

# El maíz en los antojitos mexicanos: comercialización en el tianguis de Tulancingo de Bravo, Hidalgo

## Corn in Mexican “antojitos”: sales at the traditional market Tulancingo de Bravo, Hidalgo.

C.J. Figueredo-Urbina<sup>ID</sup><sup>a</sup>, S. Hernández-León<sup>ID</sup><sup>b</sup>, S. Armenta<sup>ID</sup><sup>b</sup>, O. Arce-Cervantes<sup>ID</sup><sup>b\*</sup>, G. Medina-Pérez<sup>ID</sup><sup>b</sup>, R. Bucio-Peña<sup>ID</sup><sup>c</sup>

<sup>a</sup> Investigadora por México, Secretaría de Ciencia, Humanidades, Tecnología e Innovación, Instituto de Ciencias Agropecuarias, Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo, 43600, Tulancingo de Bravo, Hidalgo, México.

<sup>b</sup> Instituto de Ciencias Agropecuarias, Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo, 43775, Santiago Tulantepec, Hidalgo, México.

<sup>c</sup> Xocoyol Arte Gastronómico Mexicano, 42660, Tulancingo de Bravo, Hidalgo, México.

### Resumen

El maíz junto con los frijoles, las calabazas y los chiles han sido la base de la alimentación de la región biocultural conocida como Mesoamérica. Hoy en día el maíz, a pesar de la globalización, es de gran importancia económica, además de ser un componente identitario de la cultura y un pilar de la sociedad mexicana. En este sentido, el propósito de esta investigación fue documentar los maíces y sus derivados, como los antojitos, que son comercializados en el tradicional tianguis de los jueves en Tulancingo de Bravo, Hidalgo. Desde diciembre del 2022 a abril de 2024 se realizaron visitas al tianguis, se realizaron observaciones participantes para conocer el nombre del producto, tipos o sabores en los casos que aplicara, procedencia, unidad de venta. Se compró el producto y se hizo un registro fotográfico. Posteriormente se realizó la revisión bibliográfica para incluir descripciones del maíz y sus derivados. Los principales vendedores fueron mujeres adultas y solo se documentó a tres hombres, todos provienen principalmente de localidades en el municipio de Acaxochitlán, aunque esporádicamente se encontraron vendedoras que provenían de Huauchinango, Puebla. Se registraron 15 tipos de productos, en donde predominaron las tortillas y tlacoyos, se documentó un tipo de antojito que es único en la región, recibe el nombre de “memingues”, los cuales vienen con salsa verde y roja, se comercializa en bolsas de plástico con seis piezas. La prevalencia del tianguis de los jueves de Tulancingo de Bravo y la existencia de diversos productos de maíz que son comercializados, son de importancia biocultural, por un lado, se mantienen las tradiciones del consumo de este tipo de alimento, y por el otro, se promueve el mantenimiento de los sistemas productivos para el cultivo de maíz y con ello la conservación de otros recursos. Sin embargo, existen amenazas, como la venta de antojitos “piratas” que afecta a otros vendedores de productos genuinos.

*Palabras Clave:* biculturalidad, tianguis, maíz, agrobiodiversidad, comercialización.

### Abstract

Corn, along with beans, squash, and chili peppers, has long been the dietary foundation of the biocultural region known as Mesoamerica. Today, despite globalization, corn remains of great economic importance and continues to be a cultural symbol and a pillar of Mexican society. In this context, the purpose of this research was to document corn and its derivatives—such as *antojitos* (traditional snacks)—that are sold at the traditional Thursday *tianguis* (traditional market) in Tulancingo de Bravo, Hidalgo. From December 2022 to April 2024, visits were made to the *tianguis*, and participant observations were conducted to gather information on product names, types or flavors (when applicable), origin, and units of sale. Products were purchased and photographed for documentation. A subsequent literature review was carried out to include descriptions of corn and its derivatives. The main vendors were adult women, with only three men documented. Most sellers came from communities within the municipality of *Acaxochitlán*, although vendors from *Huauchinango*, Puebla, were occasionally present. A total of 15 types of products were recorded, with tortillas and tlacoyos being the most prevalent. One unique regional antojito was documented: *memingues*, which are served with green and red salsa and sold in plastic bags containing six pieces. The enduring presence of the Thursday *tianguis* in Tulancingo de Bravo and the diversity of corn-based products sold there hold significant biocultural

