

1118

Suplemento cultural el tlacuache

CENTRO  INAH MORELOS

Viernes 1 de marzo, 2024

Del *tianquiztli* al centro comercial

ADOLFO LÓPEZ MATEOS

en Cuernavaca, Morelos

María de Lourdes Meléndes Rodríguez



Del *Tianquiztli* al Centro Comercial

ADOLFO LÓPEZ MATEOS

en Cuernavaca, Morelos

María de Lourdes Meléndes Rodríguez

Estudiante de la Maestría en Estudios Regionales
CICSER / UAEM

Introducción

El texto destaca la fascinación por los mercados, especialmente el Centro Comercial Presidente Adolfo López Mateos en Cuernavaca, Morelos. De esta manera, se explora la importancia histórica y cultural de los mercados en la región, desde la época prehispánica hasta la actualidad.

Los actores, con orgullo, se autodenominan "hijos del mercado", destacando cómo han crecido y prosperado dentro de este espacio. Se resalta la diversidad de personas y actividades en el mercado, fusionando tradición y modernidad. A través de entrevistas, se revela la conexión emocional de los comerciantes con el mercado y cómo este ha sido un elemento fundamental en sus vidas.

Es importante destacar que el presente trabajo subraya la complejidad de separar a los individuos vinculados al mercado y resalta su importancia no sólo como un lugar de comercio, sino también como un tejido social dinámico y vital para la formación de una comunidad.

Pasillos. Centro Comercial Adolfo López Mateos, Cuernavaca, Morelos, México, 2022. Fotografía: Melania Rodríguez Sevilla.

Del tianquiztli a los mercados generales

Los mercados y el vibrante espectáculo que se desenvuelve en su interior son cautivantes a la hora de visitarlos. No es de dudar que al llegar los españoles al continente americano y encontrarse con estos espacios llenos de color, aroma y diversidad, los inspirara a documentar lo que veían en éstos.

Un ejemplo de ello es Fray Bernardino de Sahagún, en su libro *la Historia General de las cosas de la Nueva España*, donde hace un registro significativo sobre la vida mexicana, describiendo la relevancia de los *tianquiztli* no solo en lo comercial y social, sino también en la estructura política de cada región del país. A partir de esto, podemos afirmar que la organización comercial existía antes de la llegada de los españoles a nuestras tierras. Sahagún agrega que cada *tianquiztli* tenía características particulares. Por ejemplo, en Azcapotzalco, que en ese entonces todavía era considerado un *altépetl* (ciudad-estado), se podían adquirir esclavos; en Cholula, plumas y piedras preciosas; en lo que hoy conocemos como Texcoco, en esos años conocido como Tezcoco, otro *altépetl*, se comercializaba ropa; y en Acolman se mercadeaban perros. Mientras tanto, el pueblo de Coyoacán se destacaba por educar a recaudadores y mercaderes.

Fray Bernardino de Sahagún señala que algunos de estos *tianquiztli* estaban abiertos todos los días de forma permanente, mientras que otros solo operaban una vez a la semana. Otro de estos cronistas y evangelizadores, Fray Diego Durán, dentro del código que lleva su nombre, describe un monolito que captura la dinámica de un *tianquiztli*; dentro del mismo código Durán en un tono jocoso, menciona que “una india tianguera preferiría ir al tianguis antes que al cielo”. Por otro lado, Hernán Cortés, en una carta dirigida al emperador Carlos V el 30 de octubre de 1520, comparte sus impresiones sobre Tlatelolco, llevado allí por el emperador Moctezuma. En su narrativa, podemos percibir con agudeza su sentir y emoción ante lo que describe, observando la división de tareas, actividades, mercancías, oficios existentes y servicios ofrecidos en ese lugar.

Con ello, podríamos considerar que nuestro gusto por visitar el ‘mercadito’ que llega una vez a la semana a nuestra colonia tiene sus raíces en una tradición mesoamericana. Aunque lamentablemente, esto se ha ido perdiendo debido a la abrumadora publicidad de grandes cadenas comerciales de supermercados, olvidando que los mercados y tianguis continúan resistiendo ante los desafíos que la gentrificación representa.



