

EL ESTUDIO ETNOBIOECOLÓGICO DE LOS TIANGUIS Y MERCADOS EN MÉXICO

Arturo Argueta Villamar

Centro Regional de Investigaciones Multidisciplinarias. Universidad Nacional Autónoma de México, Av. Universidad s/n, Cto. 2, Col. Chamilpa, CP 62210; Cuernavaca, Morelos, México.

Correo:: arguetav@servidor.unam.mx

RESUMEN

Se analizan dos de los enfoques principales bajo los cuales han sido abordados los estudios de tianguis y mercados populares: etnobiocológicos y antropológicos. En el plano temporal, se refieren los principales cronistas e investigadores de los tianguis del siglo XVI, lo que narraron y las comparaciones que hicieron con lo que había en España en esa misma época. También se hace un breve recuento de los estudios de tianguis y mercados en México en el siglo XX.

Estos elementos permiten comentar los artículos contenidos en el dossier "Cultura del trueque y los procesos de intercambio social" incluido en éste número de *Etnobiología* y se argumenta la necesidad de dar continuidad a dichos estudios en el siglo XXI. Los tianguis son una creación cultural, en ellos se muestra y se recrea la diversidad biocultural de México.

PALABRAS CLAVE: Tianguis y Mercados, etnobiocológico, Intercambio, Reciprocidad, Diversidad biocultural

THE ETHNO-BIOECOLOGICAL STUDY OF THE POPULAR MARKETS

ABSTRACT:

This paper discusses two main approaches under which have been addressed the research both on "tianguis" and popular markets: ethnobiocological and anthropological. On the temporal aspect, the main chroniclers and researchers that studied the "tianguis" on the 16th century were represented, which elaborates descriptions and comparisons with those on in Spain on that epoch. Also was included a brief account of studies in Mexico on this issue along the 20th century.

These elements are the context to comment the articles contained in the dossier "the barter culture and the social exchange process" included on this issue of the Journal, and also the need to continue these studies in the XXI century is argued. The "tianguis" are a cultural creation, on them the biocultural diversity of Mexico is shown and recreated

KEYWORDS: "tianguis", popular markets, ethnobiocological, exchange, reciprocity, biocultural diversity

El marco bioecológico y sociocultural

Las prácticas del trueque y el intercambio social que vemos hoy en día en los tianguis y mercados de México, han sido formas tradicionales de expresión de un conjunto de procesos cuyo fundamento es la reciprocidad.

Se trata de una forma de correlación sustancial, que se manifiesta en un conjunto de procesos desarrollados desde tiempos ancestrales, no sin rupturas y discontinuidades, que involucran las relaciones entre las personas, así como entre los pueblos, con la naturaleza y con lo sagrado, en el espacio de los pueblos y las culturas de nuestro país.

Son tan importantes las prácticas de la reciprocidad, que hoy se ubican como elemento sustancial de la Diversidad Biocultural de México, la cual ha permitido, entre otros logros, la continuidad de la biodiversidad y las poblaciones humanas, aún bajo condiciones de asedio y destrucción continua y en la situación colonial y subalterna.

Es por ello también que, en tiempos de crisis como la que vivimos actualmente y frente a la expropiación de los pueblos y la naturaleza, se hace evidente el resurgimiento de los Tianguis, los Mercados de Trueque y el Intercambio social, como propuestas de resistencia, por parte de movimientos alternativos, autonómicos y antisistémicos. Pero debemos precisar que no todos los Mercados de Trueque son respuestas a las crisis actuales, algunos de los que hoy se visibilizan, vienen de tiempos muy remotos.

Como se ha afirmado, a partir de estudios minuciosos, la biodiversidad sostiene a los pueblos y los pueblos mantienen a la biodiversidad, para tratar de asegurar una estabilidad dinámica, no exenta de rupturas, porque de ahí obtienen muy buena parte de sus "mantenimientos" y "diario vivir".