\*Autor para la correspondencia: Oscar Arce Cervantes (oarce@uaeh.edu.mx)

Correo electrónico: [figueredocj@gmail.com](mailto:figueredocj@gmail.com) (Carmen Julia Figueredo-Urbina), [sergio\\_hernandez@uaeh.edu.mx](mailto:sergio_hernandez@uaeh.edu.mx) (Sergio Hernández León), [silvia\\_armenta@uaeh.edu.mx](mailto:silvia_armenta@uaeh.edu.mx) (Silvia Armenta), [oarce@uaeh.edu.mx](mailto:oarce@uaeh.edu.mx) (Oscar Arce Cervantes), [gabriela\\_medina@uach.edu](mailto:gabriela_medina@uach.edu) (Gabriela Medina-Pérez), [chef\\_buccio@hotmail.com](mailto:chef_buccio@hotmail.com) (Roberto Bucio Peña))

**Historial del manuscrito:** recibido el 24/09/2024, última versión-revisada recibida el 15/08/2025, aceptado el 28/08/2025, en línea (postprint) desde el 10/12/2025, publicado el DD/MM/AAAA. DOI: <https://doi.org/10.29057/icbi.v14i27.13795>



value. On one hand, they preserve traditional food consumption practices; on the other, they support the continuity of corn cultivation systems and the conservation of associated resources. However, there are threats, such as the sale of counterfeit antojitos, which negatively impact vendors offering genuine products.

**Keywords:** Biculturalism, *Tianguis*, Corn, Agrobiodiversity, Commercialization.

## 1. Introducción

Todo México es territorio del maíz (*Zea mays*), planta que desde hace miles de años y en la actualidad posee gran importancia económica, es un componente identitario de la cultura y un pilar de la sociedad mexicana (Mex *et al.*, 2021). En náhuatl se conocía como *Tlayoli*, *Centli* o *Cintle*, en maya como *Ixi* y *Detha* en Otomí (Reyes, 1990). Se siembran en promedio alrededor de siete millones de hectáreas de maíz para grano, con una producción promedio de 26.2 millones de toneladas anuales (SIAP, 2023). De la superficie destinada al cultivo cerca del 86% dependen del temporal de lluvias estacionales y se desarrolla por pequeños agricultores campesinos con producción de autoconsumo (Kato *et al.*, 2009), en sistemas productivos tradicionales como la milpa y metepantles.

Se han descrito 64 tipos o razas de maíz en México, cada una con particularidades morfológicas, genéticas y fisiológicas, producto del manejo y de la diversidad del ambiente a donde ha llegado. Este maíz además de ser un alimento esencial en la cotidianidad de los mexicanos, puesto que es un ingrediente fundamental en la gastronomía nacional, gran parte de los platillos representativos del país están hechos a base de este grano (Estrada-Contreras *et al.*, 2022). La diversidad de tipos de maíces, junto con la técnica de la nixtamalización y la complejidad de los sistemas productivos en donde se mantiene, fueron esenciales para que la gastronomía mexicana fuera designada patrimonio cultural inmaterial de la humanidad por la UNESCO en el 2010.

En la cocina mexicana se utilizan maíces con características particulares, un tipo de maíz para hacer las tortillas, tamales y pozole. Otros tipos de maíces se emplean para hacer palomitas, en bebidas fermentadas como el tejuino, entre otros. Sin duda el mayor uso del maíz es en forma de tortilla, llamada *tlaçcalli* por los aztecas y *cauhimich* por los mayas, es descrita como una pieza similar a un “pan de maíz” elaborada con las palmas de las manos de mujeres y depositadas sobre comales que resulta ser una comida sana y sustanciosa, base de la dieta de los habitantes naturales de la Nueva España (Fournier, 1998). El consumo total en el país es de unas 44.5 millones de toneladas al año, si consideramos una población de 124 millones de mexicanos el consumo per cápita de maíz en México hasta 2022, sería de 346 kg al año (Ávila *et al.*, 2024).