Detalle. Mural: Diego Rivera. *El tianguis de Tlatelolco*. Palacio Nacional. Ciudad de México. Fotografía: Wolfgang Sauber.



Dentro del territorio nacional, contamos con dos tipos de mercados: aquellos que se especializan en uno o dos giros, como los mercados de artesanías, y los mercados más populares a los que asistimos en nuestra vida cotidiana, los cuales ofrecen un poco de todo. A estos últimos yo los denomino mercados generales, y se localizan en todos los estados, municipios y colonias.

Estos mercados generales albergan una amplia gama de productos en sus pasillos, desde florerías, zapaterías, jarcerías, ferreterías, tlapalerías, papelerías, salones de belleza, bisuterías, tortillerías, carbonerías, hierberías, frutas y verduras, hasta carnicerías, pollerías, pescaderías, negocios que ofrecen viseras, dulcerías, piñatas, ollas, ropa, sartenes, braseros, cazos, cubiertos, platos y vasos de loza y de barro, bolsas y desechables, entre otros. En la actualidad, se han incorporado servicios y mercancías más modernas como accesorios para telefonía móvil, bocinas, USB con música pregrabada, y una amplia variedad de productos de importación.

Estacionamiento norte - introductores. Centro Comercial Adolfo López Mateos, Cuernavaca, Morelos, México, 2022. Fotografía: Benjamín Torres Meléndes.

Los mercados y tianguis que proliferan en nuestro territorio nacional no solo son centros de comercio, sino también lugares de encuentro que fomentan los vínculos de amistad y parentesco. Son espacios donde se intercambian productos agrícolas, cárnicos, perecederos y no perecederos, al mismo tiempo que se van construyendo lazos comerciales y culturales dentro de la región en la que se establecen. Podríamos decir entonces que, en paralelo a los espacios sagrados de las iglesias y templos, estos lugares representan centros de reunión y cohesión social con una rica historia y tradición.



Paso a desnivel del Mercado Adolfo López Mateos. Ca. 1965. Cuernavaca, Morelos, México. Autor: Anónimo. No. de referencia: 2934. Colección "Valentín López González". Fototeca "Juan Dubernard". SINAFO. Centro INAH Morelos.

Breve historia del Centro Comercial Presidente Adolfo López Mateos en Cuernavaca, Morelos