En diferentes entidades federativas y municipios de nuestro país, como por ejemplo Michoacán, Morelos, Oaxaca, Puebla y Veracruz, los Mercados de Trueque e Intercambio social se hacen presentes y se incrementa la participación de más personas, cada semana, cada mes y año. Se trata de Mercados de Trueque de nueva inspiración social, o de otros que recuperan una "costumbre" que se estaba perdiendo, o definitivamente, de mercados con tradición ancestral que continúan la práctica del intercambio, tal como se recrea desde muchos años atrás.

Los mercados mesoamericanos

Un conjunto muy amplio de fuentes del siglo XVI nos refieren la organización, trascendencia y gran número de los

mercados mesoamericanos, los cuales llamaron poderosamente la atención de cronistas.

Derivado del vocablo náhuatl *Tianquistli*, que se tradujo al español como "Mercado", el término señalaba al espacio que se organizaba y levantaba una vez por semana, es decir cada 5 días, puesto que los meses eran veintenas, en los alrededores de un pueblo específico, para intercambiar o vender productos (Iglesias 2002).

Bernal Díaz del Castillo (2003), Hernán Cortés (2005), Bernardino de Sahagún (2006) y Francisco Hernández (2002) son los escritores que describen lo que pudieron observar (Díaz y Cortés) y lo que investigaron (Sahagún y Hernández) pues muchos escribieron desde España, a partir de los escritos y relatos de otros.

Las descripciones son impresionantes, y cabe destacar que los autores antes señalados se refieren a los mercados grandes, por ejemplo Cortés compara a Tlaxcala con Granada y dice que la primera "es muy mayor" y del mercado de Tenochtitlan dice que es tan grande como dos veces la ciudad de Salamanca, con más de sesenta mil almas comprando y vendiendo, y en las que se intercambiaba todo tipo de objetos.

Por su parte Torquemada se refiere a Tlatelolco como el sitio que incluso reunía a comerciantes de los Reinos de Quauhtemallan y Xalisco, señala que al mercado de Oaxaca asistían mercaderes de Tenochtitlan, Texcoco, Chalco, Xochimilco, Coyoacán, Tlacopan y Azcapotzalco. Y subraya la existencia del mercado de Tzintzuntan (Torquemada 1943). Sahagún se refiere a los mercados especializados, por ejemplo, Cholollan, joyas, piedras y plumas ricas; Tezcoco, ropas, jícaras y loza; Acolman, Itzcuintlis. En ese sentido, Torquemada se refiere al mercado de Tepeaca por su importancia en la venta de todo tipo de aves, así como Otumpan y Tepeapulco.

En donde todos los cronistas ven solo compradores y vendedores, Durán nos hace notar dos elementos que después van a aparecer muy claramente y que hoy nos parece fundamentales: ir al tianguis, a la plaza, por el gusto de socializar y para intercambiar, dice "Van allí muchos y muchas que no hacen otra cosa sino pasearse y andarse mirando la boca abierta de un lado a otro, de un cabo para el otro, con el mayor contento del mundo, dado que vayan muchos a comprar y a vender y a contratar según su uso y costumbre el contrato de los cuales era trocar unas cosas por otras, como hoy en día se usa en muchas partes" (Durán 1880).

Este mismo autor nos ofrece las razones por las cuales se cambiaron los mercados de cada cinco días o *macuil-tianquistli*, por los mercados cada ocho días, tal como



Figura 1. Mercado de pescados y mariscos, Bagan/Pagan, Myanmar, noviembre 2015. (Foto de Quetzal Argueta Prado)

los tenemos hoy, la primera razón es porque se impuso el calendario de meses de 30 días sobre el calendario de meses de 20 días, pero la razón más profunda, confiesa Durán es que ¡cuando el *macuilitianguistli* cae en el domingo... nadie va a misa! A partir de lo cual comenta que "desea ver quitada y mudada esa antigua costumbre" (Durán 1880).

