

# ETNOLOGÍA

## EL MERCADO DE "SONORA"

*María del Carmen Anzures y Bolaños*  
DEAS - Instituto Nacional de Antropología e Historia

### UN ITINERARIO INSÓLITO

Referirse a un mercado tradicional de México es invitar a hacer un recorrido por la historia, geografía y vida de un pueblo en una atmósfera de fantasía y de humanismo, de espontánea intercomunicación popular y de colorido. Un mercado sintetiza muchas de nuestras tradiciones culturales y de nuestra propia identidad. Es también un indicador y un espejo de la situación social y en él se refleja, a través de la abundancia, escasez o ausencia de productos, la prosperidad, decadencia o crisis de un país.

La historia y la geografía están representadas en un mercado al considerar el origen o proveniencia, en el tiempo y en el espacio, de las mercancías que ahí se expenden: alimentos, bebidas, artesanías, juguetes, enseres domésticos o para el trabajo, todos manifiestan la continuidad de tradiciones históricas centenarias y su adopción o adaptación según los requerimientos de los tiempos. Las diversas áreas: alimenticia, tecnológica o recreativa, señalan en los mercados los hitos de la historia; por ejemplo los mecates prehispánicos de ixtle, las reatas coloniales de cuero y las contemporáneas de material sintético.

De manera semejante se puede considerar el origen geográfico de los productos. Todos los estados de la república están representados, en mayor o menor escala, en el mercado: granos, frutas, carnes, pescados, golosinas, verduras, etcétera. El acomodo, particularmente en los puestos de frutas y legumbres (naranjas, mangos, aguacates, jitomates) es de un colorido inigualable, lleno de vida, que no puede compararse al orden frío de la latería en los supermercados.

La historia y geografía en los mercados típicos nos llevan a conocer algunas tradiciones culturales: hábitos alimenticios, gustos por la indumentaria, costumbres de cuaresma (en los Judas) o de navidad (en las piñatas); el lenguaje popular, la herbolaria medicinal, etcétera.

Todos éstos son elementos de la propia cultura y, por lo mismo, también de identidad. Por eso puede considerarse al mercado tradicional como un microcosmos del país, y no simplemente como un espacio exclusivo para el comercio.

### LOS MERCADOS MEXICANOS

Al tratar de los mercados contemporáneos conviene aclarar que las formas de vender las mercancías han variado a lo largo de la historia, pero también se han dado y se siguen dando formas semejantes entre algunos pueblos. México no es una excepción en estos sistemas de mercadeo. Afortunadamente no han desaparecido los mercados tradicionales aquí, y esperamos que esta rica tradición cultural se conserve dignamente. Además, lo que atrae al turismo es lo característico, lo típico de un lugar, no lo que le es común. En este caso es la belleza, la vida, el colorido de nuestros mercados tradicionales; no los supermercados con criterios muy distintos a los nuestros, con intereses consumistas y que responden más bien a economías cien por ciento capitalistas.

En la fisonomía actual del mercado tradicional mexicano se pueden distinguir dos influencias que la han ido configurando:

1. La *prehispánica*, cuyo exponente clásico fue el célebre mercado de Tlatelolco antes de la conquista, cuya maqueta puede verse en el Museo Nacional de Antropología. Éste y los demás mercados de los pueblos por donde fueron pasando los conquistadores llamaron de tal modo su atención que merecieron ser consignados en sus crónicas, a veces con capítulos enteros. He aquí la descripción que da Hernán Cortés del mercado en la ciudad de Tenochtitlan:

Tiene esta ciudad muchas plazas donde hay continuo mercadeo y trato de comprar y vender. Tiene otra plaza tan grande como dos veces la ciudad de Salamanca, toda cercada de portales alrededor, donde hay cotidianamente arriba de sesenta mil ánimas comprando y

vendiendo; donde hay todos los géneros de mercaderías que en todas las tierras se hallan, así de mantenimiento como de vituallas, joyas de oro y plata, de plomo, de latón, de cobre, de estaño, de piedras, de huesos, de conchas, de caracoles y de pluma. Véndese cal, piedra labrada y por labrar, adobes, ladrillos, madera labrada y por labrar de diversas maneras.

Hay calle de caza donde venden todos los linajes de aves que hay en la tierra, así como gallinas, perdices, codornices, lavancos, dorales, zarcetas, tórtolas, palomas, pajaritos en cañuela, papagayos, búharos, águilas, halcones, gavilanes y cernícalos. Y de algunas de estas aves de rapiña venden los cueros con su pluma y cabezas y pico y uñas.

Venden conejos, liebres, venados y perros pequeños, que crían para comer, castrados. Hay calle de herbolarios, donde hay todas las raíces y hierbas medicinales que en la tierra se hallan. Hay casas como de boticarios donde se venden las medicinas hechas, así potables como unguentos y emplastos. Hay casas como de barberos, donde lavan y rapan las cabezas. Hay casas donde dan de comer y beber por precio. Hay hombres como los que llaman en Castilla ganapanes, para traer cargas. Hay mucha leña, carbón, braseros de barro y esteras de muchas maneras para camas, y otras más delgadas para asiento y esterar salas y cámaras.

