



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO
FACULTAD DE ESTUDIOS SUPERIORES ACATLÁN



**"FOTOGRAFIANDO AL
MERCADO TRADICIONAL DE
SANTIAGO TIANGUISTENCO"**

T E S I S

QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE
LICENCIADO EN DISEÑO GRÁFICO

PRESENTA

RUBÉN ALBERTO TORRES CARIÑO

ASESOR:

D.G. LAURA ELENA ESPINOSA AGUILAR



MÉXICO, D.F.

MAYO, 2004



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

fotografiando al mercado tradicional de santiago tianguistenco

Rubén Alberto Torres Cariño
realización

D.G. Laura Elena Espinosa Aguilar
asesoría



Universidad Nacional Autónoma de México,
Facultad de Estudios Superiores Acatlán
Trabajo de Tesis, que para obtener el título de Lic. en Diseño Gráfico
México, 2004

dedicatorias&agradecimientos

A **Hilda** e **Isidro**, que con su amor, sacrificio y labor han hecho de mi un hombre sensato. A **Laura** Espinosa y a toda su fe depositada en mí. A **Mirna**, **Ximena** y **Luciano**, por su presencia incondicional. A la **Sra. JÓse** y la **Sra. Lupe**: abuelas al cuadrado.

A los que siempre están cuando volteo: **Arturo** Valencia, **Guadalupe** Chávez, **Alberto** Ramírez †, **Sandra** Almanza, **Fabiola** Correa, **Gaby** Valadez, **Pablo** Alvarado †, **Daniel** & Fam. Sandoval Navarrete, **Fernando** Valverde, **Betty** Garrido, **Oliver** & Fam. Peralta Cerecedo, **Nelia** Herrera, **Ma. Carmen** Parra, y **César** Ortíz.

También a **Arturo** Nolasco; a **Manuel** Martínez & familia.
Al resto de los cuatro fantásticos: **Carlos**, **Lalo** y **José Luis**.

A la **Unam**, porque desde 1992 marco mi vida; a mi **país** y mis orígenes. Y a todos aquellos que no doblan las manos ante nadie por defender un ideal.

Mi agradecimiento para **Claudia** Mosqueda, **Juan Carlos** Torres, **José** Palacios, **Alberto** Orduña, **Maria Teresa** Kury, **Alejandro** Deschamps; al **H. Ayuntamiento** de **Santiago Tianguistenco**: administración 1997-2000 y 2000 -2003; y a todos aquellos que en algún momento colaboraron para que todo esto se materializara.

Ojalá la espera no haya sido en vano y que este trabajo sea digno de todos ustedes, gracias, simplemente gracias.

A la **luz**, a mi **madre**

índice

INTRODUCCIÓN	6
CAPÍTULO 1. EL MERCADO Y EL TIANGUIS DE SANTIAGO TIANGUISTENCO	9
1.1 EL MERCADO DESDE EL DISEÑO	9
1.1.1 TIPOS DE MERCADO	12
1.2 REVISIÓN HISTÓRICA DEL MERCADO EN MÉXICO	15
1.2.1 EL MERCADO PRECOLOMBINO	15
1.2.2 EL TIANGUIS DESDE LA COLONIA	19
1.3 EL TIANGUIS, UNA INSTITUCIÓN VIGENTE	21
1.4 CARACTERIZACIÓN DE SANTIAGO TIANGUISTENCO	25
1.4.1 ORGANIZACIÓN GENERAL, POLÍTICA Y SOCIAL	27
1.4.2 PAISAJE FÍSICO Y DEMOGRÁFICO	31
1.4.3 LOS GRUPOS ÉTNICOS NAHUA, OTOMÍ Y NAHUATLACA; SUS TRADICIONES VIVAS, Y LAS MESTIZAS	33
1.4.4 ORGANIZACIÓN DEL APARATO ECONÓMICO: TIERRAS, INDUSTRIA, OCUPACIONES DIVERSAS, ÁMBITO COMERCIAL Y MERCANTIL	38
1.5 EL TIANGUIS DE SANTIAGO TIANGUISTENCO	40





CAPÍTULO 2. LA FOTOGRAFÍA Y EL FOTORREPORTAJE	49
2.1 EL RECURSO GRÁFICO DE LA FOTOGRAFÍA	52
2.2 FOTOGRAFÍA APLICADA	54
2.3 EL FOTORREPORTAJE	58
2.3.1 EL FOTORREPORTAJE EN MÉXICO	63
2.4 LA ELABORACIÓN: COMPOSICIÓN	73
2.5 LA FOTOGRAFÍA EN 35mm	78
2.6 LA FOTOGRAFÍA A COLOR Y BLANCO&NEGRO	82
2.8 PELÍCULAS Y FILTROS FOTOGRÁFICOS	85
CAPÍTULO 3. FOTOGRAFIANDO AL TIANGUIS DE SANTIAGO TIANGUISTENCO.	93
3.1 EL FOTORREPORTAJE EN LA PLAZA	95
3.2 APLICACIONES DEL FOTORREPORTAJE	127
CONCLUSIONES	128
GLOSARIO	130
BIBLIOGRAFÍA	132

introducción

Hace ya algunos años que visité por primera vez Santiago Tianguistenco, conocí el lugar y algunos de sus alrededores dentro del mismo valle de Toluca, Estado de México. Recuerdo la impresión al conocer su tianguis, de gran tamaño y singular variedad de mercancías con un ordenamiento de las mismas proporciones, y que hasta la fecha no dejo de admirar; en ese momento surgió la idea de tomar al tianguis de Santiago Tianguistenco como tema para esta Tesis.

Durante mi estancia en la Universidad Nacional aparte de cursar la Lic. en Diseño Gráfico también comencé a desarrollar paralelamente la profesión de la ejecución e investigación de la danza tradicional mexicana, desde mi estancia en la Escuela Nacional Preparatoria; esto influyó en la elección de trabajar con un tema etnográfico visto desde la perspectiva del Diseño Gráfico.

La presente tiene como objetivo proponer el medio gráfico mediante el cual se pueda retener en imágenes los actos que se viven los martes de tianguis en Santiago Tianguistenco, junto con el mercado permanente de la ciudad; para que las generaciones actuales y futuras del lugar tengan una referencia visual de su tianguis tradicional contemporáneo.

Son muchas las actividades que ocurren en el mercado de Santiago Tianguistenco, su mismo tamaño provoca que exista variedad en todos sus componentes, desde mercancías hasta los mismos marchantes. El tianguis, o mercado rural de Santiago Tianguistenco existe desde el asentamiento de las etnias que poblaron estas tierras del valle de Toluca; como también de otras regiones del país; el papel del tianguis dentro de la economía del

mercado indígena fué y es un modo de convivencia entre los pequeños núcleos de algunas provincias de México. Actualmente ningún mercado resguarda en su totalidad la forma de un mercado indígena, todos son mestizos. Al mercado rural de Santiago Tianguistenco (*como en algunos otros lugares del continente americano*) se le mira distinto por realizarse en él aún actividades propias del tianguis indígena como el trueque.

El planteamiento central se enfocó en buscar el medio gráfico adecuado, vínculo entre el tianguis y el diseño; no basta con el gusto personal de decidirse a trabajar con cualquier proyecto, hay que considerar y delimitar los criterios de selección para no equivocarse en el resultado de toda una investigación. La naturaleza etnográfica de éste trabajo exige que únicamente se pueda distinguir y visualizar gráficamente la relatoría de los actos en el tianguis, denotar las actividades del personal en el contexto de un mercado rural y mestizo.

Campañas publicitarias, carteles, páginas web y otros audiovisuales y propuestas de solución gráfica no cumplirían con la parte esencial del objetivo principal, de preservar la memoria de las tradiciones indígenas del tianguis de Santiago Tianguistenco. Se propone resolver el objetivo general con un reportaje, más de las formas o medios de hacer reportaje gráfico vigentes sólo el fotográfico es suficiente para realizar una historia de imágenes, es decir una "memoria fotográfica". Con otros medios de hacer reportaje -*como la televisión*- las personas como objetivo de estudio sobreactuarían. El recurso de la fotografía es suficiente, válido y reconocido por estudiosos de la Historia y la Antropología en este tipo de trabajos; puede hacerse más y con otra intención,



pero este trabajo está delimitado a una valoración principalmente etnográfica valiéndose del fotorreportaje.

Esta Tesis es un compendio fotográfico con investigación documental y de campo que comenzó en el mes de marzo del año 2000, hasta abril del 2003, las fechas de las tomas fotográficas son variadas y en momentos muy singulares; esto provoca que las tomas así también se presenten, es un trabajo que no se concentra en una sola actividad en especial, que da cabida a otras imágenes tan importantes por su contenido social como su riqueza visual y compositiva, interviniendo en esto último directamente el Diseño Gráfico.

Después de éste planteamiento introductorio la Tesis se propone resolver en los siguientes capítulos: el primero aborda el tema del mercado como género hasta llegar en su modo de tianguis desde su concepto hasta un contexto nacional y campesino, interpretado desde la perspectiva del Diseño Gráfico; después en ese mismo capítulo dedicado al estudio que compete a las ciencias sociales se aborda la materia de estudio e investigación: Santiago Tianguistenco y su mercado tradicional.

El segundo capítulo aborda y revisa al recurso elegido para el fin de la Tesis: la fotografía y el fotorreportaje, con datos históricos-sociales y aspectos técnicos que todo fotógrafo debe manejar. Los dos primeros cubren el marco teórico necesario para llegar al colofón en un tercer capítulo con la propuesta fotográfica del tianguis y mercado permanente de Santiago Tianguistenco; sustentada y enriquecida por el marco teórico, finalizando con un apartado de conclusiones.

Algunas reflexiones de tipo social que aparecen en el trabajo podría decirse que son gratuitas (*no fundamentales en el contenido de la Tesis*), ya que no es la intención influenciar en el

criterio del lector, la presente pertenece al área del Diseño Gráfico y este es el punto de anclaje.

Para la fluidez de la lectura he colocado las citas textuales al final de cada capítulo, un índice de gráficos, un glosario para la consulta de tecnicismos y palabras que aparecen en negritas durante el texto, ajenas al área del Diseño Gráfico.

Aunque el documento básicamente es dirigido a gente del gremio del Diseño y la Fotografía, es igual de atractivo para otras áreas donde se puede considerar como aplicación; puede ser el punto de partida de un estudio Antropológico, Sociológico e Histórico con mayor agudeza.

Todo acto del ser humano siempre será estudiado y registrado por él mismo, la visión no importa tanto, lo importante es que no pase desapercibido.






capí
tulo
uno



I. EL MERCADO Y EL TIANGUIS DE SANTIAGO TIANGUISTENCO

"... y desde que llegamos a la gran plaza,
que se dice Tâtelulco,
como no habíamos visto tal cosa,
quedamos admirados de la multitud de gente y
mercaderías que en ella habla y
del gran concierto y regimiento
que en todo tenían." ¹



En estas líneas se busca encaminar al lector hacia el conocimiento de la información, datos y teorías que aplican al funcionamiento del tianguis en México. Para llegar a una perspectiva desde el diseño *-es decir, hasta donde le baste saber al diseñador-* retomaremos los conceptos de mercado abordado desde la Antropología, la Sociología y la Historia; sólo nos acercaremos lo necesario al ambiente apropiado para la comprensión de este tipo de documentos; que siendo el caso de esta Tesis, con una valoración dual: la etnográfica y la fotográfica.

I. I EL MERCADO DESDE EL DISEÑO

Cuando pensamos en el término mercado siempre nos remitimos a los actos que lo hacen ser: el vender y comprar. La Economía lo aborda desde el simple principio de compra-venta y lo clasifica en informal y formal; el tianguis por su misma naturaleza "informal" cae en esta clasificación. Durante el desarrollo de la Tesis se utiliza el término mercado como sinónimo entre mercado formal e informal, y no por eso se excluye el término nahuatl de tianguis, el Título del trabajo es la primera aplicación como ejemplo.

En el camino a comprender la economía informal que se realiza en los tianguis del México contemporáneo es imprescindible comenzar definiendo el género de donde se desprende éste tipo de comercio: el mercado. Partamos pues, retomando como modelo el estudio de un investigador etnógrafo del mercado, Pedro Carrasco: "Entiendo por mercadeo un sistema de intercambio en el que participan una multitud de ofertores de ciertos bienes y una multitud de demandantes, con la libertad de escoger, unos y otros la contraparte con quien hacer los cambios."² Una visión universal y flexible, aplicable a cualquier modelo de mercado de cualquier época, formal o informal.

Aún con esto no podemos enfrascarnos y conformarnos con este solo concepto; tomemos en cuenta la opinión de otro investigador de la ENAH hacia el mercado, Alejandro Marroquín,³: "es una institución que está en etapa de transición". El mercado como otras instituciones dentro de la línea económico-política de cualquier país se encuentra en cambios y ajustes constantes, es decir "en permanente devenir". Porque toda actividad productiva va de la mano con sus necesidades y autoconsumo. "Se produce bajo el acicate de la necesidad", y es desde este punto donde nace la importancia del mercado como institución económica de un pueblo.

En la población se destina un sitio público para la venta de las mercancías utilizadas en el mercadeo. El mercadeo es la acción y efecto de mercadear entre compradores y vendedores de algún artículo. Dependiendo del giro de las mercancías es como se denomina.

Ahora podemos obtener una definición del mercado con los elementos necesarios para ser visto desde el Diseño u otra área no especialista en el tema. El mercado es un lugar público dentro de una población reservado para la compra-venta de uno o varios artículos.

El mercado informal surge como una necesidad mercantil, la sociedad lo va exigiendo, al no satisfacer sus necesidades



El mercadeo es la acción y efecto de mercadear entre compradores y vendedores de algún artículo. Dependiendo del giro de las mercancías es como se denomina.





primarias con la auto producción y tiene que salir a buscarlas. El intercambio de los artículos comienza de un solo pueblo y después con dos o más, así sucesivamente hasta lograr un complejo ciclo de mercadeo en una región. Algunos han llegado a incrustarse en las poblaciones de forma inalienable para convertirse en el núcleo económicamente activo, como los definiera Marroquín: una “Ciudad Mercado”⁴, tal es el caso de Tianguistenco, por la función e importancia que tiene en su actual ciclo, y para su comunidad; ciudad que revisaremos adelante, ya que será nuestra materia de estudio en gran parte de esta Tesis.



1.1.1 TIPOS DE MERCADO

Según la postura citada de Pedro Carrasco,⁵ el rasgo que diagnostica el tipo de mercado va de acuerdo a la decisión de ambas partes que realizan el mercadeo, y a la vez clasifica al mercado: el libre y el dirigido. Una clasificación muy general que no abraza a todos los modelos de mercados que existen, formales o informales. El mercado libre es donde existe un acceso abierto para todo tipo de público, con amplios derechos de propiedad y libertad de contratación; los precios son determinados en base al juego de la oferta y la demanda, signo distintivo del capitalismo prematuro. En contraste, el mercado dirigido restringe los derechos de propiedad por medio de una organización estamental, aplicando las reglas suntuarias que se le imponen al comerciante como condición para poder disponer de sus bienes; el acceso es restringido por ciertas categorías sociales y las reglas suntuarias. Los precios se controlan con la existencia de equivalencias o precios tasados para las autoridades, ellas, toman en cuenta las carencias y recursos con los que cuenta la población y por eso, su objetivo es el intercambio entre proveedores, dedicados a distintos giros de varias poblaciones para satisfacer las necesidades de cada clase.

Hoy día ningún mercado institucionalizado queda lejos del fuero del Estado; el mercado totalmente libre no existe. Y los comerciantes que aparentemente pertenecen al grupo del comercio ambulante e informal, ellos también tienen que dar cuentas a un líder que rinde tributo a alguien que lo respalda frente al Estado por ser parte del mismo personal; son compromisos adquiridos motivados por otros intereses. Lo mejor de éste modelo de mercado libre es la motivación al crecimiento de la libre empresa con la circulación libre de las mercancías, así se deja entrever una luz de empresa y desarrollo, esto es Capitalismo. Por su parte el modelo dirigido nos impone un control en las transacciones, por consecuencia también en el trato entre mercaderes y esto repercute a nivel social de una forma





el ser humano evoluciona al relacionarse, conoce otras cosmogonías; el comercio da una triple ganancia: la satisfacción de necesidades, la ganancia monetaria y las relaciones interpersonales.

grave; ya que cuando un pueblo actúa de una manera heterogénea (*no anárquica*) difícilmente se le puede implantar la no libertad de comercio con el ritmo de vida de la sociedad, aún en el régimen Socialista no se da así, ahí la limitante es el poder adquisitivo. Aunque este sistema tiene sus ventajas; las tierras de producción y trabajo se ven favorecidas por contar con un marco geográfico y demográfico, delimitados y reforzados con una fuerte estratificación social con tecnología y productividad controladas. Los trabajadores cuentan con un ingreso seguro y fijo, y algunos opinan que vale la pena porque se trata de una forma de estabilidad, que muchos por su cuenta nunca llegan a saborear.

Los modelos de hoy pueden parecerse o no; porque no todos son totalmente libres y/o totalmente dirigidos, lo que sí define el acceso a determinados mercados es la **plusvalía**. No todos -*por ejemplo*- podemos comprar y cotizar por Internet, no todas las familias tienen una computadora y una tarjeta de crédito a la orden. De cualquier modo solo o combinado el mercadeo por medio de intercambios recíprocos o de redistribución, crea "redes interpersonales."⁶ Las relaciones entre las personas favorece el crecimiento de los individuos, sus familias, sus pueblos y sus naciones. De sus relaciones depende la sobrevivencia del ser humano, necesitamos de las relaciones y el comercio brinda este acto; de hecho el descubrimiento de América se da por un interés comercial; el ser humano evoluciona al relacionarse, conoce otras cosmogonías; el comercio da una triple ganancia: la satisfacción de necesidades, la ganancia monetaria y las relaciones interpersonales.

Las grandes naciones han llegado a conformar por unanimidad sitios donde pueden intercambiar sus mercancías en bruto o en especie; y al mismo tiempo sus lazos de relación crecen, en estos lugares ya no se limitan al simple intercambio de mercancías sino a la circulación interregional de bienes, a esto se le denomina "Tráfico"⁷; en este modelo el mercado internacional asume un



buen número de giros empresariales, el mercado del petróleo, por ejemplo; el mercado de la moda y la alta costura, el mercado negro, el mercado de valores, etc. En su mayoría, estos estilos de mercado tienen puntos estratégicos para la realización del tráfico, se denominan "Puertos de Tráfico"⁸, y su función es la de ser un lugar de paso, se caracteriza por atender a grandes compradores y vendedores internacionales.

Al grupo no internacional, de menor amplitud de mercado y que se desarrolla en un lugar público y se encuentra en poblaciones o en una región, se le adjudican un sin fin de nombres, dependiendo del país y su **idiosincrasia**: "tianguis, azogue, zoco, bazar, plaza, etc."⁹ De acuerdo con esta clasificación y en especial la que nos corresponde, partiremos hacia el estudio del Mercado en México. De estas plazas comunes o mercados hay en gran cantidad como la población misma en el mundo; sólo van cambiando de nombre y apariencia, en esencia cumplen la misma función de satisfacer a los asistentes de esa región y suele concentrarse en el comercio de bienes de consumo; muy distinto a los comerciantes internacionales y sus puertos de tráfico, éste se denomina como "factoría"¹⁰ y es siempre el lugar donde se efectúa el comercio exterior y de distribución, y en cambio; la plaza sólo se dedica al comercio interior; es puramente un mercado.



El mercado, gráfico 1



1.2 REVISIÓN HISTÓRICA DEL MERCADO EN MÉXICO

La evolución del mercado va de la mano con la historia; en México los hechos marcan con énfasis su andar; la época Prehispánica, la Colonia Virreynal, el periodo de independencia, la Revolución y hasta la época actual. Hay una perspectiva distinta del mercado a partir de la colonia, y desde entonces se puede analizar como partes pertenecientes a la misma historia.

En el México Precolombino los grupos étnicos precursores de las civilizaciones de renombre: el grupo étnico Maya, Mixteco, Purepecha, Nahuatl, etc; conocieron al mercado como una institución, como mecanismo de distribución de mucha importancia. A partir de este instante de la historia comenzaremos la revisión.



Gráfico 2

1.2.1 EL MERCADO PRECOLOMBINO.

En sí, todo el comercio mesoamericano comparte varios rasgos, todas sus actividades mercantiles se daban en lugares bien definidos que con el tiempo se convertían en las tradicionales plazas o "tianguis (*tianquizco*) y la existencia de mercaderes profesionales (*pochteca*) con una organización propia en barrios determinados"¹¹ Sería difícil nombrar los sinónimos de mercado y sus elementos materiales y humanos de toda mesoamérica, por esta razón únicamente se enfatiza su equivalente nahuatl, además de ser la principal influencia al tianguis de Santiago, objeto de estudio de la presente Tesis.

Los tianguis tenían un día fijo, cada cinco, nueve o veinte días; nadie podía comerciar fuera de sus límites. Toda actividad era

controlada por la autoridad: los dirigentes para cada clase de bienes llamados tianquizco teyacaque, y los señores mercaderes que eran llamados pochteca tlatoque, que conformaban un tribunal con una jurisdicción sobre el mercado, resolviendo toda la problemática que les era presentada. En los mercados de México Tenochtitlan y Tlatelolco los precios eran tasados además de vigilados por los dirigentes de mercado¹².

Los Pochteca; mercaderes que ocupaban un escalón importante dentro de las clases sociales Mexicanas; son descritas por Sahagun de una manera singular: “fieles que discurren por el mercado de noche o de día que son para lo que se comprare e vendiere en el dicho mercado no haya engaño.”¹³ Estos personajes eran también instrumentos del gobierno para recoger el tributo a los mercaderes de Tlatelolco, prestaciones que eran acumuladas como un basamento para las guerras. Los impuestos se cobraban a grupos que representaban a los vendedores o artesanos de cada producto, esto denota una participación grupal y no tanto una competencia individual. “Predominaban en sus operaciones el trueque, aunque ciertas mercancías, por ser típicas y por su aceptación general, tenían función de verdadero papel moneda.”¹⁴ Un intercambio intertribial que evolucionó al trueque.

Había un linaje entre los mismos pochteca, las actividades desarrolladas por los comerciantes del tianguis eran muy distintas a las de los mercaderes llamados pochteca-Oztomeca, que iban viajando, trocando en tierras lejanas, representando a sus gobernantes en pueblos conocidos o conquistados. No era así en las otras poblaciones, ahí su tarea era espiar desde los mercados. Como indumentaria, los Pochteca portaban un *tzacuilhuaztli* y un *xonecuilli* para los posibles peligros que encontrasen en su peregrinar. Los viajes los hacían principalmente los Pochteca de Tlatelolco, y en su mayoría hacia el sureste del país, porque esos pueblos eran más ricos que los del norte, y es de ellos de donde se abastecían los artículos que carecían los Mexicanas.



Gráfico 3



"Tlanquiztli, 'el mercado'. Fray Diego Durán"



La intervención y aportación del imperio Mexica al comercio mesoamericano son los Pochteca y sus costumbres

“La población urbana de Tenochtitlan se ocupaba solo marginalmente en la producción agrícola, pero por el contrario dependía sobremanera de los productos alimenticios importados de fuera de la ciudad.”¹⁵ Además de todos estos méritos, los Pochteca “tenían fuero propio y estaban sujetos a jurisdicción especial y solo a sus jefes”,¹⁶ “y de esta manera servían los pochteca para traer a los tecuhtli de Tenochtitlan todas las noticias que necesitaban a los pueblos y regiones que habían de conquistar.”¹⁷ En sus viajes tenían un punto de referencia: Xicalanco. No sólo para los Aztecas, también servía como punto de encuentro para otros grupos como el maya; aquí se trocaba con artículos exóticos y con esclavos. Xicalanco se ubicaba junto a la costa de Anahuac y en realidad los Pochteca comerciaban en el trayecto del viaje. Aquí, los “cultivadores superiores”,¹⁸ se reunían por compartir rasgos como: límites geográficos, composición étnica y caracteres generales en común.

Los Aztecas eran los supremos representantes de la familia Nahua. En el sub-apartado 1.3.3 nombraremos rasgos de éste grupo étnico y su determinante influencia en la cotidianidad del mercado tradicional de Santiago Tianguistenco.

La aportación del imperio Mexica al comercio mesoamericano son los Pochteca y sus costumbres - *por esta razón se nombran como elemento principal*- y los grandes mercados como el de Tlatelolco, ya descrito por Bernal Díaz del Castillo al comienzo de este capítulo; ciertamente, la plaza Tlatelolco era la más importante en el imperio Mexica y el mundo Nahua, y sin lugar a duda uno de los más importantes de Mesoamérica. Todo se podía encontrar en Tlatelolco, desde un cascabel hasta tejidos ricos y joyas de oro. Pero el consumo principal iba dirigido al abastecimiento de alimentos, herramientas para la agricultura y otras actividades u oficios. El comercio era una actividad socorrida en la sociedad Azteca y, tenía varios status además de los nombrados Pochteca, existían otros personajes con no tan notable y directa actuación en el comercio en sí: Pochteca-oztomeca, Tlanecuilos, Nahualoztomecas, Teucnenenques y Amantecas.¹⁹ La riqueza se conceptualizaba un tanto distinta, el

Quachtli, hombre rico que era considerado así porque contaba con gran cantidad de mantas y unidades de tela de algodón y servían como uno de los principales medios de cambio en una gran variedad de transacciones.

Evidentemente las ciudades Aztecas contaban con un sistema mercantil completo, es imaginable del porque los ojos de los conquistadores se asombraron; después, el cambio que sufrió el comercio fue brusco y ahora existe como una tradición mestiza enriquecida por tantas influencias, la diferencia de visiones era tan grande que parte desde su mismos nombres, para los antiguos mexicanos el mercado era llamado y conocido como tianguis o tianquiztli y la visión europea lo denominaba como mercado. Ahora el tianguis o mercado es mestizo, sólo que el campesino a diferencia del ciudadano conserva mayormente actos y rasgos propios de lo que era el tianguis precolombino; y la parte que existe desde entonces y hasta nuestros días como tianguis, en esencia es la misma y se mantendrá ahí hasta que dejemos de asistir a estos mercados.





1.2.2 EL TIANGUIS DESDE LA COLONIA



Gráfico 4

Durante la época colonial “la política de los conquistadores consistió en adaptar las instituciones económicas indígenas a las necesidades de sustentación de sus grandes centros de predomnio; el tianguis se convirtió así, en una pieza importantísima de la política colonial de abastos.”²⁰ Los indígenas con tal de que les permitieran celebrar el tradicional tianguis, se sometían dejando que los españoles impusieran sus condiciones, creando un sistema de “explotación parasitaria”²¹ al servicio de la comunidad española y en contra de la minoría indígena; los españoles no querían pago en especie, y esto mermó al trueque porque ahora lo que valía era la forma de pago con monedas, al estilo europeo. La paga de impuestos era cada vez mayor y después afectó hasta al grupo mestizo; un golpe bajo para la actividad rural y sus trabajadores; la política conquistadora impactaba al grueso de la población que nutría a diario sus necesidades del campo, y si la tierra no produce lo suficiente no hay que vender o trocar en el mercado, y tampoco habrá recursos para comprar las mercancías. Un pueblo con hambre no puede desarrollarse. Y el panorama actual no ha variado considerablemente desde entonces. El campesino apenas tiene recursos para trabajar la tierra y para comprar lo que necesita en los mercados, y tal vez por esa carestía el trueque no desaparece por completo y el campesino actual sigue tomando de la tierra su principal sustento, por precario que éste sea.

la política conquistadora impactaba al grueso de la población que nutría a diario sus necesidades del campo, y si la tierra no produce lo suficiente no hay que vender o trocar en el mercado

Aún así el tianguis ha ido evolucionando. La población crece y los tianguis que pertenecían a un ciclo informal de comercio, se instalaron permanentemente todos los días; otros, como el de Santiago Tianguistenco, permanecen en su modo tradicional (*Santiago también cuenta aparte con su mercado fijo*). Ahora en la mayoría de los tianguis (*sobre todo en los urbanos*) predominan las carpas y

delantales, demostrando con esto un control y organización desde el gobierno.

La situación socio-económica tampoco ha variado mucho desde la opresión del conquistador; hay millones de indígenas mexicanos, que no se sienten como tal por el rezago hacia ellos y su falta de presencia en los programas de desarrollo nacional por considerarlos un lastre para el país. Los nahuas, mayas, mixtecos, huicholes y otros grupos étnicos, que aún subsisten; viven en extrema pobreza, y se hace la invitación de compartir y difundir esta reflexión.

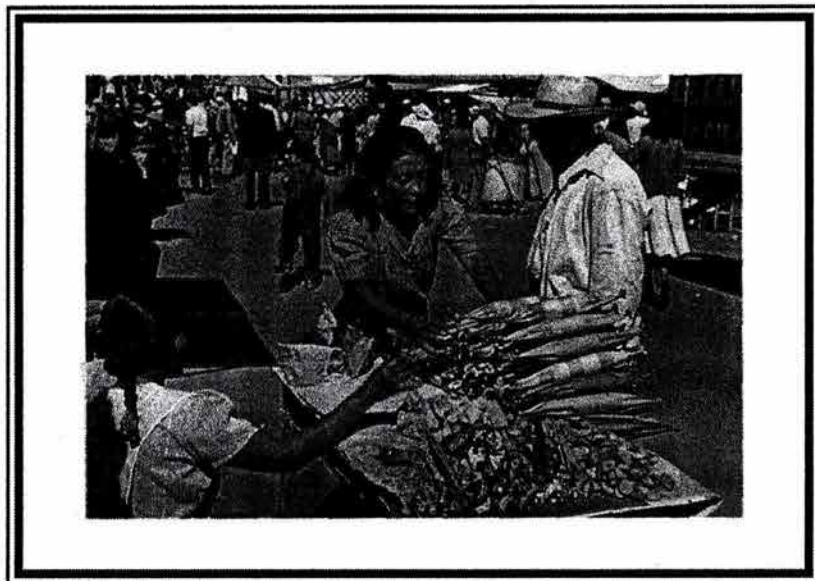


Gráfico 5



Gráfico 7



Gráfico 6



1.3 EL TIANGUIS, UNA INSTITUCIÓN VIGENTE

Para identificar en una sociedad a una institución ésta tiene que comenzar por estar establecida con orígenes y principios bien definidos, desde lo material hasta lo ideológico para que la sociedad en la que exista se sirva de ella. Para la economía, el mercado rural o tianguis es considerado una institución porque pone su atención en la praxis, en la actividad que materialmente se realiza; el tianguis también pertenece a un ciclo de mercadeo instaurado para el servicio de las comunidades sustentado en una estructura orgánica que lo convierten en una institución económica-social; pero hace falta saber ¿qué es el tianguis?, ¿cómo funciona? y ¿porqué?, el mercado tradicional de Santiago Tianguistenco cae en ésta clasificación.

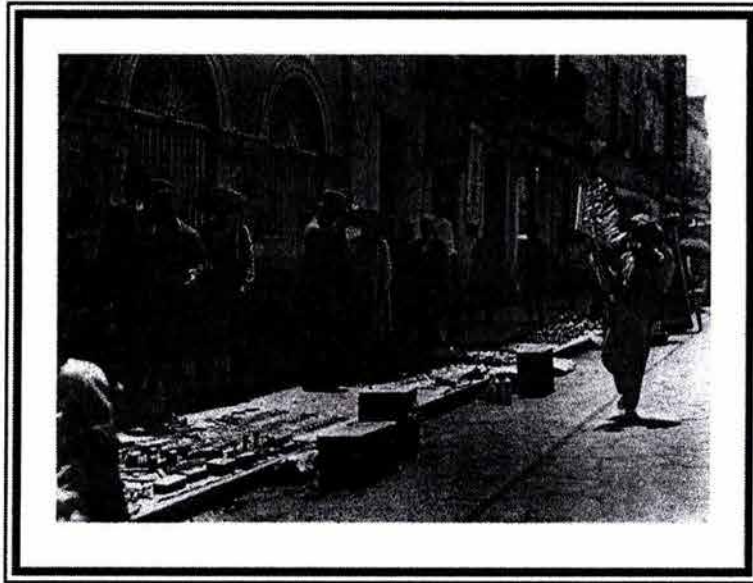


Gráfico 8

Según algunos estudiosos del tema, definen al mercado indígena o tianguis como “el mercado local o regional donde se reúnen los productores directos, agricultores o artesanos, a intercambiar sus productos”,²² cuenta con una estructura en su organización complicada; funciona como “un aparato de distribución destinado predominantemente al servicio de las comunidades indígenas y que conserva en su estructura una singular combinación de pautas y principios tradicionales, junto con normas típicas de la economía capitalista en mayor o menor grado de desarrollo.”²³

Se le llama mercado indígena porque esos son sus orígenes, y de ellos guarda muchos rasgos que aún se practican además de que la producción de las mercancías es artesanal; y el mercado formal, establecido y 100% capitalista es industrializado. Obviamente el modelo del tianguis antes citado es teórico, porque el tianguis dejó de ser exclusivo de indígenas, siempre ha encajado de una manera burda en la economía de superación nacional. Y aunque no se tenga conciencia de la realidad hay que dar rienda al desarrollo del mercado rural; inevitablemente

apareceran los riesgos y consecuencias, porque en apariencia detrás de ciertos aspectos exteriores de "su aire tradicional (vendedores sentados en la calle, regateo, etc.), y en el fondo son uno de los nervios centrales de la articulación de la economía mercantil simple o campesina con la economía capitalista nacional, y a veces internacional,"²⁴ y esto no lo aparta de como lo concebimos.

Al tianguis rural acude el campesino a vender o intercambiar los productos de su trabajo, a la vez, él adquiere mercancías de origen agrícola e industrial que él ya no produce. En este acto se da un intercambio desigual, las mercancías que ofrece el campesino tienen mayor valor que el precio que recibe por ellas, si es que se recibe dinero; pero cuando intercambia sus mercancías por otros productos de obtención industrial, se da un intercambio desigual, son productos de menor valor; esto explica porque la producción en serie abarata al producto, a causa de las diferencias de productividad en el proceso, (*lo artesanal y lo industrial*) y se da la desigualdad entre la economía campesina y el mercado capitalista; pero por otro lado se saca el excedente de las regiones alejadas de las grandes urbes y las redistribuye a donde puedan ser aprovechadas. Finalmente es un ciclo, como una cadena dentro de un ecosistema.

El tianguis todavía se ocupa del intercambio entre productores directos, aunque en una escala muy reducida; y en general funciona como una institución económica-social, con aparatos organizados que pareciera que no existen como tal:

Al tianguis acude el campesino a vender o intercambiar los productos de su trabajo, a la vez, él adquiere mercancías de origen agrícola e industrial que él ya no produce.



Gráfico 9



- El aparato material.
1. Sitio o lugar
 2. Instrumentos materiales que sirven de sustento al mercado (puestos, productos, etc.)
 3. Elementos de transporte (carretas, camiones, animales, huacales, cajas, envolturas, etc.)

- El personal. Conjunto de personas que acude al tianguis.
1. Comerciantes profesionales fijos
 2. Ambulantes indígenas o mestizos
 3. Marchantes o clientes
 4. Paseantes o curiosos
 5. Autoridades: jueces de mercado, políticos, cobradores, líderes, etc.
 6. Trabajadores complementarios: cargadores, barrenderos, etc.
 7. Limosneros; privados o al servicio de determinada imagen o iglesia

- Las normas.
1. Costumbres
 2. Principios
 3. Leyes

El **aparato material** es lo que físicamente está ahí y que lo damos por hecho. Desde el mismo sitio donde se desarrolla el mercado; los instrumentos como los vehículos o los mismos puestos, las mercancías y los animales que se exhiben para su venta, etc. El tamaño de este aparato dependerá de la cantidad y dimensión de las operaciones y según la oferta y la demanda de mercancías en el tianguis.

El **aparato del personal** está compuesto por la gente que asiste al tianguis y hace posible el ciclo del comercio: comerciantes, paseantes, las autoridades de mercado, limosneros, los marchantes, etc.

La **normatividad** es la parte simbólica de cualquier institución; algunas normas con el paso del tiempo se hacen leyes, además de principios abstractos que regulan de una manera espontánea la actividad del personal en el mercado. Hay normas complicadas y otras son menos, como el tránsito de las personas en los pasillos del tianguis. Estas leyes se cumplen "con absoluta independencia del hecho de que las personas que actúan en el mercado tengan o no conciencia de las mismas."²⁶ Hay una estrecha relación entre

las normas y la ideología; porque lo que ideológicamente esta bien, se aprueba como una norma o ley.

En la normatividad va implícita la ideología; ésta consiste en el conjunto de adaptaciones, interpretaciones y actitudes que los grupos proyectan sobre la institución llamada tianguis; conceptos religiosos, principios étnicos que sugieren ciertas formas de conducta en la honestidad de las transacciones que en los mercados formales no son respetados, son consideradas como leyes **tácitas**. Todo el personal cumple con las normas fundamentadas en su ideología; asume su actividad en el tianguis; todos utilizan el aparato material simultáneamente, como en un aparente desorden, cumpliendo cada uno de ellos con sus tareas, “resulta a la postre una coordinada actuación colectiva debidamente sistematizada”²⁷

En el desarrollo del tianguis de Santiago Tianguistenco se pueden identificar los aparatos que conforman al tianguis como una institución económica-social, y esta información nos ayudará a valorar las imágenes de la propuesta fotográfica del capítulo tercero.