Clavijero nos recuerda que no sólo existían los grandes mercados de Tenochtitlan y Tlatelolco, muy mencionados en las fuentes, sino también los "mercados de Texcoco, Cholula, Huexotzinco y demás lugares grandes eran de la misma forma que el de México. Del de Tlaxcala, dice Cortés, que concurrían todos los días más de 30,000 contratantes, del de Tepeyac, que no era de las mayores ciudades, testifica el citado Motolinía haber averiguado (...) que 24 años después de la conquista, cuando ya había decaído el comercio de aquellos pueblos, no se vendían cada cinco días menos de 8,000 gallinas europeas en aquella plaza, y que otras tantas se vendían en el

mercado de Acapetlayocan". Agrega que los productos especializados provenientes de algunos pueblos eran famosos por sus piezas de gran calidad producto de artistas y expertos consumados: "alfarería y lapidaria de Cholula, plateros de Atzacapotzalco, pintores de Texcoco, estereros de Cuauhtitlán, ramilleteros de Xochimilco, pescadores de Cuitlahuac, cazadores de Xilotepec y canteros de Tenayuca" (Clavijero 1976).

Por tales fuentes, nos podemos dar cuenta de los numerosos elementos socioculturales que le dan continuidad a dichos espacios en México. Aunque hoy es totalmente claro que se han incorporado diversas especies de vegetales, animales y hongos provenientes de los ocho centros de origen de plantas cultivadas y de los cinco centros de origen de los animales domésticos, siguen presentes muchísimas de las plantas, animales y hongos endémicos y originarios de Mesoamérica. Es por ello que se puede afirmar que los mercados indígenas y los tianguis tradicionales son una de las características permanentes en la cultura

mexicana, parte fundamental de esa fuerte raíz de herencia mesoamericana.

Los estudios del siglo XX

Entre los lugares privilegiados por los estudiosos de los tianguis o mercados, sean mexicanos o extranjeros, destacan Oaxaca y los Valles centrales, la Sierra Norte de Puebla y el área p'urhépecha de Michoacán. La profusión de especies vegetales presentes tales como semillas, hojas, raíces, plantas enteras, posiblemente las más abundantes en cuanto al número de puestos y vendedores, provenientes de los cultivares, huertos familiares o bosques, siempre son muchas más que las especies animales que también concurren al mercado, así como las numerosas especies de hongos, sobre todo en la estación de lluvia, todo lo cual pone en relieve la riqueza ecológica y biocultural de los pueblos originarios de México, quienes acuden a vender, comprar y muchas veces a intercambiar tales productos.

Varias imágenes se suceden en el tiempo, recordándonos a Hernández Xolocotzi mostrando los frijoles ayocotes en el mercado de Zacapoaxtla, Puebla, hacia mediados de los años 70; Miguel Ángel Martínez haciendo una tarea similar pero con gran humor y conversación con las marchantas de los puestos en el mercado de Cuetzalan, Puebla y a Ramón Mariaca continuando la tarea de mostrarnos los caimitos y siricotes en el mercado de Villahermosa, Tabasco.

En la explicación agroecológica de Hernández Xolocotzi, los mercados indígenas y campesinos más abundantes y diversos se encuentran ubicados en los ecotonos, es decir, en los espacios intermedios entre las tierras altas y frías y las tierras bajas y calientes (Hernández Xolocotzi *et al.* 1983). Si consideramos que los asentamientos de los pueblos en México se ubican entre el nivel del mar y los 3000 metros de altura, entonces los espacios situados entre los 1500 y los 1600 msnm, son los sitios privilegiados para el establecimiento de grandes tianguis y mercados, justamente por conjuntar la gran riqueza de los pueblos "arribeños" y "abajeros"



Figura 1. Mercado de Verduras, Sao Paulo, Brasil, diciembre 2014 (Foto de Arturo Argueta Villamar).