Hay todas las maneras de verduras que se hallan, especialmente cebollas, puerros, ajos, mastuerzo, berros, borrajas, acederas y cardos y tagarninas. Hay frutas de muchas maneras, en que hay cerezas y ciruelas, que son semejables a las de España. Venden miel de abejas y cera y miel de cañas de maíz, que son tan melosas y dulces como las de azúcar, y miel de unas plantas que llaman en las otras islas maguey, que es muy mejor que arrove, y de estas plantas hacen azúcar y vino, que asimismo venden.

Hay a vender muchas maneras de hilados de algodón de todos colores, en sus madejicas, que parece propiamente alcaicería de Granada en las sedas, aunque esto otro es en mucha más cantidad. Venden colores para pintores, cuantos se pueden hallar en España, y de tan excelentes matices cuanto pueden ser. Venden cueros de venado con pelo y sin él, teñidos blancos y de diversos colores. Venden mucha loza en gran manera muy buena, venden muchas vasijas de tinajas grandes y pequeñas, jarros, ollas, ladrillos y otras infinitas maneras de vasijas, todas de singular barro, todas o las más vidriadas y pintadas.

Venden mucho maíz en grano y en pan, lo cual hace mucha ventaja, así en el grano como en el sabor, a todo lo de las otras islas y

tierra firme. Venden pasteles de aves y empanadas de pescados. Venden mucho pescado fresco y salado, crudo y guisado. Venden huevos de gallinas y de ánsares, y de todas las otras aves que he dicho, en gran cantidad. Venden tortillas de huevos hechas. Finalmente, que en los dichos mercados se venden todas cuantas cosas se hallan en toda la tierra, que demás de las que dicho, son tantas y de tantas calidades que, por la prolijidad y por no me ocurrir tantas a la memoria, y aun por no saber poner los nombres, no las expreso.

Cada género de mercadería se vende en su calle, sin que entremetan otra mercadería ninguna, y en esto tienen mucho orden. Todo se vende por cuenta y medida, excepto que hasta ahora no se ha visto vender cosa alguna por peso.

Hay en esta gran plaza una gran casa como de audiencia, donde están siempre sentadas diez o doce personas, que son sus jueces y libran todos los casos y cosas que en el dicho mercado acaecen, y mandan castigar los delincuentes. Hay en la dicha plaza otras personas que andan de continuo entre la gente mirando lo que se vende y las medidas con que miden lo que venden; y se ha visto quebrar alguna que estaba falsa.<sup>1</sup>

El texto anterior hace ver la riqueza y balance de la dieta prehispánica no sólo entre los habitantes de Tenochtitlan, sino también en los de Texcoco y Tlaxcala, de cuyos mercados se ocupa también Cortés<sup>2</sup>, haciendo notar su importancia y grandeza. Pero el equilibrio de esa dieta aborigen se fue paulatinamente perdiendo, a medida que la conquista y la colonización progresaban, pues se prohibió el consumo de ciertos alimentos y bebidas, y se fueron introduciendo nuevos cultivos. La dieta indígena sufrió mayor deterioro particularmente en los lugares donde se concentraron los españoles, rompiendo el ritmo de los ciclos agrícolas tradicionales y sustituyendo el maíz por el trigo, al que no estaban acostumbrados los autóctonos.

A pesar de estas imposiciones, dada la dificultad de abolir los hábitos alimenticios de la población, han subsistido hasta nuestros días alimentos que son básicos en nuestro medio y muy nutritivos, y que incluso se han exportado a otras partes, como son las torti-

<sup>1</sup> Cortés, Hernán. *Cartas y documentos*. Introducción de Mario Hernández Sánchez Barba. Porrúa. México. 1963. Ver la Segunda Carta a Carlos V, fechada en Segura de la Frontera el 30 de octubre de 1520. pp. 72-73.

<sup>2</sup> Cortés, Hernán. *Op. cit.*, pp. 45, 67.

llas, los quelites, nopales, chiles, huitlacoche, maíz en grano, mazorca o pinole, gusanos de maguey, aguacates, etcétera.

Otros testimonios sobre los mercados prehispánicos se encuentran, por ejemplo, en las obras de fray Toribio de Benavente (Motolinía) y en fray Bernardino de Sahagún, que complementan o realzan alguno de los aspectos mencionados por Cortés. Motolinía, en la segunda parte de sus *Memoriales*, dedica tres capítulos a los mercados, llamados en náhuatl *tiyaniztli* o *tianquiztli*, y menciona los de México, Tezcuco, Tlaxcallan; Tepeyacac, a cinco leguas al oriente de Puebla; Acapetlayocan, no lejos de Puebla en la provincia de Tochmilco; Otomba y Tepepulco. Hace notar el conocimiento que tenían de las plantas medicinales y del vocabulario médico empleado. Y a propósito de la venta de aves, tiene una descripción del colibrí, que hiberna cada año de octubre a marzo, para revivir de abril a septiembre. Señala el aprecio que se hacía de este pajarito maravilloso, cuyo plumaje tornasolado utilizaban para el arte plumaria.<sup>3</sup> Sahagún, por su parte, dedica un capítulo del libro VIII de su *Historia* al "orden que había en el tianquez, del cual el señor tenía especial cuidado"<sup>4</sup>.