Gráfico 10



1.4 CARACTERIZACIÓN DE SANTIAGO TIANGUISTENCO

Según la etimología nahuatl, tianquiztli significa tianguis, tenntli, orilla; y co, en. Interpretado a nuestro idioma se resume como: en la orilla del tianguis, pudiendo usar la palabra mercado *-de origen europeo-* como sinónimo de tianguis *-de origen nahua-* Oficialmente Santiago Tianguistenco es el nombre que aparece en la ley orgánica municipal. “En la lámina 67 del código Mendocino, se halla el jeroglífico de ‘tianguetz’, equivalente a tianquiztli, que se convierte en el topónimo de Tianguistenco”²⁸ El jeroglífico que aparece en este código se refiere al pueblo mexicana, su vida y sus costumbres; y en “la lámina de referencia presenta a un pueblo no identificado donde su cacique fué emplazado a guerra por no someterse al señorío de Tenochtitlan, evidentemente el poblado no corresponde a la ciudad hoy conocida como Santiago Tianguistenco.”²⁹ Esto se refiere a que lo que hoy conocemos como la ciudad de Santiago Tianguistenco y sus alrededores pertenecían en su totalidad al señorío de Xalatlahuco y de Capulhuac. En el subapartado 1.4.2. se da la ubicación exacta del actual municipio de Santiago Tianguistenco.

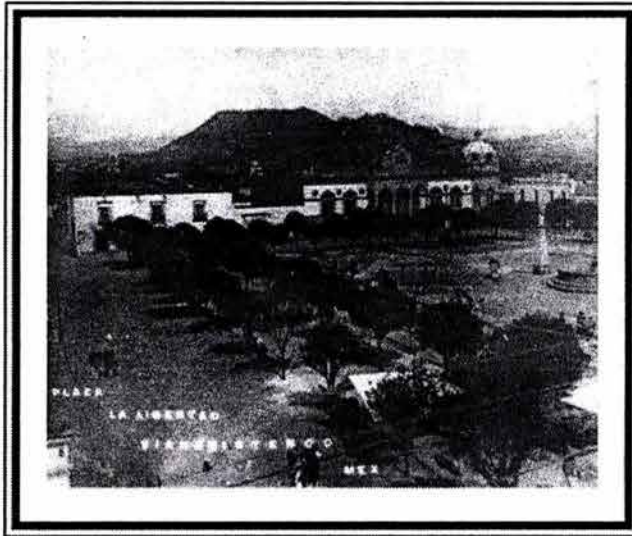


Gráfico 11

El jeroglífico que realmente corresponde “a este topónimo procede, según indica Antonio Peñafiel, del manuscrito de 1560 conservado en la biblioteca nacional de París. Cesar Macazaga Ordoño lo describe de la siguiente manera: un mercado (tianquiztli), representado por un anillo de puestos de mercaderes, que aparece rodeado en su exterior por una cuerda. Deja libre la zona central para permitir el libre tránsito de los compradores, representados por huellas de pies colocados en desorden.”³⁰ Santiago Tianguistenco tiene su origen cuando existía un Tianquiztli del pueblo de Capulhuac que se hallaba al sur de su población, señorío de Xalatlahuco; bajo el gobierno azteca.³¹ Los mercaderes pidieron permiso al gobernante para poder celebrar un tianquiztli a las orillas del señorío, después todo se fué poblando alrededor del mercado. A la llegada de los

conquistadores españoles -1524 cuando *Hernán Cortés arriba al valle de Toluca*- todo cambió para Tianguistenco; los recién llegados con el afán de mantener sus características genéticas, decidieron buscar una provincia para su cometido, eligiendo esa región; así , los españoles fundaron “un pueblo con la pretensión de que solo fuera habitado por españoles, dándole el nombre de Santiago, el patrón de las Españas.”³². En ese momento Tianguistenco era habitado por diversas etnias, independientes de su gobierno; después y a pesar del conquistador se dió el mestizaje; y muchas tradiciones siguen vivas; sobre todo la principal: el tianquiztli.



“un pueblo con la pretensión de que solo fuera habitado por españoles, dándole el nombre de Santiago, el patrón de las Españas.”



1.4.1 ORGANIZACIÓN GENERAL, POLÍTICA Y SOCIAL DE SANTIAGO TIANGUISTENCO

La sociedad se organiza en todos sus escalafones, se acomodan en los roles a cubrir; la gente participa en uno de ellos y así subsiste. El fin, es lograr que las actividades se realicen, así la gente satisface su necesidad de recreación, gobierno, política, alimentación, profesional, educación, etc. En la sociedad de Santiago Tianguistenco es más común encontrar a un comerciante o campesino que muchos otros oficios o profesiones, porque predomina en el territorio un ambiente campirano, sin dejar de ser ciudad. En Tianguistenco la mayoría de la gente es descendiente de los grupos étnicos que habitaron la zona lacustre del valle de Toluca.

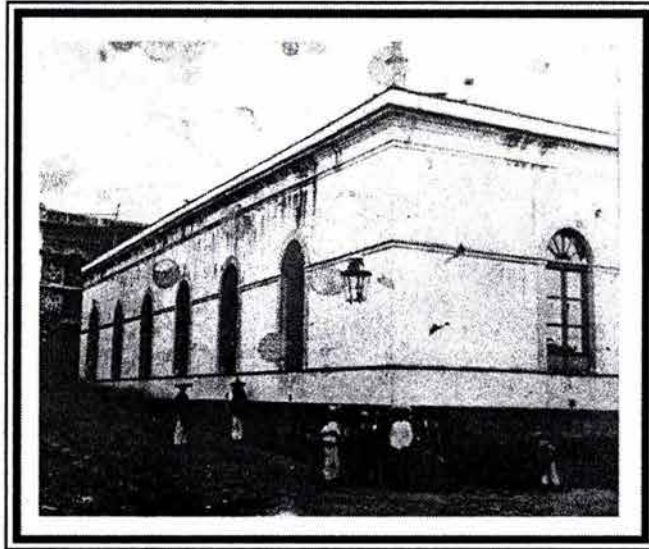


Gráfico 12

El municipio de Santiago Tianguistenco cuenta con un gobierno “de conformidad con la ley orgánica municipal, el gobierno local está a cargo del ayuntamiento elegido por voto directo, compuesto por un presidente, seis regidores de elección mayoritaria y cuatro de representación proporcional, un síndico procurador y el secretario. La residencia oficial del consejo es el palacio municipal.”³³ Para las comunidades laterales se representa a la autoridad por delegados municipales. Para todos los servicios de alcantarillado y agua potable hay dentro del gobierno una oficina municipal correspondiente; un conciliador municipal para los casos penales y civiles, o alguna falta al bando municipal.

Santiago Tianguistenco tiene la categoría de ciudad (*28 de junio de 1996*), con todos los servicios básicos y algunos especializados. La principal actividad es el comercio y sigue siendo la causa principal de la inmigración al municipio y su crecimiento. Esto exige un redoblamiento en los servicios, el crecimiento demográfico es implacable –del cual hablaremos en el siguiente subpartado– y la tasa de natalidad hace que crezca la cantidad de

niños y jóvenes que necesiten educarse. Después de la alimentación el rubro a cubrir es el intelectual. Hasta hace apenas tres generaciones la gente tenía como logro máximo (*en cuanto a educación se refiere*) el aprender a leer y a escribir; en caso contrario siempre había una tierra y animales que atender; para esas generaciones el analfabetismo no es mal visto.



Hoy no es así. Los jóvenes de la zona más urbanizada alcanzan a estudiar en promedio el bachillerato, pocos optan por una carrera universitaria; en general piensan que no se necesita de muchos estudios porque el atender el negocio familiar no lo amerita; y cuando no es así, los individuos se casan entre los 16 y 20 años. Hay que trabajar para proveer y proteger; los hombres que no trabajan en el campo lo hacen en la industria que cada vez son más. Las mujeres tienen bastante por cuidar ya que tienen de 3 a 5 hijos por pareja; el trabajo para las mujeres es en general doméstico y en demasía, porque las familias son extensas donde las propiedades tienen grandes terrenos que requieren de su mantenimiento. Los niños de las rancherías apenas alcanzan la secundaria en promedio, la tierra exige su tiempo de atención.

El panorama entre otras poblaciones aledañas a Santiago no cambia. Los hijos de los comerciantes cambian sus tardes de juego por trabajo en el campo después del colegio; sólo los niños menores de 6 años acompañan a los adultos al tianguis, aunque no es raro que los niños vayan cargando la leña o los granos mientras la madre busca el mejor postor para trocar sus mercancías; algunos, si el padre lo considera, hasta llegan a hacerse responsables de la atención de algún puesto (*sobre todo en la plaza que se sitúa al centro del municipio*).

En lo que respecta a la infraestructura educativa de Santiago Tianguistenco hasta 1996 se cuenta con educación básica, bachilleratos tecnológicos y preparatorias. Existe un tipo de educación alterna para adultos que funciona como centros de capacitación para el trabajo. La mayoría de los planteles educativos se encuentra en la zona centro del municipio, y suman: "35



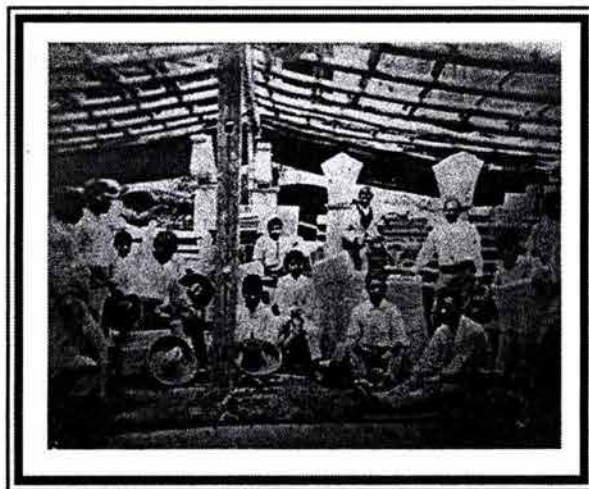


Gráfico 13

en preescolar, 33 primarias, 16 secundarias, 2 para profesional medio y cuatro para bachillerato. Al término los egresados tienen la opción de ingresar a un nivel superior en la UAEM, ubicada en Toluca. El municipio brinda además al servicio del educando, cinco bibliotecas públicas esparcidas estratégicamente al pleno del municipio; la casa de la cultura Profesor Carlos Hank González³⁴, en ella imparten cursos y talleres artísticos, conferencias, exposiciones y conciertos, concursando e intercambiando eventos a nivel municipal, estatal o federal.

Ahora vamos con la religión. Son importantes los festejos religiosos; es un municipio predominantemente católico; la fiesta mayor es el 25 de julio en honor al señor Santiago, como le llaman los habitantes; el santo mayor de la región, sobre todo por el tiempo que tiene de ser venerado y por la fe de la gente al rezarle a uno de los discípulos del profeta mayor del cristianismo. Existen varias parroquias pertenecientes al obispado de Toluca. Toda festividad de tipo religioso-católico, va acompañada de la feria popular con los entretenimientos y juegos de azar para todas las edades, danzas y bailes de salón, juegos pirotécnicos y jaripeos. Toda una fiesta claramente mestiza, uno de los rasgos donde podemos observar mayor mestizaje es en las danzas que acompañan las festividades y que por lo general son por favores recibidos del santo festejado. En especial, la danza de los arrieros (*propia del Estado de México*) deja ver como una máquina del tiempo la vida campesina y sus patrones desde tiempos antiguos; hay otras danzas como los negritos, los vaqueros y las pastoras, los arrieros es la danza más representativa de la región; esto responde a una religiosidad. Toda la fiesta es coordinada por la mayordomía. Hay otras religiones que son la minoría, y sus celebraciones no son populares. Las otras fiestas, las cívicas; propias del municipio, "se conmemoran con luto municipal el 14 de abril y el 7 de mayo, la primera en memoria del popular charro-torero Ponciano Díaz"³⁵ y la segunda por José Miranda rodea; el 9 de julio la erección del ayuntamiento municipal y el 29 de octubre, el paso del ejército insurgente de Miguel Hidalgo por Santiago Tianguistenco.

1.4.2 PAISAJE FÍSICO Y DEMOGRÁFICO

El municipio de Santiago Tianguistenco pertenece al Estado de México, y se sitúa “en la región sur oriente del valle de Toluca, en las estribaciones de la sierra del Ajusco. En coordenadas geográficas está situada a 19° 10.8' de latitud norte y 99° 28.1' de longitud oeste del meridiano de Greenwich”.³⁶ Sus vecinos del norte: Capulhuac, Ocoyoacac y Metepec; al sur: Huitzilac, Joquincingo y Ocuilan; al oriente: Xalatlaco y con las delegaciones políticas de Magdalena Contreras y Tlalpan de la ciudad de México; y al occidente colinda con: Texcalyacac, Atizapan, San Antonio la isla, almoloya del Río, Calimaya, Mexicaltzingo y Chapultepec. Su extensión es de 181409 km². aproximadamente. “La configuración topográfica del municipio presenta grandes variaciones; así en las partes altas, correspondientes a la sierra, la altura sobre el nivel del mar sobrepasa los 3600m y la planicie ribereña al río Lerma es ligeramente menor a 2600m sobre el nivel del mar”³⁷Teniendo como principal fuente fluvial al Lerma hasta 1954, cuando dejó de existir. La cause del río Lerma atraviesa de sur a norte.

Otros ríos como el Jalatlaco *—que atraviesa de oriente a poniente—* y el Balsas, son importantes en la región. Aún con esto, la población obtiene el agua de pozos, y la mayoría de éstos están sobreexplotados porque se usan para abastecer del líquido a la ciudad de México.

El panorama actual de Santiago no varía mucho, la diferencia es que ya no está el Lerma. El Tianguistenco precolombino y desde antes,³⁸ era de suelos de tipo residual, una zona lacustre que favorecía las condiciones para que un pueblo se desarrollara, por la fertilidad de su suelo. La forma de riego para la tierra es de acuerdo a la época de lluvias; y no toda la tierra en el municipio es para la agricultura, también hay sabana y bosque, utilizados



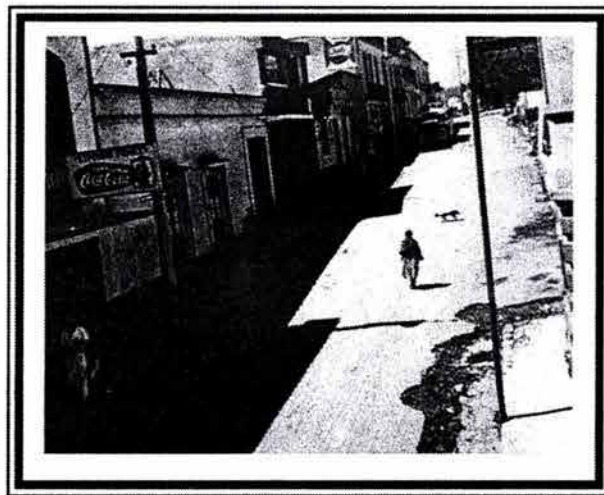


Gráfico 14

para el pastoreo del ganado. La tala de árboles por los industriales ha traído problemas en el monte de la zona, es un problema a nivel estatal y nacional. Los operativos en contra de la tala afectan también al campesino por considerarlos los principales causantes del daño del ecosistema. La temperatura media en Santiago es de 12° a 14°C. En temporada de primavera se registran con un máximo de 33° y en invierno de -6°C. “Las heladas tienen una frecuencia de 100 a 120 días al año en la zona intermedia y de 80 a 100 días en las zonas altas y bajas; ocurren por lo general entre los meses de octubre a mayo.”³⁹ La precipitación pluvial es irregular, depende de la altura de las regiones y esta es variable. En la zona intermedia es de aproximadamente 1200 y 1500mm.

La flora obedece al mismo factor. Las regiones altas albergan encinos, pinos, topozanes, oyameles, madroños y fresnos acompañados de matorrales y pastizales.

Aunque en menor cantidad, en la fauna prevalecen: coyotes, tejones, víboras de cascabel, zorrillos, tlacuaches, conejos, tuzas, ardillas y ratas; también aves silvestres como los cuervos, codornices, gorriones y gávilanes. Al cambio de estación, en otoño, llegan las garzas, patos y galleretas. En época de aguas se pueden ver ranas, ajolotes, acociles y sapos. El rápido crecimiento demográfico y la falta de una cultura de respeto hacia la flora y fauna han llevado a la extinción del venado, el tigrillo y el zopilote.

En verdad la problemática de la explosión demográfica es una situación que por sí sola da que pensar en Tianguistenco, y en todo México; según el censo estatal⁴⁰ de 1995 arrojó los siguientes números: 51149 habitantes, 26119 mujeres y 25030 hombres. De acuerdo con el censo de 1990 la densidad de población en el municipio fue de 240.74 habitantes X km² y con el de 1995 ascendió a 281.95 habitantes X km².

Esto arroja un crecimiento de 5.7% anual con la diferencia de 7476 habitantes entre ambos censos. Un 62.5% mayores de 15 años; un 77.90% sabían leer y escribir, mayores de 6 años. En los números de la natalidad, “en el bienio 1995-1996, nacieron 828 niños varones y 802 mujeres, en total de 1630 nacimientos”⁴¹ La tasa de mortalidad en 1995 se “contaron 327 defunciones; 177 hombres y 150 mujeres. De ellos 85 corresponden a fallecimientos de niños menores de un año, 43 hombres y 42 mujeres.”⁴²



I.4.3 LOS GRUPOS ÉTNICOS: NAHUA, OTOMÍY NAHUATLACA; SUS TRADICIONES VIVAS Y LAS MESTIZAS.

El hecho de que Tianguistenco mantenga su importancia por el comercio, atrae gente de las poblaciones y ciudades cercanas; primero pasan momentáneamente hasta que deciden quedarse a vivir ahí. Y de esos grupos migratorios un día se conformó la comunidad de Tianguistenco. El valle de Toluca siempre ha sido concurrido por la fertilidad de sus tierras, benévola a la agricultura y para la crianza de animales. A estas tierras arribaron (1300 a.c. aprox.) grupos olmecas, provenientes probablemente de Tlatilco, Naulcalpan; por los vestigios encontrados: "figurillas olmecas y olmecoides junto con la tradición de figurillas al pastillaje."⁴³ Así mismo se ha especulado que existía un santuario de 2ª importancia: Quauhchichinolca; centro ceremonial gobernado por los toltecas. El grupo de los toltecas aportó a los futuros grupos étnicos "la supremacía intelectual y artística"⁴⁴ de la cual gozaban.

Después arribaron tribus tepanecas, otomíes y mazahuas. Los matlazincas tiempo después se establecieron en el territorio del valle de Toluca, logran su supremacía y forman varios señoríos independientes entre sí, uno de ellos era el de Xalatlalhuco, donde actualmente situamos a Santiago Tianguistenco. Algunos tepanecas, otomíes y mazahuas emigran hacia el valle de Anahuac, se establecen y conforman Atzacapotzalco. Cuando las tribus nahuatlacas (*los mexicas*) llegan desde un lugar llamado Aztlan, se instalan en el islote del lago de Texcoco, pagando a cambio tributo a Tezozomoc, tlatoani de Atzacapotzalco; un siglo después los mexicas eran ya, una potencia militar, deciden liberarse del yugo Azcapotzalca (1430) bajo el mando del tlatoani Izcoatl, aconsejado por "el



joven pilli Nezahualcoyotl (hijo de Ixtlixochitl el viejo, cuyo señorío de Tezcoco había sido conquistado por Tezozomoc”⁴⁵ por el año de 1418. El señor de Coyoacan al ver destruidos a sus hermanos de sangre, convocó a la defensa de su gobierno. Envió “mensajeros a Xalatlaco y a Atlapulco, para que lo viniesen a ayudar, la cual gente era de serranía, labradora gente de monte.”⁴⁶ No quisieron combatir, porque no era su “voluntad de ser contra ellos ni dar favor y ayuda en su prejuicio.”⁴⁷ Los mexicas destruyeron Coyoacan, algunos escaparon por el Axuchico (*Ajusco*) con sus hermanos matlazincas-otomíes. Tiempo después el campo y lagunas del valle de Toluca fueron invadidos y conquistados por la triple alianza (*Tenochtitlan, Texcoco y Tlacopan*) para asegurar alimentos de las tierras lacustres, ya que desde esos tiempos tenían su fama; además estas tierras eran un punto estratégico y de acercamiento para después someter a los purepechas.

Tanto el señorío de Xalatlahuco, Capulhuac, Atlapulco y otros más, le tributaban a Tlacopan, que este a su vez permanecía sumiso al imperio Azteca. El tiempo de predominio de los mexicas duró 40 años, hasta el triunfo del conquistador Cortés, en agosto de 1521.

Santiago Tianguistenco surge después de la conquista azteca a los matlazincas-otomíes; gracias a la creación del tianquiztli que daba abasto a todas las poblaciones aledañas. A la llegada de Cortés al valle de Toluca, dominó a todos estos pueblos imponiendo las encomiendas. La conquista física e ideológica se dió de una forma rápida y brusca. Los habitantes (*como en todos los pueblos conquistados*) tuvieron que adaptar su cosmogonía a la europea por conveniencia; el resultado es el mestizaje en todos los niveles, nacieron muchas tradiciones y creencias híbridas (*por ejemplo Tonantzin María Guadalupe*), muchas tradiciones indígenas sólo se maquillaron, y gracias a eso

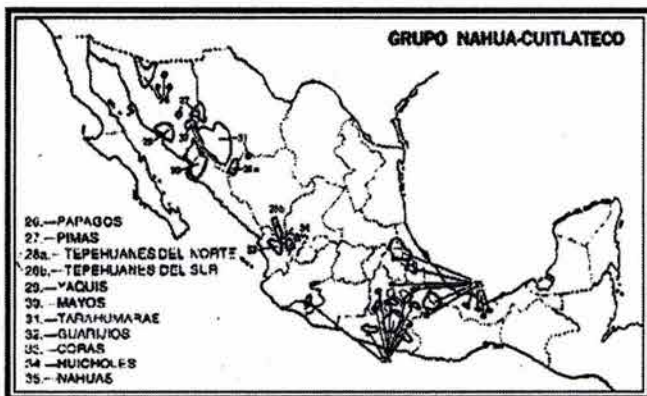


“la sociedad de los pueblos que hoy constituyen el municipio estuvo formada, casi en su totalidad, por familias indígenas de origen *matlaltzinca, otomí* y en menor proporción, *nahuatl*”

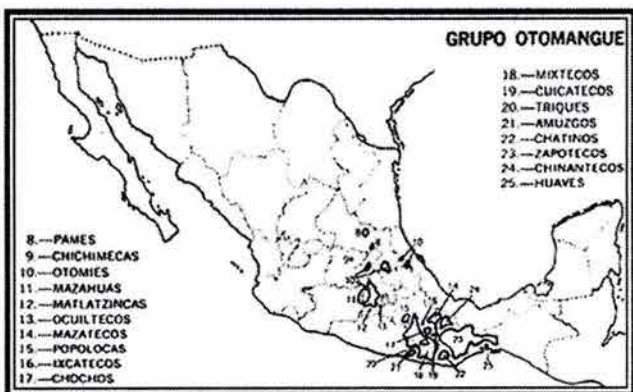


ahora contemplamos su cambio y evolución; contadas son las que quedan intactas, la mayoría son mestizas y es difícil identificar su origen indígena.

Haciendo un recuento de los grupos étnicos que han pasado por el actual Santiago Tianguistenco, son variados tanto en número como en costumbres; “la sociedad de los pueblos que hoy constituyen el municipio estuvo formada, casi en su totalidad, por familias indígenas de origen matlaltzinca, otomí y en menor proporción, nahuatl; la cabecera municipal fué la excepción, ya que si bien tuvo una comunidad de origen autóctono que se mantuvo durante el periodo virreynal, fué asiento de la república española de la región, en cuyo seno convivieron familias criollas, mestizas y desendientes de negros y mulatos, éstos últimos como sirvientes en las propiedades del conde de Santiago de Calimaya”⁴⁸ A pesar del trago amargo de la conquista muchas tradiciones prevalecen presentes en la región. Nombrando algunas tradiciones vivas indígenas⁴⁹, todavía se puede ver el tipo de casa, hecha de adobe y teniendo como techo el tejamanil o teja con caída de una o dos aguas; acompañando a las viviendas un jacal, que por lo general se utiliza como cocina y bodega, hecha con tablones y teja. También los sincolotes, que son recolectores de los granos cosechados. En sus vestimentas las mujeres conservan el uso del enredo y la blusa con bordados.



Gráficos 15 y 16



La agricultura es representada por la cosecha del maíz, principal alimento de la cocina indígena; las mujeres muelen el grano en el metate para obtener la masa que dará forma a las tortillas, a las gorditas de haba y de frijol, granos que también se cultivan. Algunos campesinos usan la coa, como herramienta de trabajo. De forma notoria, cada vez se cultiva menos el maguey; planta de la cual se obtiene el aguamiel, que cuando se fermenta se transforma en pulque, parte también de la alimentación. Artesanalmente, se conserva el uso del tule; material con el cual se elaboran los chiquihuites y sombreros.

Los animales que se aún se crían son el guajolote y algunas gallinas silvestres, también los conejos, aunque en menor proporción. Subsiste el uso común de la familia nuclear en la sociedad, aunque esta no es exclusiva de la forma de vida indígena.

En las ceremonias funerarias se rinde culto a los muertos con ofrendas de alimentos, bebidas e inciensos; los rezos durante el velorio y el uso de ceras acompañado de música (aunque la instrumentación ha cambiado) y con flores de cempasuchil, el amortajamiento y la sepultura. La gente recurre a los chamanes o curanderos para la cura de aires, mal de ojo, espanto o brujería; algunos tienen el poder de desviar las trombas para proteger la cosecha, ellos reciben el nombre de ahuizotes. Sigue el mito de la llorona y las almas en pena.

En el ámbito comercial se continúa con el trueque; es una actividad indígena, aunque en el caso de Tianguistenco se han introducido rasgos de otras fuentes y orígenes; y ahora también puede ser considerado como mestizo. Muchos de estas tradiciones se conservan y se heredan oralmente, como es el caso de la misma lengua nahuatl aún hablada por algunos naturales.

Toca el turno a los rasgos identificados como mestizos. En realidad son costumbres evolucionadas por la combinación de ambas culturas. Comenzando por la constitución física de los habitantes. Primero esta el mestizaje entre las étnias, luego el más marcado: indígenas con españoles.

Actualmente se adopta el uso de las telas; sobre todo el uso y fabricación de la manta para la elaboración de blusas, camisas, pantalones; además se adopta el uso de guarache, sombrero y



el *trueque*; es una actividad indígena, aunque en el caso de Tianguistenco se han introducido rasgos de otras fuentes y orígenes; y ahora también puede ser considerado como mestizo.



tocado para las mujeres. Con la llegada de la lana se elaboran como artesanía los jorongos, gavanos, abrigos y prendas para la protección del agudo frío de la región. Se retoma la familia extensa; el matriarcado se convierte en la figura más importante por el liderazgo que ejerce. En Santiago, se acostumbra el heredar a los hijos una porción del patrimonio familiar; así los ahora nuevos padres de familia construyen sus hogares en esos terrenos y a la vez son vecinos; una forma combinada de familia nuclear con la extensa. Religiosamente las cosas cambiaron en apariencia; con la llegada del cristianismo en su modo de catolicismo, cambian los códigos con los que eran juzgadas las personas.

La introducción de la cruz como signo representativo e imprescindible en toda celebración religiosa-social, rito o fiesta: ofrendas a los muertos, ceremonias funestas, danzas (*que también la mayoría se transformó en bailes mestizos*), bodas, bautizos, etc. Con algunos de estos festejos familiares se acostumbra hacer el compromiso del compadrazgo; que funciona para enfatizar una amistad de mayor respeto entre dos familias y sus dirigentes. Toda invitación a compadrazgo y pedimento de mano de una novia, van acompañados de un presente llamado contenido (*mole, arroz, pollo, tamales de haba, frutas y botellas de vino en una canasta*). Se introduce la figura del mayordomo que organiza las fiestas principales del pueblo y sus santos.

En la agricultura, el conquistador trajo granos y cereales como el trigo que se acopla y complementa el círculo alimenticio de la población; y en toda Mesoamérica. La crianza de animales ahora cuenta con ganado ovino, equino, porcino y bovino; mismo que es criado y vendido para usos de trabajo, alimento y usos múltiples como corridas y jaripeos.



I.4.4 ORGANIZACIÓN DEL APARATO ECONÓMICO: TIERRAS, INDUSTRIA, OCUPACIONES DIVERSAS, AMBITO COMERCIAL Y MERCATIL.



Para la comprensión del funcionamiento del aparato económico de Santiago Tianguistenco -y de cualquier pueblo- hay que desglosarlo desde los rubros: agropecuario, industrias mercantil y comercial, además de otras actividades productivas.

A principios del siglo XX, Santiago Tianguistenco estaba repartido en grandes solares; los terratenientes optaron por la venta de sus tierras. Curiosamente coincide con la decadencia de la dictadura Porfirista. Medio siglo después el balance entre la importancia de la agricultura y el comercio se descompensa, la agricultura no es la principal actividad que mueve al aparato económico de Santiago Tianguistenco.

Hoy el régimen de propiedad de la tierra es ejidal, comunal y privada; y todavía puede llegar a verse al campesino trabajando con la yunta, barbechando la tierra, como dato histórico es de apreciarse, pero eso también habla del rezago y descuido al campo, causa de migración a las ciudades. La mayoría de los campesinos usan tractores en el barbecho, combinado con la coa y el azadón. La preparación, la siembra y la cosecha se realizan a mano. Los campesinos cultivan sus tierras en primavera para que en tiempos de lluvia se riegue de forma natural; sólo en algunas tierras se utiliza el riego "de tipo rodado con agua proveniente de manantiales y arroyos."⁵⁰ Se cosecha el maíz, avena, haba y zanahoria. Hay campesinos que recolectan alimentos silvestres como los hongos y los quelites. Para el almacenamiento de "las cosechas se cuenta con tres unidades de bodegas rurales CONASUPO"⁵¹, y para el uso familiar se ocupan los sincolotes que tienen la forma de huacales, fungen de almacenadores de granos de una manera fresca.

Gracias a que el campesino acude a vender, adquirir o trocar mercancías, se puede articular la economía mercantil simple de ellos con la macroeconomía de la nación.



La industria es una actividad importante en el municipio; existe una asociación de industrias de Tianguistenco (ITAC), y en la cabecera municipal el parque industrial Santiago Tianguistenco (PIST). Una de las empresas internacionales establecida en la región es la armadora de vehículos Mercedes Benz.

Las industrias siempre traen consigo empleos para los habitantes; a opinión personal la industria ocupa el tercer lugar como actividad económica, después del comercio; ésta es una actividad detonadora del auge de Santiago Tianguistenco, a tal punto que tiene la categoría de ciudad. La evolución parte del pionero tianguis, de ahí se estableció un mercado fijo, ahora dividido en dos unidades; también se cuenta con tiendas y servicios establecidos y especializados (*abarrotes, cantinas, cine, casas de huéspedes, carnicerías, hoteles, despachos, funerarias, laboratorios médicos, tlapalerías, hospitales, veterinarias, etc.*). Gracias a que el campesino acude a vender, adquirir o trocar mercancías, se puede articular la economía mercantil simple de ellos con la macroeconomía de la nación. Tianguistenco es el centro comercial principal y de primer orden en la región, por ende el comercio es la principal ocupación de la población económicamente activa. Los días martes acuden al tianguis “alrededor de 3500 comerciantes”,⁵² aunque no todos habitan en Santiago es una cantidad considerable. La configuración topográfica de los caminos favorecieron la conservación y crecimiento del “ancestral tianguis.”⁵³

Hay otras ocupaciones diversas como la explotación de recursos forestales a nivel industrial; se practica en menor porción la piscicultura, para la venta y cría de trucha en restaurantes. La apicultura y la cunicultura también ha sido adoptada por algunas familias como actividad económica. La avicultura se destaca por la cría de guajolotes y gallinas, la ganadería en los ovinos y equinos; “en la ex hacienda de Atenco se mantiene la crianza de toros de lidia, la cual constituye la ganadería, de este género, con mayor antigüedad en el mundo, reconocida oficialmente”⁵⁴



I. SELTIANGUISDESANTIAGOTIANGUISTENCO

La plaza de Santiago es grande, y esta aseveración va mas allá de lo que se observa al llegar al lugar. El encanto radica en esa aculturación de las costumbres indígenas, otras claramente mestizas y las contemporáneas formas de mercadeo y sus mercancías, todo en un conjunto híbrido; retratado en las tomas de este documento; y en todo momento los actos tradicionales suceden; este trabajo es una colección de éstos momentos.

Hablar de la historia del tianguis es hablar de la misma del municipio. "Un grupo de comerciantes pidieron permiso al gobernante de Xalatlahuco para celebrar el tianquiztli en una planicie cercana para intercambiar sus mercaderías con los otros señoríos (*Atlapulco, Calimaya y Capulhuac*) en un punto estratégico. Dada la accidentada configuración de Xalatlaco, el tianguis local no se ubicó en el entorno urbano de la cabecera del señorío, sino que se trasladó al estratégico cruce de dos importantes otllis o caminos: el que unía a Toluca con el señorío tlahuica de Cuauhnahuac y el proveniente del norte, seguramente de la ancestral Tula, en dirección de los centros ceremoniales de Chalma y Malinalco, localizados en la entrada a tierra caliente, 1470-1475"⁵⁵

Con la conquista el señorío de Xalatlaco fué cedido en encomienda a don Leonel de Cervantes. El conquistador "Cortés fundó en las cercanías de Tianguistenco la estancia de la Purísima Concepción de Atenco, que fué pionera en la Nueva España en la cría de ganado ovino, bovino y caballar,"⁵⁶ así el abanico de variedad en mercancías a vender y trocar enriqueció al mercado indígena, aunque estos animales pudieron venderse hasta el siglo XVI con la erección de Santiago Tianguistenco; fué hasta este tiempo que se pudo celebrar con libertad el tianguis y algunas mercancías⁵⁷. Así como Velásquez lo describe en estas líneas



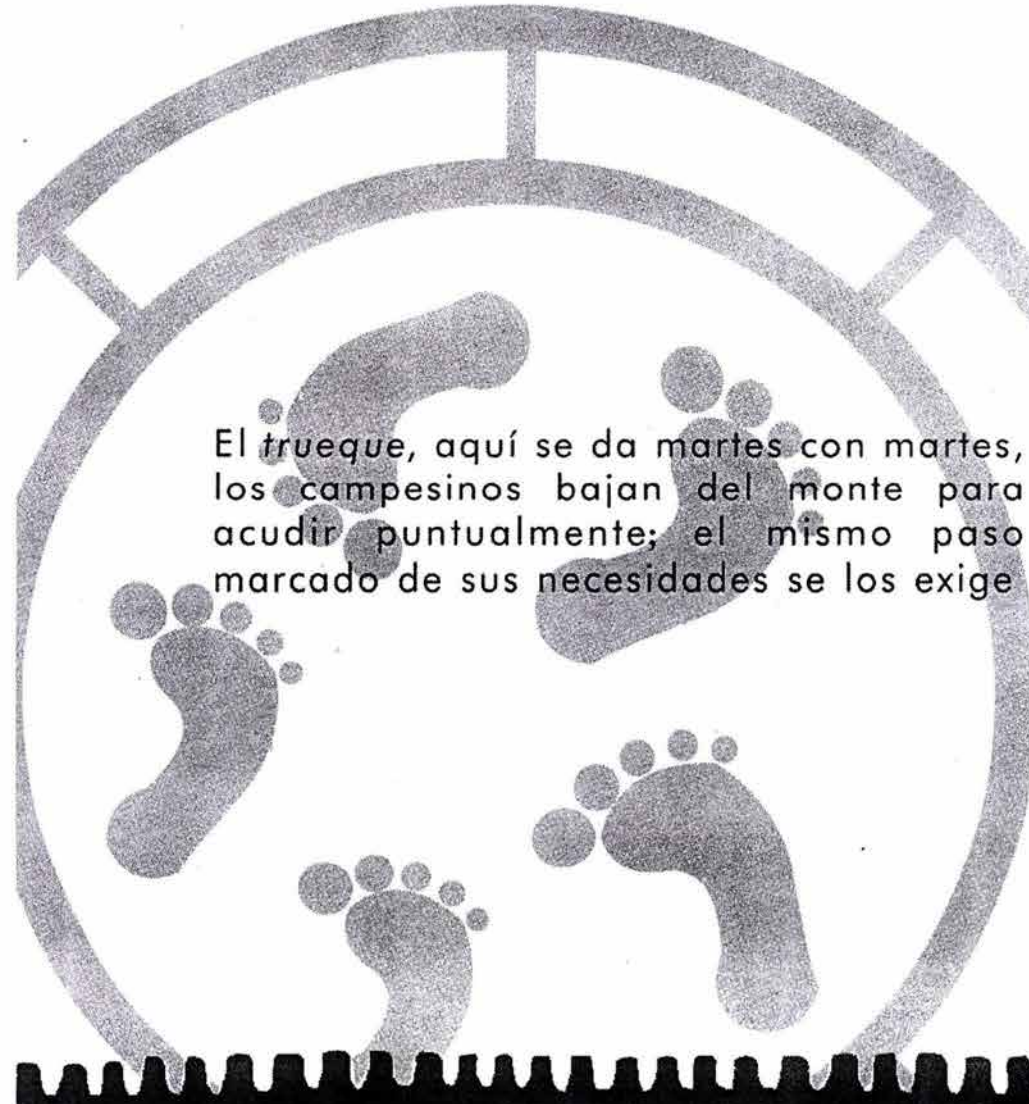
todo en un conjunto híbrido; retratado en las tomas de este documento; y en todo momento los actos tradicionales suceden; este trabajo es una colección de éstos momentos.





también algunos naturales relatan los orígenes de lo que hoy conocemos como Santiago Tianguistenco, el que está a la orilla del mercado.