El desarrollo del cultivo expresa la importancia de la soberanía alimentaria desplegada por los campesinos, muestra de ello es que la superficie sembrada y el número de hogares cultivándolo actualmente son similares a los que prevalecían antes del Tratado de Libre Comercio del Norte de 1994. La producción de subsistencia es un componente central de la agricultura, de tal manera se han reportado vendedores de maíz de Chiapas y del Estado de México, quienes han encontrado sus propios medios para intercambiar sus excedentes de maíz, lo que demuestra que los mercados locales existen y son funcionales (Eakin *et al.*, 2014).

La milpa es el sistema tradicional en donde se lleva a cabo el cultivo del maíz, el cual aún prevalece en México, aunque también se producen en sistemas intensivos, de riego y

monocultivos, incorporando además semilla híbrida, lo que deja a un lado las variedades nativas y criollas. En el estado de Hidalgo, aún se mantienen sistemas productivos tradicionales en donde se cultivan variedades nativas y criollas de maíz, incluso es común encontrar la milpa entre magueyes, lo cual resulta en un agroecosistema con múltiples bondades. De acuerdo con los estudios que se han realizado en el estado, Hidalgo cuenta con aproximadamente 39 razas de maíces nativos, donde las principales son: *Eloote Cónico*, *Olotillo*, *Tuxpeño*, *Mushito*, *Negro o Negritos*, *Cacahuacintle*, *Bolita*, las regiones con el mayor número de registros son la Huasteca con 26, la sierra Baja con 24 razas de maíces. No obstante, el Valle de Tulancingo se encuentra con valores intermedios, con un total de 13 razas nativas de maíces (CONABIO, 2011).

El cultivo del maíz en ocasiones se usa para el autoconsumo, sin embargo, el excedente permite aportar a la economía familiar, este se comercializa en mercados locales o tianguis. En este sentido, los tianguis y los mercados locales son de importancia, debido a que son espacios dinámicos en donde se mantiene la biodiversidad de la región. La palabra “mercado” proviene de la palabra latina *mercatus*, que significa: lugar público en donde se venden, compran o intercambian bienes o servicios, ya sea de una manera permanente o en ciertos días (Linares y Bye, 2016). En México los mercados son testigo de la diversidad de recursos que son comercializados, son sitios en donde se congregan numerosas personas para comercializar sus mercancías, por medio de la compra o intercambio o incluso el trueque, que aun prevalece en algunas regiones, lo que desempeñan un papel social y económico importante (Hirth, 2013). Estos espacios han evolucionado con el paso del tiempo, y actualmente se le ha designado mercado a aquellos lugares permanentes (Bellucci, 2002), que ya poseen una estructura arquitectónica fija, con emplazamientos específicos en plazas, portales y elementos formales construidos en ubicaciones centrales de los poblados y ciudades, esto surge como un medio para regularizar las tradiciones mercantiles de los pueblos prehispánicos de Mesoamérica, que se constituyan en sus orígenes en modalidad de tianguis (Díaz *et al.*, 2018). Por otra parte, el término tianguis se ha mantenido para aquella comercialización semanal que se realiza en un día específico, en un poblado o barrio (Bellucci, 2002). Estos espacios congregan un reservorio importante de recursos genéticos, los cuales son todo aquel material genético de valor real o potencial, según el Convenio sobre la Diversidad Biológica de las ONU en 1992, es decir todo aquel material genético que es empleado para la alimentación y la agricultura (Gutiérrez, 2015). El tianguis de los jueves de Tulancingo de Bravo en el estado de Hidalgo es un espacio de identidades endémicas de diversidad, multirregional, en donde existe un sistema de intercambio de productos de consumo y de uso cotidiano, es un tianguis de origen antiguo establecido estratégicamente en la ruta de caminos reales y lugares de comercio de la región. En este espacio convergen vendedores de varias localidades del estado y de los estados vecinos. Se manifiesta la biodiversidad de los variados ecosistemas y manifestaciones culturales de la región, donde el maíz sigue siendo fundamental en la cultura

