG



hojas de contacto (173).JPG



hojas de contacto (174).JPG



hojas de contacto (175).JPG



hojas de contacto (176).JPG



hojas de contacto (177).JPG



hojas de contacto (178).JPG



hojas de contacto (179).JPG



hojas de contacto (18).JPG



hojas de contacto (180).JPG



hojas de contacto (181).JPG



hojas de contacto (182).JPG



hojas de contacto (19).JPG



hojas de contacto (2).ARW



hojas de contacto (2).jpg



hojas de contacto (20).JPG



hojas de contacto (21).JPG



hojas de contacto (22).JPG



hojas de contacto (23).JPG



hojas de contacto (24).JPG



hojas de contacto (25).JPG



hojas de contacto (26).JPG



hojas de contacto (27).JPG



hojas de contacto (28).JPG



hojas de contacto (29).JPG



hojas de contacto (3).ARW



hojas de contacto (3).jpg



hojas de contacto (30).JPG



hojas de contacto (31).JPG



hojas de contacto (32).JPG



hojas de contacto (33).JPG



hojas de contacto (34).JPG



hojas de contacto (35).JPG



hojas de contacto (36).JPG



hojas de contacto (37).JPG



hojas de contacto (38).JPG



hojas de contacto (39).JPG



hojas de contacto (4).ARW



hojas de contacto (4).jpg



hojas de contacto (40).JPG



hojas de contacto (41).JPG



hojas de contacto (42).JPG



hojas de contacto (43).JPG



hojas de contacto (44).JPG



hojas de contacto (45).JPG



hojas de contacto (46).JPG



hojas de contacto (47).JPG



hojas de contacto (48).JPG



hojas de contacto (49).JPG



hojas de contacto (5).ARW



hojas de contacto (5).jpg



hojas de contacto (50).JPG



hojas de contacto (51).JPG



hojas de contacto (52).JPG



hojas de contacto (53).JPG



hojas de contacto (54).JPG



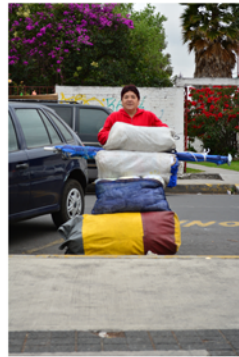
hojas de contacto (55).JPG



hojas de contacto (56).JPG



hojas de contacto (57).JPG



hojas de contacto (58).JPG



hojas de contacto (59).JPG



hojas de contacto (6).ARW



hojas de contacto (6).jpg



hojas de contacto (60).JPG



hojas de contacto (61).JPG



hojas de contacto (62).JPG



hojas de contacto (63).JPG



hojas de contacto (64).JPG



hojas de contacto (65).JPG



hojas de contacto (66).JPG



hojas de contacto (67).JPG



hojas de contacto (68).JPG



hojas de contacto (69).JPG



hojas de contacto (7).ARW



hojas de contacto (7).jpg



hojas de contacto (70).JPG



hojas de contacto (71).JPG



hojas de contacto (72).JPG



hojas de contacto (73).JPG



hojas de contacto (74).JPG



hojas de contacto (75).JPG



hojas de contacto (76).JPG



hojas de contacto (77).JPG



hojas de contacto (78).JPG



hojas de contacto (79).JPG



hojas de contacto (8).ARW



hojas de contacto (8).jpg



hojas de contacto (80).JPG



hojas de contacto (81).JPG



hojas de contacto (82).JPG



hojas de contacto (83).JPG



hojas de contacto (84).JPG



hojas de contacto (85).JPG



hojas de contacto (86).JPG



hojas de contacto (87).JPG



hojas de contacto (88).JPG



hojas de contacto (89).JPG



hojas de contacto (9).ARW



hojas de contacto (9).jpg



hojas de contacto (90).JPG



hojas de contacto (91).JPG



hojas de contacto (92).JPG



hojas de contacto (93).JPG



hojas de contacto (94).JPG



hojas de contacto (95).JPG



hojas de contacto (96).JPG



hojas de contacto (97).JPG



hojas de contacto (98).JPG



hojas de contacto (99).JPG



hoja de contacto.ARW



hojas de contacto (1).ARW



hojas de contacto (1).JPG



hojas de contacto (1).NEF



hojas de contacto (10).jpg



hojas de contacto (100).JPG



hojas de contacto (101).JPG



hojas de contacto (102).JPG



hojas de contacto (103).JPG



hojas de contacto (104).JPG



hojas de contacto (105).JPG



hojas de contacto (106).JPG



hojas de contacto (107).JPG



hojas de contacto (108).JPG



hojas de contacto (109).JPG



hojas de contacto (11).ARW



hojas de contacto (11).JPG



hojas de contacto (110).JPG



hojas de contacto (111).JPG