Actualmente la plaza de Santiago Tianguistenco se divide en tres grandes secciones: el mercado de animales (*conocido como el mesón*), la plaza principal (*que es lo más acercado al tinguis común en todo México*) y el tinguis tradicional (*donde se da el trueque de leña por mercancía*).



El trueque, aquí se da martes con martes, los campesinos bajan del monte para acudir puntualmente; el mismo paso marcado de sus necesidades se los exige

En “el mesón”, se lleva a cabo principalmente la compra - venta de animales, y ocasionalmente el trueque entre animales y productos derivados de los mismos. Se le conoce con este seudónimo porque anteriormente ahí se descansaban los animales en que viajaban los campesinos. En esta sección de la plaza de los martes, se encuentra ganado bovino, ovino, equino, vacuno y aves de corral. Habitualmente se hallan ejemplares de todos los tipos de animales para granja, todos los aditamentos tanto para el animal (*forraje, reatas, medicamentos, herraje, sillas, etc*) como para el granjero o ganadero (*calzado, ropa, sombreros, herramientas de trabajo, etc.*). La venta de más de cinco animales es clásica de los ganaderos de la región, porque el campesino de clase menos privilegiada llega a vender a la plaza con menos frecuencia, sólo lo hace cuando tiene que satisfacer esa necesidad de adquirir un animal para sus actividades, y es normal que vendan y adquieran pocos animales.

Los precios son tasados por los líderes de mercado que simultáneamente lo hacen con otros, de algunos ranchos y mercados de animales de otras regiones y de otros tinguis pertenecientes al mismo rol de “*mercados sobre ruedas*”. El personal que asiste al mesón, no es en su mayoría campesino, lo visitan también charros y caporales de la región, dándole un tinte diferente. Este mercado se encuentra a un costado de la carretera federal Chalma-Malinalco, en los territorios de Tianguistenco, relegado por obvias razones de higiene para la ciudad; este es otro contraste: Santiago Tianguistenco es una ciudad, que alberga muchas

tradiciones indígenas y mestizas vivas.

En la plaza principal, es de mayor familiaridad la forma de mercadeo. Es un mercado donde predomina lo mestizo, y los tianguis de las grandes ciudades de alguna manera se le parecen. Aquí se encuentra todo tipo de mercaderías para el sustento familiar, que va desde alimentos preparados, vestimenta, productos para el hogar, frutas y verduras, jarciería, etc.

Todo lo que se vende, es en grandes cantidades y con muchos puestos de gran tamaño. Es como otra plaza dentro del conjunto porque existe una clasificación y lugar para cada una de las mercaderías y productos. Esta plaza tiene como centro a la Plaza Libertad, *de aquí la relación entre la palabra tianguis y plaza, porque generalmente era en ese lugar de la población donde se reliza el acto del comercio*- frente se encuentra el Palacio Municipal, y el tianguis abarca prácticamente toda la zona centro y otras calles más.

El tianguis de Santiago es famoso por su tamaño, el mismo mercado municipal se acopla a la plaza de los martes, inclusive funciona también a toda su capacidad un local permanente de carnes variadas, comida tradicional de la región (*tacos de cecina, consomé, barbacoa de borrego, chorizo verde, longaniza, etc*) y músicos que amenizan esta zona de la plaza de los martes. Se considera plaza principal por ser la de mayor tamaño y sobre todo es aquí donde se realiza la mayoría de las transacciones, y donde los pobladores de la región (*y no solo de Tianguistenco*) obtienen sus ingresos y es la sección que está controlada por el Ayuntamiento (*el tasamiento de los precios, orden y acomodo de los puestos*) por medio de los inspectores de mercado, a su vez sujetos del fuero de la Primera Regiduría.

De los pueblos aledaños los comerciantes se surten de mercancía para llevar a vender a la capital del Estado y al Distrito Federal. La plaza principal es un collage de las tres secciones del tianguis, también se puede encontrar a la venta animales (*principalmente*



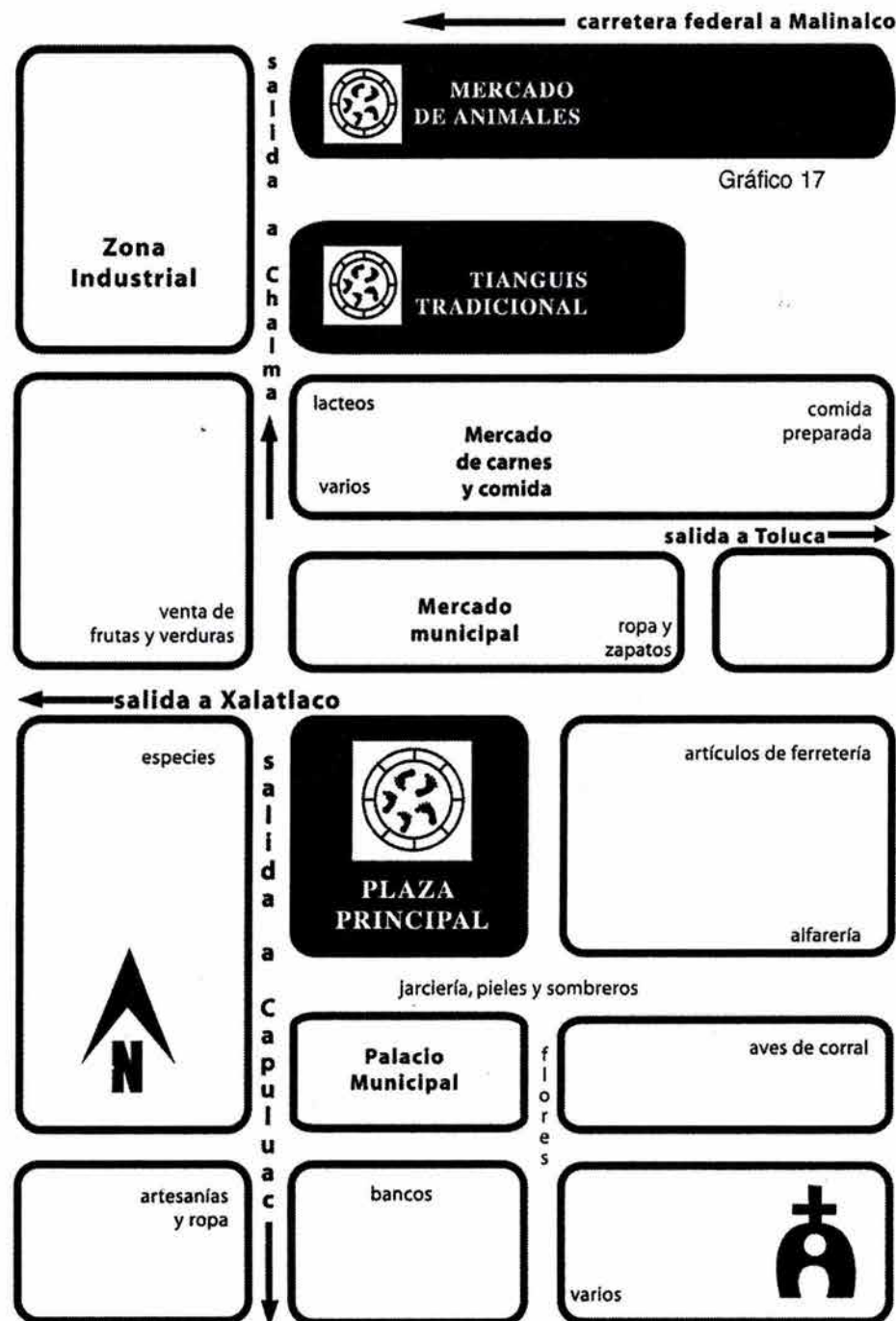


Gráfico 17

aves de corral) y no es raro observar a campesinos que difícilmente tratan de trocar para obtener el sustento semanal, para el trueque hay una parte especial, que el tiempo se ha encargado de arrinconar y sin querer, de conservar: el tianguis tradicional.

El tianguis tradicional, es el eje y causa motora de esta Tesis. Aquí se da el trueque martes con martes, los campesinos bajan del monte para acudir puntualmente; el mismo paso marcado de sus necesidades se los exige; es bién sabido que la pobreza del campesino mexicano es parte de una realidad nacional de rezago y discriminación, y curiosamente esta limitante ha ayudado al acto del trueque a sobrevivir hasta estos años (*como lo mencionamos en el subapartado 1.2.3*); si no hay dinero, lo que queda es continuar con lo que hasta ahora les sigue favoreciendo: el trueque, porque da lo que desde un principio promete y saben que obtendrán lo mínimo necesario.

En el México actual pocos son los grupos étnicos que preservan (*al menos lo más apegado a como fué*) sus tradiciones vivas e indígenas, y en este pequeño rincón de lo que algún día fué gobernado por el imperio mexica, el trueque continúa siendo una de las principales fuentes de abastecimiento de las familias campesinas.

Para celebrar el tianguis, los protagonistas del trueque cambian en su mayoría leña,

sacada del mismo monte que habitan. En “*el mercado de la leña*”, como le llaman los mismos campesinos, los precios son tasados en cantidad de “*palos de leña*”, y cada mercader ofrece sus mercancías por lo que el considere que le conviene cambiarlo, claro, también influye el tamaño de la necesidad. Por ejemplo, una trucha envuelta y preparada en hojas secas de maíz es cambiada por 20 ó 25 palos de leña, de hecho el precio queda a voluntad de los ofertores y ellos deciden si lo cambian. En este mercado es común encontrar las siguientes mercaderías: leña, jitomates, frijol, nopales, tortillas, sombreros, zapatos usados, pan blanco y de dulce, chiles, melones, aguacates, habas, pulque, horcones, plátanos, manzanas, cilantro, hongos, truchas, ropa, etc.

Al mercado lo asisten principalmente las mujeres, algunas acompañadas de sus hijos (*que rara vez reciben su educación básica escolar*) y así se asegura que la tradición será transmitida; los señores acompañan a sus esposas cuando el cambio suele ser en grandes cantidades, aquí la función del hombre es en general la de llegar por eso del medio día en adelante para cargar a casa lo cambiado; muchos utilizan animales de carga para transportarse (*burros, mulas y caballos*) solo los “grandes comerciantes” usan camionetas para sus mercancías; que es un grupo de comerciantes con un monopolio por la cantidad de mercancía que llevan a trocar. El trueque es una tradición que va desde lo oral y que pasa por el acto mismo de ser practicado, los campesinos de la región no pierden la oportunidad de incluir a sus hijos, los niños lo asocian con una actividad lúdica hasta llegar a ser algo cotidiano; así nacen y se desarrollan.

En el mercado de la leña se da un acto que pone en peligro su integridad: la tala clandestina de árboles. Esta actividad se hace notar mayormente en las partes de monte del municipio de Xalatlaco que colindan

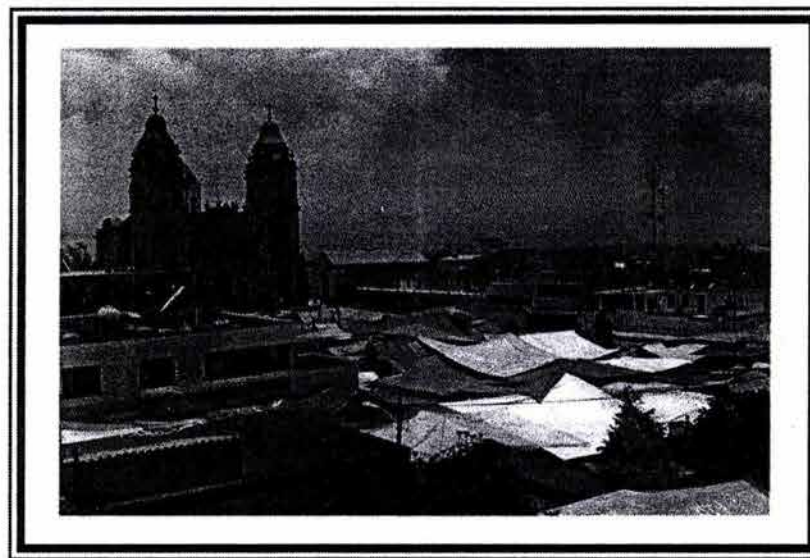


Gráfico 18, La plaza de Santiago Tianguistenco

En “*el mercado de la leña*”, como le llaman los mismos campesinos, los precios son tasados en cantidad de “*palos de leña*”, y cada mercader ofrece sus mercancías por lo que el considere que le conviene cambiarlo

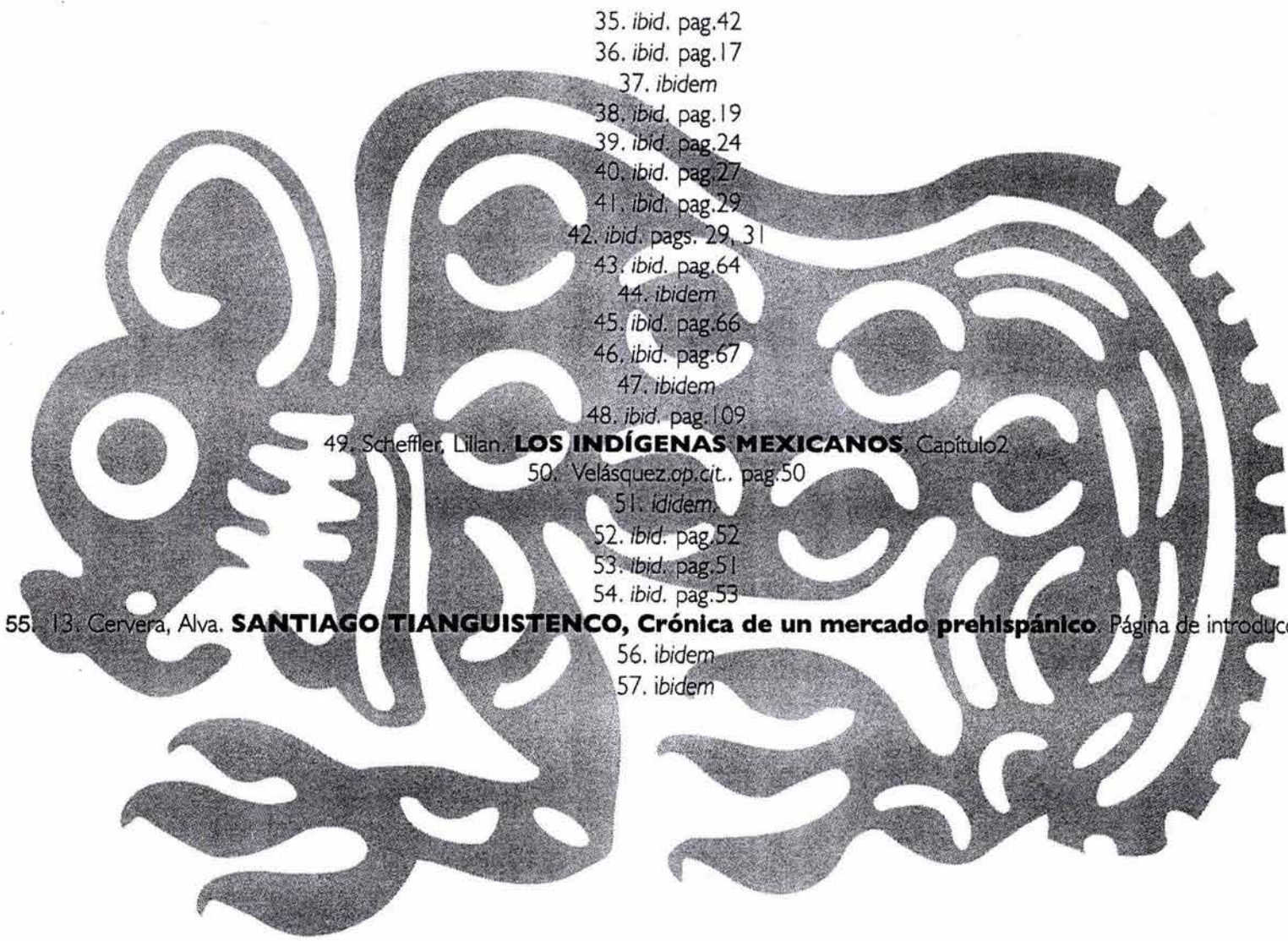


con el Ajusco. Esta pudiera ser una de las razones del desaparecimiento del tianguis tradicional de Santiago Tianguistenco en un futuro. Son muchas las posibilidades que podrían darse; las actividades de los grupos y comunidades se van adaptando y uno de esos movimientos puede ser definitivo, para nunca más volver a presenciar actos como éstos; y este fotorreportaje será *-posiblemente-* una referencia visual de lo que seguramente, seguirá siendo materia de estudio e investigación, y parte de la historia.



Citas bibliográficas del capítulo I

1. Díaz del Castillo, Bernal. **HISTORIA VERDADERA DE LA CONQUISTA DE LA NUEVA ESPAÑA**. pag. 171
2. Carrasco, Pedro. **EL TIANGUIS Y LOS MERCADERES**. pag.23
3. Marroquín, Alejandro. **INTRODUCCIÓN AL MERCADO INDÍGENA**. pag.1
4. Marroquín, Alejandro. **LA CIUDAD MERCADO**. Título retomado de la misma obra.
5. Carrasco. *op.cit.* pag.23
6. *ibid.* pag.26
7. *ibid.* pag.25
8. *ibid.* pag.26
9. *ibidem*
10. *ibidem*
11. *ibid.* pag.27
12. *ibidem*
13. Carrasco. *op.cit.* pag.27
14. Marroquín, *op.cit.* Introducción... pag.4
15. Calnek, Edward. **EL SISTEMA DE MERCADEO EN TENOCHTITLAN**. pag.61
16. Riva Palacio, Vicente. **MÉXICO A TRAVES DE LOS SIGLOS**, Tomo I. pag.606
17. *ibidem*
18. Kirchhoff, Paul. **MESOAMÉRICA**. pag.9
29. Carrasco. *op.cit.* pags.28,29 y 30
20. Marroquín, *op.cit.* pag.4
21. *ibidem*
22. Paré, Lusa. **TIANGUIS Y ECONOMÍA CAPITALISTA**. pag.85
23. Marroquín. *op.cit.* pag.4
24. Paré. *op.cit.* pag.85
25. Marroquín. *op.cit.* pag.5
26. *ibid.* pag.6
27. *ibid.* pag.5
28. Velásquez, Isaac. **TIANGUISTENCO, MONOGRAFÍA MUNICIPAL**. pag.13
29. *ibidem*
30. *ibidem*
31. Vargas, Donaciano. **XALATLACO, MONOGRAFÍA MUNICIPAL**. pag.74
32. Romero, Javier. **ATLAS ECOLÓGICO DE LA CUENCA HIDROGRÁFICA DEL RÍO LERMA**. pag.231
33. Velásquez. *op.cit.* pag.24
34. *ibid.* pag.34



35. *ibid.* pag.42

36. *ibid.* pag.17

37. *ibidem*

38. *ibid.* pag.19

39. *ibid.* pag.24

40. *ibid.* pag.27

41. *ibid.* pag.29

42. *ibid.* pags. 29, 31

43. *ibid.* pag.64

44. *ibidem*

45. *ibid.* pag.66

46. *ibid.* pag.67

47. *ibidem*

48. *ibid.* pag.109

49. Scheffler, Lillan. **LOS INDÍGENAS MEXICANOS**. Capítulo2

50. Velásquez *op.cit.*, pag.50

51. *ibidem*

52. *ibid.* pag.52

53. *ibid.* pag.51

54. *ibid.* pag.53

55. 13. Cervera, Alva. **SANTIAGO TIANGUISTENCO, Crónica de un mercado prehispánico**. Página de introducción

56. *ibidem*

57. *ibidem*



capí
tulo
dos



**fotografiando
mercado tradicional
de santiago tianguistenco**



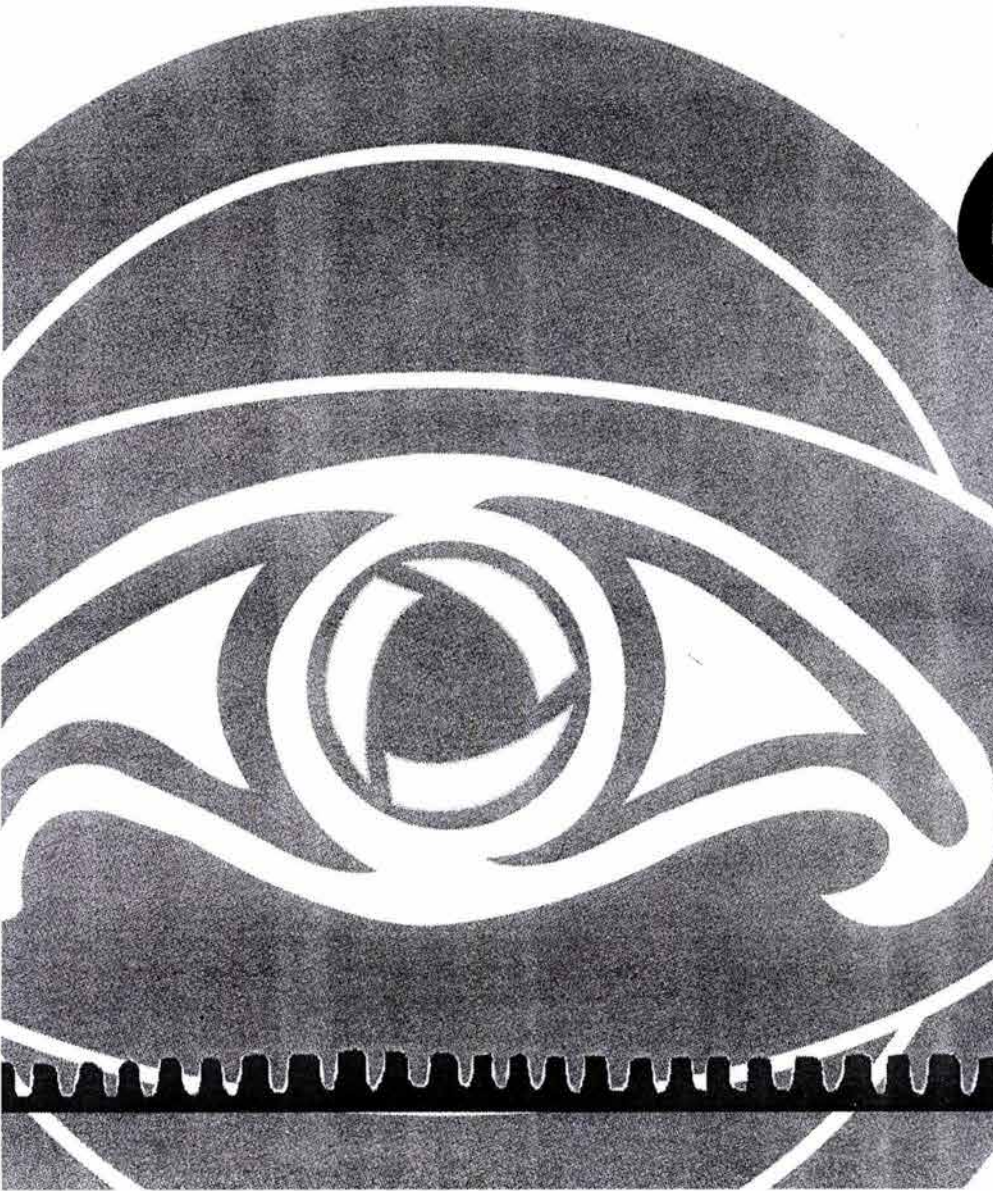


2. LA FOTOGRAFÍA Y EL FOTORREPORTAJE

“En una familia grande, todos saben que las buenas relaciones no impiden que a veces los primos, primas, tíos y tías tengan conversaciones tumultuosas o fatigantes. Cuando siento que el tono va a subir, saco el álbum de las fotos de la familia. Todos se precipitan, se sorprenden, primero bebés, luego adolescentes; nada puede enternecerlos más y, muy pronto, el orden vuelve a reinar.”¹

es un rasgo natural de la civilización humana el querer tener un recuerdo de lo que sucedió. Todo mundo quiere retardar los momentos especialmente buenos y nunca olvidar esa vivencia; cuando la gente recurre a la fotografía piensa que ésta realizará su cometido, porque eso básicamente hace la cámara fotográfica: captar imágenes *-por su cualidad fáctica-* más el fotógrafo retrata siempre con una finalidad, aunque el grueso de la gente y los fotoaficionados no estén concientes, la fotografía es maleable al antojo del fotógrafo aun en esas fotografías de álbum familiar; más la fotografía no se limita a un uso tan parco de la vida social.

Durante la introducción de la presente se justifica la pertinencia de elegir a la fotografía como medio en la realización de esta Tesis; los diseñadores gráficos recurren continuamente a la fotografía como recurso imprescindible en su labor profesional, esto hace que la técnica fotográfica tenga un lugar considerable en las distintas áreas donde el diseñador gráfico se desarrolla.

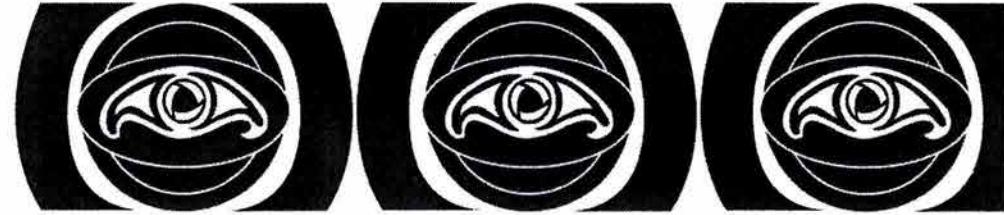


2.1 EL RECURSO GRÁFICO DE LA FOTOGRAFÍA

La fotografía se desarrolla sin necesidad de otras técnicas o formas de representación gráfica, desde su invención (*oficialmente, junio de 1839*) ha ido de la mano con las formas de reproducción en serie causando a la vez su abaratamiento, *-factor que la acerca a los bolsillos del público en general-* también es necesario decir que es un medio dominado “por la tecnoestructura cuyo objetivo persigue la creación incesante de nuevas necesidades.”² El mundo de la publicidad ejerce esta inercia y se ve reflejada en el bombardeo de imágenes que a diario recibimos en los medios masivos de comunicación, por esto mismo, la tecnología fotográfica también ha evolucionado enormemente, sobre todo en este nuevo siglo no únicamente se ha avanzado en la fotografía análoga y sus materiales, ahora también se puede hacer uso de la tecnología digital y lo único que la separa de la análoga es la calidad de resolución al imprimirse una imagen.

Análogas o digitales las fotografías que aparecen en las publicaciones son “uno de los medios más eficaces de moldear nuestras ideas y de influir en nuestro comportamiento”³ y en todo lugar y momento de nuestra sociedad se manifiesta esta intención. Por esto la gente necesita nuevamente individualidad de ser y de decidir frente los demás, no quedar fuera de tanto acontecimiento y tanta tecnología. “Hacer fotos se le antoja como una exteorización de sus sentimientos, una especie de creación. Así se explica el creciente número de fotógrafos aficionados que hoy se cifra por cientos de millones y que tiende a incrementarse cada día más.”⁴

Con la fotografía se dan distintas motivaciones que a la vez satisfacen la comunicación entre los demás y el intercambio de sentimientos, el revivir añoranzas; la fotografía se encarga de encerrarlas en una esfera en contra del tiempo; la realización de un individuo al poder observar su evolución (*como el caso extremo: José Luis Cuevas*); en otras ocasiones juega a ser un juez



Mi familia; gráfico 19



el papel de la fotografía en la presente es de desarrollar una historia de imágenes a manera de documento social acerca del tianguis de Santiago Tinguistenco

aparentemente imparcial del prestigio social, satisfaciendo no solamente eso sino también proezas técnicas, al fotografiar testimonios de una realidad personal o algún trabajo de gasto ostentador con fin publicitario; y de estos actos se desprende una autorrealización por parte del fotógrafo al cederle cierto poderío que va más allá de una simple distracción.

“En la vida contemporánea, la fotografía desempeña un papel capital. Apenas existe actividad humana que no la utilice de uno u otro modo. Se ha vuelto indispensable tanto para la ciencia como para la industria. Es punto de arranque de mass media tales como el cine, la televisión y las video-cassettes. Se desarrolla diariamente en los miles de periódicos y revistas.”⁵
“Uno de sus rasgos más característicos es la idéntica aceptación que recibe de todas las capas sociales. Penetra por igual en casa del obrero y del artesano como en la del tendero, del funcionario y del industrial.”⁶

Por estas circunstancias sociales la fotografía tiene una larga vida en los años venideros y por lo tanto es una opción viable a elegir como instrumento de documentación gráfica.

Por su cualidad fáctica, el papel de la fotografía en la presente es de desarrollar una historia de imágenes a manera de documento social acerca del tianguis de Santiago Tinguistenco.

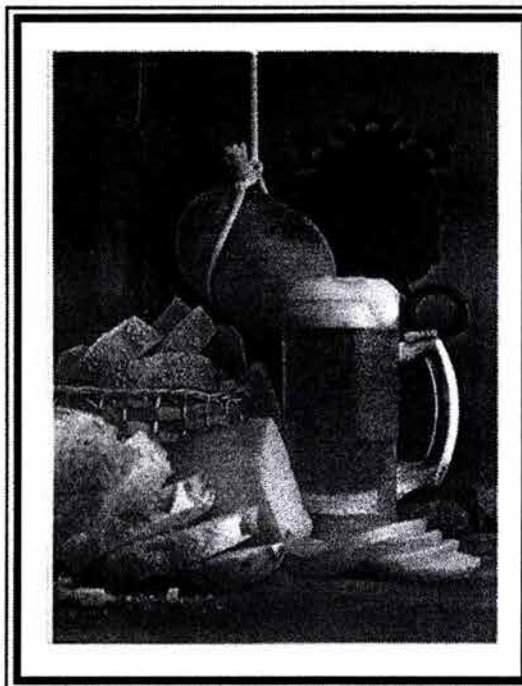
Con este segundo capítulo se completa el marco teórico para que el tianguis de Santiago Tinguistenco sea visto por el Diseñador Gráfico valiéndose de una paleta con matices históricos, etnográficos, económicos y fotográficos, siendo este último el más importante ya que la presente es un documento de carácter gráfico-social; y para comprender y clasificar este trabajo como un fotorreportaje analicemos el siguiente subapartado.

2.2 FOTOGRAFÍA APLICADA

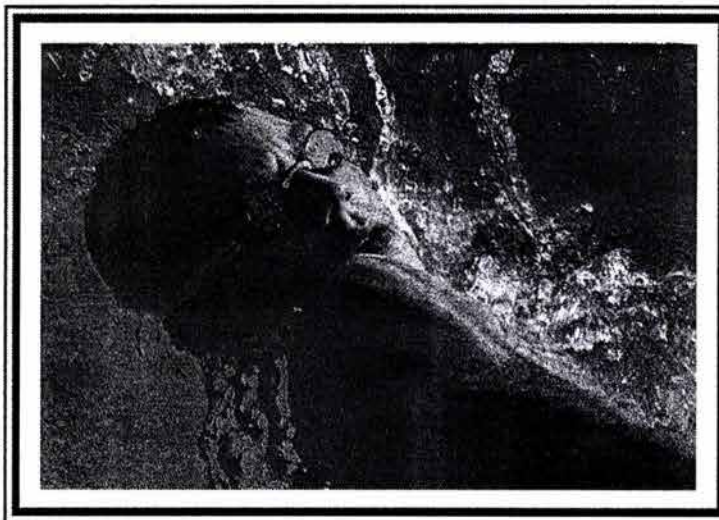
Una de las predisposiciones de la fotografía es su versatilidad para aplicarse. La fotografía es adoptada y acoplada a muchas tareas del ser humano, los alcances de la ciencias y las actividades comerciales aumentan al valerse de tan apropiado instrumento. Para esto la fotografía se ha extendido y ramificado en distintas áreas; esto es una revisión sin pretender ser un muestrario detallado de todas las aplicaciones de la fotografía; nos sirve para delimitar los alcances de este trabajo:

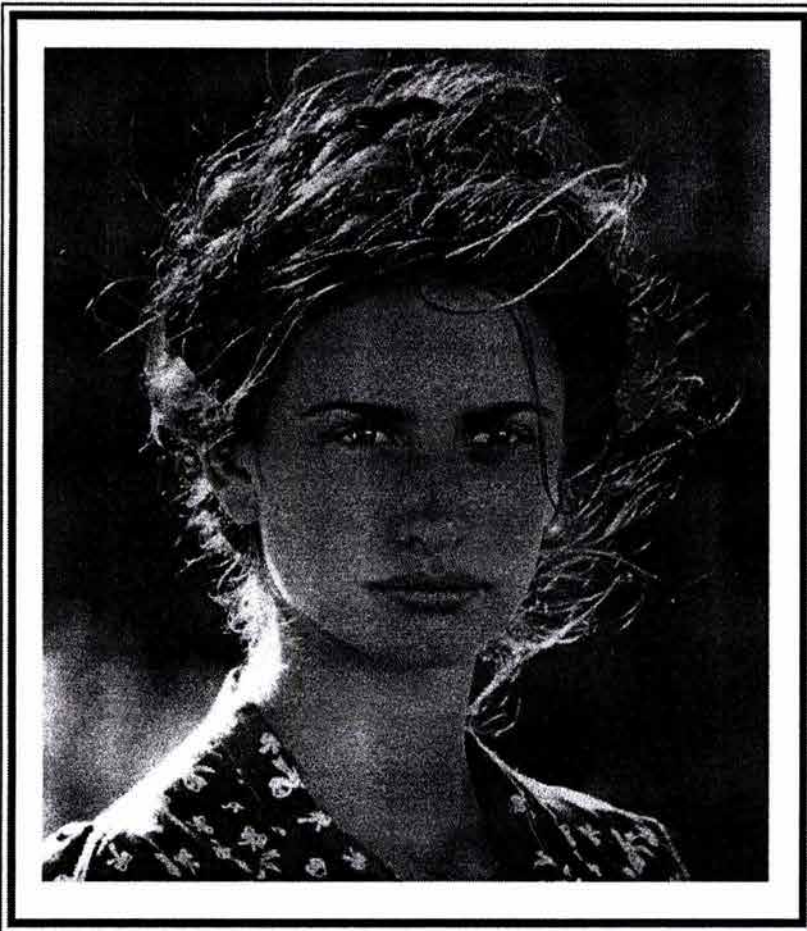
Fotografía científica y técnica. La exactitud de observación que requieren las investigaciones científicas obligan al hombre mismo, valerse de la fotografía. La vista es limitada y no puede maximizar imágenes como el zomm de una cámara, “tiene limitaciones como instrumento de observación directa: responde sólo a un espectro limitado de longitudes de onda y funciona dentro de un intervalo de luminosidades muy estrecho, lo que significa que no percibe los objetos demasiado luminosos ni los que son demasiado poco. También es incapaz de seguir los movimientos muy rápidos o los cambios que se producen a lo largo de horas o días. En cuanto al tamaño, los objetos de manos de aproximadamente 1/10 de mm resultan prácticamente invisibles. En todas estas situaciones, la fotografía es una herramienta de análisis superior a la vista.”⁷ O en los casos en que los objetos se encuentran demasiado lejos que parecen inalcanzables, como pasa en la astronomía.

Fotografía médica y forense. No es fotografía de cuerpo o figura humana porque no tiene un fin comercial o social; este tipo de fotografía existe solamente con la intención de aclarar la función de un cuerpo y sus órganos, “se usa para facilitar el establecimiento de diagnósticos, para controlar el efecto de determinados tratamientos y para registrar operaciones quirúrgicas y muestras de todo tipo.”⁸ Y en esencia la medicina forense y su aplicación judicial busca lo mismo en la fotografía; con ella



el product shot y el deporte
gráficos 20 y 21





el retrato; gráfico 22

se revelan los rasgos más importantes en una investigación legal o médica; “la fotografía aporta pruebas que facilitan la resolución de los más complejos casos criminales o penales y su campo de acción cubre la toma de fotografías de accidentes y lesiones, la reproducción de objetos robados y los retratos de identificación.”⁹

Fotografía aérea. Dependiendo la altura a la que se encuentre la cámara habrá objetos que se puedan fotografiar, no es lo mismo tratar de fotografiar la vista aérea de un estadio a la de un continente, y con esta aseveración se descubre que no sólo con aviones se logran tomas aéreas. Las tomas tienen que ser desde el aire o del espacio exterior hacia la tierra para entrar en esta clasificación “La fotografía aérea es una herramienta muy valiosa en planificación urbana, investigación arqueológica, cartografía, oceanografía, silvicultura, localización de recursos naturales y espionaje militar.”¹⁰ Este tipo de fotografía bien puede considerarse como de paisaje pero ésta tiene aplicaciones distintas.