Para Hernández X., el mercado es una entidad representante del medio, de la cultura, de las gentes de la zona y de los cultivares que ahí llegan; nuestro interés –prosigue– es profundizar en las relaciones del hombre y la utilización de su medio, especialmente el botánico. Clasifica a los vegetales que se expenden en un mercado en nativas cultivadas localmente, nativas cultivadas extra-regionalmente, exóticas cultivadas local o regionalmente y exóticas, cultivadas extra-regionalmente. Es en un mercado donde “se exponen los diversos productos agropecuarios, regionales y foráneos, y se manifiestan las costumbres y hábitos de los concurrentes” (Hernández Xolocotzi, 1975).

La presencia de especies de plantas y animales en los mercados, responden a la temporalidad de los organismos, a los ciclos estacionales y a sus ciclos de vida, a los periodos de migración, a la época del año en que son abundantes en un lugar y escasos en otro, lo cual explica su ausencia o presencia como productos para el trueque y/o la venta en estos mercados.

Como ha señalado muchas veces, los tianguis y mercados son espacios para la adquisición de productos, pero también son sitios donde se expresan los elementos de la cultura popular, se obtienen recetas para preparar los alimentos, información sobre la escasez y la fluctuación de los precios, conocimientos sobre nuevas especies que llegan ahí, en fin, se intercambian no sólo productos sino también información y gustos sobre este o aquel sabor de un alimento.

Además de los sitios donde se establece el tianguis o plaza, tenemos que una buena parte de ellos funciona en circuitos, conocidos como “ciclos de ferias o tianguis”, como el que se estudia en “Ciclo de Ferias de Cuaresma”, cuyo epicentro es Tepalcingo, Morelos, descrito y estudiado por Guillermo Bonfil Batalla (1971), el cual integra un gran conjunto de pueblos y comunidades del norte de Guerrero y Sur de Morelos.

Muchos estudios etnobiológicos han sido realizados en los tianguis y mercados de México. Además de los ya señalados anteriormente, es importante señalar los de Whitaker y Cutler (1966), Berg (1975), Báez y Warman (1982), Veerkamp (1982), Torres *et al.* (1982), Hernández Xolocotzi *et al.* (1983), Bye y Linares (1983, 1987), Calderón (1984), Camacho (1986), Anzures y Bolaños (1991), Nicholson y Arzeni (1993), Martínez (1994), De Garay (1997), entre otros muchos.

¿Para qué estudiarlos en el siglo XXI?

Sidney Mintz, estudioso del Caribe y el azúcar, describió los mercados de Haití como sitios coloridos, llenos de olores y sabores, donde la gente va preguntando por esto o aquello,

tocando los frutos y verduras para comprobar su estado de madurez, en medio de un desarreglo y bullicio enormes pero señala que, bajo esa apariencia caótica, existe un orden perfectamente establecido (Mintz 1960). Esas mismas características siguen presentes en los tianguis y mercados de México y el mundo.

La breve revisión hecha arriba, nos lleva a afirmar que los tianguis son entidades que permanecen a lo largo del tiempo y como todo lo que permanece, también han cambiado. Los tianguis y mercados han estado presentes como tema central en los estudios agroecológicos, etnobiocológicos, los estudios de domesticación, los de la subsistencia y hoy como elementos centrales de la autosuficiencia y la autonomía alimentaria.

Los tianguis y mercados indígenas y campesinos son de enorme importancia si dimensionamos su centralidad respecto a lo que implican para la subsistencia de millones de personas en el planeta. Esto es lo que nos muestran claramente los ocho volúmenes escritos por un gran equipo de investigadores que estudió el tema entre 2010 y 2012, apoyados por IIED, HIVOS y Mainumby. ¿A quiénes alimentan los productores campesinos de pequeña escala? ¿Cuántos son, donde están, cómo llevan a cabo su producción y en dónde la venden, en el marco de un mundo cada vez más globalizado? ¿Desaparecerán los productores de pequeña escala hacia el 2050 debido al peso enorme de las compañías de agronegocios? ¿Desaparecerán los tianguis y mercados a la mitad del siglo XXI? Estas y otras preguntas se responden en los libros producto de esas investigaciones, los cuales se encuentran, en español, en la página de la Fundación Mainumby de Bolivia (Muñoz Elsner, 2013).