Basten los datos anteriores para tener una idea de cómo eran los mercados prehispánicos.

2. Los mercados *hispano-árabes*. Esta segunda vertiente que de alguna manera, en sus formas de distribución, se parecía a la de los mercados mesoamericanos, la trajeron los españoles durante la colonización y la trasplantaron a ultramar con todo el bagaje de influencias árabes que tenían. Recuérdese que España estuvo dominada por los árabes durante casi ocho siglos (711-1492). Los árabes llamaban a sus mercados *al-suq* y a las autoridades de éstos las denominaban *sahib-al-suq*, que los españoles respectivamente castellanizaron como *azoques* o *zocos* y como *zabazoques*.

Había mercados anuales o ferias, mercados mensuales y semanales, hasta que prevalecieron los mercados diarios, aproximadamente a partir del siglo XI. Alfonso X el Sabio (1221-1284) en la

<sup>3</sup> Benavente (Motolinía), fray Toribio de. *Memoriales o Libro de las cosas de la Nueva España y de los naturales de ella*. Edición de Edmundo O'Gorman. Instituto de Investigaciones Históricas, UNAM. México. 1971, pp. 372-379.

<sup>4</sup> Sahagún, fray Bernardino de. *Historia general de las cosas de Nueva España*, 4 vols. Edición de Ángel Ma. Garibay K. Porrúa. México. 1956. Ver vol. II, pp. 325-327.

Partida V, título VII define así los mercados: "Ferias o mercados en que usan los omes a fazer vendidas e compras e cambios, no las deuen fazer en otros lugares sino en aquellos que antiguamente acostumbraron fazer".

Siguiendo una tradición greco-romana, los mercados hispano-árabes se situaban en lugares concurridos, en el centro vital de una ciudad. Ahí exponían ordenadamente sus productos: animales según su especie, verduras y legumbres, frutas, telas y ropas, artesanías y enseres domésticos o de trabajo, etcétera. En contraposición al mercado silencioso y temprano de los pueblos amerindios, el mercado hispano-árabe era bullanguero; se pregonaban sus productos y se expendían. Por ser sitios de concurrencia de muy diversas y aun distantes partes, eran también lugares de información, de discusión y de intercambio de noticias. Es significativo a este respecto el nombre que recibían: *ágora* entre los griegos; *forum* con los romanos, y *plaza* o *mercado* en España y el continente hispano-americano.

Resultante de estas dos corrientes son los actuales mercados, que podrían denominarse *hispano-mexicanos*, distintos en su fisonomía y en su psicología, de los mercados netamente indígenas, como por ejemplo los de Yalalag (en Oaxaca) y Cuetzalan (en Puebla), para no citar sino dos ejemplos. El mercado hispano-mexicano es mestizo, como la población que predomina en el país y, según las regiones, sobresalen en él rasgos indígenas o rasgos españoles.

### *El mercado de la Merced*

Es un ejemplo clásico del mercado hispano-mexicano. Enrique Valencia, investigador del Instituto Nacional de Antropología e Historia, publicó en 1965 un soberbio "estudio ecológico y social" de este mercado y de su zona circunvecina. De él tomo los siguientes datos:

Los "locatarios o puesteros" son aquellos comerciantes detallistas que ocupan "puestos" en los mercados construidos por la administración capitalina a partir de 1957. El sistema de mercadeo de la Merced, que antes de esta fecha se efectuaba en un solo edificio construi-

do ex profeso y el resto diseminado por un área de 500,000 m<sup>2</sup> invadiendo 110 tramos de calles y cinco plazas públicas, en la actualidad se realiza a través de ocho unidades con 5725 "puestos". De estas unidades siete cuentan con instalaciones especiales para su funcionamiento:

- a) la llamada oficialmente "nave mayor" de 400 m de longitud y con 3205 puestos, en donde se venden frutas, verduras y legumbres.
- b) la "nave menor", que cuenta con 496 expendios para abarrotes, carnes y pescados.
- c) el "anexo", con 179 locales para el comercio de hojalatería, jarciería y talabartería.
- d) la "cuarta unidad" que consta de 217 puestos para loncherías y refresquerías.
- e) la "quinta unidad" donde se expenden flores en 106 locales.
- f) la "sexta unidad" o de Mixcalco, donde se alojan 905 comerciantes dedicados al comercio de ropa, calzado y mercería.
- g) la "séptima unidad", o de fray Servando, compuesta por 417 puestos en donde se venden juguetes, loza y herbolaria, y
- h) el mercado de dulces que aloja a 200 comerciantes.

Toda esta gran organización comercial se localiza en su mayor parte al Este de la Merced, pero en los propios límites de la zona. Dentro de ella misma sólo está situado el mercado de Mixcalco, además de los de Abelardo L. Rodríguez y San Lucas."<sup>5</sup> Los datos para este estudio fueron obtenidos por Enrique Valencia en dicha zona durante los años de 1960 y 1961.