Fotografía de la naturaleza. No solamente a la especie humana se le considera en una clasificación para ser fotografiados, a la fotografía de plantas y animales se le considera fotografía de naturaleza. Los estudiosos de estos temas se sirven de la fotografía para contemplar un catálogo de especies en su habitat natural. Estas tomas sirven para su estudio científico, también son parte del arte de una enciclopedia o una revista.

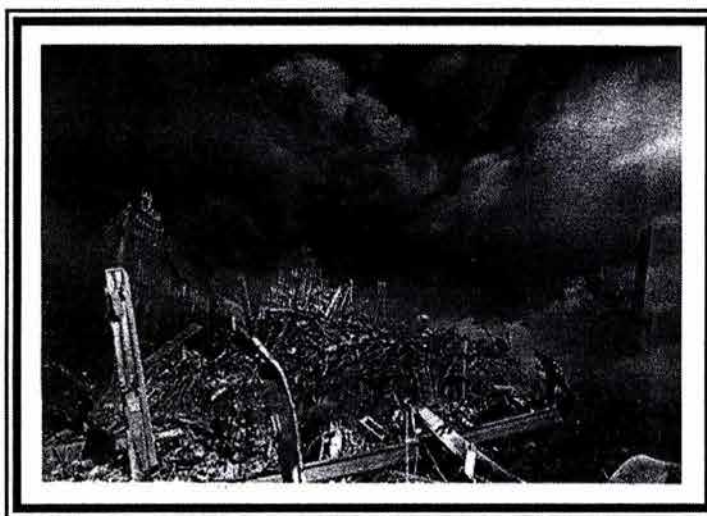
Fotografía de la figura humana. El preservar la imagen para la posteridad es una de las pasiones humanas. La figura humana y en especial el rostro, siempre serán temas de inspiración contemporánea; de hecho todo lo que el hombre crea a su servicio es a su semejanza y la fotografía no se queda fuera, lo que más se capta en las películas fotográficas son las personas en su más simple postura y esencia. Este tipo de fotografías son mas para un uso interfamiliar y social. La fotografía clásica: el retrato.

Fotografía de deportes. Aunque es una actividad común en cualquier sociedad, el deporte es una de las actividades de más multitudes. La prensa y otros medios le dejan un lugar especial en sus espacios. Los fotógrafos dedicados a esta línea en realidad se familiarizan con las películas y equipos aptos para las tomas deportivas, esto provoca que se le considere como una ramificación independiente.

Fotografía de arquitectura y paisaje. Toda construcción que salga de la cotidianidad siempre causa asombro, y un poco más a los especialistas en diseño y sus fundamentos. Siempre habrá un motivo que valga la pena fotografiar en las construcciones, se toman desde su comienzo, y en algunos casos hasta el final, como restos arqueológicos; de hecho las fotos con perspectiva abierta son de paisaje, y no se confunda con el concepto de campo rural. El paisaje pasa desde lo campirano, lo urbano, hasta lo industrial. "Tanto el paisaje como la arquitectura cuentan con un mercado amplio. Ofrecen un registro objetivo del entorno y dan una idea clara de las relaciones entre las estructuras naturales y las artificiales construidas por el hombre, sirven de publicidad a promotores de viviendas y agentes turísticos y constituyen imágenes atractivas por si mismas."¹¹ Es característico que en la mayoría de las fotos de arquitectura y principalmente de paisaje, aparezca la línea de horizonte, un elemento clásico en este tipo de tomas.

Fotografía publicitaria y de ilustración. La mayoría de las aplicaciones antes citadas llegan a servir como parte de la publicidad, pero esta en especial puede y está diseñada específicamente para eso, son clisés prefabricados con el fin de que vendan. Las fotos de esta clase pueden ser parte de un folleto, un libro o alguna revista (*pensando en que tengan como fin un impreso aunque no necesariamente, pueden tener como fin la internet y solamente se baja la resolución*), se les da publicidad a servicios o productos

capta todo lo que el hombre ejecuta en sociedad. Abarca todos los intereses de una u otra forma, porque es un medio masivo de comunicación de simple decodificación, con un lenguaje universal: la imagen



el paisaje, gráfico 23

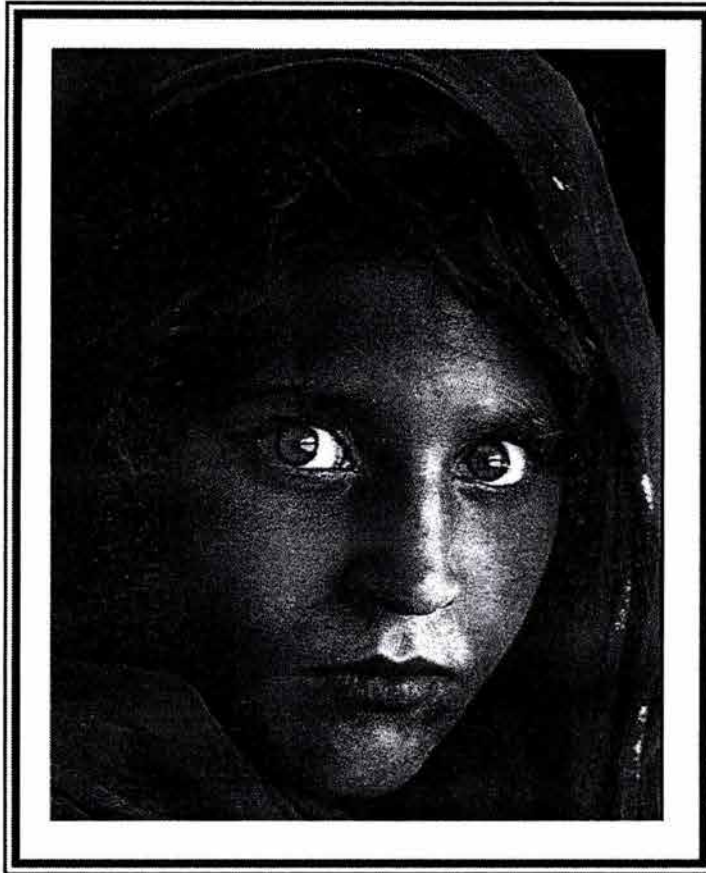


Gráfico 24 la foto de la niña afgana

(*product-Shot*) valiéndose de la leal técnica. No todas las tomas tienen que publicitar, algunas sólo ilustran. Las condiciones de trabajo son señaladas por el director de arte, se siguen las reglas ya estudiadas por otros profesionales y es un trabajo meramente profesional y con un equipo multidisciplinario. Este tipo de fotografía por su calidad controlada, se presta a su manipulación análoga o digital (*los fotomontajes*). Para estas fotos, existe la mayor variedad de equipo y materiales. En esta rama de la fotografía los diseñadores gráficos la asumen como un modo de vida profesional, se cuenta con el factor creatividad y con los conocimientos adecuados sobre la técnica.

Fotografía de periodismo gráfico. Una última clasificación para este subapartado, la médula de este trabajo. La sociedad mundial reconoce al fotorreportaje como un medio (*originalmente informativo*) acaparador de toda la atención e interés; es simple, la fotografía de periodismo gráfico es socióloga: capta todo lo que el hombre ejecuta en sociedad. Abarca todos los intereses de una u otra forma, porque es un medio masivo de comunicación de simple decodificación, con un lenguaje universal: la imagen. Hay fotografías que son un poco más que eso, rebasan las expectativas, tal es el caso de la foto más famosa del National Geographic: "Una foto, una sola foto, ha logrado que miles de personas se sensibilicen ante la tragedia de los refugiados y hagan algo para ayudarlos. Mucha gente incluso se alistó como voluntario para socorrer a las víctimas. Desde que apareció la foto de la niña afgana"¹²

La finalidad de la fotografía de reportaje es básicamente ilustrar gráficamente los hechos, dan al espectador una idea visual generalizada de la realidad.

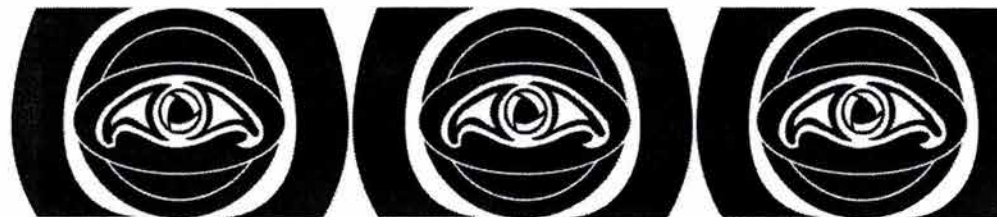
2.3E L FOTORREPORTAJE

La fotografía de reportaje llega al público en general por conducto de los medios masivos, principalmente en los diarios donde se le presta un carácter documental. Es la fotografía más improvisada, y esto dificulta su realización porque tiene que ser además actual e inmediata. Interpreta la realidad más que obtener una copia exacta; dicha interpretación nace del fotógrafo apoyada en las notas a pié de foto o de página.

Puede exhibirse sin un contexto editorial o publicitario, si esto sucede al momento adquiere otra interpretación: la de obra de arte. “La producción de una imagen perfecta por medio de la fotografía es un arte, la producción de un negativo técnicamente perfecto es una ciencia”¹³; ésta cita pone en evidencia la dicotomía arte-ciencia inseparable en la fotografía - *en cualquiera de sus aplicaciones*- y que en la presente también se toma en cuenta, ya que este capítulo contiene tanto aspectos históricos-sociales como técnicos de la fotografía. La labor del diseñador gráfico pudiera encajar en “la producción de una imagen perfecta.”

“La fotografía inaugura los *mass media visuales* cuando el retrato individual se ve sustituido por el retrato colectivo. Al mismo tiempo se convierte en un poderoso medio de propaganda y manipulación. El mundo en imágenes funciona de acuerdo con los intereses de quienes son los propietarios de la prensa; la industria, las finanzas, los gobiernos.”¹⁴ El que paga decide que se puede ver para que sólo eso se pueda dar a conocer, “la utilización que la gente de prensa hace de la fotografía ‘debiera ser’: el fotógrafo de prensa transmite la imagen de lo que no ha visto del mismo modo que su colega periodista testimonia por escrito.”¹⁵

Con el fotorreportaje se puede dar testimonio de los



el fotógrafo de prensa transmite la imagen de lo que no ha visto del mismo modo que su colega periodista testimonia por escrito



lo que llega a las rotativas no se decide con el criterio del fotógrafo o del reportero porque depende de todo un equipo que funciona con sus políticas

acontecimientos por su naturaleza objetiva como técnica. Sin embargo en ocasiones no se puede presentar unas tomas tan realistas por muy objetivo que se quiera realizar un trabajo, existen prohibiciones morales, "impiden a veces a los reporteros gráficos a tomar clisés, éstos solamente sirven para determinar ciertos enclaves en el área de lo fotografiable sin, no obstante, determinarlo."¹⁶

El verdadero mensaje entre líneas (*lo que el fotógrafo decide tomar y lo que la editorial decide publicar*) que existe entre la auténtica libertad de prensa y lo que llega a las rotativas no se decide con el criterio del fotógrafo o del reportero porque depende de todo un equipo que funciona con sus políticas, la libertad auténtica de la que hablamos queda en segundo plano; como lo que debería de ser. La consideración del fotógrafo y la valuación por parte del editor va a depender de que tan cautivante sea la toma para el espectador, no depende del valor intrínseco de la obra y de la cual emanan muchas expresiones; "sino sobre todo del carácter excepcional del encuentro entre un suceso fortuito (*habitualmente dramático*) y el fotógrafo: hay que estar allí en el mismo momento en que el acontecimiento se produce,"¹⁷ y que por lógica es muy poco probable que se de una casualidad con estas características. Se presentaría lo que en fotorreportaje se conoce como foto-choque, es decir una fotografía que habitualmente es dramática, producida de una manera imprevisible e instantánea.

Parece de sobra apuntar que para lograr un foto-choque se necesita de una amplia experiencia por parte del fotógrafo; un profesional que sepa captar movimiento y un equilibrio asimétrico en sus tomas, haciéndola ver lo más lejos posible de una foto prefabricada y posada, que cuando se tenga que tomar un retrato no se vea como un documento de filiación sino como una imagen que te diga que siente aquel individuo que ha sido sorprendido en algún acto de importancia para él; y que sus gesticulaciones nos cuenten de su personalidad, todo esto sin

sobrepasar los lineamientos de la editorial y además lo que la sociedad aprueba como reproducible a la opinión pública, a la cual censura y pertenece.

El reportaje en imágenes es más viejo que la fotografía. Los ilustradores del siglo XIX a la vez eran reporteros e iban al lugar de los hechos para encuestar a los individuos que presenciaron el hecho para que él se encargara de representar la escena en una ilustración apoyándose del grabado en madera y, por la temática que manejaban esas ilustraciones podemos vislumbrar que no hay una diferencia con los fotorreportajes de un siglo después donde los temas bélicos, catástrofes, paisajes y problemática social son los dominantes; a diferencia de que hay (*todavía*) ilustradores que pueden recrear una escena, aún cuando ésta ya hubiera pasado; y el fotógrafo difícilmente puede coincidir en el tiempo y espacio de los hechos. Esto nos hace reflexionar de que si en realidad se quiere informar o vender imágenes conmovedoras y sensacionalistas; la prensa aún continúa con la tradición de dibujar la realidad que no pudo captar la lente, sobre todo en la prensa europea.

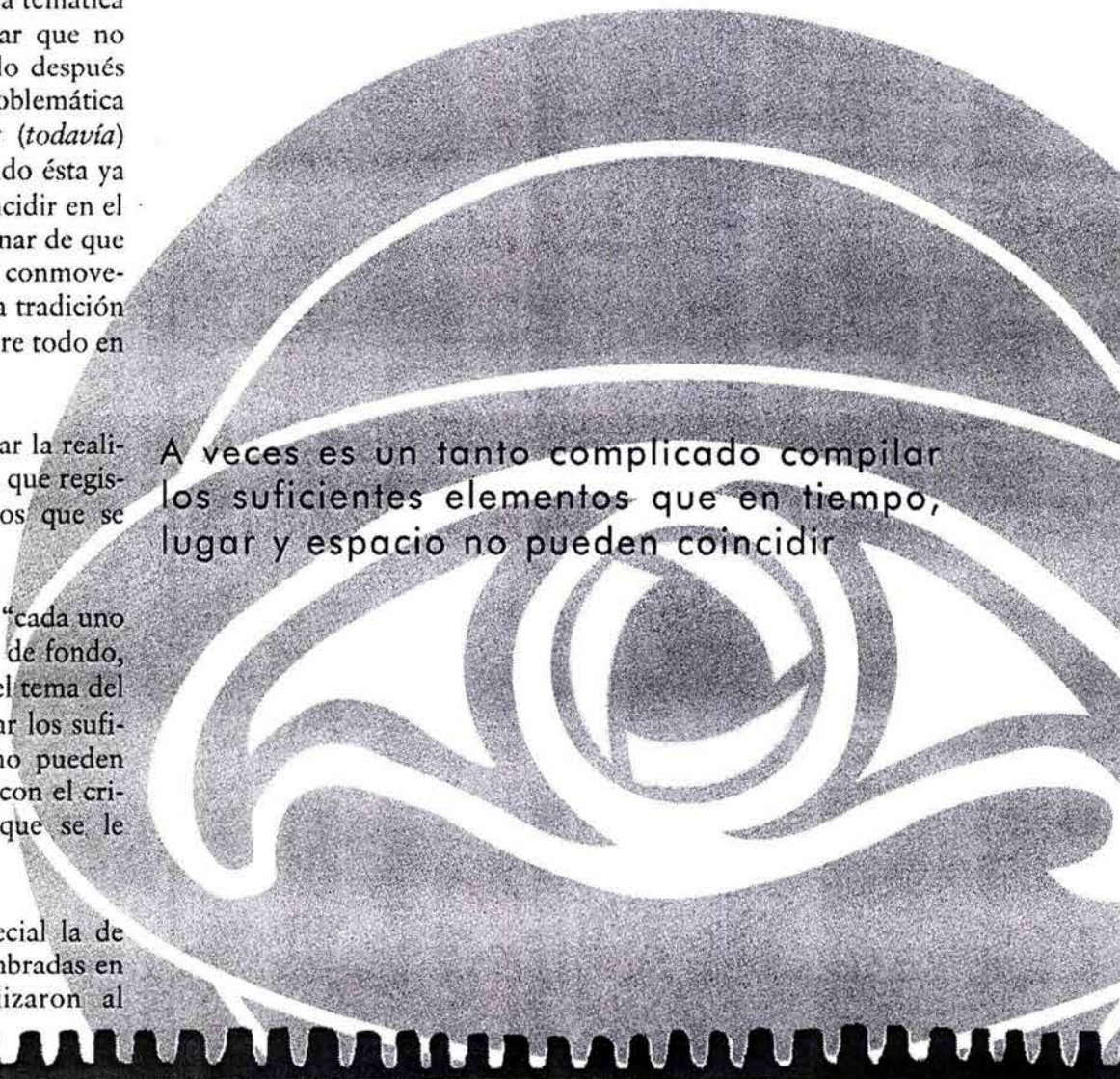
Con la ilustración, se tiene la oportunidad de deformar la realidad al antojo, hecho que en la fotografía no sucede ya que registra hasta el mínimo detalle sin variaciones a menos que se recurra al fotomontaje.

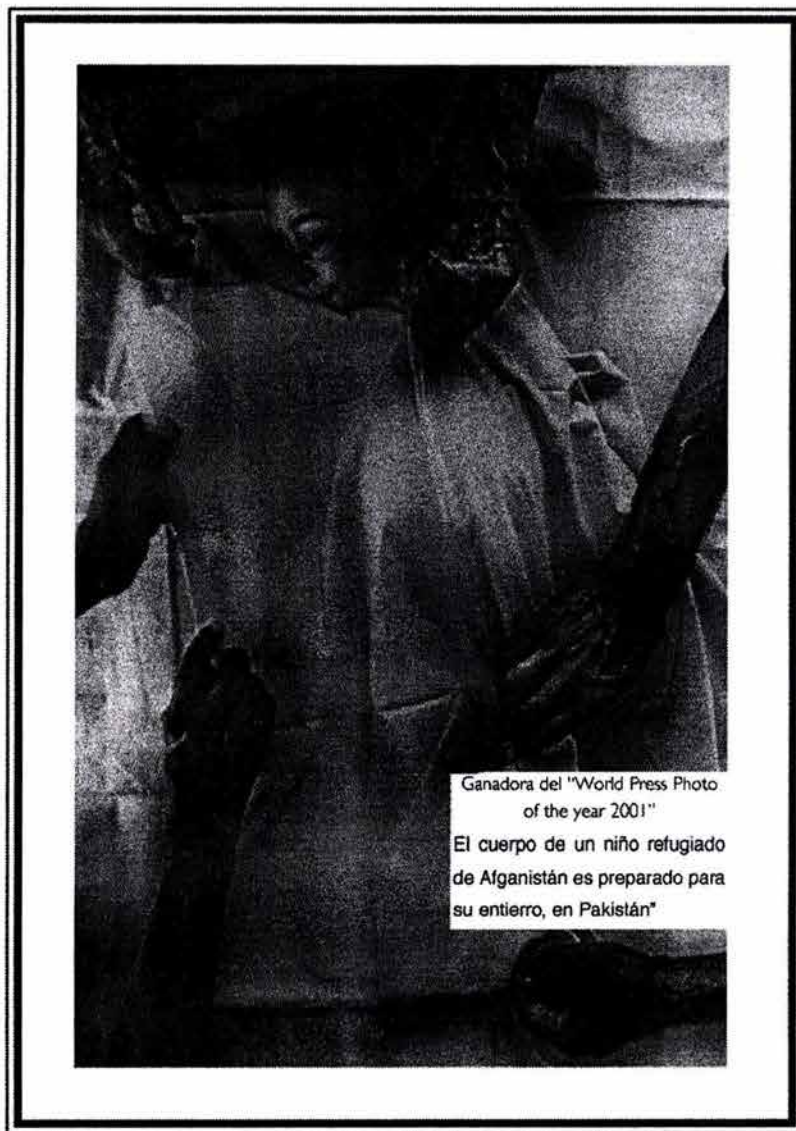
Las imágenes de las fotografías deben ser simbólicas, “cada uno de los objetos de la fotografía debe remitir a un telón de fondo, a una ‘memoria’ y resumir por su sentido connotado el tema del reportaje.”¹⁸ A veces es un tanto complicado compilar los suficientes elementos que en tiempo, lugar y espacio no pueden coincidir, o en otros casos los fotógrafos no cuentan con el criterio e iniciativa para poder valorar los hechos que se le presentan.

Muchas de las facultades de la fotografía y en especial la de 35mm son mal aprovechadas, estas y otras serán nombradas en el subapartado 2.5, subrayando las que se utilizaron al



A veces es un tanto complicado compilar los suficientes elementos que en tiempo, lugar y espacio no pueden coincidir





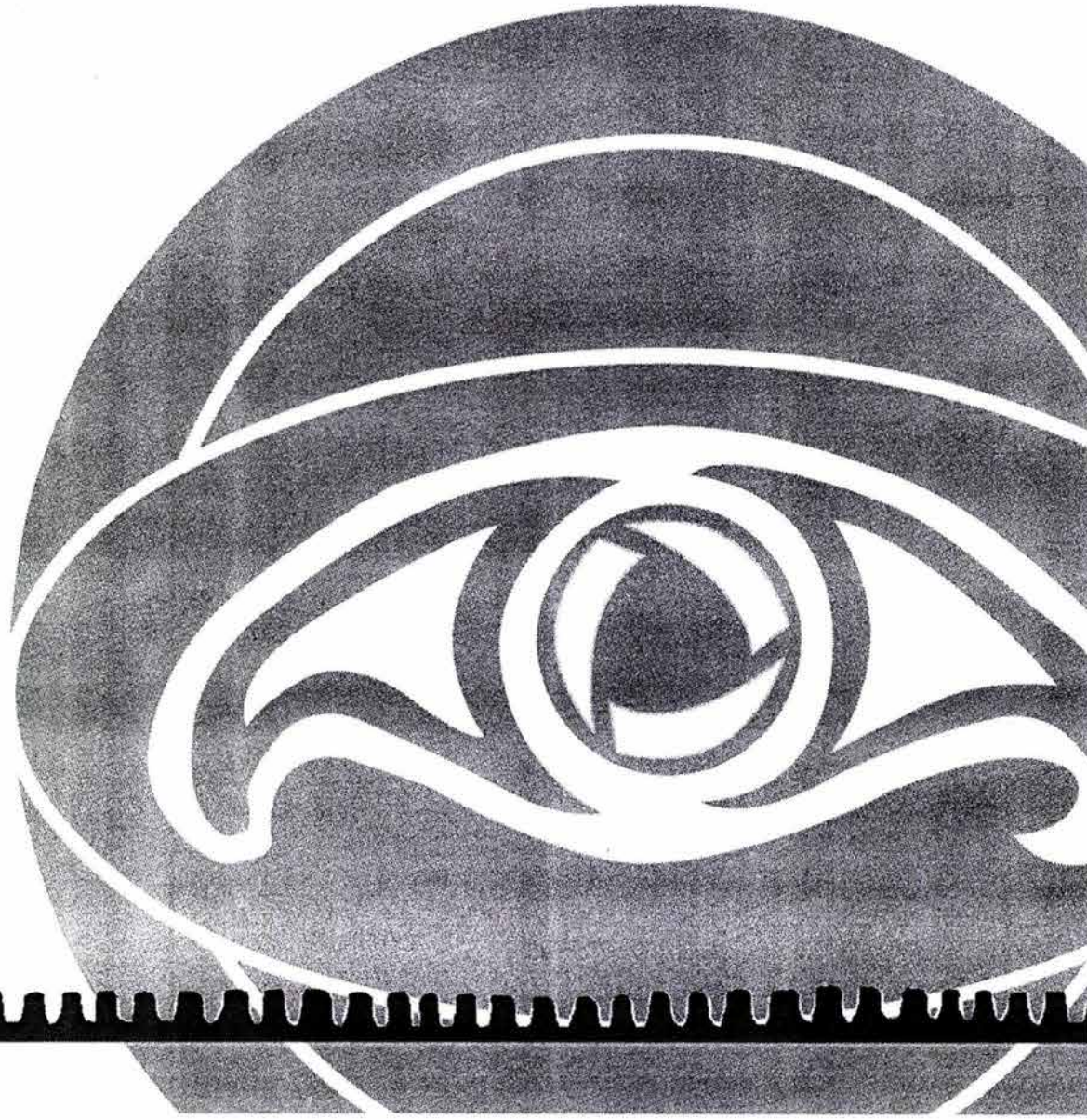
el fotorreportaje, gráfico 25

fotografiar el mercado de Santiago Tianguistenco.

La responsabilidad moral de la gente que dirige medios masivos como la prensa a veces es nula, y por si fuera poco carecen de ética profesional. La fotografía de prensa es considerada mala por "muchas gente y sus representantes son objeto de desconfianza y desdén. Al igual que en los primeros días de su invención, la fotografía atrae a muchas personas que creen haber encontrado en ese oficio fácil de aprender, un medio de ganarse la vida, sin que nada les haya preparado para ejercerlo. A estos últimos se añade una nueva raza de reporteros, nacida en Italia en los años cincuenta, los paparazzi. Sus éxitos no hacen más, que aumentar la depredación del oficio",¹⁹ por sólo importarles la adquisición de una foto sensacionalista, muy bien cotizada.

A la gente se le tiene que concientizar para poder apreciar un fotorreportaje por su contenido social y no por su apariencia espectacular. Enseñarlo a tomar en cuenta su valor intrínseco, capaz de despertar un sin número de emociones; la finalidad es poder llegar a crear la conciencia de que un fotorreportaje no tiene que mostrarse siempre catastrófico, como las imágenes de una matanza, una guerrilla o un asalto; imágenes que los receptores estamos acostumbrados a mal digerir. Se manipulan irresponsable y peligrosamente los ideales y la estabilidad social, de paso se venden como mercancía de novedad. Poca conoce de la importancia de la fotografía y sus aportaciones a la vida diaria, pueden pasar horas enteras frente al televisor sin percatarse que la programación ha terminado; ni siquiera se tiene presente a su inventor (*Nicéphore Niépce*) que como tantos visionarios, murió en la miseria sin presenciar la cúspide de su creación y su actual acorriamiento y, que para poder cambiar el mal enfoque marcado por los mass media sería necesario considerarla como una obra de cultura, "despejar el sistema de normas que presiden su fabricación"²⁰ y poder considerarla como un documento sociólogo y autónomo para en verdad informar aspectos de la sociedad de una manera analítica y objetiva.

Falta bastante por hacer, y la postura de *Pierre Bourdieu* que acabo de citar -y a la cual me adhiero- se vuelve utópica sobre todo en un país carente de una cultura de valorización e interpretación del arte fotográfico y la obra de arte en general; lo que hoy preocupa es vender, y generalmente este tipo de reflexiones se quedan solamente a ese nivel.





2.3.1 EL FOTORREPORTAJE EN MÉXICO.

"Envió las fotografías que se tomaron en Querétaro después de la ejecución, es decir del chaleco del criado de Maximiliano, que llevaba el emperador, a quien se había robado su ropa, así como de los retratos del grupo de soldados que le fusilaron. Me ha proporcionado estas fotografías el médico en jefe que embalsamó a Maximiliano o, por mejor decir, que le embalmó pues le puso grandes ojos negros por falta de ojos azules. Estas fotografías han sido hechas en secreto" 21

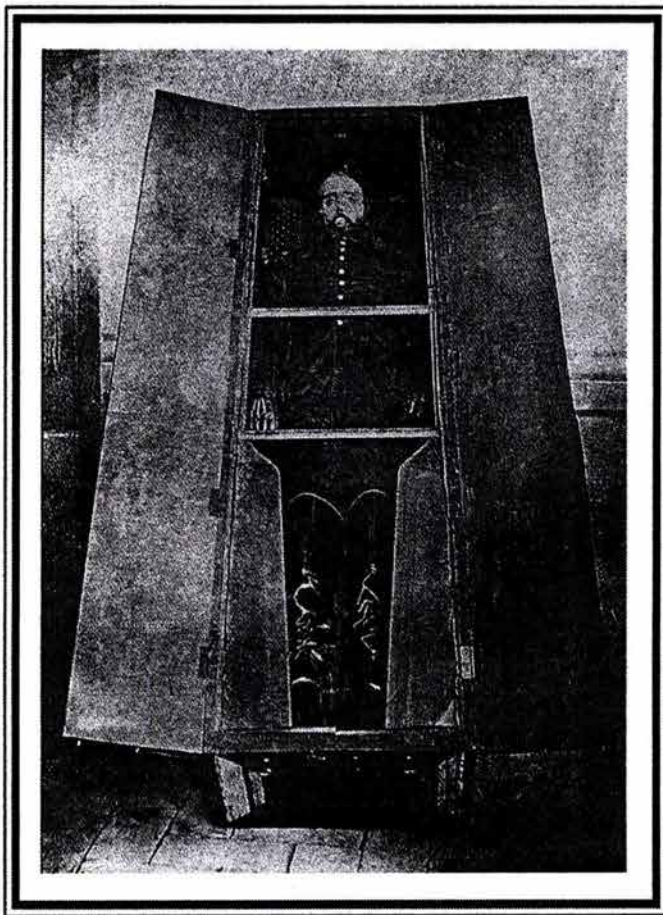


gráfico 26

El párrafo citado es el testimonio de un anónimo gacetillero, en septiembre de 1867; el caso descrito en él es la primera situación fotografiada y considerada como fotografía de reportaje en México, aunque nadie lo consideró así en su momento; de ahí partiremos.

A la fotografía siempre se le ha utilizado como un referente para evaluar la historia del hombre de estos dos últimos siglos, pero en sí, ella misma conforma su propia historia. Los usos van desde la investigación, reconocimientos geográficos, retratos de la burguesía del siglo XIX, etc.; independientemente la fotografía es un ente al que se le puede redactar su línea de existencia.

Ya explicamos que el reportaje en ilustración fué desbancado por la fotografía; con la fotografía se verificaba y comprobaba toda noticia, ya que si éstas no iban acompañadas de una imagen, no eran fidedignas.

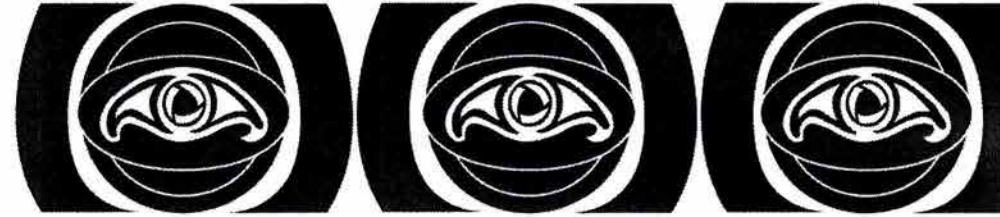
"El foto reportero, el fotógrafo de prensa y el trotamundos se convirtieron en personajes casi míticos, encarnación del aventurero en un mundo de transformación en el que ya no quedaba nada por descubrir, porque se enfrentaba cara a cara con peligros, arriesgaba su vida en los frentes de batalla o en la búsqueda de la noticia, el foto reportero alimentó durante casi medio siglo no sólo las páginas de los periódicos y las revistas que lo

empleaban, sino una literatura (y una paraliteratura) que contó sus gestas en forma de autobiografías, relatos en primera persona, e incluso tiras cómicas y películas” 22

De la misma manera aunque no de forma absoluta, la fotografía ha sido desplazada parcialmente por la radio y la televisión, ya que ellas le aventajan en velocidad. La fotografía asimismo ha ganado campo en la publicidad y en el cine. Y separando de la fotografía al fotorreportaje como un ente capaz de ser por sí mismo, va más allá de una coincidencia al tener una cámara por casualidad o retratar una **efigie** de portada o página principal de un diario. De ahí la necesidad de redactar este subapartado dedicado a las proezas del fotorreportaje en México.

Durante la época de la intervención francesa y el breve imperio de Maximiliano, la litografía y el grabado tuvieron un acierto especial a su favor, la tecnología contribuía al cambio de la historia una vez más. Las imágenes se podían ya reproducir en medio tono, traduciendo los clisés en pequeños puntos de diferentes densidades para lograr el gradiente tonal en el soporte; así la noticia en fotografía impresa en ciertos ejemplares fue todo un acontecimiento.

Uno de los pilares del oficio del auto reportaje fué Francois Aubert; él trabajaba para el imperio. Aubert y compañía era el nombre de la razón social que Francois dirigió, y uno de sus fotógrafos de esa compañía se encontraba en el momento en que Maximiliano fué apresado en Querétaro, junio de 1867; este hecho es el párrafo que se describe al comienzo del subapartado. Las tomas eran de los sitios en que Maximiliano estuvo antes de ser fusilado; el lugar del juicio militar y en el mismo momento de su fusilamiento: “una extraña fotografía muestra al grupo de soldados que en la lejanía, conduce a los condenados al cerro de las Campanas. En el primer plano nopales destruidos por el paso de las tropas, agregan a una nota siniestra a la imagen. El fotógrafo no pudo, por razones técnicas quizás, aunque también por medidas de seguridad, capturar el instante supremo en los días sucesivos, sin embargo, completó su material fotográfico a la



El foto reportero, el fotógrafo de prensa y el trotamundos se convirtieron en personajes casi míticos, encarnación del aventurero en un mundo de transformación en el que ya no quedaba nada por descubrir

Las imágenes se podían ya reproducir en medio tono, traduciendo los clisés en pequeños puntos de diferentes densidades para lograr el gradiente tonal en el soporte



manera de Matthew Brady en el campo de la batalla de Gettysburg durante la contemporánea guerra de Secesión de los Estados Unidos: subió al cerro, tomó dos imágenes del lugar de la ejecución (*en una de ellas, el emplazamiento del emperador está indicado por una corona de cartón, una cruz de madera recostada sobre un cúmulo*) reunió luego al pelotón de fusilamiento, que posó en la fila de frente a la pared. Logró también penetrar en el recinto donde el doctor Degethoft embalsamó los cadáveres. Retrató el cadáver de Maximiliano en su ataúd, vestido de gala, con los ojos de vidrio de una Virgen de los Remedios cercana, y el de Mejía, sentado en una silla, encorvado, el maxilar pendiendo en una horrible mueca.”²³

Otra toma presentaba las ropas ensangrentadas del emperador sobre una mesa, su camisa, el pantalón y chaleco de Mejía; aparte una vista del carro que traslado a Maximiliano al lugar de su muerte. Por su puesto Aubert, absorbió el crédito de las fotos ya que su nombre pesaba sobre el de los demás fotógrafos, y pronto empezó la comercialización de este reportaje con una inmensa popularidad, y no sólo en México; estas fotos fueron retomadas para su explotación. Hubo otros trabajos de Aubert como el de la llegada de Benito Juárez a la Ciudad de México y otros trabajos con el mismo personaje.

Era el turno del general Díaz. A él le tocó montar un aparato de poder de escenografía. El fotógrafo Manuel Ramos lo retrató tomando juramento al ejército en todo un templete previamente armado. Al general Díaz le preocupaba la apariencia a los ojos de extranjeros y de los propios capitalinos por rescatar de una manera nostálgica los palacios a la manera del Segundo Imperio Francés; los miembros del gabinete también fueron representados de bulto.

Toda la figura de poder de Porfirio Díaz la logró por esas apariencias captadas por las lentes de los fotógrafos; los edificios y sus fachadas flamantes aunque en sus interiores inconclusos, el esplendor del paseo de la Reforma y los teatros reformados eran un deleite para los reporteros en aquella lúdica actitud de

aparentar. Y ahí va la fotografía y su evolución.

“Veinte años antes de los festejos de 1910 la fotografía ingresó a la prensa mexicana a iniciativa de Rafael Reyes Spindola, convencido porfirista y fundador de El Universal, El Mundo Ilustrado, el Imparcial y El Mundo; quien introdujo en 1896 rotativas de gran tiraje, linotipos alemanes y la técnica del medio tono utilizada en Estados Unidos a partir de 1810.”²⁴

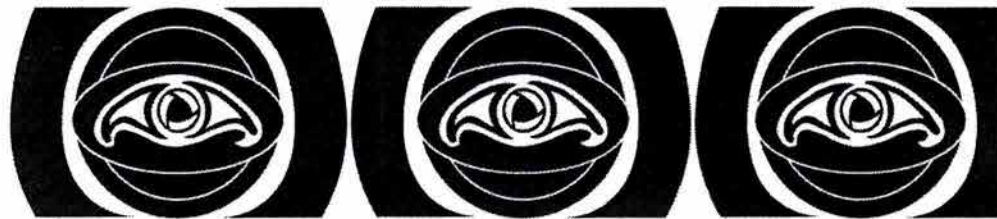
Aún con esto la fotografía de reportaje no tenía importancia de la que ahora goza, tan sólo acompañaba a las ilustraciones grabadas o litografiadas, se utilizaba como un recorte extra, viñeta o recuadro sobrepuesto. Sólo fué una novedad que vino como elemento adyacente, con la cualidad que a su vez se distinguía de las demás técnicas con objetividad y veracidad.