Considero que para hoy y los años venideros son necesarios los estudios y análisis que hagan una mirada a todo el mosaico de procesos antiguos y recientes, tradicionales y recuperados, con el propósito de entender las nuevas dinámicas sociales de la producción, el intercambio y la reciprocidad sociales.

En los artículos que componen este número de la revista *Etnobiología*, podrán verse ejemplificados estos casos y otros más. Como el estudio de la *Mojtakukua* (o Mercado de Trueque) que se inició en la población p'urhépecha de Cuanajo, Municipio de Pátzcuaro, Michoacán hace más de 20 años y que hoy se desplaza y extiende a toda la región p'urhépecha de Michoacán y aún fuera de la misma (Lucas, 2015).

La *Mojtakukua* en el mercado de trueque de Pátzcuaro, se analiza con minuciosidad en el texto de Argueta Prado y Cortez Noyola, evidenciando, entre otras modalidades, el



Figura 1. Mercado de pescados y mariscos, Bagan/Pagan, Myanmar, noviembre 2015. (Foto de Quetzal Argueta Prado).

intercambio de producto por producto, de producto por trabajo y de producto por prestigio, así como la reciprocidad diferida, aquella por la se otorga un bien y no se espera retribución directa o inmediata, sino indirecta y a largo plazo. Una conclusión de ambos es que esos elementos de reciprocidad que le otorgan cohesión social a las familias, barrios y pueblos, están presentes en la vida cotidiana de la cultura p'urhépecha (al igual que en muchos pueblos Mesoamérica) que se expresan en el intercambio de bienes o servicios, y que el tianguis o mercado de trueque lo que hace es condensarlos y hacerlos visibles en un momento preciso del día.

La contribución de Arellanes Cancino y Ayala Ortiz, analiza también el Mercado de trueque de Pátzcuaro, identificando a los actores sociales participantes, los productos y formas de intercambio, haciendo énfasis en los productos vegetales y encontraron que los más frecuentes son: verdura, jitomate, chile y tomate; además de maíz, pescado y tortillas. Encuentran que participantes

en el mercado no se consideran comerciantes; que no utilizan un adjetivo, ni en español ni en otra lengua, que los identifique; como comerciantes, pues en su mayoría son recolectores y productores que van al mercado para hacer *mojtakuntani*, vocablo en purépecha que significa 'intercambio' o 'intercambiar'.

El Tianguis de trueque de la cabecera municipal de Zacualpan de Amilpas, en el oriente de Morelos, del que se afirma que es un sistema que tiene continuidad desde los tiempos prehispánicos. Ahí Pérez Flores identifica a las tres figuras más importantes del mercado: las tiangueras, las marchantas y las pochtecas. Sí, efectivamente, en ese Tianguis actual se mantiene el nombre náhuatl prehispánico con el que se designaba y reconocía a los comerciantes (Pérez Flores, 2016, en este número).

Así también, podrán revisarse las modalidades y procesos que llevan a cabo diferentes pueblos para evitar o eludir el dinero como mercancía y patrón de cambio, no sólo

en México, como el caso muy notorio de la Huasteca Veracruzana y regiones aledañas, sino también en muchas partes del mundo para lo cual el autor analiza ejemplos de Bolivia y Perú, en la región Andina (Topete Lara, 2016, en este número de *Etnobiología*).