Remontándonos en el tiempo al inicio del siglo XIX, el historiador Manuel Rivera Cambas, proporciona datos interesantes y amenos que contextualizan el paisaje de ese lugar y su ulterior desarrollo:

En ese año [1807] San Lázaro era una de las garitas de la ciudad y el puerto lacustre al que arribaban las embarcaciones procedentes de Texcoco y de Chalco, cuyas mercancías, una vez descargadas, se transportaban en canoas hasta el mercado de Las Atarazanas, que en 1890 fue rebautizado como La Merced, y luego se distribuían a la ciudad por la Acequia Real (calles de la Corregidora, costado sur de la Plaza de la Constitución y Avenida 16 de Septiembre). En 1856 se

<sup>5</sup> Valencia Enrique. *La Merced. Estudio ecológico y social de una zona de la ciudad de México*. INAH, México, 1965. Ver p. 219.



hicieron las primeras aperturas de calles. . . En 1858-1860 la Guerra de Reforma detuvo todo proyecto de ampliación de la ciudad.

En la parte demolida del convento e iglesia de la Merced, fue formada el año de 1863 una nueva plaza de mercado. Para facilitar el tráfico fueron construidas unas gradas de mampostería a la orilla de la acequia. En aquella plaza se instalaron los vendedores. . . , hasta que en 1880 se inauguró allí un nuevo y hermoso mercado, sobre las ruinas de la antigua iglesia. . .

Otro mercado que se puede considerar prolongación de aquel, dividido solamente por una callejuela, se construyó con la portada para la escalinata que desciende hasta el antiguo canal que comunica los lagos de Chalco y Texcoco. . .

El canal de la Viga, que comunica las lagunas de Chalco y de Texcoco, penetra a México, comprimido entre edificios . . . , el cual canal es muy concurrido por los vendedores y comerciantes en legumbres y frutas principalmente. La calle del Puente de Roldán puede considerarse como un verdadero muelle del canal; allí se hacen contratos, siendo muchas las mercancías introducidas, pues además de las que envían las haciendas y poblaciones cercanas, llegan muchas de Chalco, en donde se embarcan para la capital los productos de las haciendas de Cuernavaca.

En varias ocasiones se ha querido establecer la navegación por vapor. . . Ese canal [la Viga] que atraviesa a México y hace de la Plaza de la Merced un muelle, ofrece un aspecto muy variado e interesante según las estaciones del año; pero jamás deja de estar concurrido. . . entrando por él multitud de traficantes que vienen de más de ocho leguas, que es la extensión del canal alimentado por las aguas de la laguna de Chalco. Roldán ha dejado de ser tan concurrido desde que el paseo del viernes de Dolores se verifica en el desembarcadero de la Viga. . .<sup>6</sup>

Ese sabor de antaño es lo que todavía se disfruta en los auténticos mercados tradicionales; pero el de la Merced es sólo un vestigio de lo que fue. Lástima que, so pretexto de una modernización mal entendida, se destruya tanto de nuestro pasado. Yo no me opongo a que los mercados se arreglen, a que se conserven higiénicos y limpios, sino a que se destruyan estas hermosas tradi-

<sup>6</sup> Rivera Cambas, Manuel. *México pintoresco, artístico y monumental* (la edición original es de 1882), 3 vols. Editora Nacional. México. 1967. Ver vol. II, pp. 174-176.

ciones. No hay comparación posible entre lo que era la Merced y lo que es la horrenda, sucia y nada funcional Central de Abastos; una verdadera aberración, para la que contó en primer término la plusvalía y el deshacerse en buena parte de los antiguos locatarios y puesteros. Lo que hubiera procedido con la Merced era remozar las naves, reglamentar el tráfico, las horas de carga y descarga, propiciar la limpieza, etcétera.

### *El mercado de "Sonora"*

Probablemente hemos oído hablar de él. Su nombre le viene por su proximidad con el cine Sonora. Queda sobre la avenida fray Servando Teresa de Mier. Como antes se apuntó es la sección del mercado de la Merced que sobrevive en su conjunto, lleno de colorido, a la más clara tradición de nuestros mercados. Para entenderlo y saborearlo tiene uno que ir en persona, sin prisas y aguzando bien los sentidos, so riesgo de perder contacto con la realidad. En él se palpa y se siente un trato humano y sincero y se confirma una gran libertad de expresión y de creencias.

En el mercado de Sonora se pueden distinguir estas secciones: a) juguetes, sobre todo tradicionales y caseros, como soldaditos de plomo, maromeros, carritos de madera, trompos, etcétera; b) loza no de lujo, producto de nuestros alfareros; loza diminuta en juegos aparte o en casitas; c) artesanías de madera y hojalatería; d) volatería viva, particularmente pájaros (pericos, canarios, jilgueros, gorriones, periquitos de Australia, etcétera). Pero hay dos secciones que son las más importantes y características de este mercado: e) la de herbolaria medicinal, y f) la de amuletos y talismanes.

En efecto, una gran afluencia de los que vienen al mercado de Sonora está impulsada por la esperanza de encontrar ahí la salud corporal o la salud del alma con los remedios que ahí se ofrecen en ambas secciones.