El país vecino del norte manejaba la prensa ilustrada con fotografía principalmente, y el empresario mexicano hace caso de esa influencia, en el impacto visual que provocaba un medio gráfico y sobre todo en una población con alto grado de analfabetismo. Y así la foto y el fotorreportaje fueron ganando el espacio en la prensa como medio de representación y de acompañamiento de la palabra escrita.

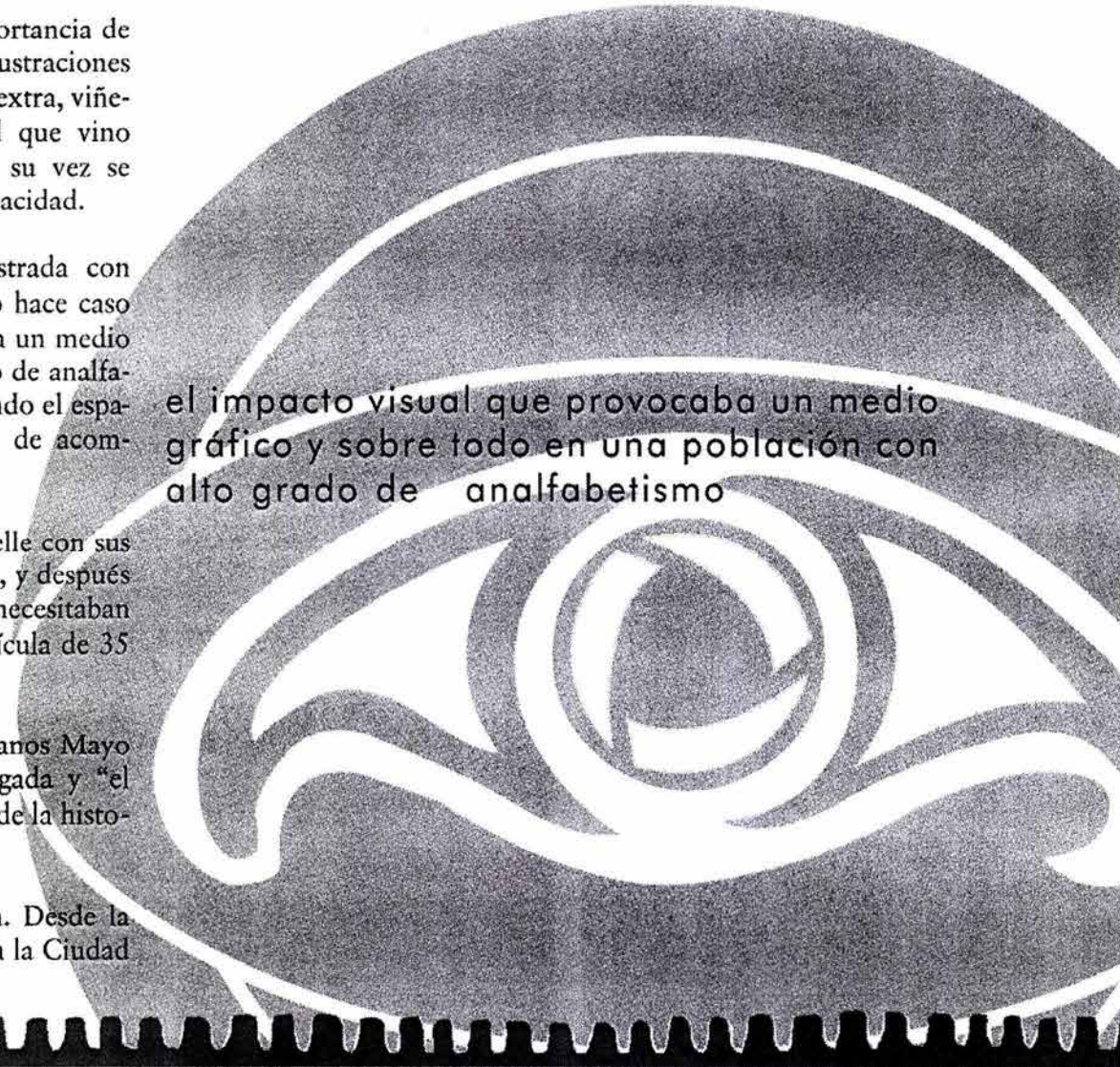
La herramienta a utilizar: primero las cámaras de fuelle con sus pesados tripiés, luego las manuales Kodak (Kodak 3^a), y después la Graflex que en buenas condiciones de luz no necesitaban tripié, posteriormente, la llegada de la Leica con película de 35 mm.

Y a pesar de la burla de los Casasola hacia los hermanos Mayo por la novedad, en pocos meses la Graflex es relegada y “el fotógrafo se convierte entonces, ya no en espectador de la historia, sino partícipe, y a veces en su creador”.²⁵

Y desde la Revolución tuvo su lugar y contribución. Desde la marcha de Madero que partió en Ciudad Juárez hasta la Ciudad



el impacto visual que provocaba un medio gráfico y sobre todo en una población con alto grado de analfabetismo





Y aún no se podía decir que el reportero gráfico era reconocido como tal...[] Hasta la aparición en escena de las revistas Hoy, y la heroica Rotofoto.

de México estuvo abarrotado de fotorreporteros, desde 1911 hasta 1917.

El encanto de la historia de la Revolución que hasta nuestros días continua rebasando fronteras en cuanto interés de extranjeros y por consecuencia de las prensa de los Estados Unidos: Jack Iroson, Jimmy Hare, Walter Horne, por nombrar algunos de la lista. Una revolución muy fotografiada y no sólo por fotógrafos, también lo hicieron espectadores y participantes que no tenían ni idea del trabajo que a la fecha se sigue produciendo.

Las imágenes más célebres: Francisco I. Madero sentado en el lobby de un hotel con su equipo de trabajo; también en otra toma montado a caballo en Chihuahua, en su carro en San Luis y luego la escena de su llegada a la Ciudad de México; estas tomas muestran a Madero de buen gusto, gente bien, apariencia totalmente encontrada con la de Pascual Orozco y Francisco Villa y que decir de “aquellos bandidos adolescentes, harapientos, cubiertos de cananas, con el fusil en alto, que se divisan en la otra orilla del Bravo desde los edificios más altos del Paso, alquilados por sus dueños a grupos cada vez más numerosos de curiosos. En Tijuana también durante las escaramuzas de la toma de la ciudad por los magonistas en 1911, algunos empresarios con imaginación alquilan tarimas en la orilla del río, para que los habitantes de San Diego observen las cruentas batallas... Algunas balas perdidas, de repente diezman a estos turistas, varios de los cuales aparecen ahí con sus cámaras en la mano”.²⁶

La fama que rodeaba a Madero fué creada por los reporteros de la época y sirvió como detonador para que los líderes rebeldes – *Zapata, Villa, Obregón y Carranza* – contrataron fotógrafos de prensa para que los beneficiaran con algunos clisés y a la vez divulgar sus hazañas y prestigio.

El caudillo Villa a caballo, el solitario y enigmático Porfirio Díaz, Madero a caballo; imágenes de autor desconocido avaramente adjudicados a estudios Casasola, “y estos piratas no siempre

estuvieron detrás de las cámaras”.²⁷

En 1911 Agustín V. Casasola funda la agencia fotográfica mexicana donde la producción crece, y por todos los puntos estratégicos del país hay un foto reportero para captar esa revolución tan diversa en ideologías. No así el punto de interés extranjero, sólo captaban lo que tuviese que ver con violencia y extrema miseria.

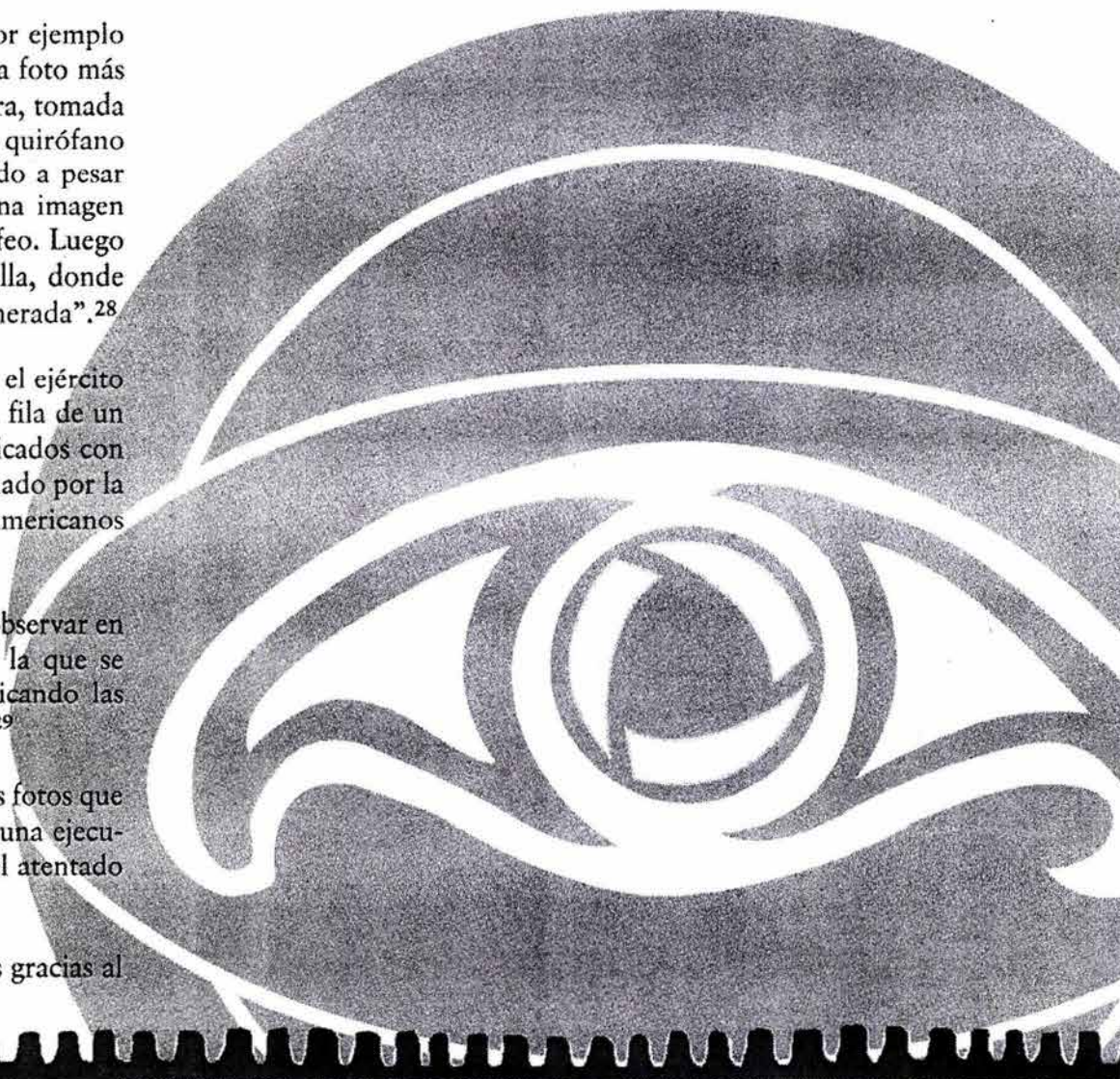
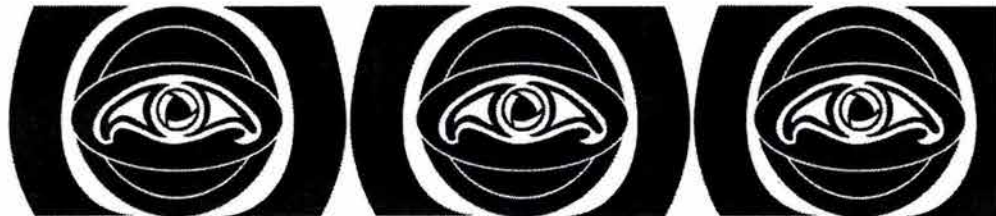
Cada personalidad fotografiada imponía sus estilo, por ejemplo “Alvaro Obregón propone un culto: el de su mano. La foto más célebre y celebrada del general es una hazaña de guerra, tomada por Jesús H. Abitia, asiste a la herida, entra en el quirófano durante la amputación. Obregón en camilla, sonriendo a pesar del dolor, con el brazo colgando a ras del suelo. Una imagen heroica, ahí en la imagen la mano se convierte en trofeo. Luego se elevará un monumento en el parque de la Bombilla, donde será expuesta hasta 1989, cuando finalmente fue incinerada”.²⁸

Los fotógrafos llegaban a pagar y a tener arreglos con el ejército para que los favorecieran dejándolos estar en primera fila de un fusilamiento y hasta que los prisioneros fueran sacrificados con condiciones óptimas de Luz. Villa, por ejemplo, fascinado por la fotografía vendía sus batallas a los reporteros norteamericanos por conseguir armas, fondos y prestigio.

“Lo interesante, nuevo e intrigante del lugar se podía observar en la vitrina de la tienda de Agustín Casasola frente a la que se aglutinaban los curiosos, en busca de noticias, verificando las imágenes, comprobando el estado de la Revolución”.²⁹

Año de 1896. La prensa El Mundo publica las primeras fotos que pueden considerarse fotorreportajes, tal es el caso de una ejecución en China del Dr. Carlos Glass, o la fotografía del atentado del presidente Porfirio Díaz.

Todo este tipo de prensa era impresa en medios tonos gracias al



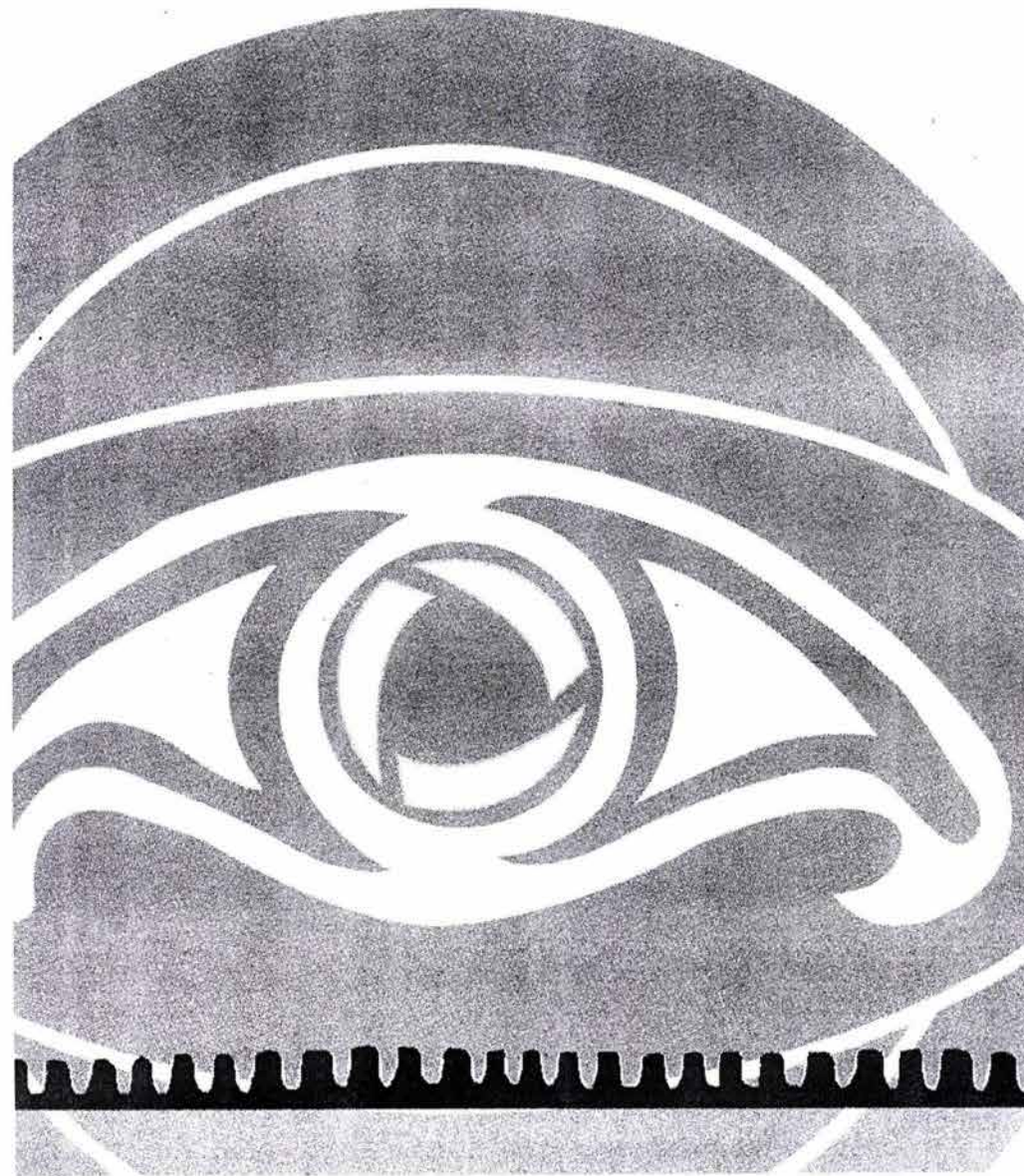


legado del “señor José Tabarrache, el fotograbador emigrado que trajo la tipografía artística, el procedimiento de grabar con goma cola lepapes y que perfeccionó el grabado en medio tono”³⁰ que, antes había sido introducido a México por Don angel Ortiz Monasterio, comodoro de la Armada.

Por otro lado, la prensa El Imparcial publica una excepcional fotografía de Manuel ramos: “una espectacular cogida del torero Segurita”.³¹ Fué la primer foto firmada al pie de la imagen. Y aún no se podía decir que el reportero gráfico era reconocido como tal. A pesar del surgimiento de revistas ilustradas como Artes y letras, El Tiempo Ilustrado, etc.; y de fotógrafos como los Casasola, Samuel Tinoco, Luis Santamarina y Uribe. Hasta la aparición en escena de las revistas Hoy, y la heroica Rotofoto.

Rotofoto es una propuesta que en su diseño es muy parecido al de la revista norteamericana Life. Era el año de 1937 y Rotofoto surge como un medio para el reportaje y el contenido político; participaban en ella: Ismael casasola, Antonio Carrillo Jr., Enrique Díaz y luis Zendejas. Una propuesta totalmente diferente por su calidad de impresión y diseño gráfico. “Sin precedentes, creemos en el periodismo de ningún otro país, Rotofoto todo lo dice por medio de la fotografía, que se vuelve a la elocuencia insospechada –escribe Antonio Rodríguez (...) convirtiendo a la fotografía en instrumento de insospechada ductibilidad, Rotofoto hace chistes fotográficos, da informaciones, ataca, alaba, caricaturiza y destroza. Pero al mismo tiempo que destruye, rompe la cabeza de varios títeres, Rotofoto establece la certeza de que por medio de la fotografía se pueden expresar más amplias gamas de lenguaje”.³²

La Herencia de Rotofoto al fotoperiodismo del país es una nueva visión a la publicidad y diseño en este tipo de publicaciones y además a la fotografía como documento veras y formal, elemento imprescindible. El registro documental que aportan los fotorreportajes (*desde aquellos tiempos y a la fecha*) tienen una doble importancia: “por una parte, reúnen lo que podríamos



calificar de testimonios que encierran en sí mismos la *fotografía de la historia* y por otra, si tomamos en cuenta los soportes, las técnicas empleadas y los fotógrafos que las realizaron, nos brindan un panorama en el que está implícita la historia de la *fotografía de nuestro país*".³³ Para una consulta amplia existe la Fototeca del INAH.

Es de suponerse que la maravilla llamada Rotofoto no podía durar mucho, sobre todo algunos fotógrafos contemporáneos apuestan a que el General Cárdenas tuvo que ver en su desaparición, ya que Rotofoto publicó una fotografía del presidente en traje de baño en un río. Más el maestro Carlos Monsiváis narra el real y funesto final: "Con rapidez, 'Hoy' se consolida, el semanario moderno, que combina la información política nacional e internacional, la interpretación satírica (*la sección 'la semana pasada' escrita admirablemente por Salvador Novo*), las colaboraciones de escritores famosos (*José Vasconcelos, el más constante*), las secciones de color local, modas, cine (*el crítico, Xavier Vilaurrutia*), deportes. Y en 1937, también Pagés dirige la revista 'Todo' y funda Cine y Rotofoto.

En especial Rotofoto es memorable y sus once números prueban la agilidad y las virtudes agresiva de su director. Fundamentalmente gráfica, Rotofoto es provocadora y divertida. En su primer número, por ejemplo, en la foto de la portada el Presidente Lázaro Cárdenas, en cuclillas, participa en un banquete a ras de tierra, acompañado de una indígena imperturbable. Luego el número incluye un reportaje gráfico de la Madre Conchita, una selección de fotos de Agustín Lara, la foto del ministro de gobernación Ignacio García Téllez posando sirénicamente en la playa y diversas instantáneas de pobres, no como denuncia sino como registro pintoresco. En otros números, se ve al General Manuel Avila Camacho corriendo en traje de baño, a Novo y José Mojica en poses estremecedoras para la época y, la causa del fin de la revista, el gran reportaje gráfico sobre el rebelde

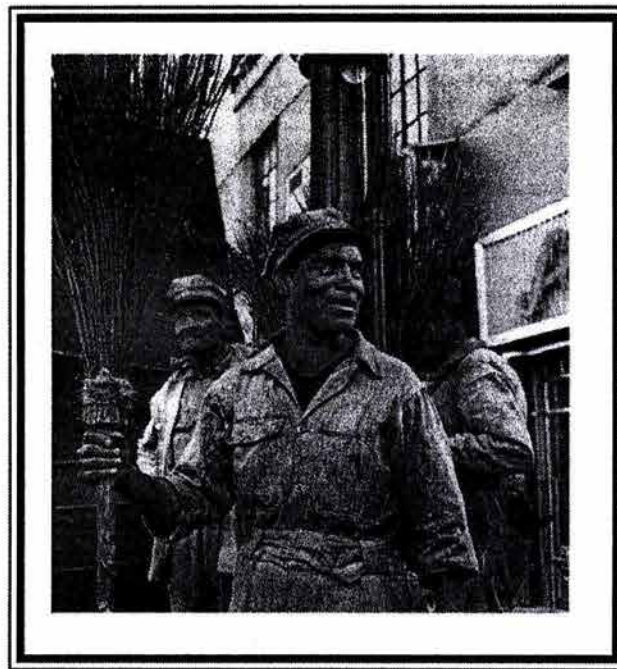


gráfico 27, barrenderos

"Ninguna, sin embargo, volverá a hacer el mismo hincapié en la imagen, ni propondrá jamás un periodismo visual tan imaginativo"



Desde 1947 hasta 1975 no se lograron abrir más espacios (museos) y hasta entonces, "gracias a la tenacidad de dos outsiders de la profesión, Héctor García y Nacho López, la fotografía penetró, por segunda vez, en el sacrosanto recinto museográfico"

Saturnino Cedillo en la Huasteca (*"yo me río cuando el gobierno lanza sobre mi pequeñas columnas para combatirme"*). El poderoso líder de la CTM, Vicente Lombardo, llama a ultraje, denuncia la revista y exige su cancelación. En su último número Rotofoto trae en la portada la imagen de Lombardo levantando el brazo derecho. A la foto la acompañan unas líneas: 'El agente de tráfico más conspicuo de México pretendiendo detener la circulación de Rotofoto. Lamentamos estar de prisa y nos resolvemos a cometer la infracción'. Rotofoto se defiende, pero en vano. Encabezados por Lombardo, varios líderes promueven una huelga en la revista, el asalto y el incendio de sus instalaciones."³⁴

El responsable del fotorreportaje, Enrique Díaz, fotógrafo que logra captar (*en otros trabajos*) una nostalgia de la revolución que el Cardenismo quería postergar, el militar y la soldadera despidiéndose en las vías.

Y así como llegó el término de Rotofoto se concluyó un capítulo en la historia del fotorreportaje. Hubo otras publicaciones (*Todo, Mañana, siempre, Esto*). "Ninguna, sin embargo, volverá a hacer el mismo hincapié en la imagen, ni propondrá jamás un periodismo visual tan imaginativo"³⁵

Se intenta continuar la labor pendiente con exposiciones. Al principio Rodríguez aplaude la labor tras bambalinas del gremio fotográfico para los diarios y revistas. Después se retracta comentando: "Como primera exposición de este tipo, no está regularizada con un criterio selectivo riguroso. En verdad muchas de las fotos presentadas no obedecen totalmente al tema propuesto."³⁶ Una propuesta casi amorfa según Debroyse, aún con esta impresión el mismo Rodríguez reconoce la relación de belleza-reporteril de la fotografía mexicana sin comprometerse a enjuiciar implacablemente la exposición porque los fotógrafos sin querer hacían arte aparentemente separado del documento informativo en sí. Un intento más hecho por el mismo Rodríguez, en el año de 1951 y 1952 se publicaron en la revista

Mañana, entrevistas a fotógrafos de prensa y no hubo reconocimiento justo hacia la labor del fotorreportero. Desde 1947 hasta 1975 no se lograron abrir más espacios (*museos*) y hasta entonces, “gracias a la tenacidad de dos outsiders de la profesión, Héctor García y Nacho López, la fotografía penetró, por segunda vez, en el sacrosanto recinto museográfico”³⁷

La herencia de los fotorreporteros está en los archivos fotográficos, la variedad de temas es grande que van desde escenas de la vida cotidiana, los ferrocarriles, la vestimenta, la revolución, los sitios arqueológicos, los escenarios de guerra y política, los conventos con su influencia barroca, los retratos sociales; “una historia que está ahí atrapada en daguerrotipos, ambrotipos, placas negativas de colodión, impresiones en papel albuminado, placas secas de cristal y modernas películas de 35 milímetros.”³⁸ Por esa riqueza la magia es innegable. Las imágenes atrapadas por la lente son poseedoras de una gran calidad estética y una gran aportación documental. “Los fotógrafos, capaces de ver más allá de la percepción común, quienes asomaron hasta el escenario de los acontecimientos y al discurso de lo cotidiano, aportaron su genio para que hoy sea posible disfrutar, no obstante el tiempo transcurrido, imágenes en las que está plasmada la impronta de momentos cruciales por los que ha atravesado nuestro país desde hace más de 150 años.”³⁹

Y ahí va la aventura de la historia mexicana y del mundo en fotografías, gracias a los foto reporteros contemporáneos ganando espacios y reconocimientos.



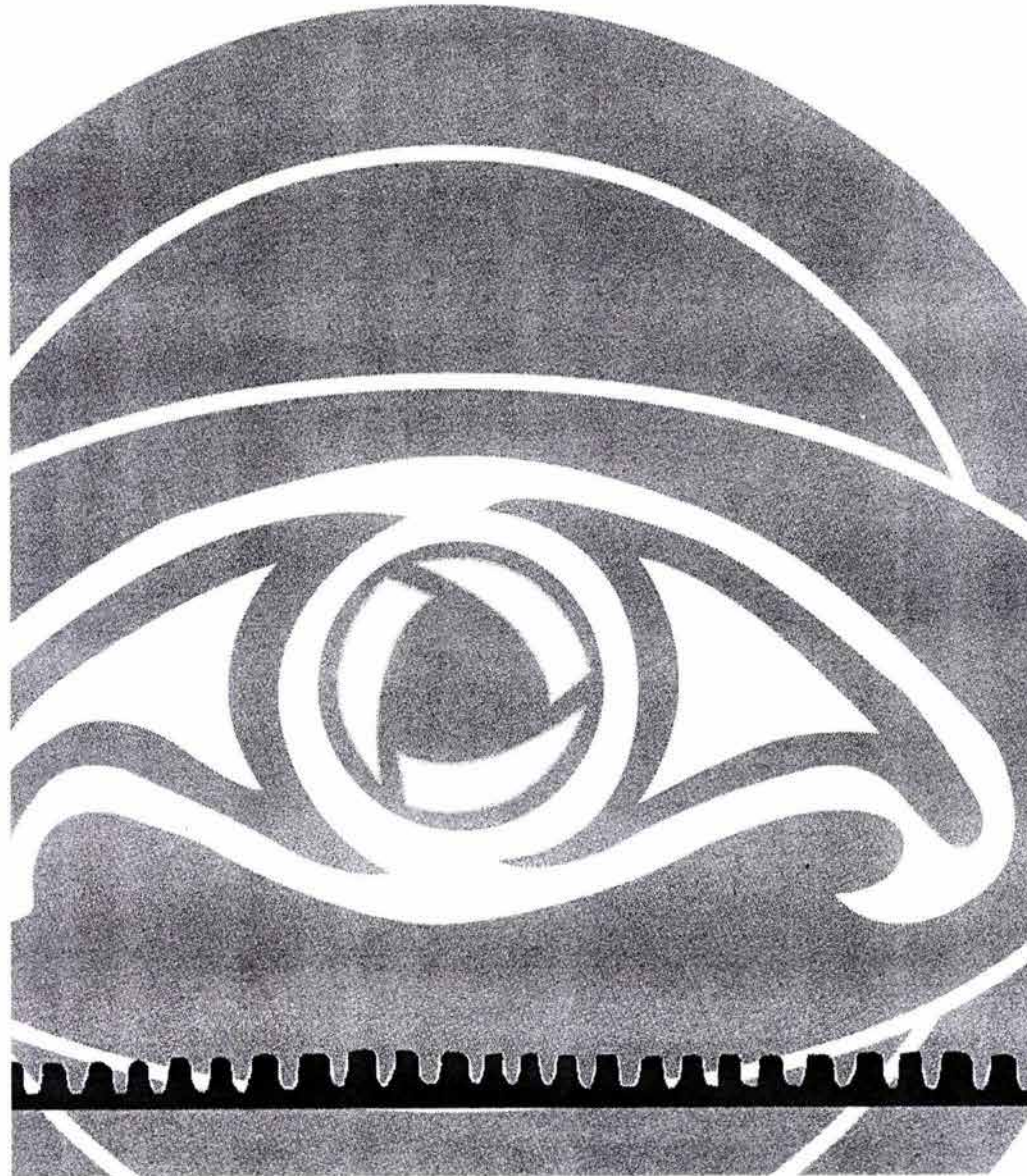
gráfico 28, Juegos de Guerra



2.4 LA ELABORACIÓN: COMPOSICIÓN

El fotógrafo determina las características de una toma a partir de lo que ve. Implica una serie de decisiones donde entra en juego el código de estética que él tenga. No basta con conocer los aspectos mecánicos de la fotografía: el como disparar el obturador, el revelar películas, como manipular la sensibilidad de la película y el manejo de las características de la cámara, que sólo afecta al aspecto técnico de las tomas, y acerca de la composición no nos beneficia. No es suficiente con seleccionar el sujeto a fotografiar, la verdadera producción y post-producción de la fotografía comienza después de elegir al o a los sujetos; sobre todo cuando se trate de fotos u objetos a fotografiar en donde se pretenda resaltar actos sociales para su estudio como en este caso que nos ocupa al Fotografiar actos de naturaleza etnográfica; y definitivamente el usar la composición fotográfica ayuda a la estética de las fotografías del mercado de Santiago Tianguistenco.

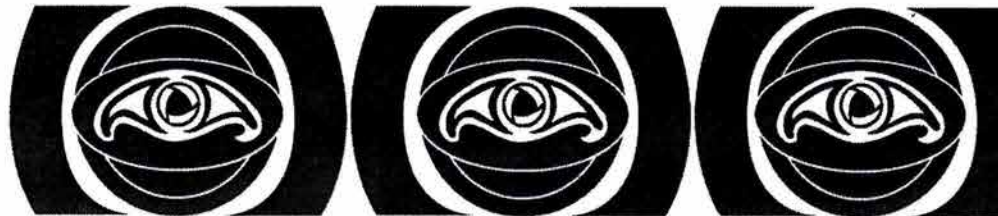
El abanico de posibilidades al impacto final de una toma es enorme, no se necesita introducir nuevos elementos hasta saturar una composición, a veces las mejores composiciones son las más simples, todo es cuestión de organizar la imagen en el visor para llegar a una analogía de la definición de composición de Platón: "Variedad dentro de la unidad". Sin dejar a un lado que "un buen fotógrafo no intenta decir demasiadas cosas a la vez".⁴⁰ Para los diseñadores el panorama tiene grandes posibilidades. Con el buen manejo de la composición, el Artista Gráfico enriquece los resultados, aún con las limitantes implícitas en todo trabajo que tiene como causa la satisfacción a una necesidad; finalmente así trabaja siempre un diseñador. No importa la aplicación y área, el diseñador siempre podrá contribuir o elaborar en su totalidad trabajos con ese "plus", que distingue al oficio de una profesión. Es simple, "tenemos el ojo educado", se dice en el gremio.



El punto de partida para hacer composición, es el punto de vista. Este elemento tiene que ver con la perspectiva, el punto de vista es el factor determinante en cuanto a qué contendrá la obra y siempre tiene que variar. Por ejemplo, al hacer una fotografía descriptiva de una familia “ los enfoques son numerosos: ¿ Son las caras lo que nos interesa?, ¿Es el detalle del atuendo?, ¿El ambiente o el entorno?, ¿Las expresiones de cada uno?, ¿O las relaciones familiares?.”⁴¹

La mayoría de las veces el punto de vista se encuentra a la altura de la mirada, lo que se conoce en perspectiva como línea de horizonte, línea imaginaria que existe a la altura de la vista y domina todo el campo visual. No siempre este punto de vista favorece a todas las tomas, hay que tratar de encontrar el mejor punto de vista; sobre todo si se tiene el tiempo para hacerlo como cuando estamos creando product shot. Para algunos objetos es conveniente colocarlos al centro de la toma, pero sólo se puede tomar uno el atrevimiento si las formas del sujeto son lo suficientemente fuertes siempre, acompañado de los demás elementos de la composición; de lo contrario caería en una composición monótona y aburrida. Podemos hablar de malas composiciones, más no de ausencia de la misma. Aparte de la selección de los elementos es necesario definir que trata de expresar la imagen: el ambiente de soledad, abrigo o grandeza; la hermandad de una comunidad, las texturas, las formas, los colores de las vestimentas, etc. Y si es el caso de los comerciantes del tianguis, podemos interesarnos tal vez en: sus vestimentas, las mercancías, el acto específico del trueque, las expresiones de sus rostros al realizarlo o simplemente retratar cada uno de los diferentes personajes que lo asisten. Podemos ir observando que los conocimientos para poder realizar la fotografía de reportaje van en aumento, lo cual hace más rico, por depender de un punto de vista formal compositivo y desde el connotativo.

El componer no es sencillo. “Es mucho más fácil componer una buena imagen si se tiene una buena razón para hacerla. En tal caso todo consistiría en organizar los elementos de forma que



No importa la aplicación y área, el diseñador siempre podrá contribuir o elaborar en su totalidad trabajos con ese “plus”, que distingue al oficio de una profesión. Es simple, “tenemos el ojo educado”, se dice en el gremio.

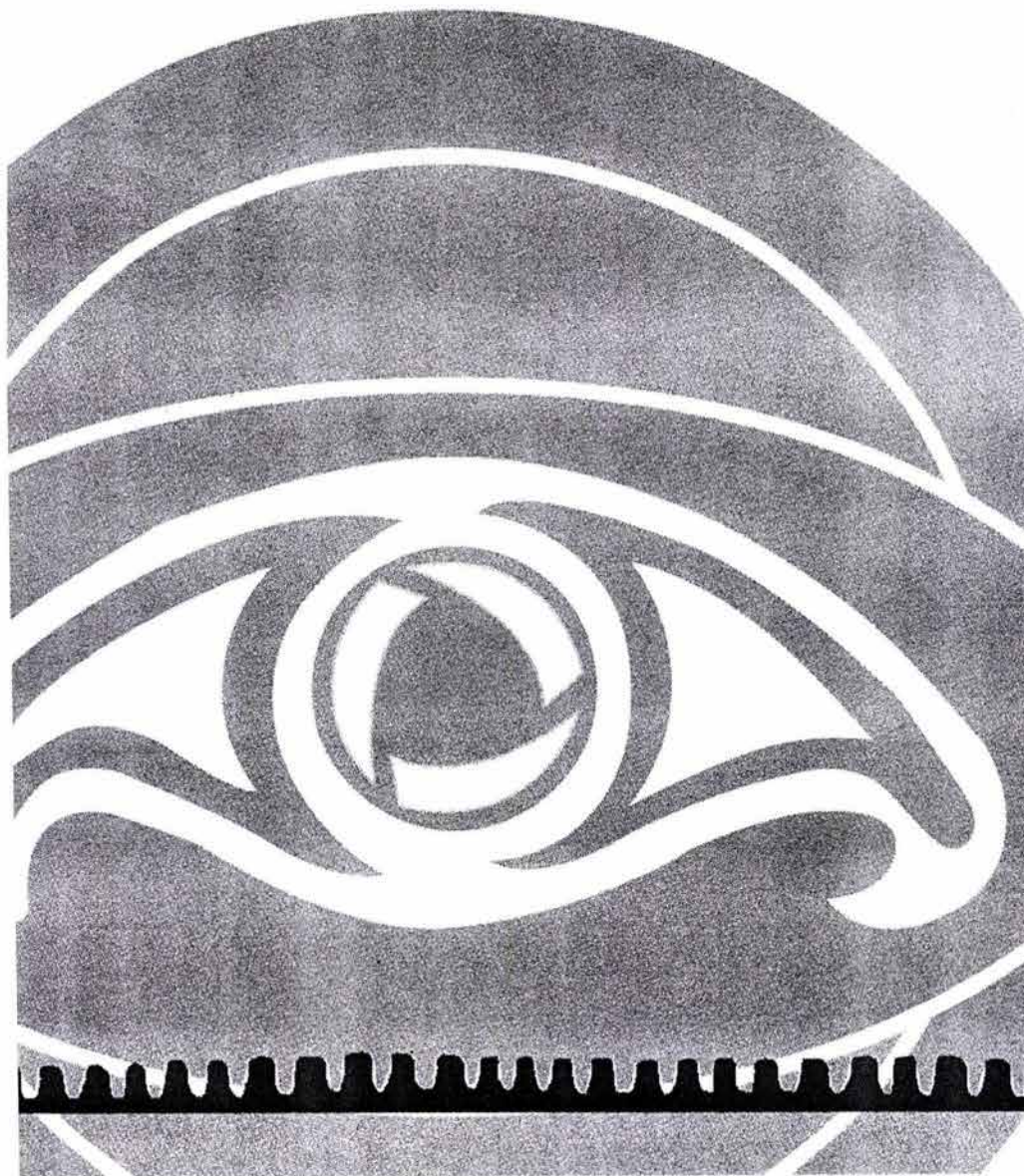




apoyasen el tema principal o, al menos, no entrasen en conflicto con él.”⁴² Lo importante es tener siempre en cuenta que es lo que quiere expresar y de que elementos del diseño fotográfico nos valdremos. La fuerza de las sensaciones deseadas y su impacto final dependen del punto de vista de la toma, la composición y su organización.