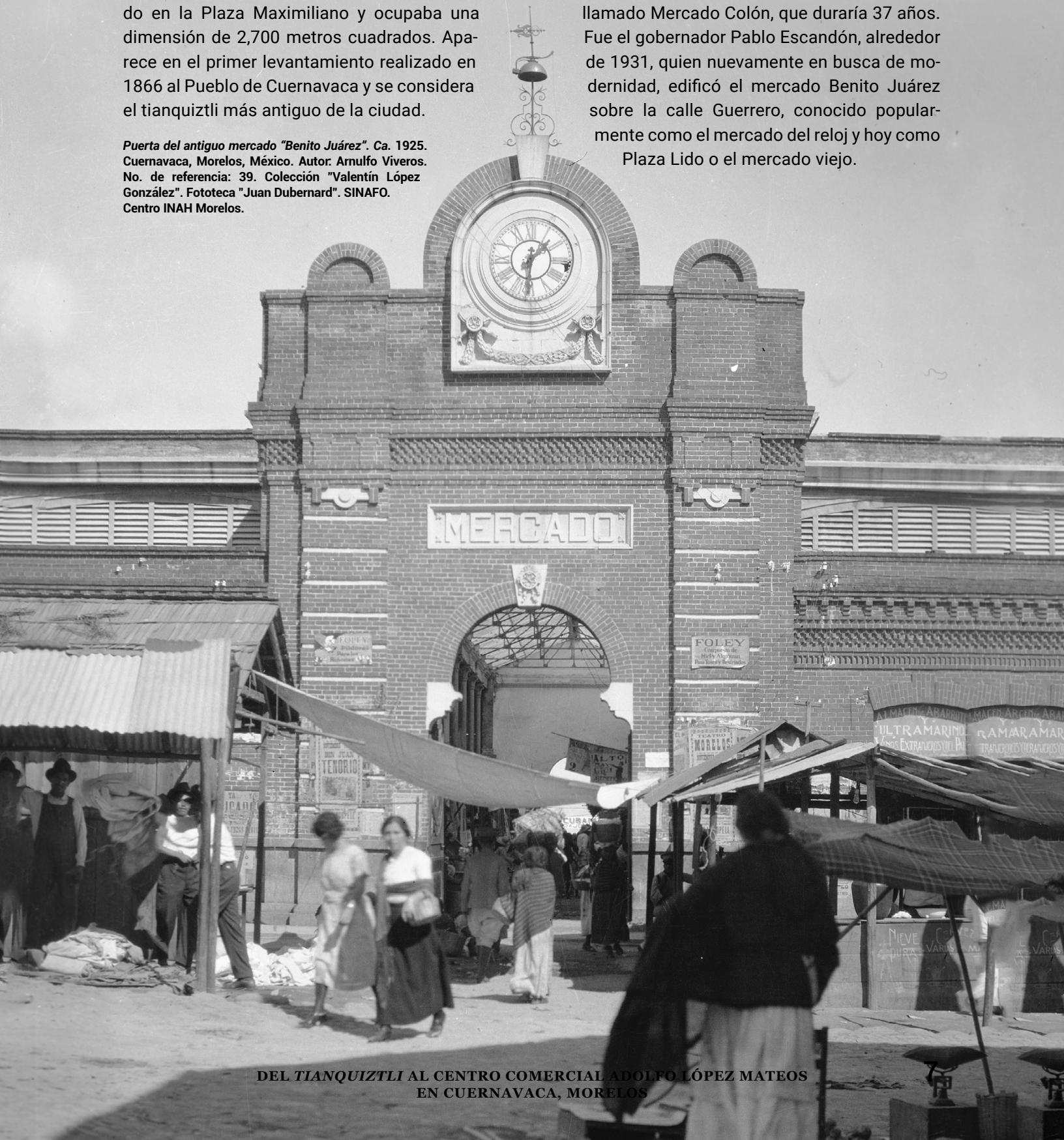
Entre los mercados que capturan la atención de los cuernavacenses se encuentra el Centro Comercial Presidente Adolfo López Mateos, fundado oficialmente el 26 de octubre de 1964. Popularmente reconocido como el mercado López Mateos. Se sitúa a cuatro cuadras del centro histórico de la ciudad, sobre la avenida que lleva el mismo nombre. Con base al archivo del Municipio de Cuernavaca, el mercado fue construido en terrenos donados por el ex presidente de México, Lic. Adolfo López Mateos, los cuales previamente habían sido expropiados de los terrenos ubicados en el Rancho Colorado de la familia Salinas y otros predios "desocupados por sus inquilinos"

Aunque el Centro Comercial Presidente Adolfo López Mateos, nombre oficial, no fue el primer mercado en Cuernavaca, se le otorgó ese nombre en homenaje al expresidente en reconocimiento a su memoria. Actualmente, es el principal y más grande centro de mercadeo bajo cubierta en la ciudad.

Dentro de los antecedentes de espacios urbanos dedicados al mercadeo de productos en el valle de Cuauhnáhuac, capital del señorío tlahuica y hoy conocido como Cuernavaca, se destaca el Tianquiztli. Este estaba ubicado en la Plaza Maximiliano y ocupaba una dimensión de 2,700 metros cuadrados. Aparece en el primer levantamiento realizado en 1866 al Pueblo de Cuernavaca y se considera el tianquiztli más antiguo de la ciudad.

Puerta del antiguo mercado "Benito Juárez". Ca. 1925. Cuernavaca, Morelos, México. Autor: Arnulfo Viveros. No. de referencia: 39. Colección "Valentín López González". Fototeca "Juan Dubernard". SINAFO. Centro INAH Morelos.