Un texto más en este número se dedica al intercambio de productos en el sistema de mercados del valle de Oaxaca, conformado por las plazas de ETLA, Ocotlán, Tlacolula, Zaachila y la Central de Abastos de Oaxaca, en los Valles Centrales de Oaxaca. Como bien se sabe, los tianguis de Oaxaca han sido visitados por etnógrafos, antropólogos, historiadores y economistas, fascinando a todos, desde las primeras décadas del siglo XX, tales como: Bronislaw Malinowsky y Julio de la Fuente (Valles centrales, 1957), Alejandro Marroquin (Tlaxiaco, 1957), Ralph L. Beals (1975), y la antología de Martin Diskin y Scott Cook (Valles centrales y Sierra Juárez, 1975), entre otros, son los autores que se suceden en los estudios del tema, por lo que Molina Luna y Arellanes Cancino (2016, en este número) enfocaron específicamente el trueque que realizan personas a las cuales se les llama "propios" y que intercambian plantas silvestres, arvenses y algunas cultivadas en pequeña escala, en el traspatio o huerto familiar. En ese espacio de análisis encuentran que los mercados de Oaxaca ya señalados, siguen siendo espacios muy importantes para el intercambio no monetizado y que el mantenimiento de esas prácticas prehispánicas de intercambio, revelan la persistencia cultural de las estrategias de subsistencia en la región.

Otros textos sobre el tema se encuentran en proceso de elaboración, como el estudio etnozoológico de los mercados de Oaxaca, que incluye el relevamiento de los animales presentes en los mercados de Miahuatlán, Tlacolula y la Central de Abastos de la ciudad de Oaxaca, el cual es elaborado por Carlos Teutli Solano (2016), y que bajo otro enfoque y perspectiva, ofrece una nueva mirada a este importante centro de comercio e intercambio social de Oaxaca.

Otros estudios realizados en el siglo XXI son los de Brambila (2003), Martínez (2004), Martínez et al. (2006), 2006, Bye y Linares (2010, 2016), Arellanes y Casas (2011), Pérez Castro (2012), Argueta y Zolla (2014), Molina Luna et al. (2014, 2015)..

Los mercados desde la perspectiva etnobiocológica ofrecen recursos, alimentos, fibras, aceites, combustibles y un conjunto enorme de satisfactores e información sobre agrosistemas, formas de manejo, presencia de solares y traspatios, procesos de domesticación, entre otros aspectos, antiguos y recientes. Nos ofrecen en un espacio y tiempo determinados una imagen clara y poderosa de la diversidad biocultural de un pueblo y una región.

Esta es una parte de la respuesta sobre su importancia, otra parte se encuentra en lo que Diego Durán escribió hace ya casi 430 años y muchos antropólogos han señalado reiteradamente: los tianguis y mercados se visitan para obtener, vía reciprocidad, trueque, regalo o compra, objetos y productos, pero también y quizá más importante que lo anterior, se va a platicar, a conocer y aprender, a divertirse y a socializar (Arizpe 2009), es decir, los tianguis y mercados son creaciones culturales y responden a la diversidad biocultural del medio en que se desarrollan.

AGRADECIMIENTOS

A los organizadores del III Congreso Internacional sobre el Patrimonio Cultural Intangible, Cuernavaca, Morelos, diciembre de 2015, en el marco del cual se realizó el Simposio "La cultura del trueque y los procesos de intercambio social", en el cual nos reunimos algunos de los autores de los artículos plasmados en este número de la Revista *Etnobiología*.