alimentaria. No obstante, a pesar de estar tan hondamente arraigado en la población, el cambio en los estilos de vida puede ocasionar una erosión cultural que afecte gravemente su conservación. En ese sentido, el objetivo de este trabajo de investigación fue documentar la comercialización del maíz, antojitos a base de maíz y sus productos en el tianguis de los jueves en Tulancingo de Bravo, Hidalgo.

## 2. Materiales y métodos

Desde diciembre del 2022 a abril del 2024, cada jueves se realizaron visitas al tianguis tradicional de Tulancingo de Bravo, Hidalgo. La metodología empleada fue descriptiva y cualitativa, la cual consistió en un recorrido de prospección para ubicar las principales zonas de venta de maíz y sus derivados. Posteriormente se continuó con las visitas cada jueves y se desarrollaron las siguientes actividades:

### 2.1. Observación participante y recorrido temático

La observación participante es una metodología de investigación en la que el investigador se sumerge en las actividades cotidianas de los participantes, la cual permite contextualizar al investigador en la realidad social, así se recolecta información sincera e íntima sobre las personas y sus actividades (Sandoval 2002). Se realizaron recorridos por las diferentes áreas del mercado para identificar los puestos en donde se estuvieran comercializando maíz y sus derivados. Un cada uno de los puestos, cuando fue posible, se le explicó a la vendedora(o) el objetivo de la investigación para que dieran su consentimiento para la entrevista, además de entablar empatía con ellos. En cada uno de los puestos con venta de maíces, antojitos y otros productos, se recopiló información a través de un diálogo semiestructurado para identificar aspectos desconocidos como: 1) nombre del producto en venta, en el caso de no conocerse o que tuviera alguno diferente, 2) tipos o sabores (en los casos que aplicara, por ejemplo: rellenos de los tamales), 3) procedencia del producto (zona, pueblo o localidad), 4) unidad de venta (kilos, paquetes, docenas, otros). Se documentó también el sexo del vendedor y la procedencia cuando fue posible. Las entrevistas semiestructuradas constituyen una técnica cualitativa fundamental para explorar percepciones, saberes y experiencias desde la perspectiva de los actores sociales. Se caracterizan por utilizar una guía de temas o preguntas previamente diseñada, lo que proporciona un marco común para todas las entrevistas, pero sin restringir la espontaneidad ni la profundidad de las respuestas. Esta flexibilidad metodológica permite que las personas entrevistadas desarrolleen libremente sus ideas, introduzcan temas emergentes y orienten la conversación hacia aspectos que consideran relevantes. Las entrevistas también resultan especialmente útiles en contextos donde es importante captar matices culturales, prácticas cotidianas o procesos subjetivos y facilita la construcción de conocimiento compartido, ya que se basa en un diálogo horizontal más que en una estructura rígida (Bernard, 2017).

### 2.2. Compra de antojitos

para el registro de los recursos de maíz comercializados en los diferentes puestos de venta, se adoptó la metodología

propuesta por Bye y Linares (1983), la cual sugiere la adquisición directa de los especímenes como vía para documentar productos tradicionales. Esta estrategia metodológica no solo permitió la recolección física de los productos, lo que facilitó su descripción detallada y registro fotográfico, sino que también generó un acercamiento respetuoso y directo con los actores locales. A través de la compra se establecieron vínculos de confianza y diálogo, fundamentales para complementar el análisis con observaciones participantes y relatos espontáneos de las personas vendedoras. El enfoque planteado por Bye y Linares resulta especialmente pertinente para investigaciones que buscan articular los valores culturales, económicos y biológicos de los alimentos tradicionales, pues reconoce la importancia de los productos en su contexto de uso y manejo, más allá de su valor material.