Posteriormente, entre 1862 y 1867, fue renombrado como Plaza de la Constitución. En 1872, el primer gobernador del estado de Morelos, Francisco Leyva, decidió trasladar el tianquiztli y construyó un complejo comercial llamado Mercado Colón, que duraría 37 años. Fue el gobernador Pablo Escandón, alrededor de 1931, quien nuevamente en busca de modernidad, edificó el mercado Benito Juárez sobre la calle Guerrero, conocido popularmente como el mercado del reloj y hoy como Plaza Lido o el mercado viejo.





Adolfo López Mateos develando la placa conmemorativa del mercado municipal ALM. 1964. Cuernavaca, Morelos, México. Autor. Anónimo. No. de referencia: 6744. Colección "Valentín López González". Fototeca "Juan Dubernard". SINAFO. Centro INAH Morelos.

Décadas después, el proceso urbanizador demandaba mayores espacios dinámicos y modernos para la ciudad. Según el libro conmemorativo de los 50 años del Mercado Adolfo López Mateos, publicado por el Municipio de Cuernavaca. Es en 1961 que el arquitecto Mario Pani trazó los planos para un proyecto futurista que dio origen al mercado López Mateos, una majestuosa mole de concreto con su imponente nave volada, realizada con cemento armado, sin una sola columna y con celosías de ladrillo para permitir el paso del aire, amplias escaleras y jardineras que brindaban sombra y un espacio de juego a los pequeños, características que presumían en ese entonces. Se conectaba a la ciudad con un idílico puente llamado entonces 'paseo dominical', mismo que la población rebautizaría por sus curvadas formas y estructura como el puente del dragón.

El 7 de mayo de 1964, el presidente de la República, Adolfo López Mateos, acompañado por el Gobernador del estado de Morelos, Norberto López Velar, y el Presidente Municipal de Cuernavaca, Modesto Ramírez Reyes, participaron en una emotiva ceremonia donde cortaron el listón inaugural y entregaron simbólicamente las llaves del mercado López Mateos al entonces dirigente de los locatarios, el Sr. David Gutiérrez. Develándose una placa conmemorativa del evento, la cual todavía se encuentra a la entrada de la sección de florerías.

Cinco meses después de la inauguración, los locatarios del mercado Benito Juárez mostraban resistencia a aceptar la reubicación. Los hermanos Sedano, Isidro y Juan, quienes hoy se desempeñan como estibadores, eran pequeños y juguetones niños en ese entonces. Recuerdan que la aparente lejanía del nuevo mercado generaba temores, con preocupación de que los clientes no acudieran a comprar.

El recién construido puente del dragón, que atravesaba la barranca, dejaba silbar el viento, soplando fuerte, como recuerdan entre risas Juan y su hermano Isidro. No obstante, "cedieron" ante la exigencia de las autoridades gubernamentales, según relatan algunos comerciantes que aún hoy recuerdan los hechos, expresando: "entraron los gendarmes al mercado viejo a romper los puestos".

Fue con este acto que inició el éxodo, marcado por la angustia y la preocupación, con mentadas de madre al gobernador y al presidente municipal, acompañadas de sollozos por lo que se avecinaba. Aquellos fueron tiempos de un mercado sin clientes y locales vacíos, con deudas para algunos y la ruina para otros. Para aquellos que lograron sobrevivir, esta experiencia se convirtió en su emblema y forma de vida.

Hoy, en el 2024, la distancia entre el centro de la capital y la ubicación del mercado parece pequeña y risible, pero en 1964 el Adolfo López Mateos era percibido como un elefante blanco a las afueras de la ciudad, mote que le daban los pobladores. Quizás en un intento de resarcir los daños económicos y emocionales causados por las formas atropelladas del gobierno estatal en la reubicación de los comerciantes, el entonces Presidente López Mateos les otorgó una concesión por los próximos 99 años. Este gesto garantizaba, de cierta manera, su permanencia y estaba dentro de este nuevo mercado.

Puente y paso a desnivel del Mercado Adolfo López Mateos. Ca. 1965. Cuernavaca, Morelos, México. Autor: Anónimo. No. de referencia: 2932. Colección "Valentín López González". Fototeca "Juan Dubernard". SINAFO. Centro INAH Morelos.