LITERATURA CITADA:

- Anzures y Bolaños, M. C. 1991. El Mercado de Sonora. *Revista Anales de Antropología* 28 (1): 273-289.
- Arellanes Cancino, Y. y A. Casas Fernández. 2011. Los Mercados tradicionales del Valle de Tehuacán-Cuicatlán: Antecedentes y Situación Actual. *Nueva Antropología* 74 (14): 93-123,
- Argueta Villamar, A y C. Zolla (coords.). 2014. *Plantas medicinales de uso tradicional en la ciudad de México*. UNAM, Fonciyt, Seminario Sociedad del Conocimiento y Diversidad Cultural, Red de Etnoecología y Patrimonio Biocultural, México.
- Arizpe, L. 2009. *El patrimonio cultural inmaterial de México*. Miguel Ángel Porrúa-Conaculta, Cámara de Diputados, LX Legislatura, Dirección General de Culturas Populares, CONACULTA (Colección Conocer para Decidir), México.
- Báez-Jorge, F. y A. Warman. 1982. *Mercados Indios*. INI-FONAPAS, México.
- Beals, R. 1975. *The Peasant Marketing System of Oaxaca, Mexico*. University of California Press. USA.
- Berg, R. L., Jr. 1975. El sistema de plaza de Zoogocho en el distrito de la sierra zapoteca de Villa Alta. En Diskin, M.; Cook, S. (Coords.). *Mercados de Oaxaca*. Instituto Nacional Indigenista, México: 116-143.
- Bonfil Batalla, G. 1971. Introducción al Ciclo de Ferias de Cuatesma en la región de Cuautla. *Anales de Antropología* 8: 167-202.
- Brambila, P. 2003. El Mercado de Teotihuacán visto a través de la propuesta de Gardin. *Cuicuilco Nueva Época* 28 (10): 21-42.