### 2.3. Registro fotográfico

Se documentó la venta de maíz y sus derivados a través de tomas fotográficas directamente en el tianguis en cada uno de los puestos de venta. Se solicitó el consentimiento para la toma de fotografías, las cuales fueron realizadas con dispositivos móviles (Samsung Galaxy S21 y S23) y cámara fotográfica Cannon EOS Rebel T 8i.

### 2.4. Recopilación bibliográfica

A través de la revisión de libros, recetarios, entre otros, se realizó una descripción de los productos documentados.

## 3. Resultados y Discusión

### 3.1. El Tianguis de Tulancingo de Bravo

Es un espacio que abarca aproximadamente 14 cuadras, siendo las principales calles la Calzada de Echavarri y 21 de marzo, entre las calles Juan C. Doria Pte/Aldama y José María Morelos Ote. /20 de noviembre. También abarca las calles alrededor del Mercado Municipal Gilberto Gómez Carbajal y el Mercado Benito Juárez, en la Colonia Centro. El tianguis es el más antiguo y representativo de la región y se creó estratégicamente debido a su ubicación en relación con los caminos reales antiguos.

No existe una zona en particular en donde se comercialicen solo maíz y sus derivados, de hecho, en todo el espacio mencionado se consiguen vendedores, principalmente de puestos pequeños.

Se documentaron entre 36 a 40 puestos de venta de maíz, antojitos y otros productos derivados, para consumir en el lugar y también llevar a casa. Los puestos de ventas principales son los de tipo itinerante (no se encuentran todos los jueves), consisten en exhibir sus productos en un plástico colocado en el piso y encima disponer los productos en venta (Fig. 1A). También puede consistir en un mostrador improvisado con un huacal y un tablón y sobre estos los productos (Fig. 1B), o incluso los antojitos ya empaquetados en las unidades de venta o no, almacenados en cubetas (Fig 1C).

En su mayoría los antojitos ya se venden empacados en bolsas de plásticos por tripletes, medias y una docena (Fig.

1C). Otros productos se exhiben directamente en los costales como es el caso del maíz en grano, huitlacoche y también el elote, los cuales se venden por lata de sardina (Fig. 1D). El maíz en grano también se vende por cuartillos (Fig. 1E) y las hojas o totomoxtle se venden por paquetes. Durante la investigación solo se documentó la presencia de tres hombres vendiendo maíz seco y antojitos. Los principales vendedores fueron mujeres entre los 30 a 70 años, aproximadamente. Como en muchos mercados en México es una actividad de mujeres. Este hecho es interesante, pues desde tiempos prehispánicos las mujeres mexicanas poseen una identidad con los alimentos, principalmente con el maíz, elemento cultural al cual le brindan reverencia. Como parte del conocimiento que poseen las mujeres en torno a la alimentación, está el acopio de materia prima, conseguir la leña y la transformación de estos recursos en comidas y bebidas cotidianas, festivas y rituales. Este conocimiento es trasmitido de forma oral y fue visible en los mercados de Tlatelolco, por ejemplo, donde gran cantidad de mujeres preparaban alimentos (Gispert Cruells, 2013), costumbre que se mantiene en los tianguis y mercados en la actualidad y que claramente evidenciamos en esta investigación.