1. La *herbolaria medicinal*. Esta sección consta de dos partes: la de plantas frescas y la de plantas secas. No es capricho, sino que obedece a que la curación de algunos malestares se hace con herbolaria fresca o seca, según las propiedades de la planta y el modo como se administra el remedio. En este mercado, el más importante del país en herbolaria medicinal, se concentran plantas curati-

vas de todo México. Su venta es al mayoreo o al menudeo. Y algo muy característico de esta sección es que una gran parte de los vendedores, sobre todo de plantas frescas, son recolectores o cultivadores de las mismas. No son simples despachadores, sino herbolarios y/o médicos tradicionales que conocen el nombre, la virtud y el uso de cada planta, fresca o seca. No despachan los medicamentos como casi todos los dependientes de las farmacias contemporáneas, en donde ya no se preparan los remedios sino sólo se venden sintéticos ya preparados. En eso se convirtieron las boticas al haber desaparecido de la Universidad la Facultad de Farmacia, lo que ha sido una verdadera desgracia, como lo ha señalado recientemente el doctor Francisco Giral, catedrático de la Facultad de Química y Premio Universidad Nacional Autónoma de México.

Esta sección de plantas medicinales tiene más de cien puestos. En ellos encuentra uno no solamente la herbolaria más solicitada, sino también la menos común y que no se consigue en otras partes. Sería interesante e importante listar todas las plantas curativas que ahí se expenden, de dónde las traen, para qué las solicitan y cuáles son las más vendidas. El testimonio de Hernán Cortés, antes citado, menciona esta antigua tradición de la herbolaria medicinal.

Añado aquí lo que escribía, también en el siglo XVI, el célebre Motolinia respecto a dicha herbolaria:

Sacábanse al *tianguetz* ungüentos, jarabes, aguas y otras cosas de medicinales, con las cuales curan muy naturalmente y en breve, ca tienen hechas sus experiencias, y de esta causa han puesto a las yerbas el nombre de su efecto y para qué es apropiada. A la yerba que sana el dolor de la cabeza llámanla medicina de la cabeza, a la que sana el pecho llámanla del pecho, a la que hace dormir llámanle medicina del sueño, añadiendo siempre yerba hasta la yerba que es buena para matar los piojos.<sup>7</sup>

Fray Bernardino de Sahagún, por su parte, en el libro XI, capítulo 7 señala, en sus distintos apartados, 132 plantas medicinales, además de algunas piedras y partes de animal que sirven de reme-

<sup>7</sup> Benavente, fray Toribio de. *Op. cit.*, pp. 373-374.

dios. Y en el capítulo 27 del libro X da 72 recetas, especificadas según la enfermedad.<sup>8</sup> Con toda honradez da los nombres de sus informantes nahuas y expresa la experiencia que tenían en sus conocimientos y en el ejercicio público de su profesión. Este es el texto:

Esta relación arriba puesta, de las hierbas medicinales y de las otras cosas medicinales arriba contenidas, dieron los *médicos de Tlatilulco, Santiago, viejos y muy experimentados en las cosas de la medicina y que todos ellos curan públicamente*, los nombres de los cuales y del escribano que lo escribió se siguen. Y porque no saben escribir rogaron al escribano que pusiese sus nombres: Gaspar Matías, vecino de la Concepción; Pedro de Santiago, vecino de Santa Inés; Francisco Simón y Miguel Damián, vecinos de Santo Toribio; Felipe Hernández, vecino de Santa Ana; Pedro de Requena, vecino de la Concepción; Miguel García, vecino de Santo Toribio, y Miguel Motolín, vecino de Santa Inés.<sup>9</sup>

Podrían citarse muchos otros testimonios de ese tiempo. Sólo indico la obra médica de Martín de la Cruz, traducida del náhuatl al latín por Juan Badiano y conocida como *Códice Badiano*, que con toda justicia debería llamarse *Códice de la Cruz-Badiano*. Concluido en 1552 fue dedicado a Carlos V para dar a conocer "las hierbas medicinales de los indios", y Juan Badiano, tlatelolca, sólo hizo la traducción latina para que pudiera entenderse en occidente.<sup>10</sup>

Herederos de esta tradición plurisecular, engrandecida por la obra del doctor Francisco Hernández,<sup>11</sup> protomédico de Felipe II, quien recorrió Nueva España entre 1570 y 1577 recopilando más de 3,000 plantas medicinales, son los herbolarios y/o médicos nativos del mercado de "Sonora". Para una visión más amplia de lo que significa este sistema terapéutico remito al libro de quien esto

<sup>8</sup> Sahagún, fray Bernardino de. *Op. cit.*, vol. III, pp. 168-183, 282-332.

<sup>9</sup> *Ibid.*, p. 326.

<sup>10</sup> Cruz, Martín de la. *Libellus de medicinalibus indorum herbis*. Manuscrito náhuatl de 1552 traducido al latín por Juan Badiano. Versión española, estudios y comentarios de diversos autores. Instituto Mexicano del Seguro Social. México. 1964.