Volviendo al hecho de que un buen fotógrafo dice muy pocas cosas a la vez, la misma foto es la indicada para constatarlo. Conviene que la toma diga una sola cosa y con claridad. Organizando los elementos podemos lograrlo. La cámara no actúa igual que el ojo humano, o mejor dicho, que una mirada. La cámara es como un rasero; registra hasta el detalle menos importante (*dependiendo los objetivos a insinuar*) para la composición; por esto, la foto debe contener sus elementos organizados y educar al ojo para enseñarle a registrar como una cámara. Un ojo en el visor de la cámara y el otro observando por fuera y finalmente el fotógrafo decide el donde, el cuando y el que, a fotografiar.

La organización no solamente se refiere al acomodo de los sujetos principales, es necesario observar las texturas, ritmos, movimientos, color, etc.; determinar si armonizan con los sujetos principales o si entran en conflicto. Se debe comenzar por elegir si se quiere trabajar con un formato horizontal ó vertical, y que formato de fotografía brinda esa opción. “El formato paisaje, es decir, el formato horizontal, produce un sentimiento de serenidad y de espacio, mientras que el formato retrato, o sea vertical, tiende a sugerir un sentimiento de fuerza.”⁴³ Muchos fotógrafos ubican casi por intuición al sujeto de interés en uno de los extremos, es decir en alguno de los tercios del espacio horizontal: es la regla de los tercios. “La colocación de las líneas del horizonte cerca de la parte superior o de la parte inferior del cuadro resulta más dinámica que situarlas en el centro. El uso de formas fuertes como marcos concentra la atención en el sujeto, mientras que la división del cuadro en tercios, para luego acomodar la composición para que coincida con esas divisiones,

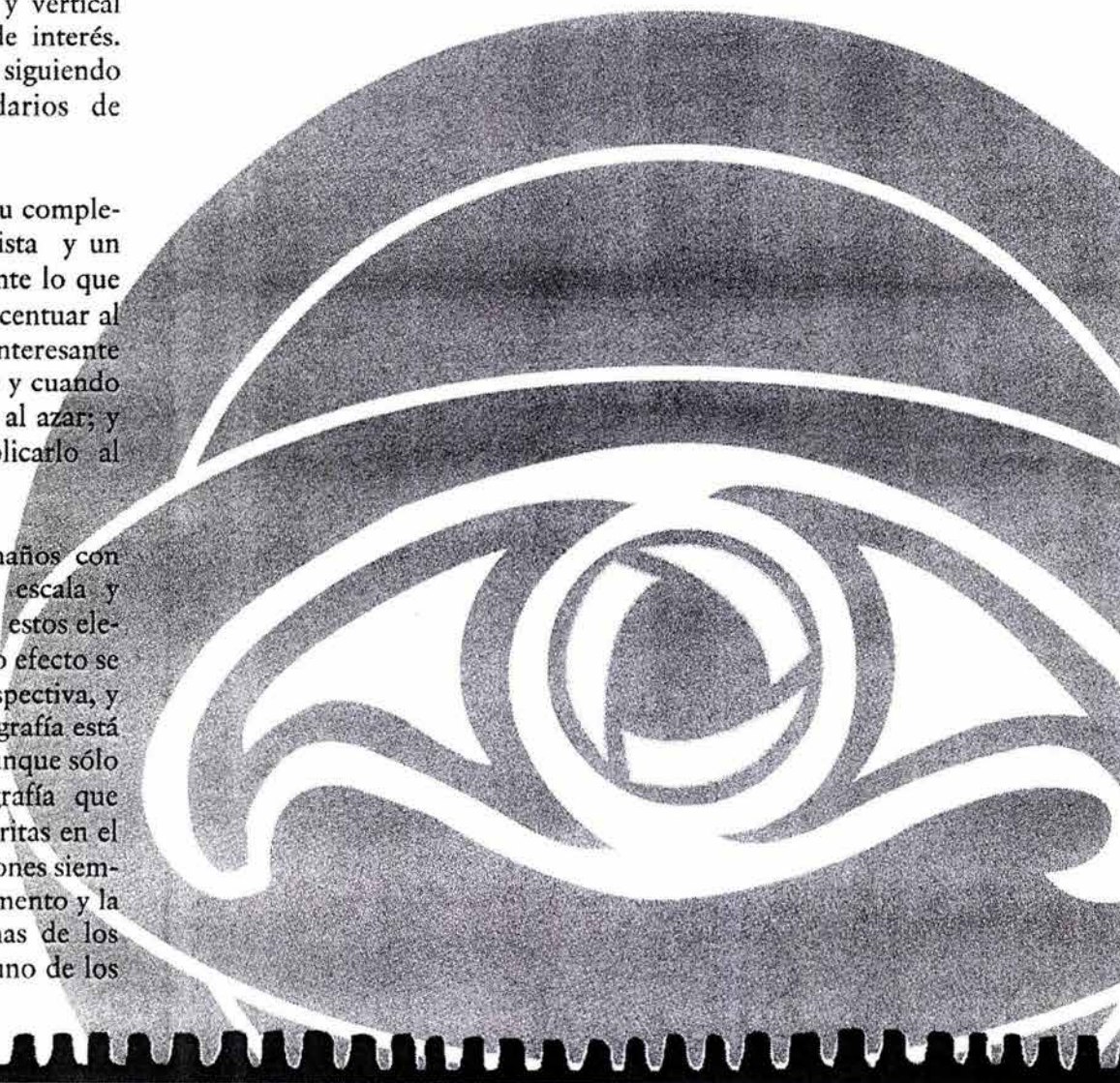


ayuda a un equilibrio de la imagen.”⁴⁴

Casi de manera innata sabemos cuando algo está ordenado y equilibrado. “La fuerza de una imagen formal radica frecuentemente en la relación de los elementos con las líneas imaginarias que las dividen horizontal y verticalmente en tres partes iguales. Aquellas con primer plano, distancias medias y fondo claramente discernibles resultan especialmente eficaces si estas áreas forman tercios. La intersección entre dos tercios horizontal y vertical constituye una buena localización para el centro de interés. Desde aquí la vista puede recorrer toda la imagen siguiendo líneas y curvas o recorriendo centros secundarios de atención.”⁴⁵

El centro de atención (*punto principal*) de acuerdo a su complejidad es más importante “determinar un punto de vista y un ángulo que clarifiquen la imagen e ilustren exactamente lo que se pretende.”⁴⁶ Por lo general si lo que se quiere es acentuar al sujeto principal se utiliza un zoom que amplifique lo interesante y al mismo tiempo se elimina lo que no sirve, siempre y cuando se tenga conciencia de estas intenciones y no dejarlas al azar; y aunque parezca difícil también es conveniente aplicarlo al fotorreportaje.

Conviene incluir en la toma una diversidad de tamaños con respecto al sujeto importante para establecer una escala y diferentes contrastes. También con la sobreposición de estos elementos se puede -y se debe- lograr profundidad. Dicho efecto se puede lograr también con el recurso técnico de la perspectiva, y de la perspectiva paralela preferentemente. Toda fotografía está destinada a ser contemplada para un uso en especial, aunque sólo sea el mero gusto de poseerla, pero de la fotografía que hablamos ahora tiene otras aplicaciones como las descritas en el subapartado 2.2, y en la mayoría de aquellas clasificaciones siempre se considera en especial al color. Gracias a este elemento y la fuente de iluminación se pueden distinguir las formas de los cuerpos, de hecho la luz -su medio de transporte- es uno de los

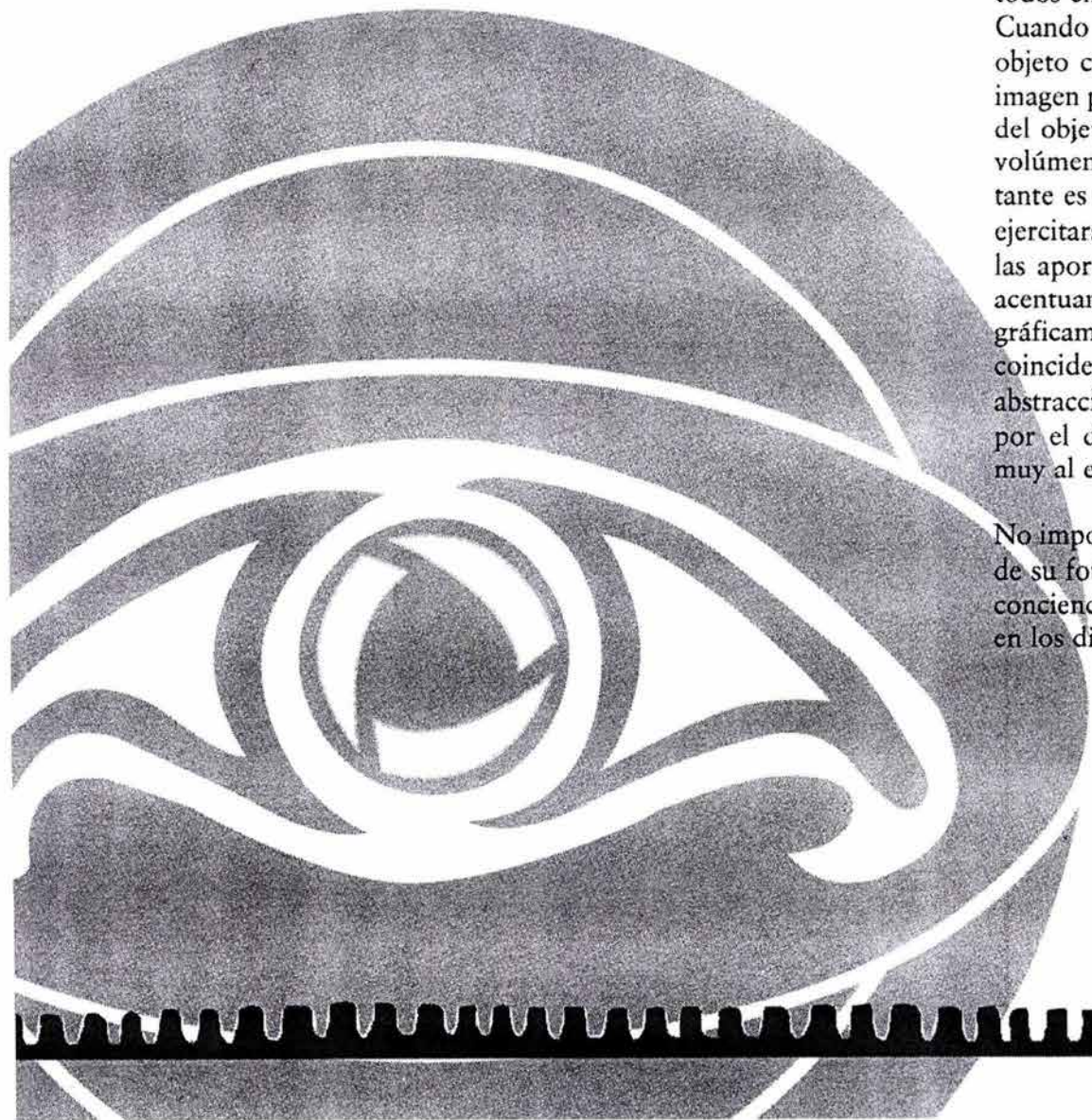




elementos básicos para hacer fotografía; por lo tanto el color siempre estará presente en cualquier foto, aunque esta sea considerada una fotografía en escala de grises; el color determina una parte importante del resultado final deseado; de la fotografía a color y b&n hablaremos en el 2.6.

El fotógrafo profesional no debe dejar pasar por alto el estudio de “la forma, el volumen, las tramas, la textura y el color; son todos ellos diferentes aspectos del carácter físico de los objetos. Cuando todos están presentes en una fotografía, ‘cuentan’ el objeto completo: su aspecto y el material que lo compone. La imagen puede también tener un ritmo, no necesariamente propio del objeto, sino quizá del resultado de la repetición de formas, volúmenes o texturas similares. Aunque por lo general lo importante es el efecto conjunto de todos estos elementos, es posible ejercitarse cada uno de ellos por separado. El conocimiento de las aportaciones de cada uno permite controlar las fotografías acentuando las cualidades más características o más llamativas gráficamente.”⁴⁷ En ocasiones la configuración de la forma no coincide con algo figurativo, entonces podemos hablar de una abstracción, recurso que en fotografía es socorrido; sobre todo por el diseñador-fotógrafo. Una fotografía no convencional y muy al estilo del diseñador.

No importa tanto el tema a elegir, de hecho el fotógrafo hace ser de su fotografía lo que el desee, y en la medida de que se tenga conciencia de este factor, se verán mejores fotografías y no sólo en los diarios.



2.5 LA FOTOGRAFÍA EN 35MM

Para hacer fotografía se necesita de una cámara fotográfica; este subapartado no va intencionado para hablar de los tipos y cualidades de todas las cámaras, sólo será de las que funcionen con el formato de 35mm, y de las características que comparta con otro tipo de cámara. Las siguientes líneas se perfilan más por el aspecto del formato y su uso en diseño, sus cualidades gráficas y visuales como aportaciones a la fotografía de reportaje en general.

Hay distintas cámaras para distintas necesidades, pero en lo mínimo todas constan de un cuerpo, objetivo, diafragma visor, obturador; una película que también se puede considerar aparte para su uso y estudio; en esta Tesis se considera en otro subapartado.

El cuerpo es el elemento que soporta físicamente a los demás, es una caja herméticamente cerrada, dentro alberga a la película que es quemada por la luz que pasa por la abertura del objetivo; éste “enfoca los rayos de luz que emanan de lo que se va a fotografiar”⁴⁸, su función principal es definir (*enfocar*) lo que se quiera fotografiar. El que controla la cantidad de luz que entra y pasa por el objetivo es el diafragma que se dilata o contrae como la pupila de un ojo humano para controlar la entrada de luz y del tiempo en que dura esta acción se encarga el obturador, su función es controlar “el intervalo de tiempo en que la luz va a pasar a la película abriéndose sólo cuando se dispara la cámara. El tiempo que dura la apertura de éste, se llama tiempo de exposición”.⁴⁹ Por último el visor; con el se puede apreciar el campo visual a fotografiar según la perspectiva del fotógrafo.

En la clasificación de las cámaras de 35mm se establecen dos grupos o tipos: las de visor directo y las cámaras “SLR”. Para las primeras “el visor es independiente del objetivo y se reconoce por la ventanilla situada en la parte frontal superior del cuerpo



de la cámara. El sujeto siempre se ve claro y nítido, aunque el objetivo no esté enfocado. La imagen se registra al pulsar el disparador.”⁵⁰

Las cámaras SLR, tienen la diferencia en “un espejo montado entre el objetivo y la película para reflejar la imagen hacia una pantalla de enfoque, en la que se observa en su posición correcta a través de un ocular. El característico penta prisma de cristal sirve para contrarrestar la inversión lateral provocada por el espejo”.⁵¹ Cuando la cámara es mecánica el fotógrafo tiene la oportunidad de componer y fabricar a voluntad el resultado que él tenga preconcebido. Es un trabajo más artesanal.

Para fotografiar al tianguis de Santiago Tianguistenco se decidió trabajar con cámaras de 35mm ya que de entrada era el equipo con el que se contaba, además de sus características que a continuación se enuncian (*resaltadas en negritas*), las demás, sin dejar de ser importantes son cualidades que facilitan la labor del fotógrafo y de paso, con todas estas características se entiende el porque el formato de 35mm es el más comercializado:

1. El formato de 35mm ofrece una alta calidad de resolución de imagen.
2. El equipo es variado y ligero.
3. Es el más barato de todos los formatos.
4. Tiene más variedad en películas “y se venden en longitudes que oscilan entre 12 y 750 exposiciones”.⁵²
5. Se utiliza como formato estándar para espectáculos audiovisuales, ilustraciones de libros, revistas, folletos y prensa.
6. Por su comercialización, el proceso de revelado e impresión es fácil y barato, porque hay gran variedad de equipos y ampliadoras.
7. Las películas se puede adquirir fácilmente para fotos en color y blanco&negro, en un gran abanico de posibilidades. Son baratas.
8. El formato se puede trabajar vertical u horizontalmente, considerando la forma del motivo a fotografiar o la sensación a causar. Las tomas se pueden planificar según las necesidades de la editorial y sus diseños.

PRINCIPALES MECANISMOS DE LA CÁMARA REFLEX DE 35MM

Este es uno de los modelos de cámaras que se usaron en la ejecución del fotorreportaje: Nikon FM10 y Canon, EOS Rebel.

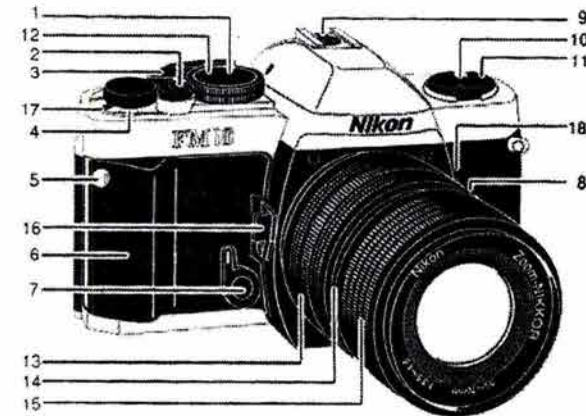


gráfico 29

1. Aro de velocidades de obturación y sensibilidades de película ASA/ISO
2. Disparador y exposímetro
3. Palanca de avance de la película
4. Contador de fotografías
7. Palanca del disparador automático
9. Zapata de contacto
10. Manivela de rebobinado de la película
12. Ventana de sensibilidades de película ASA/ISO
13. Aro de aberturas de diafragma
14. Escala de distancias
15. Aro de enfoque
16. Palanca para comprobar la profundidad de campo
18. Exposímetro independiente

ESTA TESIS NO SALE
DE LA BIBLIOTECA

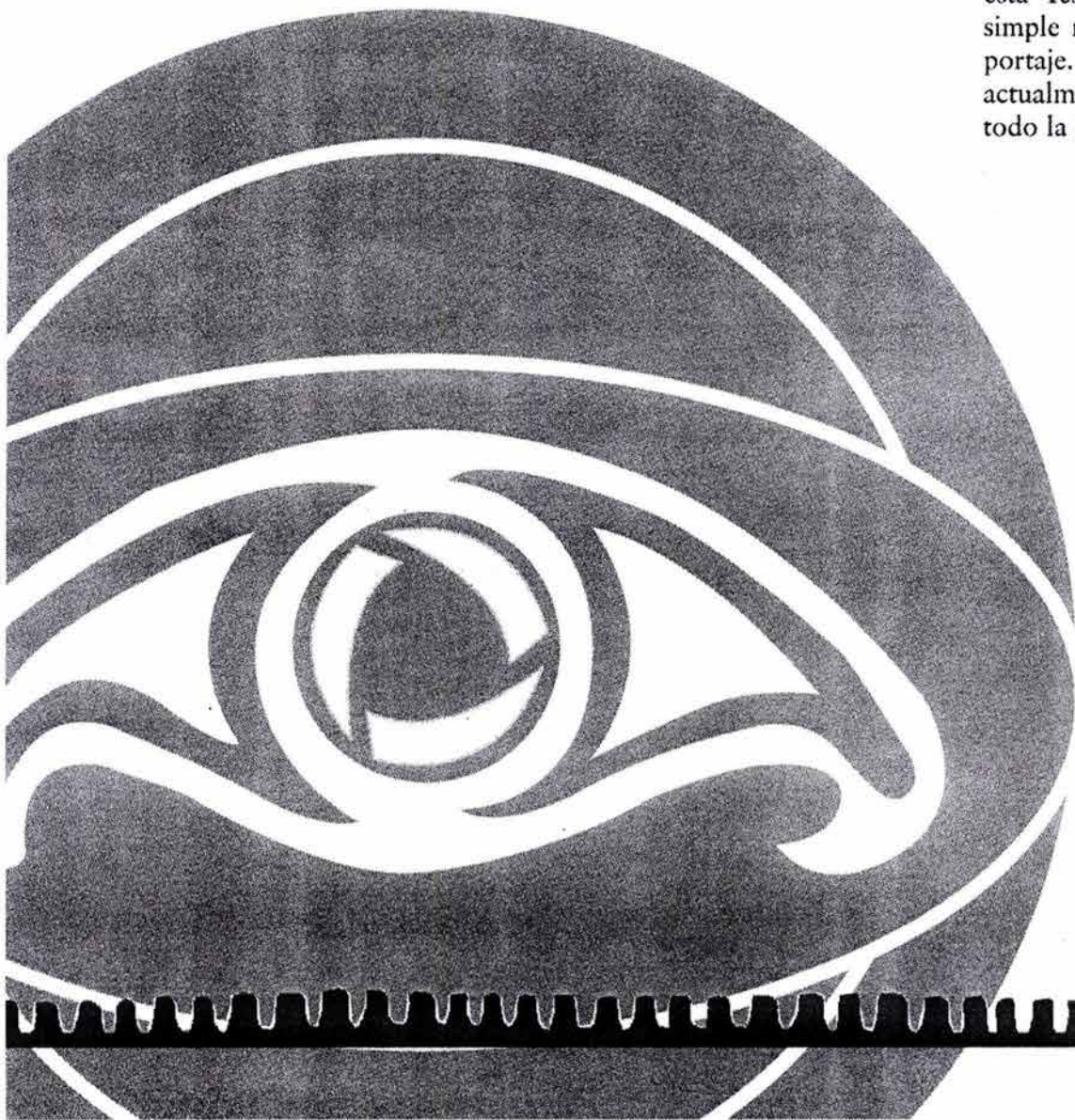
9. Tiene una serie de formatos predeterminados en unidades de pulgadas, compatibles con los de los procesos de impresión.
10. Gracias a su proporción de 2:3 (*el número de oro*), el formato de 35mm da cabida a toda clase de composición.
11. Las impresiones en papel se pueden ampliar a gran escala sin casi perder resolución; a diferencia de formatos más pequeños.
12. Las tomas se filman en película negativa para reproducir la imagen en papel fotográfico las veces que se deseen.
13. Tiene la opción de usar película de transparencias (*diapositivas a color, blanco & negro*); resulta favorable, porque su digitalización es más nítida.
14. Puede ser procesada en mini-labs portátiles.
15. Las fotografías se pueden archivar en hojas de contacto, no importa si son a color o blanco & negro.
16. En la fotografía a blanco y negro de 35mm, se ha rescatado y creado una técnica artística basada en efectos fotográficos exclusivos de este arte.
17. Se pueden ordenar las impresiones a "papel completo" o "negativo completo."

La mayoría de los puntos anteriores se obtuvieron por medio de investigación de con fotógrafos profesionales, otras en el proceso experimental de la elaboración de esta Tesis, el resto en investigación documental.

En el mundo del fotorreportaje la fotografía de 35mm se mantiene vigente, porque de ella obtiene lo que necesita. Los fotorreporteros son veloces en su trabajo, la buena imagen de una revista o periódico no sólo descansa en la veracidad y objetividad de la noticia, sino también de la calidad del trabajo que existe de pre a post- producción, y la rapidez es parte de ello. Ulises Castellanos -*fotoperiodista*- opina de los nuevos fotorreporteros: "Podrán dominar la técnica, que no tiene mayor ciencia. El problema está en el contenido de las fotos. Los nuevos fotógrafos de prensa tienen que tomar conciencia de que para informar a otros, tienen que estar bien informados. Requieren tener cultura general, darle seguimiento a las noticias, identificar a los personajes públicos, desarrollar un sentido de la oportunidad, tener sensibilidad visual y capacidad de síntesis, etcétera"⁵³



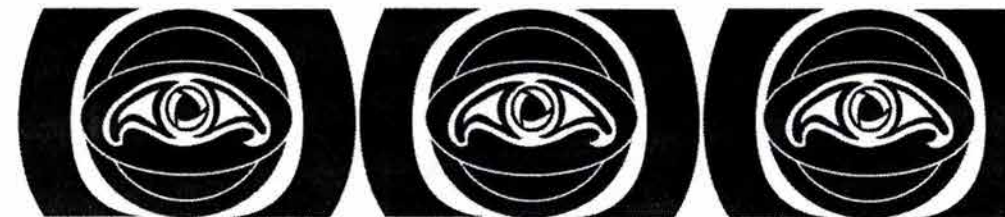
A pesar de los adelantos en la imagen digital, y de tecnología de punta en el campo, nada, y así lo tenemos que señalar; ha superado la calidad de la fotografía tradicional de películas y papeles; pero la tecnología digital avanza rápidamente y es muy probable que falte poco tiempo para igualar la calidad de la fotografía análoga, aún así no desaparecerá pronto ya que las grandes empresas fotográficas como kodak, continúan sacando productos actuales y mejorados para la fotografía tradicional. En esta Tesis se habla muy poco de la fotografía digital por la simple razón de que no se usó para la realización del fotorreportaje. Cabe señalar que los fotorreporteros profesionales actualmente viajan y trabajan con ambos equipos, después de todo la finalidad es obtener un buen trabajo fotográfico.



2.6 LA FOTOGRAFÍA A COLOR Y BLANCO & NEGRO

Para interpretar la calidad y contenido de una imagen fotográfica a blanco y negro se requiere de un criterio sensible a la valoración del arte en su más simple expresión; ¿Acaso, esto se deberá a que históricamente aparece primero?; y por consecuencia la limitante de la monocromía, forza al fotógrafo valerse de su creatividad y aquella “limitante”, se convierte en un detonador que la hace en artística. Subrayando también el hecho de que el proceso es aún artesanal; para el fotógrafo esto se convierte en una delicia, porque nada iguala la sensación de tomar tus fotos, revelar e imprimir y, todavía, darle algún efecto especial; el fotógrafo es artesano de su trabajo fotográfico; y tal vez este sea el principal de los encantos que vuelven a esta técnica la favorita del gremio.

La tecnología actual enriquece al arte fotográfico por los resultados de calidad que exige la época. “Durante mucho tiempo este handicap se consideró como un defecto de la fotografía. Actualmente, cuando la mayoría de los que poseen una cámara fotografían en color y la foto al instante cautiva a las masas, la fotografía en blanco y negro se restringe en el campo artístico al status de un ‘procedimiento de imprenta noble’. Pero como tal, está experimentando un renacimiento apasionante. No ha de sorprender, pues nunca como ahora hubo tan excelentes películas y papeles para blanco y negro, razón suficiente para permanecer fieles a esta técnica y para desarrollarla cada vez más como fotografía artística. Su ventaja está en la elaboración rápida, en la extrema precisión de la reproducción y la capacidad de copia y, no por último, en su rentabilidad.”⁵⁴ Después de todo la fotografía en b&n no es un ente exclusivo y raro para el Diseño; sólo que uno tiene que considerarlo como una opción más y no confiarse en que las fotografías a color siempre se podrán convertir a escala de grises; el resultado siempre es distinto porque una toma se tiene que concebir desde el principio lo más apegado a lo mentalizado.



Hay que pensar en *blanco y negro*, y aunque parezca absurdo, tomando en cuenta el color real.

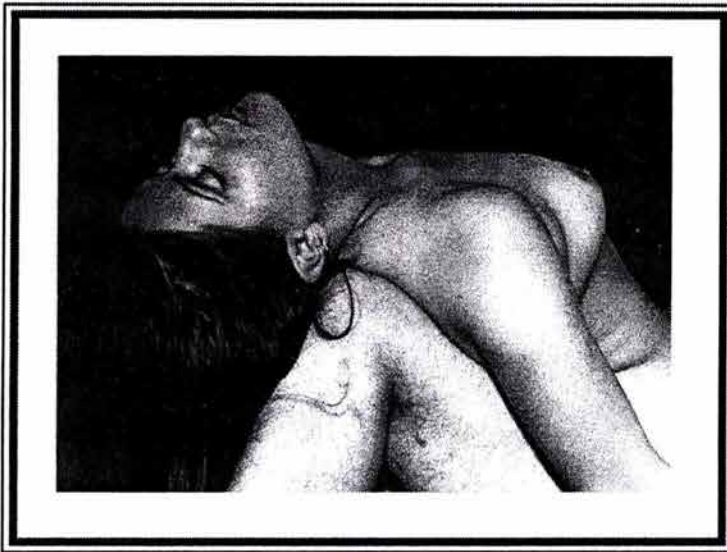


gráfico 30

La técnica de b&n es muy socorrida para fotografiar desnudos, una moda que pareciera que llegó y no se irá.

Hay que pensar en blanco y negro, y aunque parezca absurdo, tomando en cuenta el color real. "Las cualidades del tema a fotografiar, tales como tamaño, forma línea, trama, textura y tono juegan papeles cruciales en la estructuración de la imagen, pero, curiosamente, es preciso tener en cuenta los colores, ya que afectan al equilibrio tonal de la imagen."⁵⁵

El status de la técnica se debe a la elección de los temas que se imprimen, aquellos que se prestan a la relación tema-sensación y que a su vez son de interés intelectual, tales como las Bellas Artes, Sociedad y Realidad nacional, Retratos, Política, arqueología, antropología social, etc. La técnica de b&n es muy socorrida para fotografiar desnudos, una moda que pareciera que llegó y no se irá.

En la presente la minoría de las fotografías son a b&n, no siempre se tuvieron presentes todas las sugerencias mencionadas en cuanto a composición y técnicas en general, los resultados no son excelentes pero si suficientes para cumplir con los requerimientos del objetivo principal.

Cuando se decide trabajar con películas a color, lo esencial es pensar en el color mismo de la toma, porque él da forma a la imagen. Deliberadamente uno puede caer en retacar las fotos de colores saturados, sobreponiéndose los unos con otros, con acciones como esta sólo se demuestra que se compró una película capaz de registrar estos tonos, y sin obtener un buen resultado en la mayoría de las ocasiones. Así como elegimos hacer lo anterior, podemos limitar la paleta de colores a los ocre, pastel, etc; el color no debe saltar de la fotografía, sino que debe formar parte de ella. Para la cocina, por poner un ejemplo, las especias realzan el sabor de los platillos, pero no los contaminan.

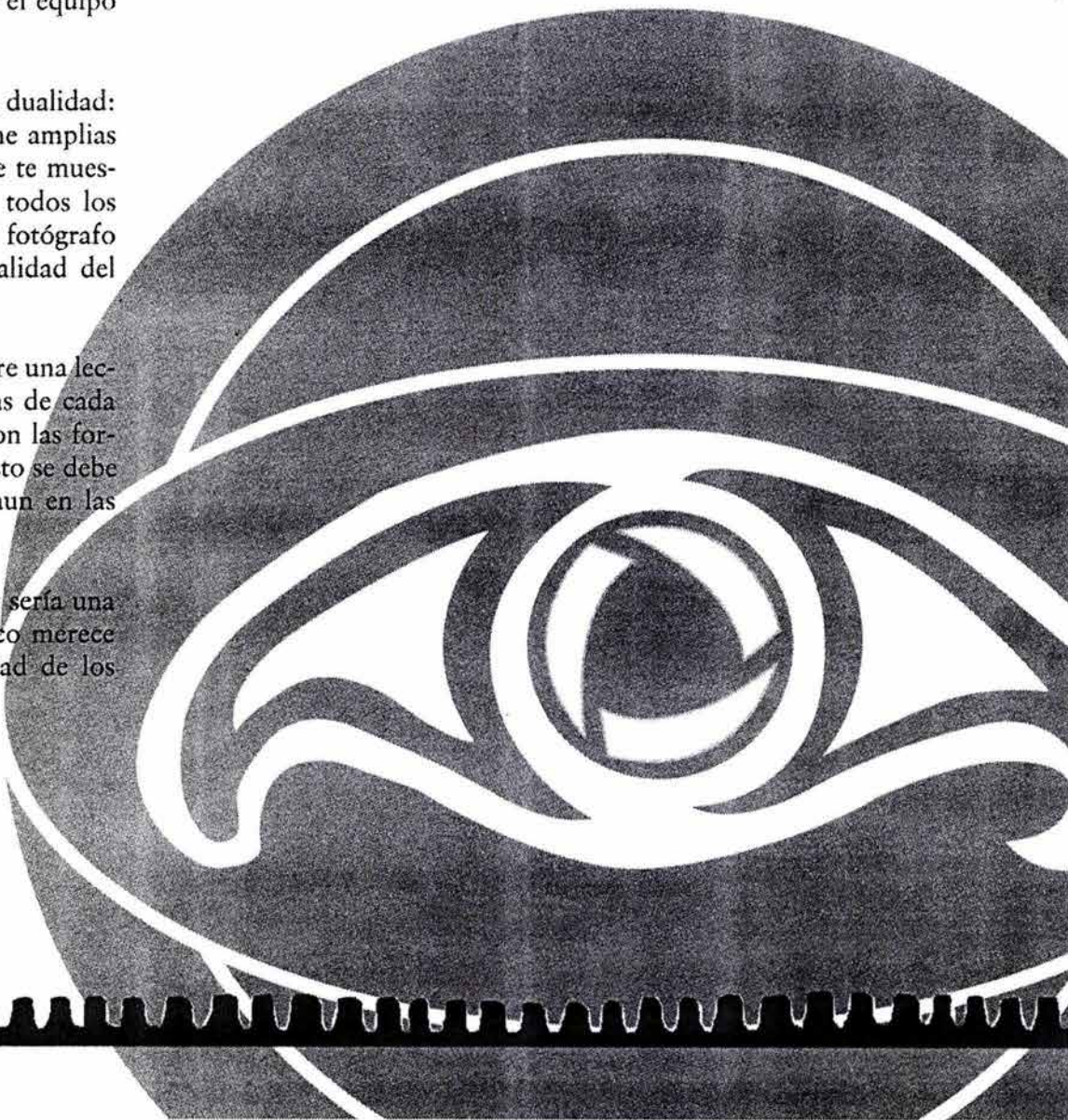
A pesar de que la fotografía a color surge después que la de blanco&negro la tecnología le ha apostado más; se pueden revelar

imágenes a color con una técnica manual y un tanto artesanal, los fotógrafos contemporáneos coinciden que en este caso lo conveniente es utilizar los servicios de los laboratorios, el buen manejo de las máquinas del laboratorio es una garantía absoluta. El conocimiento de películas, papeles y equipo, es más que importante; es responsabilidad de todo fotógrafo profesional conocer sus alcances; el decidir si conviene manejar un equipo automático o mecánico; con qué objetivos, lentes de acercamiento y filtros se complementan, además; de todo el equipo de iluminación del que se puede hechar mano, etc.

Para la Psicología del color los matices manejan una dualidad: connotación y denotación. Una fotografía a color tiene amplias posibilidades de decir “más que mil palabras”, porque te muestra una interpretación variable de la realidad como todos los colores de la fotografía, y a la vez te sugiere lo que el fotógrafo quiere que decodifiques; a esto se refiere la biscceralidad del color.

En Composición, el color organiza visualmente y sugiere una lectura de la imagen de acuerdo a las cualidades propias de cada color, coloca los elementos en planos y combinado con las formas y su situación armoniza y equilibra la imagen, y esto se debe siempre ocasionar en una composición fotográfica; aun en las tomas espontáneas de los fotorreportajes.

El elegir trabajar esta Tesis sólo a b&n ó, sólo a color sería una limitante, ya que el tianguis de Santiago Tianguistenco merece ser valorado con ambos resultados por su versatilidad de los aparatos que lo conforman (*subapartado 1.3*).



2.7 PELÍCULAS Y FILTROS FOTOGRAFICOS

Este listado de películas
(a la derecha) es
lo más solicitado
por los fotógrafos
de sociales y
fotorreporteros.
Fuente: Cámara #1. Año 2002

Para elegir una película fotográfica es necesario tomar en cuenta las características de las tomas; fotografías a color o blanco y negro; la calidad, tipo y cantidad de luz; por último, si se desean diapositivas o fotos impresas que provengan de una película negativa. Además de no hacer a un lado el precio y la cantidad de tomas que se requieran. El desarrollo de este subpartado va en ese mismo orden.