- Bye, R. y Linares, M. E. 1983. The role of plants found in the Mexican markets and their importance in ethnobotanical Studies. *Journal of Ethnobiology* 3(1):1-3
- Bye, R. y Linares, M. E. 1987. Usos pasados y presentes de algunas plantas medicinales encontradas en los mercados mexicanos. *América Indígena* 47: 199-230
- Bye, Robert y Linares, M. E. 2010. La dinámica de un mercado periférico de plantas medicinales de México. El tianguis de Ozumba, Estado de México, como centro acopiador para el mercado de Sonora (mercado central). En: Long, J. y Attolini, A. (Eds.). *Caminos y mercados de México*. UNAM-INAH.
- Bye, Robert y Linares, M. E. 2016. Traditional markets in Mesoamerica A Mosaic of history and traditions. En: Lira R., A. Casas y J. Blancas (Eds.). *Ethnobotany of Mexico: Interactions of People and Plants in Mesoamerica*. Springer. New York, USA.
- Calderón, M. A. 1984. *El trueque de leña por artículos de consumo básico en el tianguis de Santiago Tianguistenco y el estudio de dos comunidades que en él participan*. Tesis de Licenciatura en Antropología Social, UAM-I.
- Clavijero, F. J.. 1976. *Historia antigua de México*. Porrúa, México.
- Camacho, J. P. 1986. *Los Mercados de Oaxaca*. México Indígena 12. Instituto Nacional Indigenista. México.
- Cortés, H. 2005. *Cartas de Relación*. 21ava edición, Porrúa, México
- Díaz del Castillo, B. 2003. *Historia Verdadera de la Conquista de la Nueva España*. Disponible en: Biblioteca Virtual Universal. <http://www.ict.edu.mx/> (Verificado el 18 julio, 2016).
- De Garay, S. 1997. *Estudio etnobotánico de plantas medicinales del mercado de Sonora, México*. Tesis de Licenciatura en Biología, Facultad de Ciencias, UNAM.
- Diskin, M. y S. Cook (Eds.). 1975. *Mercados de Oaxaca*. Consejo Nacional para la Cultura y las Artes - Instituto Nacional Indigenista. México.
- Durán, D. 1880. *Historia de las indias de Nueva España e Islas de tierra firme*. Imprenta de Ignacio Escalante, México.
- Hernández, F. 2002. *Antigüedades de la Nueva España*. Dastin, España.
- Hernández Xolocotzi, E. 1975. Guía de la excursión y de las prácticas de Etnobotánica. *VI Congreso Mexicano de Botánica, Xalapa, Veracruz*, 21 a 26 de septiembre.
- Hernández Xolocotzi, E., A. Vargas, N. T. Gómez, J. Montes y F. Brauer. 1983. Consideraciones etnobotánicas de los mercados de México. *Revista de Geografía Agrícola* 4: 13-28
- Iglesias, S. *Los mercados de Tenochtitlan y Tlalteolco*. CONACULTA (Colección Cuadernos del CID, 2), México.
- Lucas Juárez, J. 2015. *Mojtakuntani* (Calendario de días de trueque), Cuanajo, Michoacán.
- Malinowski, B. y J. de la Fuente. 1957. La Economía de un Sistema de Mercados en México: un ensayo de etnografía contemporánea y cambio social en un valle mexicano. *Acta Antropológica* 1 (2): 1-187.
- Marroquín, A. 1978. *La Ciudad Mercado (Tlaxiaco)*. Serie Clásicos de la Antropología Mexicana. Instituto Nacional Indigenista. México:
- Martínez, M. A. 1994. Estado actual de las investigaciones etnobotánicas en México. *Boletín de la Sociedad Botánica de México* (55): 65-74.
- Martinez, D., R. Alvarado, M. Mendoza y F. Basurto. 2006. Plantas medicinales de cuatro mercados del estado de Puebla, México. *Boletín de la Sociedad Botánica de México* 79(2): 81-89.
- Mintz, S. 1960. Peasant Markets. *Scientific American* 203 (2): 112-122
- Molina, N., E. Martínez, Y. Arellanes, A. Arellanes, O. Hernández, G. Campos y J. Enríquez. 2014. Plantas silvestres y arvenses intercambiadas en mercados tradicionales de los Valles Centrales de Oaxaca. *Revista Mexicana de Agroecosistemas* 1(2): 69-81.
- Molina, N., Y. Arellanes, E. Martínez. 2015. El Papel de la Comercialización, Orquídeas y Bromelias de Mercados de los Valles Centrales de Oaxaca. La Subsistencia Campesina. *Revista Observatorio de la Economía Latinoamericana*. En línea: <http://www.eumed.net/cursecon/ecolat/mx/2015/orquideas.html>
- Muñoz Elsner, D. (Coord.) 2013. *Agricultores de pequeña escala en el mundo globalizado: tomando decisiones en un mundo cambiante*. Disponible en: <http://www.mainumby.org.bo/proyectos-concluidos/pequenos-productores-y-mercado/>. (Verificado el 18 de julio, 2016).
- Nicholson, M. y C. Arzeni. 1993. The market medicinal plants of Monterrey. *Economic Botany* 47 (2): 184-192
- Pérez Castro, A. B. 2012. Los Mercados de la Huasteca Hidalguense. *Pueblos Indígenas de Hidalgo. Atlas Etnográfico*. Gobierno del Estado de Hidalgo-INAH, México: 241-257.
- Sahagún, F. B. 2006. *Historia General de las Cosas de la Nueva España*. Disponible en: <http://www.artehistoria.com/v2/contextos/11500.htm>. (Verificado el 18 de julio, 2016).

- Teutli Solano, C. 2016. Estudio etnozoológico en los tianquis de los Valles Centrales de Oaxaca. Tesis Maestría en Estudios Mesoamericanos, UNAM.
- Torquemada, J. 1943. *Monarquía Indiana*. Editorial Salvador Chávez, México.
- Torres, B., I. Villers y A. Argueta. 1982. Los mercados como instrumento en estudios etnobotánicos. En: Bárcenas, A. (Comp.) *Memorias del Simposio de Etnobotánica 1976*. INAH- México: 222-235.
- Veerkamp, V. 1982. Bibliografía sobre mercados y comercio. *América Indígena* XLII (3): 467-504
- Whitaker, T. y H. Cutler. 1966. Food plants in a Mexican market. *Economic Botany* 20 (1): 6-16.