Hoy, Los hijos e hijas del mercado del Centro Comercial Presidente Adolfo López Mateos

El Centro Comercial Presidente Adolfo López Mateos, abarca un poco más de 73 mil metros cuadrados y sus censos internos muestran la presencia de 4950 locatarios y cerca de 18 mil personas que ahí laboran. Construido en los años sesenta por Mario Pani su majestuosidad, ha experimentado desgaste por los años y daños por incendios y sismos. A pesar de ello, sigue siendo un crisol de tradición y modernidad, ofreciendo una variedad de servicios y mercancías que van desde productos locales y tradicionales hasta bienes importados. Dicho por el médico, comerciante y líder Alejandro Delgado, es visitado en el día a día por alrededor de 25 mil compradores. El mercado destaca por la diversidad de alimentos y productos, creando un ambiente fascinante que mezcla historia y contemporaneidad.

En resumen, el mercado Adolfo López Mateos, de la Ciudad de Cuernavaca, es un bullicioso y complejo laberinto de intercambio social, donde convergen personajes de todo tipo. Desde aquellos que rebuscan entre contenedores de basura para rescatar productos en buen estado, el comerciante del puesto ambulante hasta chefs de restaurantes elegantes en busca de piezas selectas para sus cocinas, así como el revendedor y las amas de casa de una gran diversidad de economías. La tradición y la modernidad se entrelazan de manera híbrida, fusionando prácticas que dan profundidad, cohesión y estructura al tejido social.

Páginas 10 y 11. Puestos bóveda principal 4/4. Nave principal del Centro Comercial Adolfo López Mateos, Cuernavaca, Morelos, México, 2022. Fotografía: Melania Rodríguez Sevilla







*Puestos bóveda principal 3/4. Nave principal del Centro Comercial Adolfo López Mateos, Cuernavaca, Morelos, México, 2022.
Fotografía: Melania Rodríguez Sevilla*

Los comerciantes del López Mateos se autodenominan con orgullo "hijos e hijas del mercado". Este apelativo refleja no solo su conexión laboral con el lugar, sino también su arraigo emocional y físico. A pesar de la incertidumbre inicial, muchos de ellos nacieron y crecieron en este espacio, desarrollándose tanto personal como profesionalmente. Con el tiempo, lograron prosperar y sacar adelante a sus familias.

La diversidad de la progenie del mercado es notable, abarcando desde aquellos que continúan dedicados a actividades comerciales en los cientos de locales, hasta aquellos que se han tenido la oportunidad de concluir estudios universitarios o dedicarse a otros oficios.

Algunos ejemplos de ello en el ámbito deportivo, incluyen al árbitro internacional Gilberto Alcalá Pineda, pugilistas y "gladiadores" que han surgido del deportivo Gloria Almada, como Javier "Chamaco" Valaguez, triple campeón mundial; Chucho Capistran, siete veces monarca de peso ligero; Pablito Reza, Campeón Nacional de peso Mosca; Chuchín Peralta, campeón mosca estatal; Mario "El Ráfaga" Moreno, reconocido luchador de estilo rudo; y Narciso González, entrenador de box, quien participó en las Olimpiadas de Barcelona en 1992.

En el ámbito político se encuentra Juan Jaramillo Frikas y el Dr. Jorge Arizmendi, este último también rector de la UNIVAC. En este mismo orden de ideas, en el ámbito artístico han destacado las hermanas Jaramillo dentro de la música vernácula. Cada uno de ellos ha expresado públicamente su pertenencia y orgullo de ser considerado uno de los hijos del Mercado Adolfo López Mateos.



El mercado grande. Av. Adolfo López Mateos del Centro Comercial Adolfo López Mateos, Cuernavaca, Morelos, México, 2022.
Fotografía: Melania Rodríguez Sevilla.

Reflexiones finales

Es una realidad que el espacio físico que el mercado representa dentro de la historia de la humanidad es una de las mejores estrategias, que la humanidad ha inventado, porque facilita de forma importante la adquisición de servicios y productos que utiliza para cubrir sus necesidades de manera cómoda y económica.