<sup>11</sup> Hernández, Francisco. *Obras completas*, 8 vols. en 7 tomos. UNAM. México. 1960-1984.

escribe, titulado *La medicina Tradicional en México*<sup>12</sup> y al *Florilegio Medicinal* de Juan de Esteyneffer, cuya edición preparé en dos tomos, con un amplio estudio.<sup>13</sup>

Todos estos medicamentos *naturales*, germinados y crecidos con toda la riqueza de las substancias de las diferentes tierras, son los que busca la gente como remedios para su salud física. Pero los males y malestares que aquejan al hombre son, además psíquicos, emocionales; son miedos, inseguridades, deseos de amor, de riqueza, de venganza. Para esto también vienen al mercado de "Sonora" a los puestos de que a continuación se trata.

2. *Los amuletos y talismanes*. Ésta es la otra sección más importante del mercado. Teniendo la entrada del mercado al frente, se sitúa hacia el extremo izquierdo. El número de sus puestos es alrededor de cien. Están concentrados en tres pasillos, con alguno que otro puesto separado.

Hay puestos más grandes que otros, unos más especializados en determinados productos, por ejemplo velas y veladoras; "peces diablo", como llaman a la mantarraya por cierto aspecto tétrico de su cabeza; estatuillas de Buda y de otras deidades de Oriente, etcétera. Sin embargo, en la mayoría de los puestos encuentra uno, además de estos objetos, otros amuletos y talismanes: estampas, oraciones, estrellas de David, colibríes disecados, sartales de ajos con listones rojos, más de un centenar de polvos diferentes, con sus respectivas invocaciones e instrucciones para su uso; diversos ungüentos y jabones, figurillas doradas de plomo, muñequillos para alfiletearlos y causar el mal, y mil objetos más.

Una investigación a fondo de esta sección no se ha hecho, y valdría la pena hacerla como parte importante del mercado de "Sonora", no sólo por lo que económicamente significa, sino por lo que representa y revela de las creencias de la gente, sin ninguna distinción de clases sociales. En efecto, ahí se codean pobres, ricos y clases medias de todos los estratos y etnias. De una u otra mane-

<sup>12</sup> Anzures y Bolaños, María del Carmen. *La medicina tradicional en México*. Proceso histórico, sincretismos y conflictos. Instituto de Investigaciones Antropológicas, UNAM. México. 1983.

<sup>13</sup> Esteyneffer, Juan de. *Florilegio medicinal de todas las enfermedades* (la edición original es de 1712), 2 tomos. Estudio preliminar, notas, glosarios e índice analítico por María del Carmen Anzures y Bolaños. Academia Nacional de Medicina. México. 1978.

ra todos van a buscar en esta sección alivio a sus penas, respuesta a sus deseos, cualesquiera que éstos sean, y seguridad en su vida.

Todos los objetos expuestos, al igual que la herbolaria medicinal, provienen de las más diversas regiones de México y del extranjero. Un mismo objeto puede valer más en un puesto que en otro porque la gente le atribuye más poder al que cuesta más y/o a la persona que los vende. Esta misma actitud se observa en otras conductas, religiosas y sociales, de la vida. Lo que no cuesta, no vale ni se aprecia.

Para mejor comprender el significado de estos objetos, como se lo atribuye la gente, es necesario distinguir lo que es un talismán y lo que es un amuleto:

*Talismán*: es una figura o imagen grabada, con correspondencia a los signos celestes, a la que se atribuyen virtudes portentosas.

*Amuleto*: es una figura, medalla u otro objeto portátil al que se atribuye una virtud sobrenatural, pero sin correspondencias astrales. Este término tiene otras acepciones. Por ejemplo en el siglo XVII se consideraba como un remedio que actúa sobre una sustancia; es decir, como un alexifármaco, antídoto y contraveneno; algo que era contra un daño. De aquí, y por extensión pasó a significar, en la comprensión popular, todo aquello que da protección. Para la gente un amuleto es un protector. Conviene notar que hay amuletos de tradición autóctona y otros que son de importación.

Hablando de talismanes y de amuletos, hay figuras que uno debe traer consigo para que su poder logre lo que se pretende, lo cual puede tener finalidades muy diversas. Sin embargo, un amuleto más que proteger de un daño, da *seguridad psicológica*. Hay amuletos para lograr fines amorosos o netamente eróticos, por ejemplo los llamados "ligadores"; pero no es el objeto por sí mismo el que tiene esa virtud, sino la confianza que siente el individuo que lo porta.

El análisis de muchos de estos objetos conduce a la siguiente aclaración de importancia. Su origen y las creencias que representan son de lo más diverso: cristianas, budistas, hindúes, nahuas, africanas, etcétera. En cada uno de estos sistemas religiosos los símbolos tenían un determinado significado, correspondiente a una tradición y práctica de vida, a una cosmovisión. Pero aquí, en estos amuletos y talismanes, se mezclan unos símbolos con otros, se les atribuye un significado distinto y se emplean con finalida-

des diferentes y aun opuestas a las que tuvo o mantiene en su propio contexto, en su propio credo. Más aún, el simbolismo y significado original de cada creencia la mayoría de la gente ni lo conoce, ni lo entiende, ni le importa al utilizar estos objetos. Pero nuestra mente no acepta estas incongruencias cuando tiene miedo o cuando anhela algo, sino que tiene fe ciega en el objeto sin más.