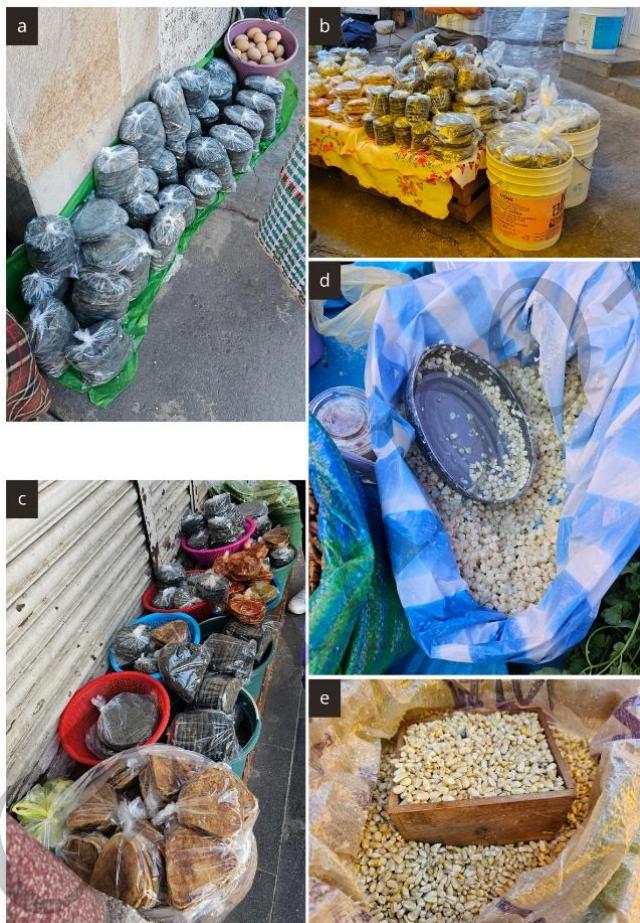


Figura 1: Tipos de puestos y medidas de venta de los productos de maíz, comercializados en el tianguis de Tulancingo de Bravo, Hidalgo. a) puesto sobre plástico, b) puesto elevado sobre tablón, c) venta de antojitos almacenados en cubetas, se aprecia también la venta en bolsas en tripletes, medianas y docenas del producto, d) unidad de venta conocida como “lata”, e) unidad de venta cuartillo (son 1.5 kg).

### 3.2. Productos comercializados

Durante las visitas se registraron 15 productos con 43 variantes que son comercializados en el mercado, los cuales se enlistan en la tabla 1. Estos se pueden agrupar en 1) elotes, maíces y hojas o totomoxtle, 2) antojitos empaquetados, 3) antojitos y garnachas listos para comer en el lugar o llevar a casa, y 4) Golosinas. De todos los productos comercializados, los más comunes correspondieron a las tortillas, los tlacoyos, sopes y molotes de maíz azul o “negrito”. En temporada de elotes se consiguen en venta por pieza, crudos o cocidos y también desgranados. Se comercializan las hojas frescas, secas y se documentó dos colores, las blancas que son las más comunes y las azules solo dos vendedores.

### 3.3. Maíces, antojitos y garnachas del Tianguis de Tulancingo de Bravo

Solo se documentaron cuatro tipos de **maíz en grano seco** de las 39 razas de maíces que han sido documentadas para la entidad: blanco o cacahuacintle, pinto, amarillo y azul o negro. Gran parte de los antojitos que se comercializan provienen de maíz azul o negro.

Los maíces de colores, como el maíz azul, negro o el morado, contienen antocianinas, por lo cual resultan saludables, debido a su acción antioxidante (Salinas-Moreno et al., 2012) y algunos consumidores los prefieren. Durante nuestras visitas al mercado, algunas personas consumidores y vendedores, comentan que algunos productos provienen de masa de maíz blanco “pintado”, esto debido a que estos productos de maíz azul son más populares y se venden por un costo superior, no obstante, hace falta corroborar este hecho. De acuerdo con Rafael Mier de Fundación Tortilla (<https://fundaciontortilla.org/>), en la actualidad se habla de tortillas y antojitos azules “piratas”, los cuales provienen de malas prácticas en donde se adicionan colorantes y de esta manera lograr engañar al consumidor, esto ocurre en diversos lugares de la República Mexicana. Estas prácticas forman parte de malas prácticas que amenazan la reputación de los comerciantes del tianguis de los jueves de Tulancingo, a la vez que constituye parte de la erosión cultural que se está dando en este espacio.