En particular, el Mercado Adolfo López Mateos no sólo es un lugar de trabajo, sino un distintivo identitario que une a los comerciantes como una familia. A pesar de los desafíos ambientales, de seguridad y los cambios en la sociedad moderna, la hermandad construida a lo largo del tiempo los motiva a enfrentar juntos las adversidades. Este espacio es más que un centro de comercio; es la base y razón de vida para quienes lo integran. La complejidad de separar a cada individuo vinculado al mercado destaca su importancia para los trabajadores y para quienes lo visitan y buscan los servicios de la comunidad que lo conforma.

La población del mercado no es estacionaria; al contrario, sigue creciendo exponencialmente. No hay espacio. Sin embargo, la presión por obtener, aunque sea un metro cuadrado, es fuerte. Cada día hay más personas interesadas en entrar para ofertar sus mercancías. Lo anterior, obviamente, tiene que ver con la crisis económica y la carencia de ofertas laborales en la entidad. Cabe recordar que el Centro Comercial Presidente Adolfo López Mateos está regulado por la Dirección de Mercados, perteneciente a la Secretaría de Turismo.

Hoy, el Centro Comercial Presidente Adolfo López Mateos, así como el mercado Benito Juárez y todos los espacios que les antecedieron, desde los tiempos previos a la conquista, son espacios de comercio que se formaron con personas arraigadas a Cuernavaca y otras que vienen de localidades cercanas a ofertar. Pobladores de Xoxocotla, Jojutla, Tepoztlán, Cuautla, Mazatepec, Miacatlán y Huitzilac, por mencionar algunos, se trasladan desde sus lugares de origen para ofertar sus mercancías no solo al mercado principal, sino también a los mercados ubicados en diversas colonias de la capital morelense.

Con base en ello, podemos comprender y conjeturar cómo se fueron estableciendo vínculos de intercambio y comercio entre aquellos que frecuentaban estos lugares, dando nacimiento a nuevos actores sociales, más allá de los comerciantes; ejemplo de ello son los estibadores, varones que venden su fuerza de trabajo ayudándose con "un diablo", como única herramienta de trabajo. Ellos a sí mismos se definen como personas que saben cargar y acomodar las compras de manera que estas puedan ser trasladadas sin que sufran daño alguno. Su maestría es enseñada de generación en generación. En el mismo orden de ideas se encuentran los intermediarios, a veces referidos de manera despectiva como 'coyotes'. Su rol dentro de los procesos de comercialización es crucial, ya que, gracias a ellos, algunos minoristas pueden acceder a mercancías a precios favorables, adquiriendo medias cajas o cuartos de costales.

Esto les permite obtener un margen de ganancia para competir con el resto. En contraste a los coyotes, se encuentran los introductores. Algunos de ellos producen las mercancías que ofertan, otros se agrupan para ofertar diversos productos y varios más compran directamente al campesino cosechas completas o toneladas; mismas que son vendidas a través de arpiás completa o caja al intermediario o comerciante directo. Como podemos leer, es complejo el papel que cada uno de los integrantes de este espacio desarrolla, pero vital para su existencia y supervivencia.

Pasillos, escaleras, andadores y recovecos. Centro Comercial Adolfo López Mateos, Cuernavaca, Morelos, México, 2022. Fotografía: Melania Rodríguez Sevilla.





Como consta en los archivos del Municipio de Cuernavaca, la falta de paraderos y centrales de autobuses provocó que las líneas de camiones locales y foráneas llegaran al estacionamiento del mercado. Así, los Tepoztlanes, la Estrella Roja, Los Xochis, los chocolates y Chapulines tomaron como base aquello planeado originalmente como estacionamiento, creando así la primera Central Camionera, misma que hasta nuestros días sigue siendo de gran importancia para la capital morelense.

Los hijos e hijas del mercado mantienen en silencio una lucha resiliente, una lucha activa, que heredan las generaciones venideras. Una lucha en desigualdad de condiciones, en contra de plazas y cadenas comerciales que buscan llamar la atención del consumidor, con un bombardeo constante de publicidad, llamativos y lujosos espacios, horarios muy extensos, recursos y cumplimiento de deseos de las nuevas masas poblacionales.