Las películas de 35mm se fabrican en color, blanco y negro, contraste extremo, sensibles al infrarrojo y las instantáneas. No importa cual sea, todas vienen protegidas en un chasis que también es de medida universal, varían las sensibilidades y su longitud (*número de exposiciones*) a mayor sensibilidad las películas son más rápidas, entre más sensible sea una película es más cara y si el número de exposiciones en el carrete es corto el costo de una película aumenta. El código del tipo de película, el código del tamaño, el número de exposiciones, la sensibilidad, fecha de caducidad y número de lote son especificaciones de las películas, las puede uno observar en el envase comercial. En este subpartado no hablaremos de películas especiales como: infrarrojas e instantáneas, por no ser de uso comercial y sobre todo no se usaron en esta Tesis.

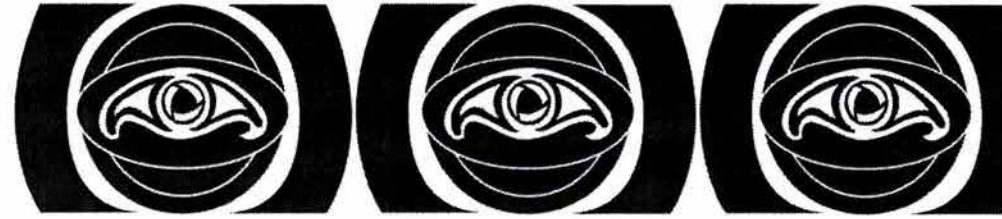
Para diferenciar una película negativa de una diapositiva es sencillo; la imagen que se observa de las diapositivas es la misma que la cámara registró al instante, por lo general esta imagen es proyectada sobre una pantalla; la película negativa es solamente un paso intermedio antes, de que por medio de una ampliadora se imprima la imagen en el papel fotográfico, esta película negativa tiene una tonalidad general ámbar, las diapositivas se ven del color real. Están estructuradas de diferente forma y sus

MARCA DE LA PELÍCULA	TIPO DE PELÍCULA	ESPECIFICACIONES
FUJI	Realcolor Color	iso 100, 200 y 400 Negativa
	Fuji Pro-Plus Color	iso 100. Negativa
	Fujicolor, Superia Color	iso 100, 200 y 400 Negativa
	X-Tra. Color	iso 400
AGFA	Sensia. Color	iso 100 y 400. Transparencia
	Agfacolor Color	iso 100. Negativa
KODAK	Scala. b&n	iso 200. Transparencias
	Pro Image. Color	iso 100, profesional. Negativa
	ultra. Color	iso 400. Negativa
	supra. Color	iso 100, 400 y 800. Negativa, profesional
ILFORD	Tmax. b&n	iso 3200, 400 y 100. Negativa
	Delta. b&n	iso 100, profesional. Negativa
	FP4-Plus. b&n	iso 125, profesional. Negativa
	Pan-F. b&n	iso 50, profesional. Negativa
	HP5-Plus b&n	iso 400, profesional. Negativa

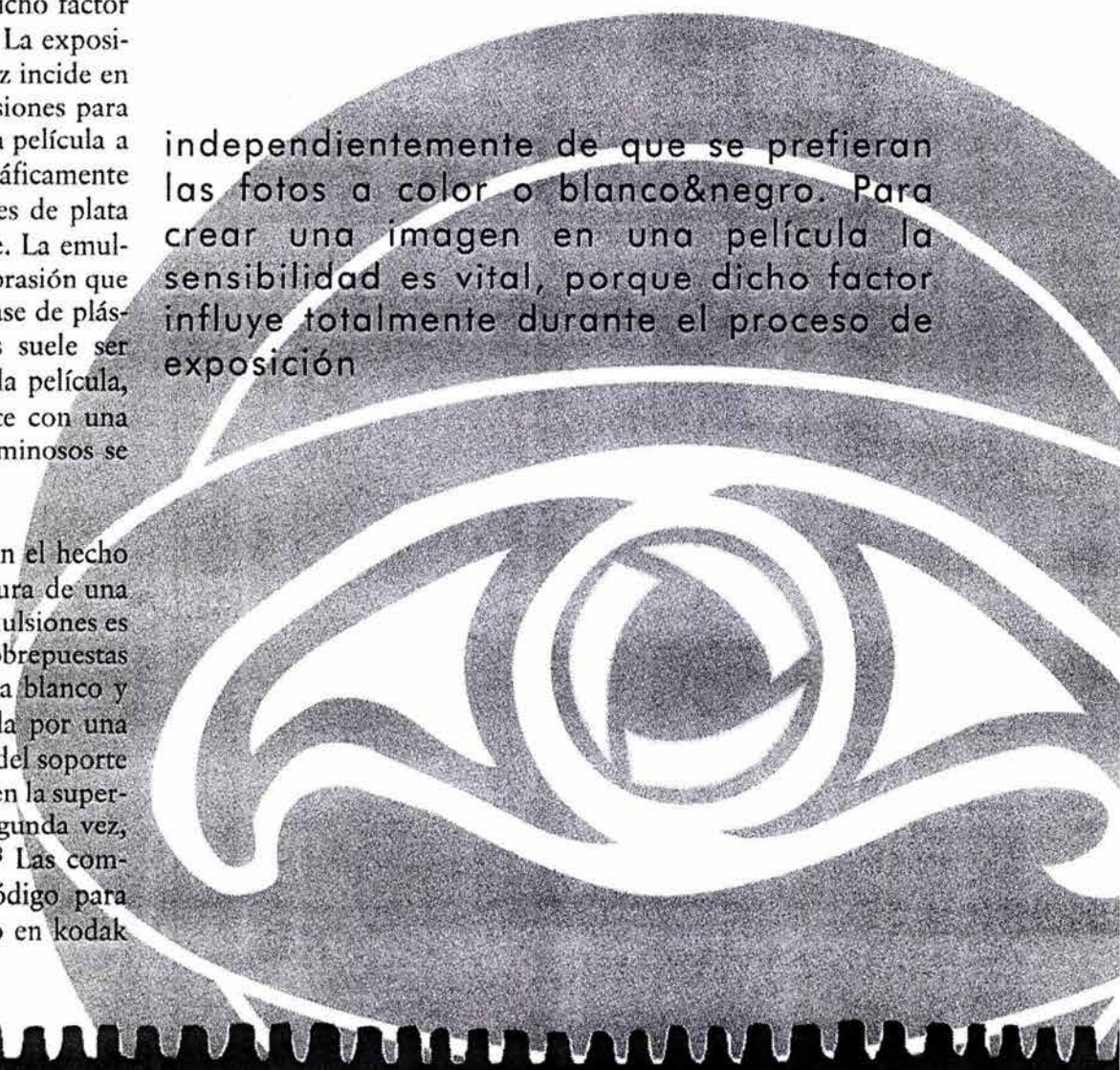
procesos de revelado son distintos en ambas películas. “Pueden obtenerse diapositivas y copias en blanco y negro a partir de negativos en color, y copias en color a partir de diapositivas, aunque a veces la calidad se resiente.”⁵⁶

La sensibilidad y la resolución son renglones básicos de comprender y considerar siempre, independientemente de que se prefieran las fotos a color o blanco y negro. Para crear una imagen en una película la sensibilidad es vital, porque dicho factor influye totalmente durante el proceso de exposición. La exposición de una película comienza cuando un fotón de luz incide en la superficie de la emulsión de la película. Las emulsiones para color y b&n físicamente son distintas. En el caso de la película a b&n “consta de cuatro capas básicas. La capa fotográficamente activa se llama emulsión y es una suspensión de sales de plata sensibles (*haluros cristalinos*) en gelatina transparente. La emulsión está recubierta por una sustancia resistente a la abrasión que la protege del roce. Ambas capas se apoyan en una base de plástico transparente, que en los materiales modernos suele ser acetato de celulosa. La cara posterior de la base de la película, dispuesta al lado contrario de la emulsión, se reviste con una capa antihalo cuyo objeto es evitar que los rayos luminosos se reflejen y expongan la emulsión por detrás”.⁵⁷

En el caso de las películas a color es diferente. Ya con el hecho de tener el elemento del color es distinto; la estructura de una película negativa a color es tricapa, cada una de las emulsiones es sensible a los colores primarios en su forma aditiva, sobrepuestas en una base transparente; “Como en los materiales a blanco y negro, la parte superior a la emulsión está protegida por una capa de gelatina dura resistente a la abrasión y detrás del soporte hay una capa antihalo que impide que la luz se refleje en la superficie interna de aquél y exponga la emulsión una segunda vez, esta capa antihalo se elimina durante el revelado.”⁵⁸ Las compañías fabricantes de películas tienen su propio código para nombrar comercialmente a las películas, por ejemplo en kodak se usan todavía los sufijos: color, chrome, etc.



independientemente de que se prefieran las fotos a color o blanco y negro. Para crear una imagen en una película la sensibilidad es vital, porque dicho factor influye totalmente durante el proceso de exposición





Para aumentar la sensibilidad lo único que hay por hacer es aumentar el tamaño de los cristales o granos, pero esto repercute seriamente en el factor resolución ya que al aumentar considerablemente una foto de tamaño el grano se revienta

Para la producción de películas los fabricantes tienen que experimentar el tamaño, número y disposición de los cristales. Para aumentar la sensibilidad lo único que hay por hacer es aumentar el tamaño de los cristales o granos, pero esto repercute seriamente en el factor resolución ya que al aumentar considerablemente una foto de tamaño el grano se revienta.

Entre más sensible sea una película afecta más a la resolución de la imagen, y el precio por obtener velocidad es a cambio de una baja calidad de nitidez; la ventaja es que con una alta sensibilidad podemos obtener resultados con condiciones de luz no óptimas. Estas serían las llamadas películas rápidas. Para poder obtener una mejor resolución es necesario usar una película con baja sensibilidad ya que, ésta tiene una emulsión más delgada y los granos son más pequeños y cuando reaccionan a la luz los reflejos internos entre los cristales son menos y la imagen se degrada menos; y estas películas se convertirían en el inverso, lentas.

Actualmente el valor de la sensibilidad se puede leer e interpretar a manera de los países occidentales: ISO (*Organización Internacional de Normalización*). Los valores ISO combinan los antiguos ASA (*Asociación Norteamericana de Normalización*) con el DIN (*Normas industriales Alemanas*). Comparando una película con un ISO alto (*de ISO 800 a 3200*) con otra de baja sensibilidad -50 por ejemplo-, la diferencia a la hora de comprar ambas películas es en el precio, pero el resultado final es adverso, tiene más calidad (*mejor resolución*) la de menor sensibilidad y precio. Podemos considerar un rango intermedio que va desde ISO 125 a ISO 400; y por eso son las películas más usadas sobre todo en fotografía a blanco&negro y en algunas ocasiones también se considera para el uso de películas de color.

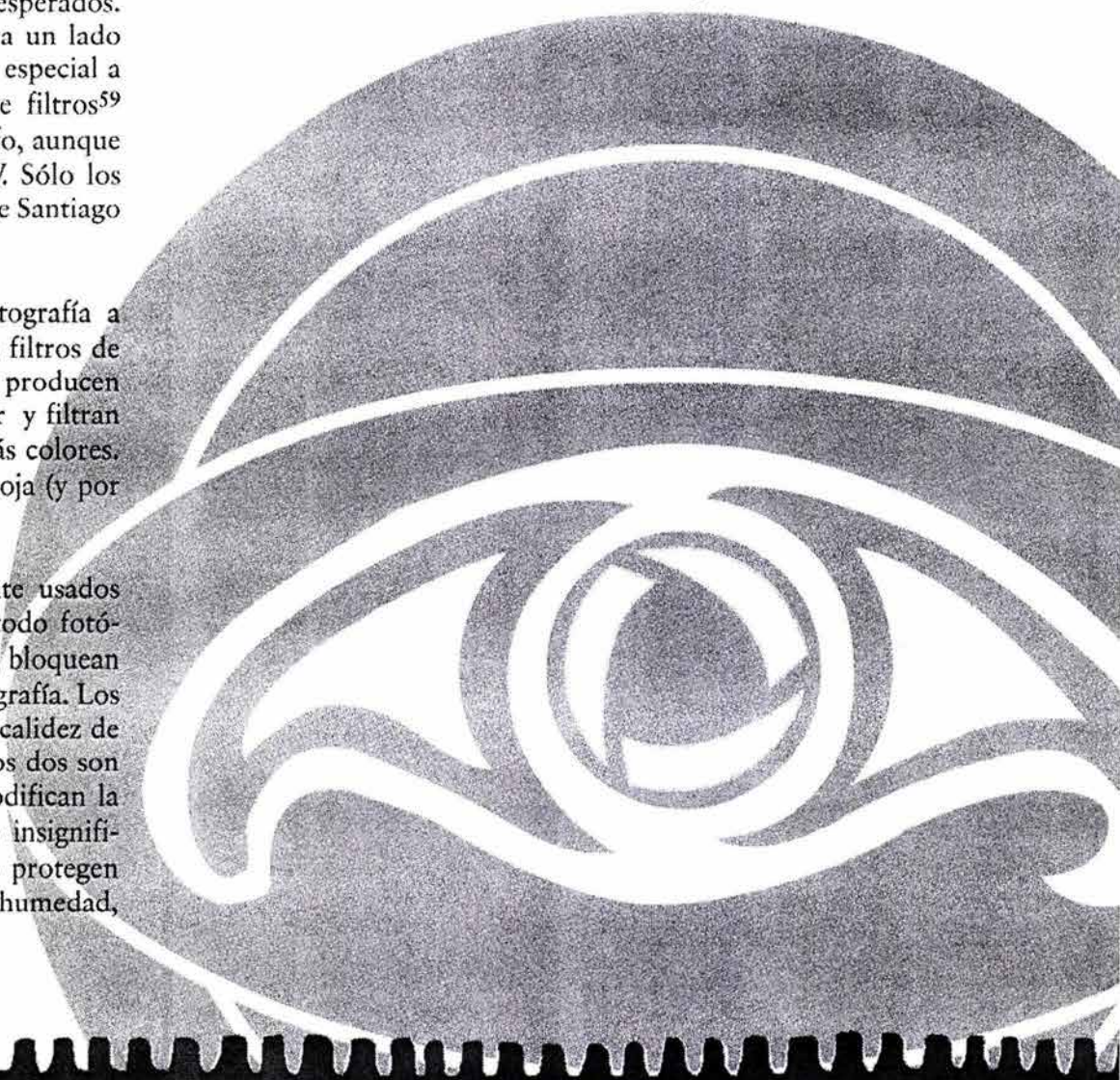
Después de la revisión a las características más importantes por conocer de una película cabe hacer la acotación para decir que ninguna película es adaptable a todas las situaciones a fotografiar, la variedad es inmensa porque se debe maliciar y vislumbrar que resultado se desea, decidir si se quieren copias o

diapositivas; y sobre todo el tipo de luz y el motivo a fotografiar. Es recomendable no variar mucho en gustos de películas ya que de tanto hacerlo nunca se logra conocer y aprovechar al máximo una determinada película. Es muy arriesgado el afirmar que la película a blanco y negro es mejor que la de color o viceversa, la elección depende de los resultados deseados.

En ocasiones las tomas no se ven con los resultados esperados. La tecnología favorece con herramientas para hacer a un lado algunos imperfectos y/o poder añadir algún efecto en especial a la imagen. A continuación se presenta un listado de filtros⁵⁹ como un aditamento y auxiliar en la labor del fotógrafo, aunque todo fotógrafo debe tener por lo menos el filtro UV. Sólo los primeros dos se usaron en las fotografías del tianguis de Santiago Tianguistenco.

Filtros de contraste. Se usan regularmente para fotografía a b&cn; modifican la reproducción de los colores. “Los filtros de contraste siempre están coloreados y el resultado que producen es muy fácil de predecir: dejan pasar la luz de su color y filtran en mayor o menor grado las luces de todos los demás colores. Así, un filtro rojo deja pasar casi exclusivamente luz roja (y por eso se ve rojo, claro).”

Filtros ultravioleta y de cielo. Los dos, comúnmente usados como protección para los objetivos, son filtros que todo fotógrafo debe tener. Los primeros son llamados filtros UV, bloquean la radiación ultravioleta; se utiliza en todo tipo de fotografía. Los filtros de cielo reducen el exceso de azul, enfatizan la calidez de las sombras en fotos a color en los días nublados. “Los dos son de vidrio óptico prácticamente transparente y no modifican la exposición, pues la cantidad de luz que absorben es insignificante. No obligan a hacer ningún ajuste, y a cambio protegen eficazmente la lente externa del objetivo del polvo, la humedad, la arenilla y las rayas.”



Filtro polarizador. Se encarga de matar los brillos, sin afectar otras cosas; es hasta cierto punto neutro. Comúnmente se utiliza en fotografías de produc-shot, vitrinas y metales. Una de las desventajas es que tiene que ajustarse girándolo en su montura hasta obtener la vista previa del resultado deseado, esto lo hace lento.

Filtros neutros. “Son como las gafas de sol de la cámara. Reducen la luminosidad sin alterar la reproducción de los colores. Son útiles cuando se quiere limitar la profundidad de campo o difuminar un sujeto móvil y la luz ambiental es excesiva. En estas situaciones, los filtros neutros absorben parte de la luz y permiten abrir el diafragma o prolongar el tiempo de exposición.”

Filtros de corrección. Hacen la función de compensar; cuando se usa un tipo de luz inadecuado para la película que se está utilizando ésta es una opción viable, recomendada sobre todo en material a color.

Un aspecto que tiene que considerarse para el uso de los filtros es que en realidad al usarlos se está sumando una lente más al objetivo y esto por fuerza obliga a tiempos más largos de exposición o diaframas abiertos; la reflexión es lógica, a mayor número de lentes la cantidad de luz que llega a la película es menor. Se tiene que calcular el rango de tolerancia con números propuestos por el fabricante o con la misma experiencia que el oficio te brinda.



Citas bibliográficas del capítulo II

1. Bourdieu, Pierre. LA FOTOGRAFÍA UN ARTE INTERMEDIO. pag. 27
2. Freud, Gisèle. LA FOTOGRAFÍA COMO DOCUMENTO SOCIAL. pag. 8

3. **ibidem**

4. **ibid.** pag 9

5. **ibidem**

6. **ibidem**

7. Michael, Langford. ENCICLOPEDIA COMPLETA DE LA FOTOGRAFÍA. pag. 274

8. **ibid.** pag. 285

9. **ibidem**

10. **ibid.** pag. 296

11. **ibid.** pag. 309

12. Herrera, Catalina. KALEIDOSCOPIO, Verano 2002. pag. 6

13. Montes de Oca, Héctor. Curso: CALIDAD TOTAL EN BLANCO Y NEGRO. pag. 11

14. Bordeu. **op.cit.** pag. 187

15. **ibidem.**

16. **ibid.** pag. 193

17. **ibidem**

18. **ibid.** pag. 208

19. Freud. **op.cit.** pag. 98

20. Bordeu. **op.cit.** pag. 208

21. Debroise, Oliver. FUGA MEXICANA. pag. 207

22. **ibid.** pag.205

23. **ibid.** pag.208

24. **ibid.** pag.212

25. **ibid.** pag.214

26. **ibid.** pag.220

27. **ibid.** pag.221

28. **ibid.** pag.223


29. **ibid.** pag.225

30. **ibid.** pag.226

31. **ibid.** pag.227

32. **ibid.** pag.235

33. Bali, Jaime. ACERVOS FOTOGRÁFICOS, México en el tiempo. pag 47

- 
34. Debroise. **op.cit.** pag.237, 238
35. **ibid.** pag.239
36. **ibid.** pag.241
37. **ibid.** pag.243
38. Bali. **op.cit.** pags. 46, 47
39. **ibid.** pag 45
40. Hedgecoe, John. FOTOGRAFÍA BÁSICA. pag. 44
41. **ibidem.**
42. **ibidem.**
43. Hedgecoe, John. NUEVO MANUAL DE FOTOGRAFÍA. pag.50
44. **ibid.** pag. 51
45. Hedgecoe. **op.cit.** pag 46
46. **ibid.** pag. 48
47. **ibid.** pag. 64
48. Torres, Laura. CURSO DE FOTOGRAFÍA. http://www.fotofutura.com/tecnica/actual/com_12.htm#indice. pag 1
49. **ibidem**
50. Langford, Michael. EL MANUAL FOTOGRÁFICO PARA EL USO DE LASCAMARAS DE 35mm. pag 19
51. **ibidem**
52. **ibid.** pag 18*
53. Herrera, Catalina. KALEIDOSCOPIO, Otoño 2003. pag. 18
54. SchÖttle, Hugo. DICCONARIO DE LA FOTOGRAFÍA. pag 128
55. Hedgecoe. **op.cit.** pag. 54
56. Langford*. **op.cit.** pags. 52,53.
57. Lovell, Ronald. MANUAL COMPLETO DE FOTOGRAFÍA. pag. 95
58. **ibid.** pag. 231
59. Lovell. **op.cit.** pags. 211, 212, 214 y 216

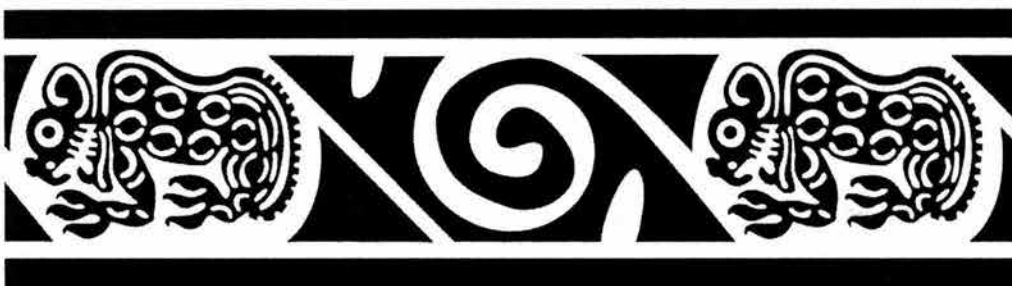
capítulo tres





fotografiando mercado tradicional de santiago tianguistenco





3. FOTOGRAFIANDO AL TIANGUIS DE SANTIAGO TIANGUISTENCO



Las fotografías que se presentan en este capítulo aportan una caracterización del tianguis tradicional y del mercado en Santiago Tianguistenco, abordado desde el diseño gráfico.

Las tomas fueron concebidas con la premisa delimitada de obtener tomas con una importancia predominantemente etnográfica, así se plantea desde la introducción y se trabajó en esta misma línea. Fotografiar a la plaza de Santiago Tianguistenco ha sido difícil, educativo y de todas formas apasionante.

3.1 EL FOTORREPORTAJE EN LA PLAZA

Durante las sesiones fotográficas se experimentaron situaciones a las que cualquier fotógrafo de prensa está expuesto. La cámara tiene una naturaleza agresiva que muy pocos consienten, y rara vez, sólo algunos la ignoran por completo; pero la cámara no les era del todo ajena al personal del tianguis; comúnmente al verla sobreactuaban; había que invertir muchas horas de presencia en todo el mercado, hasta que de alguna manera te aceptaban por la costumbre de verte y después de todo, ya no eras tan ajeno.

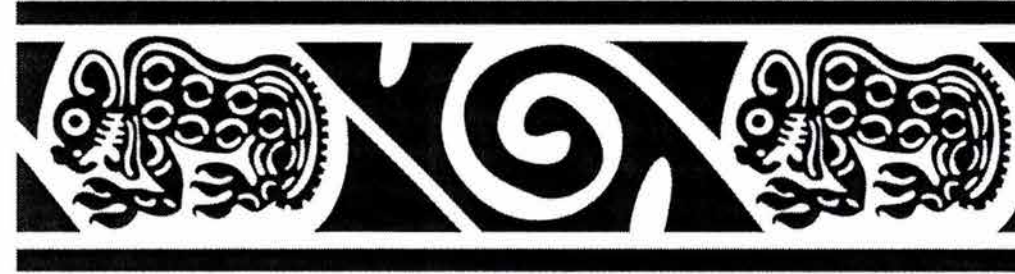
Aunado a esa desconfianza, en el Estado de México existen sanciones muy severas a la tala del bosque; los campesinos son muy asediados por obvias confusiones; el campesino obtiene su leña de los árboles secos, más no de los verdes; la leña húmeda no sirve y no es aceptada dentro del mercado.

En la realización de las tomas se utilizaron dos cámaras reflex de 35mm: Cannon Eos Rebel'd "G" y la Nikon Fm 10; la cannon se utilizó muy poco, la de mayor uso fué la Nikon, que en verdad te da esa sensación de que las fotos son más tuyas a diferencia de la automática Cannon.

De las películas las de mayor uso fueron: película Reala (*Color*), Fuji Pro- Plus (*Color*), Scala (*b&n*), Pro Image (*Color*), Agfacolor (*Color*), T-max (*b&n*).

Todos los trabajos se procesaron en el laboratorio Cámara #1, por lo tanto todo lo referente al revelado e impresión ellos mismos se encargaron, de todas formas fueron necesarios los últimos subapartados del capítulo dos, por el conocimiento de las propiedades de los materiales fotográficos. Hay que conocer las técnicas y materiales para saber que limitantes y ventajas podemos obtener de ellas, es una premisa para todo diseñador, así podrá exigir la calidad justa en la ejecución de sus trabajos a los técnicos especializados. Al asistir a los laboratorios profesionales se aterriza mucha de la teoría revisada previamente y se aprende mucho más de la materia, no cabe duda que el campo laboral es distinto a muchas teorías e hipótesis. Algunos fotógrafos colaboraron con sus experiencias para ayudar en esta labor, la mayoría de ellos fotógrafos de prensa.

Las tomas de este documento fueron seleccionadas en función de lo que se quería lograr, claro está que a la hora de la selección



Hay que conocer las técnicas y materiales para saber que limitantes y ventajas podemos obtener de ellas, es una premisa para todo diseñador



entran a juicio otros puntos pero siempre la parte importante fué el acto por si mismo y su contexto; y aunque en teoría algunas tomas podrían servir o parecer atractivas se hicieron a un lado. La elección no fué deliberada.

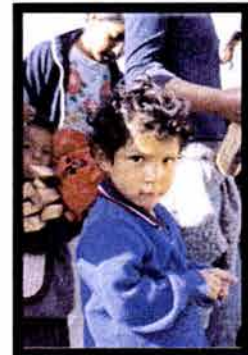
Toda la información que se ha presentado en los capítulos anteriores no queda separada de este tercero, durante su desarrollo se hizo hincapié que al concluir con la presentación fotográfica toda esa información se aplicaría, se aterrizaría en la realización práctica de la presente. Lo importante de este capítulo indudablemente son las fotografías y si no aparece texto en demasía es porque todo el trabajo teórico está en los capítulos anteriores.

A continuación aparecen las tomas fotográficas en el siguiente orden:

1. ¿realidad nacional?
2. herreros trabajando
3. los huapangueros
4. El trotamundos
5. las niñas fresas
6. la vendimia
7. la vendedora de pan
8. mujeres trabajando
9. mujeres trabajando 2
10. las flores silvestres
11. paseo por la plaza
12. trocadores 1
13. trocadores 2
14. trocadores 3
15. la bebida de reyes
16. las moleras

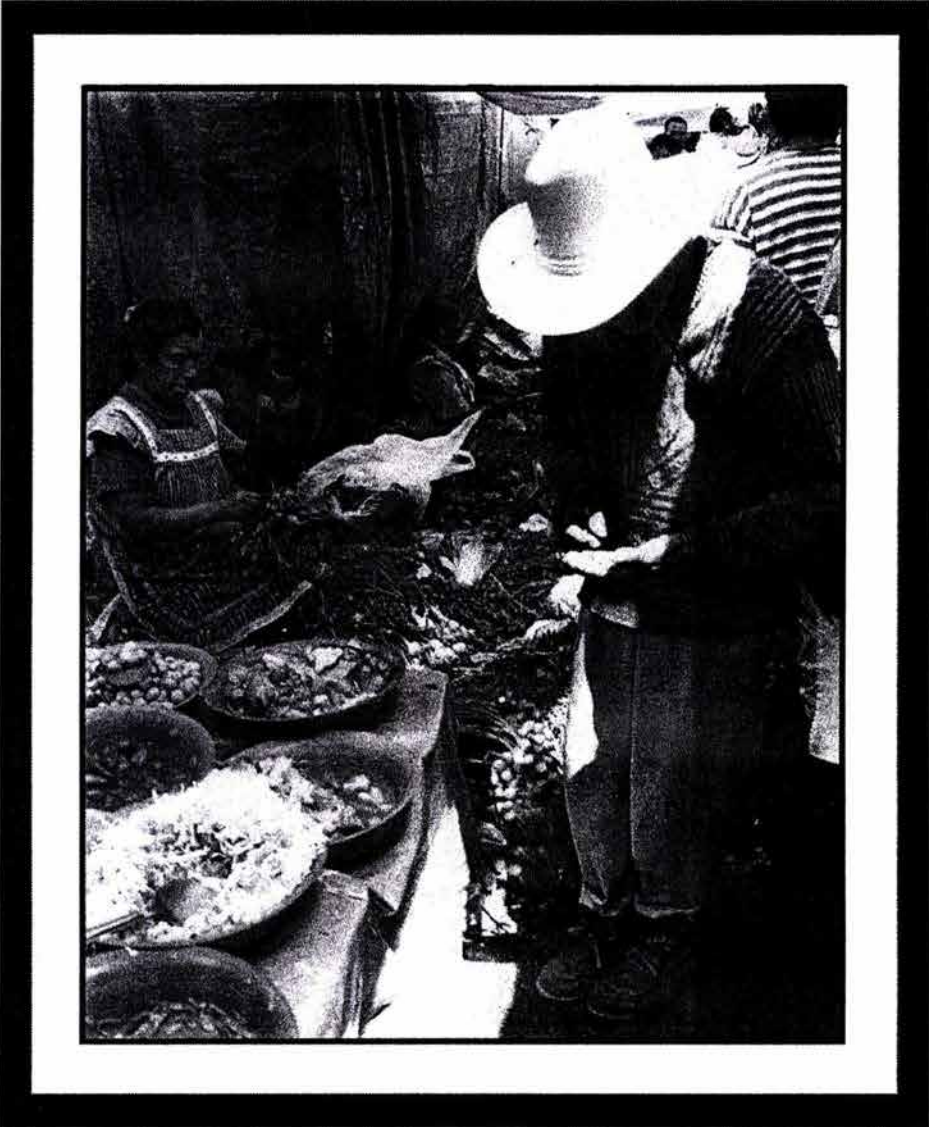
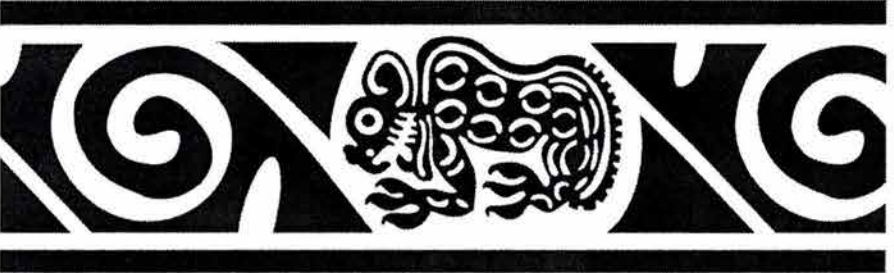
17. trocadores 4
18. trocadores 5
19. trocadores 6
20. trocadores 7
21. un vistazo al cielo
22. herreros trabajando 2
23. el rey
24. el mesón
25. trocadores 8
26. trocadores 9
27. la vendimia 2
28. mujeres trabajando 3

fotografiando al mercado tradicional de santiago tianguistenco



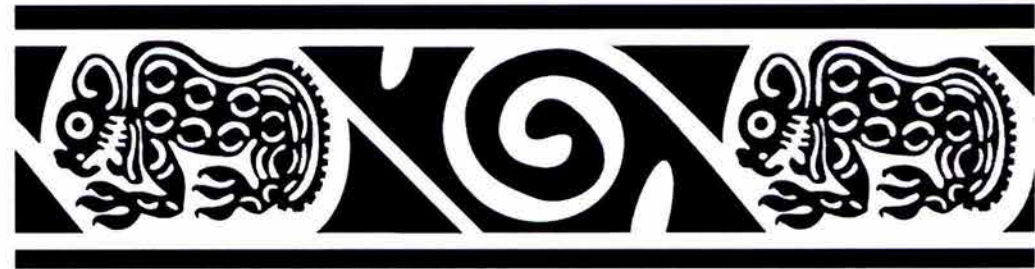
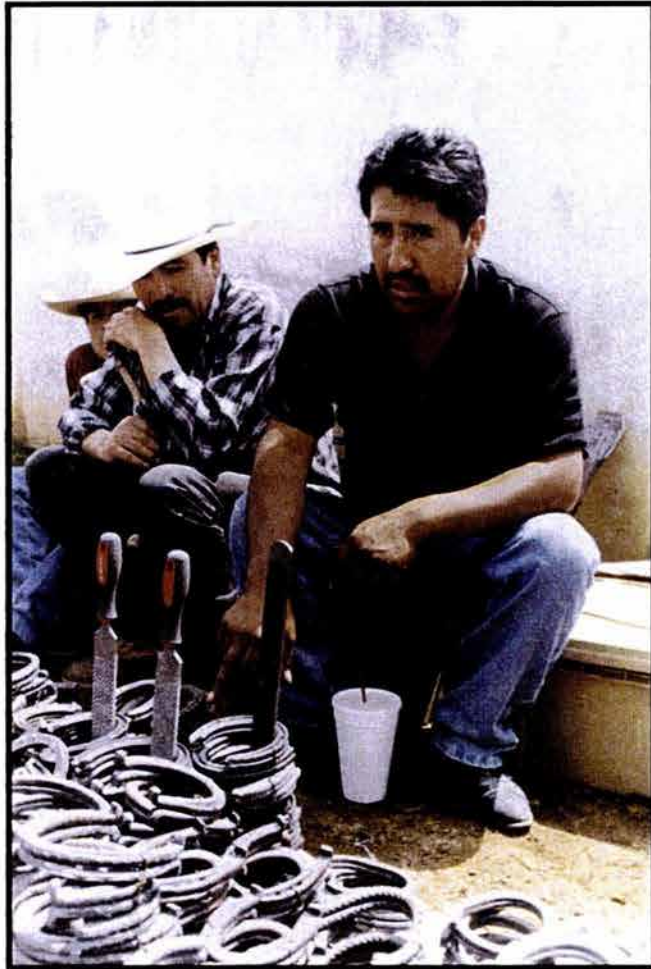
PRESENTACION





¿realidad
nacional?