En la imposibilidad de ilustrar con numerosos casos esta realidad, voy solamente a esbozarla con tres ejemplos: uno de tradición aborígen mexicana, otro de raíces africanas, y el último de estirpe revolucionaria de México.

1. El *colibrí* es un ejemplo clásico. En la época prehispánica estaba asociado con Huitzilopochtli, "el colibrí zurdo"; pero también era el pajarito precioso en que se transformaban las almas de los guerreros muertos en batalla y las almas de las mujeres que sucumbían en el parto, que era equiparado a un combate. Unos y otros después de la muerte acompañaban al sol en su trayecto diurno. Con el tiempo el colibrí pasó a ser símbolo de éxito en el amor, precisamente porque es el alma de un guerrero, y un guerrero conquista y el amor es una conquista.

La doctora Eva Hundt, prematuramente fallecida, publicó un documentado estudio sobre *Las transformaciones del colibrí*. No se compara la belleza y profundidad de la tradición mitológica del colibrí en nuestros antiguos pueblos con el uso plenamente utilitario que se le da ahora y que está acarreado la destrucción de este inigualable pajarito.

En la "Oración a la chuparrosa" se da una mezcla de creencias, de ingenuidades, de errores de transcripción y aun de incompatibilidades. Este es el texto:

¡Oh Chuparrosa divina! Tú que das y quitas el néctar de las flores. Tú que das vida e inculcas a la mujer el amor, yo me acojo a tí como la pecadora This a tus poderosos fluidos, para que me protejas y me des las facultades de poseer y gozar a cuanta mujer yo quiera, ya sea una doncella, casada o viuda. Pues juro por los espíritus de Mamarlaki, Guilot, Luolpan y Bedotti no dejarte ni un solo momento de adorar y conservarte en tu relicario santo, para que me concedas lo que te pido, mi chuparrosa hermosa.

Esta oración se reza postrado de rodillas ante la imagen de Jesús

Crucificado, con toda devoción, teniendo en la mano una vela de cera legítima encendida, tres Padres Nuestros y Ave Marías.

Del otro lado del texto está, en color rojizo, un dibujo de un colibrí entre flores, con esta inscripción: "Oración a la milagrosa Chuparrosa". Con la oración viene un colibrí disecado, envuelto el cuerpo, menos la cabeza y el pico, en hilo rojo brillante, con un fleco largo.

De los personajes mencionados sólo pude identificar a *Thaïs* (no This), que era una cortesana griega en tiempos de Alejandro Magno, al que acompañó en su campaña de Asia y persuadió al conquistador a incendiar la ciudad de Persépolis. Subsecuentemente *Thaïs* fue esposa de Ptolomeo Lagus, rey de Egipto.

Los espíritus invocados nada tienen que ver con la tradición del colibrí. En esta "oración" se desprecia a la mujer, a la que se tiene por simple objeto de satisfacción y de placer; el que "ora" tampoco la respeta, pues sólo quiere saciar su apetito sexual, para el que pide vigor perenne, además de seguridad y protección en su proceder. Y para afianzar el éxito ¡invoca al Padre eterno y a la Virgen ante una imagen de Jesús crucificado!

2. *Las siete Potencias*. El ritual comprende el uso del "legítimo polvo Siete Potencias" los siete días de la semana, y el rezo de una oración. Cada día está dedicado a una deidad que otorga favores especiales: *Chango*: poder, amor y suerte; *Ochun*: protección contra el mal; *Vemalla*: magnetismo, poder y (sic); *Obatala*: enfermedades o falta de (sic); *Oruba*: destruye todos los obstáculos; *Ogum*: triunfo, negocios y juego; *Elegua*: prosperidad, sabiduría.

No se especifica de qué modo ha de usarse el polvo, pero al venderse con su oración respectiva en una bolsita de celofán engrapada, parece ser que uno ha de llevar consigo el sobrecito. El texto de la "oración de las siete potencias" es el siguiente:

Abro mis puertas con el fin y la buena fe en los siete Espíritus de la Fortuna. Que algún día lleguen a mi casa, que la dicha y la salud estén a mis puertas.

Por los siete Pueblos Principales, por los siete Libros Sagrados, por los de Salomón, por los siete Huesos de la Cabeza de Dios, por los Santos Ángeles Guardianes San Miguel Arcángel, San Rafael, San Gabriel, Guía y Guarda de Dios.



Y que la Bendición de Dios Padre Omnipotente, del Hijo y del Espíritu Santo descienda sobre nosotros. Amén.

El sobrecito tiene de un lado la oración y del otro los nombres y virtudes de las siete potencias. Tiene, además, un dibujo ovalado: en el centro está Jesús crucificado en el Calvario, de cuya cruz están retirando una escalera. Alrededor hay siete óvalos pequeños con figuras inidentificables por lo mal impresas. Todo está entintado en rojo.