Autobuses Jojutla. Centro Comercial Adolfo López Mateos, Cuernavaca, Morelos, México, 2022. Fotografía: Melania Rodríguez Sevilla.

Estas cadenas comerciales y formas globales de comercialización han afectado de una forma social, psicológica y económica a la forma de vida de las personas, tanto de manera micro como de manera macro, sobresaltando los sistemas de alimentación y formas de consumo. Más aún, creando esquemas de pluriactividad, como lo señala Grammont (2009), en las dos últimas décadas del siglo pasado se transitó de una sociedad agraria —donde este sector tenía importancia e impacto en las decisiones sociales— a una sociedad rural, grupo que no solo coexiste con otras actividades económicas, sino que es el menos importante dentro de la población económicamente activa, dentro de las ciudades.



*Estacionamiento norte. Centro Comercial Adolfo López Mateos, Cuernavaca, Morelos, México, 2022.
Fotografía: Melania Rodríguez Sevilla.*

En palabras de la ONU (2004), la creciente concentración, así como el aumento desmedido de supermercados son las principales causas de la transformación y la pérdida de arraigo de los sistemas alimentarios mundiales, sumando a esto las formas de producción, elaboración y consumo de alimentos y demás artículos. Por lo hasta ahora observado, nos estamos enfrentando a un proceso de supermercadización, fenómeno que como lo explica Rita Schwentesius (2005), consiste en el crecimiento acelerado, la multinacionalización y consolidación de estos supermercados. La prontitud y hondura de este proceso en gran medida depende del crecimiento económico de cada municipio, estado y país. Cómo se puede quizás frenar esto, puede ser mediante diversos análisis y cambios o reestructuraciones a las políticas de distribución de los ingresos de la población. Empero, cabe mencionar que las estrategias de estas cadenas de supermercados se enfocan en penetrar cada vez más a los estratos con ingresos medios y bajos, con “precios bajos, ofertas, meses de gangas, tarjetas de crédito departamentales, etcétera.”

Hoy, los mercados de Morelos, México y muchos otros países, se enfrentan a grandes retos para garantizar su subsistencia, y para aquellos pequeños comerciantes, los retos son mayores.

Bibliografía

Cortes, H. (2020 [30 de Octubre de 1520]). *Cartas de Relación*. Obtenido de Segunda Carta Hernán Cortés al Emperador Carlos V: <https://bit.ly/3UTs8bf>

Dirección General de Divulgación de las Humanidades UNAM. (2024). *Tianquiztli: la cultura del tianguis en el pueblo coyocanense*. Obtenido de Humanidades es Comunidad UNAM: <https://bit.ly/48zue3k>

Grammont, H. (2009). La nueva estructura ocupacional en los hogares rurales mexicanos. En H. & Grammont, La pluriactividad en el campo latinoamericano. Quito, Ecuador: Flacso.

Municipio de Cuernavaca. (2014). *Mercado "Adolfo López Mateos" 50 años un gigante 1964 - 2014*. Cuernavaca, Morelos: Moreno, Editores.

ONU, A. O. (2004). El estado de la inseguridad alimentaria del mundo 2004. Italia: FAO 2004. Recuperado el 10 de 04 de 2022, de <https://bit.ly/49TvK17>

Sahagún, F. B. ([1577 - 1829]). *Historia general de las cosas de la Nueva España el Códice Florentino*. Recuperado el 22 de 01 de 2024, de Estudios Indianos: <https://bit.ly/3IkHiim>

Schwentesius, S. R. (Febrero - 2005). Supermercados y su impacto sobre la comercialización de hortofrutícolas y pequeños productores en México. CIESTAAM Reporte de investigación 73.

Estacionamiento norte 3.00 de la mañana. Estacionamiento norte del Centro Comercial Adolfo López Mateos, Cuernavaca, Morelos, México, 2018.
Fotografía: María de Lourdes Meléndes Rodríguez.





CULTURA
SECRETARÍA DE CULTURA

85 INAH