Por otro lado, los **elotes** estuvieron presentes durante todo el año, esto debido probablemente a los cultivos de riego que se han establecido en el Valle de Tulancingo y zonas aledañas. Sin embargo; los puestos con venta de elotes aumentaron durante los meses de julio a septiembre debido a la cosecha de los cultivos de temporal. Los elotes se comercializan completos, desgranados, cocidos, cocidos preparados y en **esquite** (del náhuatl *izquitl*, de *ihcequi*, tostar maíz), los cuales son granos de elote preparados, que se comen como antojito, generalmente se cocinan los granos del elote tierno con agua, sal y epazote, a veces chiles o tuétano, al servirlo se les agrega jugo de limón, chile en polvo, queso y mayonesa (Muñoz Zurita, 2012). En la preparación de los elotes cocidos y los esquites es común ver la cocción de otros elementos como los chayotes (*Sechium edule*), también usar yerba de olor como el pericón (*Tagetes lucida*).

Es común conseguir en venta **huitlacoche o cuitlacoche**, el hongo del maíz que pertenece a la especie *Ustilago maydis*, que es un hongo parásito que infecta a los granos de maíz y prolifera en la temporada de lluvias, entre junio y noviembre;

Tabla 1: Productos comercializados en el tianguis de los jueves de Tulancingo de Bravo, Hidalgo.

Producto	Variedad	Sabor o Preparación	Unidad de venta.
Maíz en grano seco	Blanco	NA	Cuartillo
	Negro	NA	Cuartillo
	Pinto	NA	Cuartillo
	Amarillo	NA	Cuartillo
Elotes	Enteros crudos	NA	Pieza
	Enteros cocidos	NA	Pieza
	Enteros cocidos preparados	Preparado: con limón, sal, mayonesa, chile.	Pieza
	En granos	NA	Por bolsitas
	En granos	NA	Por sardinas
Elotes/Huitlacoche	Enteros crudos/el elote	NA	Pieza
	En granos	NA	Por bolsitas
	En granos	NA	Por sardinas
	En granos	NA	Por kilo
Hojas de maíz/Totomoxtle	Verdes-tiernas	NA	Paquete
	Blancas-secas	NA	Paquete
	Moradas-secas	NA	Paquete
Tortillas	Blancas	NA	Por docena/en bolsas de plástico
	Negras	NA	Por docena/en bolsas de plástico
	Quesadillas	Con solo queso o diversidad de guisos	Por unidad
	Tacos	Diversidad de guisos.	Por unidad
	Tacos dorados	Con salsa, crema, queso y lechuga.	Por paquetes de 3
Sopes	Blancos	Con diversos guisos	Por docena/en bolsas de plástico
	Negros	Con diversos guisos	Por docena/en bolsas de plástico
Tlacoyos	Blancos	Rellenos de papa, requesón, arvejón ( <i>Pisum sativum</i> ).	Por docena/en bolsas de plástico
	Negros	Rellenos de papa, requesón, arvejón.	Por docena/en bolsas de plástico
Tamales	En hoja de papatla (Hojas de las especies <i>Canna indica</i> y/o <i>Heliconia schiedeana</i> )	Rellenos de frijol ( <i>Phaseolus spp.</i> )	Por unidad
	En totomoxtle	Diversos rellenos: verde, mole, entre otros	Por unidad
	En totomoxtle fritos	Diversos rellenos: verde, mole, entre otros	Por unidad
	En totomoxtle en guajolotas	Diversos rellenos: verde, mole, entre otros	Por unidad
Pinole	Blanco/Tostado	NA	Por vasos/ en bolsas de plástico
Atole	Blanco	NA	Por vasos
	Negro	NA	Por vasos
	Con elote	NA	Por vasos

**NA: No aplica**

Tabla 1: Continuación.