Las "siete potencias" son de origen africano, particularmente de Dahomey y de Nigeria, y pertenecen a los cultos religiosos de los yoruba y de otros pueblos de África occidental. Estas creencias pasaron, desde el tiempo de la trata de esclavos negros, a diversos países del continente hispano-americano y a las islas del Caribe. Investigadores serios como Roger Bastide, Alfred Métraux, Artur Ramos, Francisco Sparta, Cavalcanti Bandeira y muchos otros más, han estudiado estos cultos en Brasil, Haití, Cuba, Venezuela, Colombia. Así se explica su difusión insular y continental.

Pero nuevamente se repite lo dicho a propósito del colibrí. La gente ignora el simbolismo original en estas creencias y el culto que se les rinde a sus deidades. Los nombres están aquí más aproximados, pero no todos correctos: Chango es *Xangó* (la *x* pronunciada como *sh*), Ochun es *Oxum*, Vemalla es probablemente *Iemanjá*, la madre de los dioses; Obatala es *Obatalá*, *oxalá* u *orixalá*; Elegua es posiblemente *Euá*. *Ogum* está bien escrito y Oruba quizá se refiera al pueblo yoruba.

Sería largo explicar la personalidad de cada uno de estos espíritus, de acuerdo a las creencias auténticas africanas, pero lo que sí puede afirmarse es que los atributos que les dan en esta oración no corresponden a los que tienen en sus religiones africanas. En la oración antes citada se les considera únicamente como espíritus de la fortuna, de la dicha y de la salud.

Por otra parte se hace hincapié en el simbolismo número siete, cuyo poder de mediación se invoca. Y ¿cuáles son los siete pueblos y los siete libros? El conocer esto y entenderlo, el mezclar tradiciones africanas con elementos bíblicos y cristianos no tiene por qué preocupar. Lo que importa es tener los polvos y recitar al pie de la letra el texto de la oración. Es conferir nuevamente a la materialidad de las cosas y de las palabras el poder para conse-

guir lo que se desea. En este caso la fortuna, la dicha y la salud. Es que cuando una persona está angustiada o desea vivamente algo, con tal de conseguirlo o de creer que así lo va a conseguir, acepta el uso indiscriminado y aun incongruente de las cosas y de los símbolos.

3. *Oración a Pancho Villa*. El personaje es, como antes dije, de estirpe revolucionaria y refleja la imagen de lo que fue para muchos o pocos este caudillo. En esta opinión popular se le considera mártir, auxiliador de los necesitados, vencedor del poderoso y del enemigo, y su valor constituye un ejemplo para no doblegarse en la vida. Aquí no aparece ninguna mezcla de otras creencias, sino una fe popular de raíces cristianas que invoca y pide su protección. Sin embargo, vuelve a aparecer claramente el poder que se adjudica al objeto material, a la oración impresa, con el boceto a tinta que representa a Pancho Villa, que debe llevarse "siempre, al lado del corazón, para su protección".

Este es el texto de la "Oración al Espíritu Mártir de Pancho Villa, gran General Revolucionario":

En el nombre de Dios nuestro Señor invoco a los espíritus que te protejan para que me ayudes. Así como ayudaste en el mundo terrenal a los necesitados; así como venciste a los poderosos, así como hiciste retroceder a tus enemigos, así te pido tu protección espiritual para que me libres de todo mal y me des el ánimo necesario y el valor suficiente para enfrentarme a lo más difícil que se me presente en la vida. Amén.

Rece esta oración nueve días seguidos, con fe, al caer la tarde. Y consérvela siempre al lado del corazón para su protección.

En estas líneas se transparenta una gran admiración por el caudillo, a cuyo espíritu bondadoso, valiente y poderoso se dirige el que lo invoca, siguiendo la tradición de los novenarios. Honores y reconocimientos oficiales ha recibido Pancho Villa, pero el que representa esta oración significa un reconocimiento insólito del pueblo que lo considera como un héroe celestial.

Los tres ejemplos aquí expuestos son una muestra de lo que se cree y de lo que motiva las visitas de muchos clientes a esta sección del mercado de "Sonora".

## ABSTRACT

Traditional markets are a historical, geographical, and cultural synthesis of a town. In this article testimonies by Hernan Cortes, Toribio de Benavente (Motolinia) and Bernardino de Sahagún concerning prehispanic markets are cited. The Hispanic-Arabic roots of the Mexican markets are pointed out, and in this context the focus is on the market of La Merced, known at the beginning of the 19th century as the Las Atarazanas and since 1890 as La Merced. Cited for the 19th century is the work by Rivera Cambas, and for this century the investigation by Enrique Valencia. The name of the Sonora Market, a section of La Merced, is explained. The sectors in which the Sonora Market is organized are mentioned: toys, crockery, crafts, birds. Described more thoroughly are the related aspects of herbal (fresh and dried) medicine, and amulets and talismans that provide psychological security in different beliefs: Christian, Hindu, Nahua, and African. The case of the hummingbird, symbol of love, is illustrated, and two examples of orations are given: one to the seven powers (potencias) and the other to Pancho Villa.