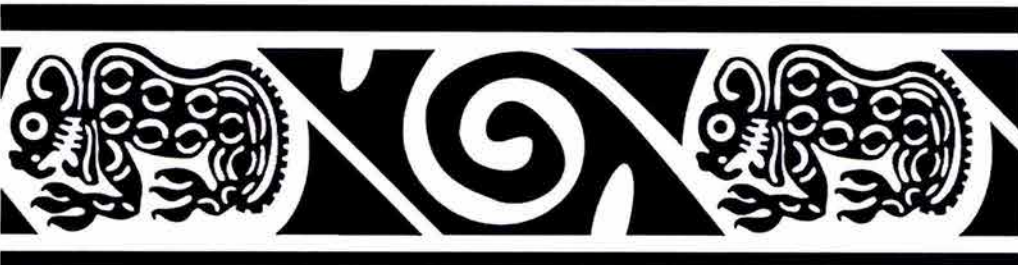
herrereros
trabajando





los huapangueros





las
niñas **fresas**





lavendimia



la **vendedora**
de **pan**



mujeres
trabajando





mujeres
trabajando dos

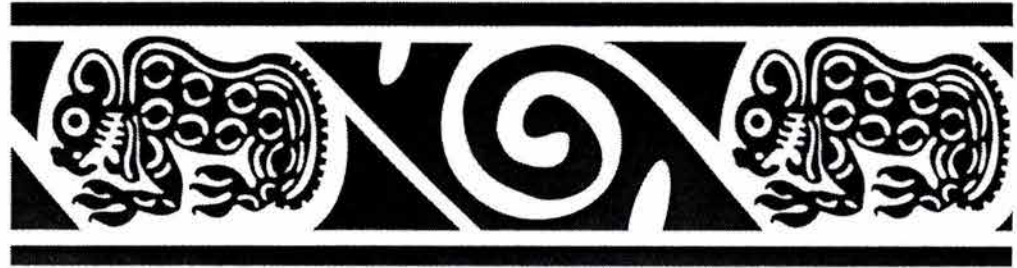


las flores silvestres





paseo por la plaza

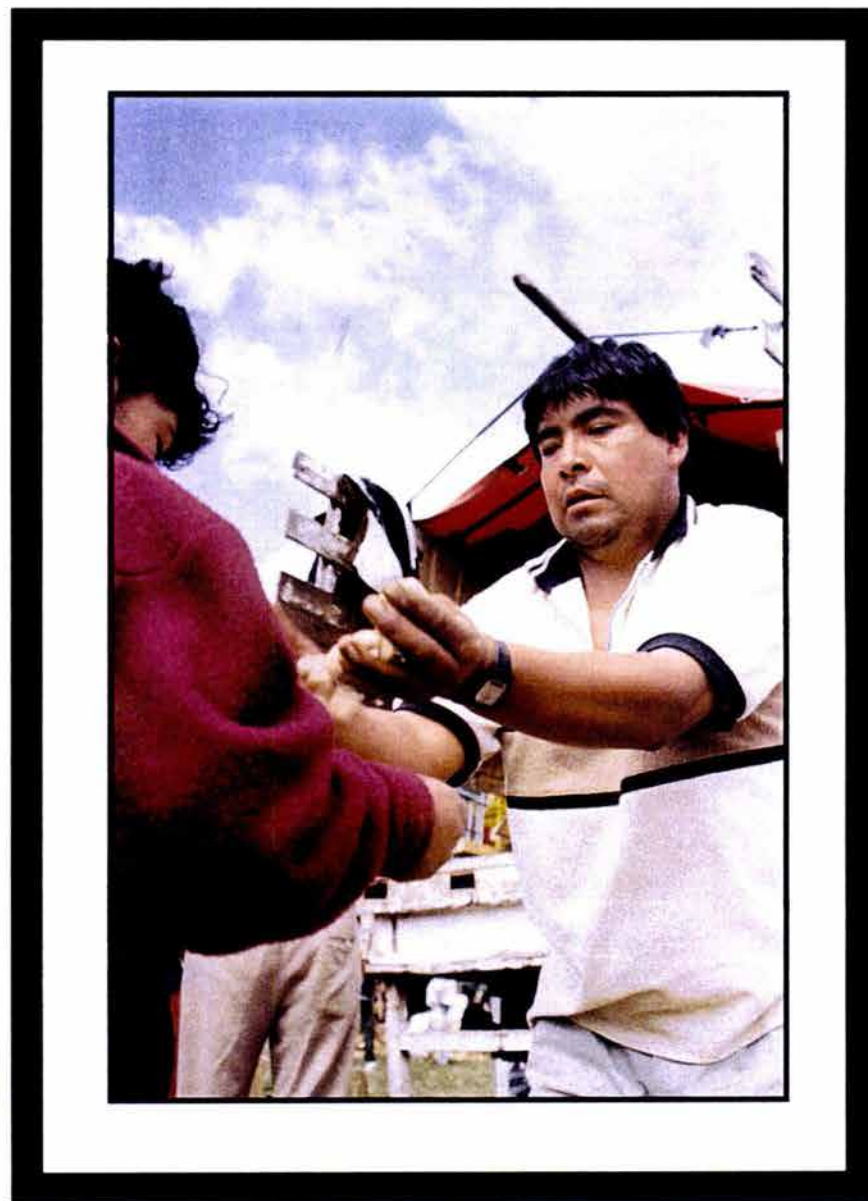


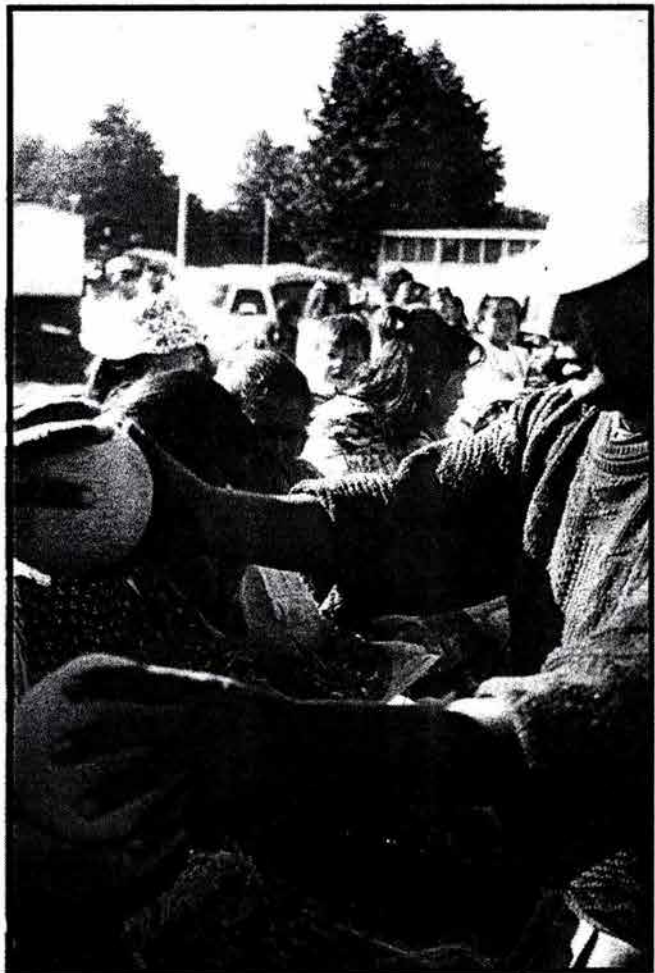
lostrocadores



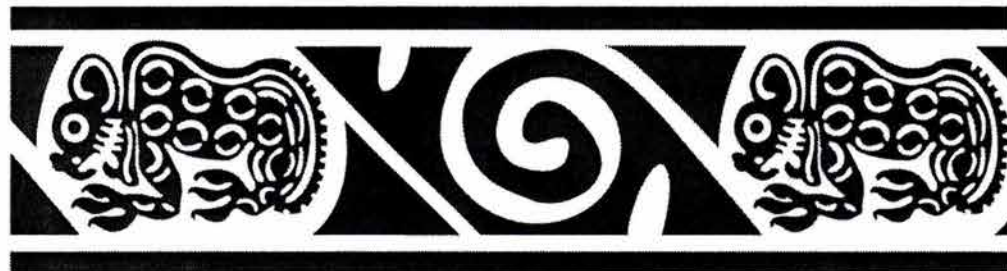


trocadoresdos

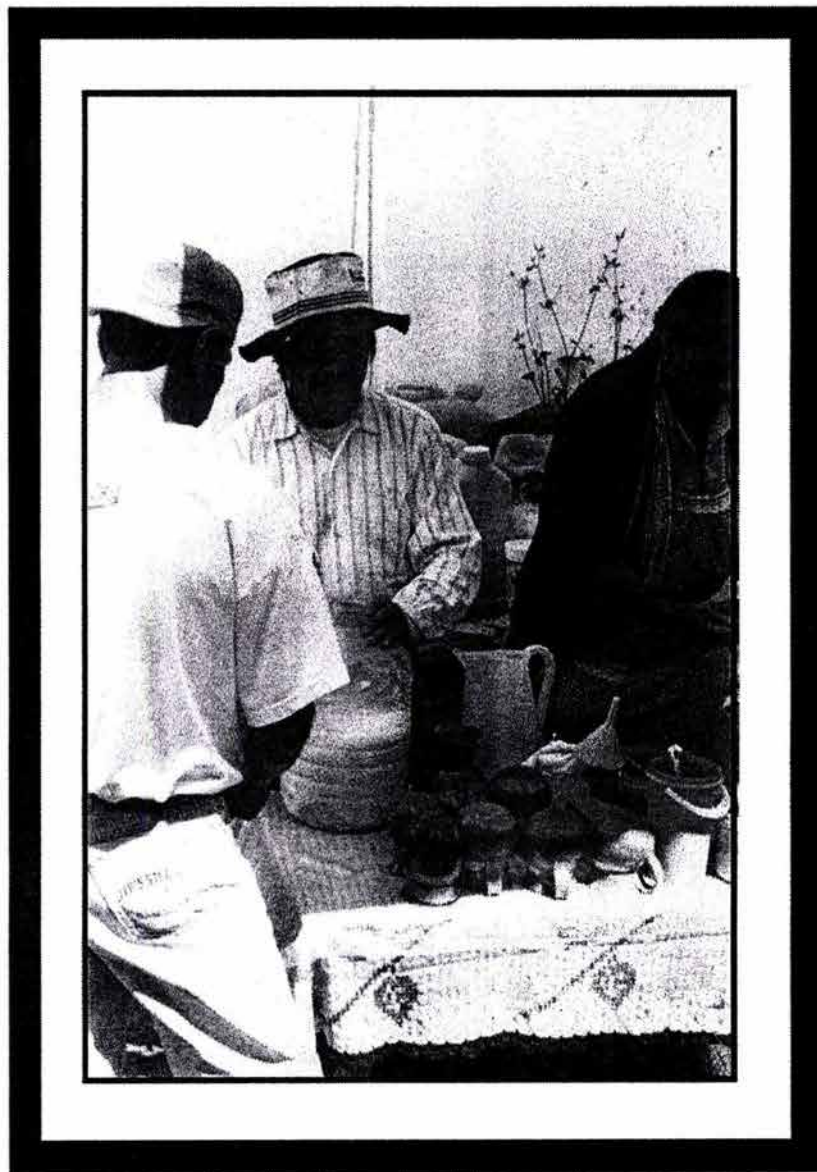




trocadores**tres**



la
bebida
de
reyes





lasmoleras





trocadores **cuatro**



trocadores **cinco**





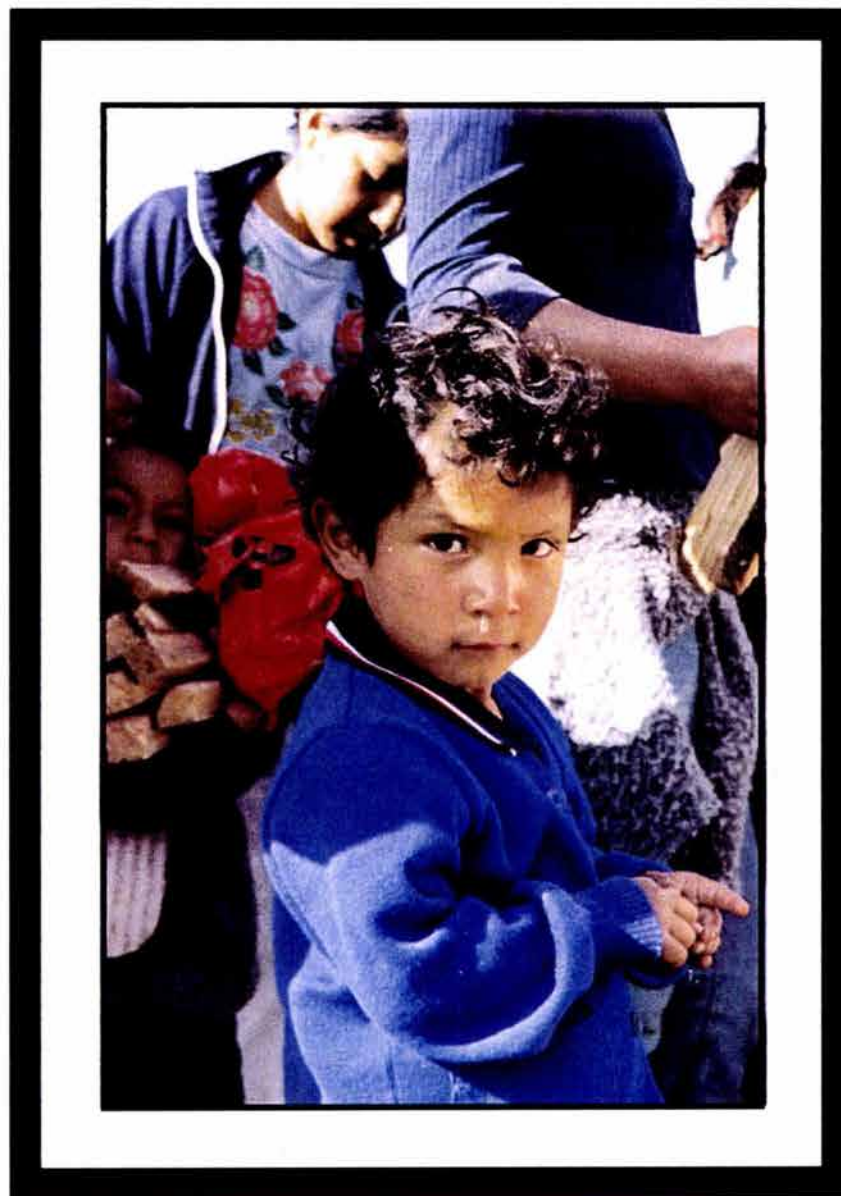
trocadores **seis**

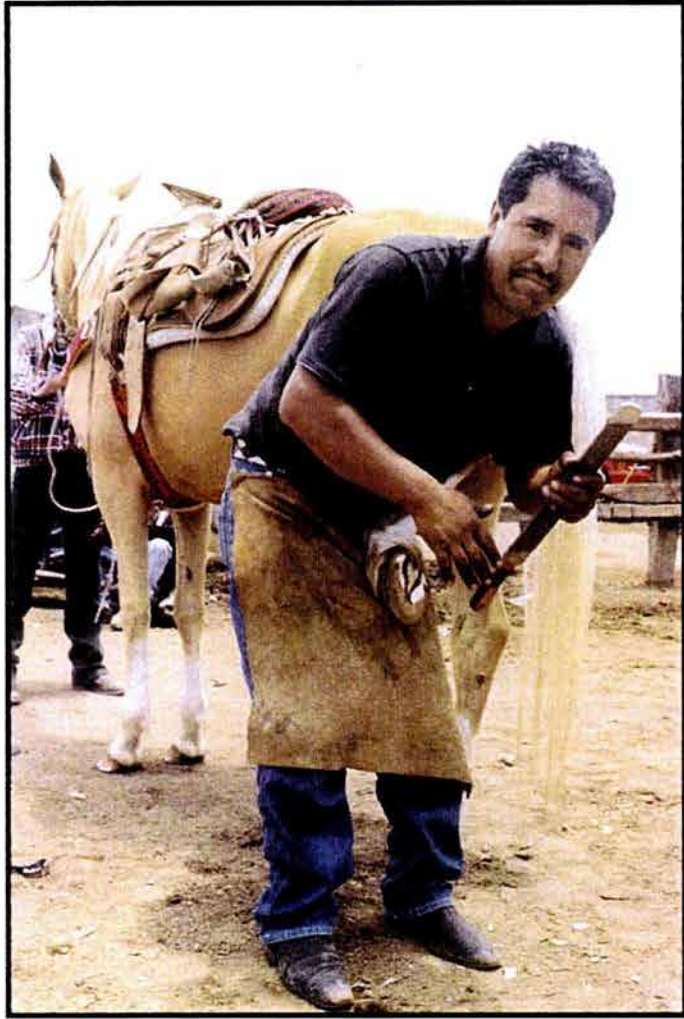


trocadores siete



un
vistazo
al
cielo



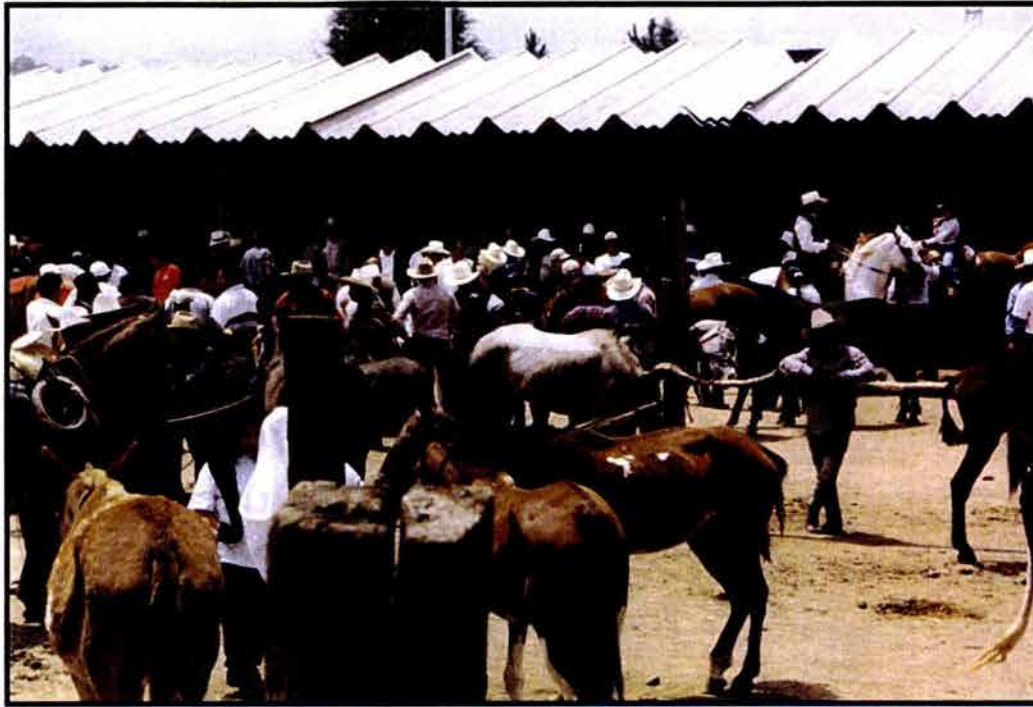


herrereros
trabajandodos



el
rey



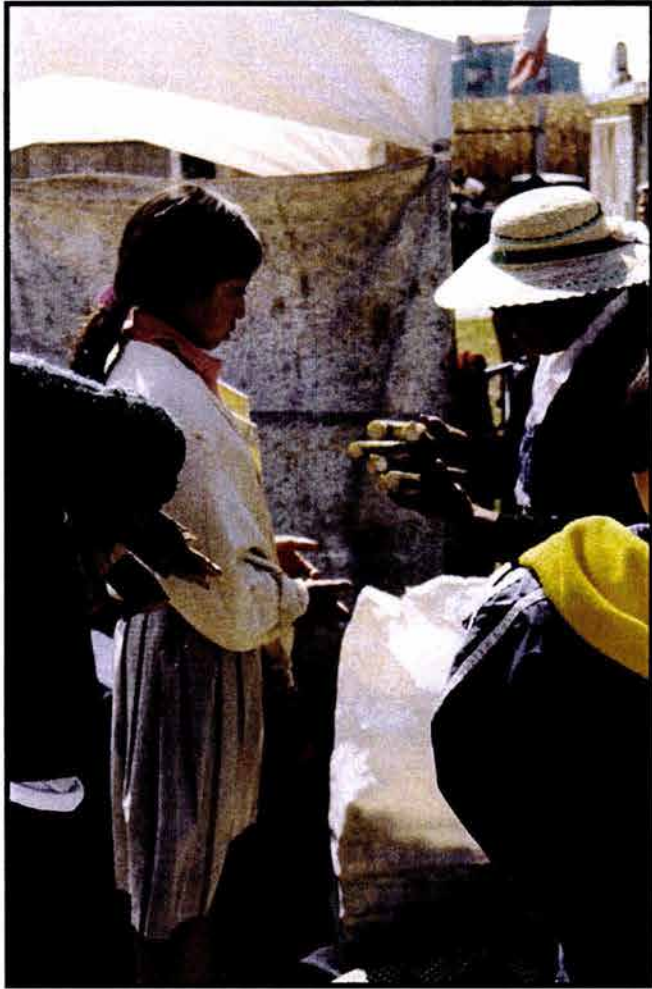


el mesón





trocadores **ocho**



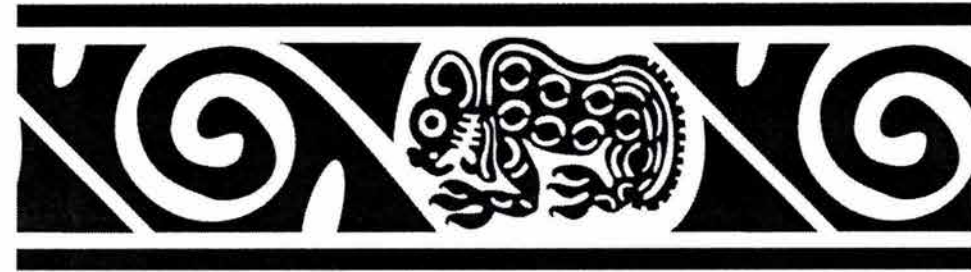
trocadores
nueve





la **vendim**ados

mujeres trabajando





3.2 APLICACIONES DEL FOTORREPORTAJE

“Fotografiando al mercado tradicional de Santiago Tianguistenco” es parte del acervo fotográfico del archivo municipal, desde abril del 2003; consta de un total de 28 fotografías, integrada por fotografías a color y b&n; las ampliaciones son de 8x10” y 8x12”; negativo completo y papel completo. Las tomas están captadas en película negativa de 35mm, sólo algunas son ampliaciones de transparencias de b&n. Las fotografías se ampliaron a estos tamaños para que se pudieran apreciar y poder reproducir con buena calidad en la mayoría de los medios impresos y multimedia.

Como principio, el Municipio utiliza estas imágenes en promoción de Santiago Tianguistenco a través del Instituto Mexiquense de Cultura del Gobierno Estatal.

A manera de adaptación algunas fotografías fueron también utilizadas en el concurso fotográfico: “Ecos de Juventud II” convocado por la Comisión Nacional de los Derechos Humanos, ahora también forman parte del archivo de imágenes de dicha institución.

Las aplicaciones en realidad son ilimitadas, es una cualidad de la fotografía la de poder acoplarse a trabajos o documentos (*carteles, páginas web, gacetas, boletines informativos, monografías municipales, investigaciones documentales, etc.*) de cualquier línea.

conclusiones

Cuando trabajas en algo que no tiene forma al principio, y que en el trayecto de materializarlo te dejó un sin fin de conocimientos y experiencias, concluyes que ha sido satisfactorio; porque además de alcanzar tu objetivo se obtienen otros más. Este trabajo es solamente un fotorreportaje que caracteriza a la plaza de Santiago Tianguistenco independiente a cualquier institución o empresa. La presente surgió originalmente por el interés personal de realizar un trabajo de Tesis relacionado con algún tema etnográfico, lo que resultó después al encontrar diversas aplicaciones fué en el proceso de realización, mismas que se mencionan en el subapartado anterior; la naturaleza del trabajo se presta a que sea el punto de partida para otros trabajos o aplicaciones, planteado todo esto desde el marco introductorio.

Al comienzo, la Tesis se basaba en que con el recurso gráfico del fotorreportaje se pudieran observar algunos actos suscitados en el tianguis y en el mercado de Santiago Tianguistenco, valorando principalmente su importancia etnográfica y así concluye, satisfactoriamente, confirmado todo esto por la variedad en las tomas fotográficas de la presente y de su uso en el Instituto Mexiquense de Cultura.

Con el marco teórico planteado bastó para tener la referencia y poder adentrarse en la interpretación de las fotografías, sobre todo con la primera parte ya que es información ajena al estudio formal del diseño; el segundo capítulo aporta no sólo la información técnica, también ofrece un contexto histórico-social de la fotografía por sí sola, y su relación con los acontecimientos nacionales, relacionados de alguna manera con el contenido de éste trabajo. La importancia de la presente radica en su aportación como documento social, y no tanto en lo técnico. Esto a su vez justifica que no esté saturado de gráficos como la mayoría de los documentos de Diseño Gráfico, además de que sería perjudicial para el fotorreportaje, porque le causaría ruido. Lo importante aquí son las fotografías del capítulo tercero y no es la intención dar una cátedra sobre fundamentos de diseño fotográfico o aspectos técnicos, mucho menos de demostrar como se hace trabajo etnográfico ya que que la presente es una Tesis perteneciente al área del Diseño Gráfico. De como hacer fotografía de reportaje o prensa, si podría afirmar que en ningún libro se describe el camino a seguir, porque no siempre se



trabaja con los mismos elementos y recursos, todas las situaciones son distintas. Durante la toma de fotografías siempre existieron variaciones que hicieron de este trabajo un cúmulo de experiencias que no pertenecen al mundo de la fotografía, dicho de otra forma; me refiero a la convivencia interpersonal en el tianguis; de lo que ocasionaba el que te presentaras con una cámara fotográfica a irrumpir su cotidianidad, y que por supuesto no todos toleraban. Era un “estira y afloja” constante con todos ellos y en el transcurso es inevitable valorar si existe o no vocación para el trabajo de fotorreportero, que va más allá de un oficio.

Creo que después de todo el diseñador siempre está creando durante su vida profesional; es un acto reflejo, y para ello se necesita de un constante nutrimiento de los contextos que lo rodean a él y a sus diseños. En la realización de este fotorreportaje no bastó con saber de fotografía y Diseño, también se recurrió a otras áreas de estudio como la Sociología, la Etnografía y la Historia. Cualquier trabajo para que pueda considerarse profesional se tiene que plantear así: como un trabajo multidisciplinario.

Se habla mucho acerca de que lo impreso está de salida porque se ha entrado en la época de lo audiovisual-digital; esto atañe por igual a la técnica de la fotografía: comparando la fotografía digital por encima de la análoga o tradicional; se pudiera decir lo mismo de esta Tesis, ya que siguiendo esta misma tendencia, debió realizarse con la nueva tecnología digital, más la propuesta adjunta a este trabajo es subrayar que lo impreso tiende a ser más perdurable para las personas y la sociedad en general. No hay que perder de vista que cuando se comenzó esta Tesis no estaba tan comercializada la fotografía digital, como lo está ahora; de todos modos es innegable el avance tecnológico y no sólo en la fotografía, también para otros recursos gráficos, este hecho facilita las tareas del diseñador por el ahorro de tiempo y la optimización de la calidad en sus trabajos.

Lo que ahora concluye no sólo es una serie fotográfica del mercado de Santiago Tianguistenco, también deja a su paso la experiencia de hacer principios de trabajo etnográfico aún no siendo la formación del Diseñador, y esto es lo que le da un toque distintivo a esta Tesis.



glosario

Bisceral. Con doble utilidad y significado.

Efigie. Representación o imagen de una persona o pueblo.

Explotación parasitaria. Estilo del conquistador al pago de los impuestos por parte de los Indígenas, diseñado para que solo cobraran sin nada a cambio.

Factoría. Establecimiento comercial en un país extranjero.

Herguemónicas. Elaborado a la forma de la mano.

Idiosincrasia. Modo de ser y peculiar de cada individuo.

Paparazzi. Generación de fotógrafos contemporáneos dedicados al fotorreportaje sensacionalista.

Plusvalía. Variación del valor de vida de acuerdo a su contexto

Pochteca. Comerciante.

Praxis. Práctica o teoría aplicada.

Reglas suntuarias. Era el lujo con el impuesto o derecho de poder vender y trocar.

Tatelulco. Tlatelolco

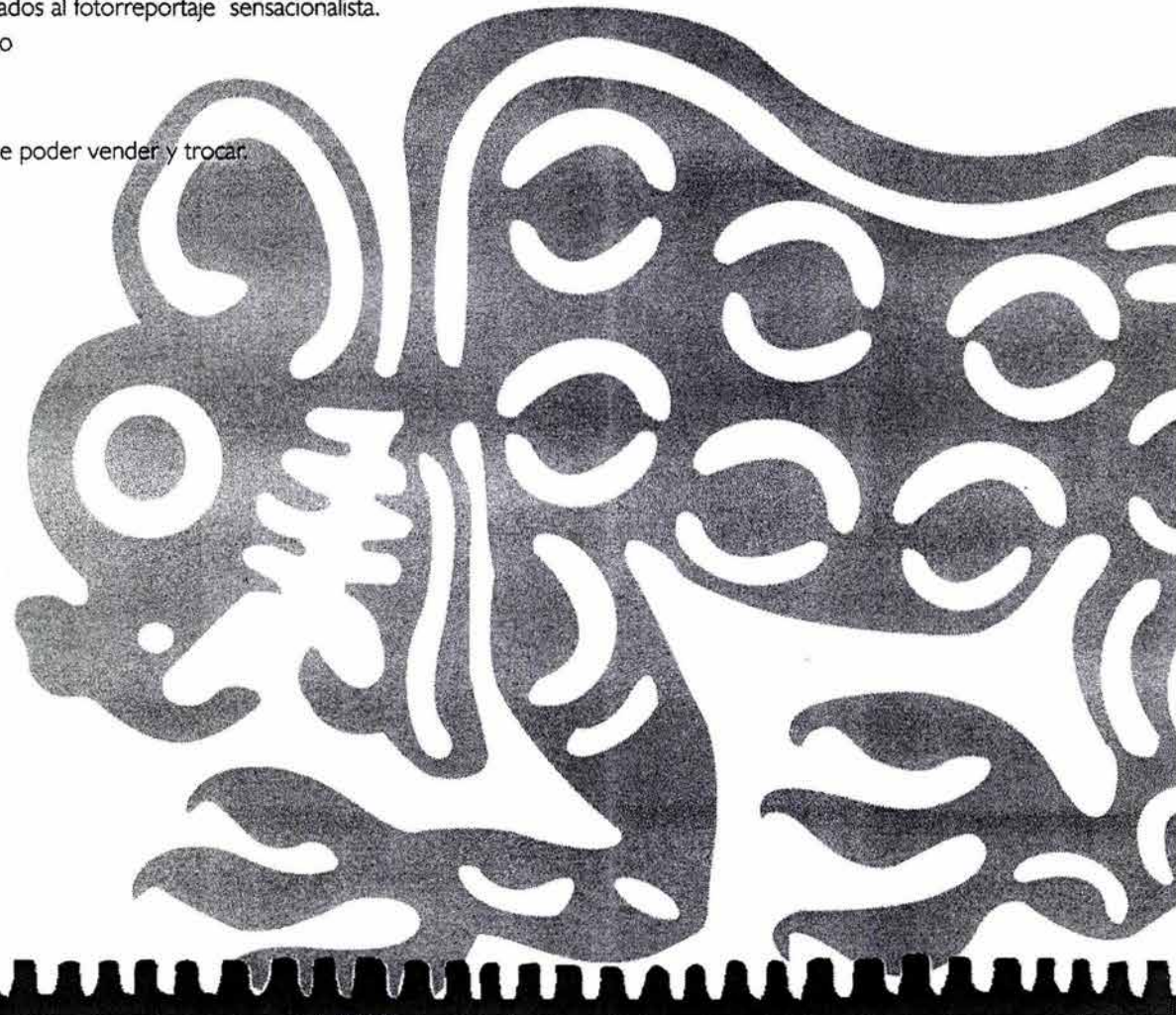
Temporalero. Cada estación o temporada.

Tianquizco. Tianguis


Tianquiztli. Tianguis

Tzacuilhuaztli. Bastón.

Xonecuilli. Abanico.



citas de gráficos, capítulo I y II

- 
- gráfico 1. Trocadores 7. Parte del fotorreportaje de esta Tesis
gráfico 2. Se reparan estufas.... Blanco, José. Ciudad de México, Espejos del siglo XX. pag 68
gráfico 3. "Tlanquitzli, 'el mercado'. Fray Diego Durán"; Cervera, Alva. SANTIAGO TIANGUISTENCO, Crónica de un mercado prehispánico
gráfico 4. Blanco, José. *op. cit.* pag 35
gráfico 5. *ibid.* pag. 60
gráfico 6. *ibid.* pag. 44
gráfico 7. *ibid.* pag. 69
gráfico 8. *ibid.* pag. 22
gráfico 9. *ibid.* pag. 46
gráfico 10. *ibid.* pag. 20
gráfico 11. Archivo Municipal, Santiago Tianguistenco
gráfico 12. *ibidem*
gráfico 13. *ibidem*
gráfico 15. Scheffler, Lilian. LOS INDÍGENAS MEXICANOS
gráfico 16. *ibidem*
gráfico 17. Mapa de localización del mercado en Santiago
gráfico 18. Vista aérea de Santiago Tianguistenco. Acervo fotográfico personal
gráfico 19. Acervo fotográfico personal
gráfico 20. Herrera, Catalina. KALEIDOSCOPIO, verano 2001. pag 26
gráfico 21. *ibidem*
gráfico 22. De Aysa, Eduardo. PRIMERO. Air Europa, Magazine. Portada
gráfico 23. Herrera, Catalina. KALEIDOSCOPIO, verano 2002. pag 18
gráfico 24. *ibid.* pag. 7
gráfico 25. *ibid.* pag. 17
gráfico 26. Rodríguez, José. Alquimia, núm. 5. pag 6
gráfico 27. *Barrenderos*. Rodríguez, José. Alquimia, núm 2. pag 24
gráfico 28. Herrera, Catalina. KALEIDOSCOPIO, "juegos de guerra", castellanos, pag 16. Otoño 2003
gráfico 29. Manual de usuario. Nikon fm 10
gráfico 30. Acervo fotográfico personal

bibliografía

1. Gisèle Freund. **LA FOTOGRAFÍA COMO DOCUMENTO SOCIAL**. Ed. GG Mass Media. Barcelona, España 1999, octava edición.
2. *Gonzalbo, Pilar*. **HISTORIA DE LA FAMILIA**. ED. UAM. México 1993, primera edición.
3. *Riva Palacio, Vicente*. **MÉXICO A TRAVES DE LOS SIGLOS**, Tomo I. Ed. Cumbre, México 1980, decimosexta edición.
4. *Scheffler, Lilian*. **LOS INDÍGENAS MEXICANOS**. Ed. Panorama, México 1992, primera edición.
5. *Langford, Michael*. **ENCICLOPEDIA COMPLETA DE LA FOTOGRAFÍA**. Ed. Blume, Madrid 1983
6. *Herrera, Catalina*. **KALEIDOSCOPIO**; Revista De la red Kodak pro passport, verano 2001
7. *Herrera, Catalina*. **KALEIDOSCOPIO**; Revista De la red Kodak pro passport, verano 2002
8. *Herrera, Catalina*. **KALEIDOSCOPIO**; Revista De la red Kodak pro passport, otoño 2003
9. *Romero, Javier*. **ATLAS ECOLÓGICO DE LA CUENCA HIDROGRÁFICA DEL RÍO LERMA**. Ed Gobierno de Estado de México, 1993, México
10. *Carrasco, Pedro*; **ECONOMÍA POLÍTICA E IDEOLOGÍA EN EL MÉXICO PREHISPÁNICO**.
Bioda, Johanna El tianguis y los mercaderes; el sistema de mercado en Tenochtitlan -*Calnek, Edward*
Centro de investigaciones de INAH, Ed. Nva. Imagen 1978, México.
Pedro Carrasco y Johanna Bioda, editores, Pag. 15-76
11. *Hedgecoe, John*. **FOTOGRAFÍA BÁSICA**. Ed. CEAC, Barcelona 1991. Libros Cupula/imagen
12. *Debroise, Oliver*. **FUGA MEXICANA**, Un recorrido por la fotografía en México. Ed. CONACULTA, México 1998; Lecturas mexicanas.
13. *Lovell, Ronald*. **MANUAL COMPLETO DE FOTOGRAFÍA**. Ed. Celeste. España 1998

14. *Torres, Laura*. CURSO DE FOTOGRAFÍA.
http://www.fotofutura.com/tecnica/actual/com_12.htm#indice.
15. *Langford, Michael*. EL MANUAL FOTOGRÁFICO PARA EL USO DE LASCAMARAS DE 35mm*
16. *Hedgcoe, John*. NUEVO MANUAL DE FOTOGRAFÍA. Ed. CUPULA, Barcelona, España 1991
17. *Díaz del Castillo, Bernal*. HISTORIA VERDADERA DE LA CONQUISTA DE LA NUEVA ESPAÑA. Ed. Porrúa "sepan cuantos" Num 5, 15ª edición, México 1992
18. *Marroquín, Alejandro*. INTRODUCCIÓN AL MERCADO INDÍGENA. Ediciones mimeográficas del comité de lucha de la ENAH, 3ª reimpresión, México 1965
19. *Marroquín, Alejandro*. LA CIUDAD MERCADO. Ediciones mimeográficas del comité de lucha de la ENAH, México 1976
20. *Kirchhoff, Paul*. MESOAMÉRICA; sus límites geográficos, composición étnica y características culturales. Ed. Aguirre Beltrán. Suplemento de la revista Tlatoani; Instituto de Historia, UNAM, Enap, CPAENAH, México
21. *Paré, Lusa*. TIANGUIS Y ECONOMÍA CAPITALISTA. Ed. Nueva antropología. Vol. I, No. 2
22. *Velásquez, Isaac*. TIANGUISTENCO, MONOGRAFÍA MUNICIPAL. Ed. AMECROM y el Instituto Mexiquense de cultura, tercera edición 1999, México
23. *Vargas, Donaciano*. XALATLACO, MONOGRAFÍA MUNICIPAL. Ed. AMECROM y el Instituto Mexiquense de cultura, primera edición 1998, México
24. *Bourdieu, Pierre*. LA FOTOGRAFÍA UN ARTE INTERMEDIO.
25. *Bali, Jaime*. MÉXICO EN EL TIEMPO, Acervos fotográficos. Revista de historia y conservación, Ed. Jilguero, INAH. Año 1, Num. 2, agosto/septiembre, 1994
26. *SchÖttle, Hugo*. DICCONARIO DE LA FOTOGRAFÍA. Ed. Blume, Barcelona 1982
27. *Rodríguez, José*. ALQUIMIA, Sistema Nacional de fototecas. Ed. CONAGULTA – INAH. Revista
28. *Cervera, Alva*. SANTIAGO TIANGUISTENCO, Crónica de un mercado prehispánico. Ed: Hank

29. *De Aysa, Eduardo*. PRIMERO, Air Europa, Magazine. Número 32
30. *Rodríguez, José*. ALQUIMIA. Sistema Nacional de Fototecas, INAH. Número 2
31. *Rodríguez, José*. ALQUIMIA. Sistema Nacional de Fototecas, INAH. Número 3
32. *Montes de Oca, Héctor*. CURSO, CALIDAD TOTAL EN BLANCO Y NEGRO. Kodak Profesional de México. 2002
33. *De Aysa, Eduardo*. PRIMERO, Air Europa, Magazine. Verano 2001, España.