Producto	Variedad	Sabor o Preparación	Unidad de venta.
Atole	Blanco	NA	Por vasos
	Negro	NA	Por vasos
	Con elote	NA	Por vasos
Memingues	Con salsa verde	NA	Por media docena/en bolsa de plástico
	Con salsa roja	NA	Por media docena/en bolsa de plástico
Gorditas de habas	Maíz azul	NA	Por docena/en bolsas de plástico
	Maíz blanco	NA	Por docena/en bolsas de plástico
Huaraches	Maíz azul	NA	Por docena/en bolsas de plástico
	Maíz blanco	NA	Por docena/en bolsas de plástico
Molotes	Maíz azul	De papa, de papa con chorizo, entre otros	Por docena/en bolsas de plástico
	Maíz blanco	De papa, de papa con chorizo, entre otros	Por docena/en bolsas de plástico
Tlaxcales	Maíz azul	NA	Por paquetes de 3 a 6
	Maíz blanco	NA	Por paquetes de 3 a 6
<b>NA: No aplica</b>			

de color verde no son tan comunes, solo se es un alimento rico en aminoácidos como la lisina que ayuda al cuerpo a producir proteínas, en la actualidad existen técnicas para inocular el hongo en los cultivos (Martínez Jiménez, 2018).

Las **hojas del elote y totomoxtle** (Del náhuatl *totomochtli* que significa hojas secas), son comunes las de color blancas y solo un puesto se registró que vendían no más de cuatro paquetes de hojas de color morado, asimismo las hojas tiernas documentaron 10 paquetes en un puesto. Los totomoxtles son resistentes, se emplean para realizar los típicos tamales y su uso data de la época prehispánica (Muñoz Zurita, 2012).

Las **tortillas**, son un disco plano de masa nixtamalizada, la cual se elabora a mano o en una máquina tortilladora y es el elemento fundamental de la cocina mexicana, es de origen prehispánico, los mexicas la denominaban *tlaxcalli*, preparándola de muy diversas formas y tamaños. Las tortillas fueron los antojitos más comunes en venta, tanto blancas como azules, hechas a mano. Asimismo, fue el elemento esencial de los puestos de antojitos o garnachas.

Los **tlacoyos** (del náhuatl *tlacoyo*, que quiere decir empanada de maíz desgranado), son uno de los platillos prehispánicos que se han mantenido hasta el día de hoy, conservando su preparación. También son conocidos como Clacoyos y eran ampliamente comercializados en mercados y tianguis, actividad que aún es vigente. La preparación mexica consistía en moler el maíz azul en el metate, moldeaban una pieza gruesa ovalada y larga que rellenaban con frijoles bien molidos.

Los **sopes** son un platillo de origen prehispánico, cuyo nombre muy probablemente viene del vocablo náhuatl *tzopivtl*, que significa picado. Algunos autores los clasifican como una tortilla de maíz gruesa y con el borde levantado o pellizado, para que así contenga los ingredientes.

Los **huaraches**, son quizá los antojitos más recientes, debe su nombre a la semejanza con este tipo de calzado. Tiene una forma ovalada, plana, según se originó de manos de Doña Carmen Gómez Medina, quien en la tercera década del siglo XX se instaló cerca del Canal de la Viga para vender sopes y tlacoyos y un día uno de sus comensales le solicitó un tlacoyo más delgado y así nace el huarache, que hoy se acompaña con gran diversidad de guisos.

Los **gorditas** que según el Dr. Iturriaga nos da luz sobre el origen de este delicioso antojito. Señala que es muy probable que, en el México prehispánico, existiera una gran variedad de tortillas, que variaban por su grosor, tamaño o color y cuyo sabor dependía de la mezcla de la masa con otros ingredientes. Con la llegada de los españoles es posible que no sólo fueran freídas en manteca, sino que se combinaron con una amplia gama de nuevos productos, sobre todo el chicharrón. En el mercado las gorditas más comunes fueron las de habas frescas (*Vicia faba*).

Los **tamales** (Del náhuatl *tamalli*), son una preparación de origen prehispánico elaborada con masa de maíz batida, pueden ser salados y se rellenan con salsa, algún tipo de carne, o solo; generalmente, se envuelve en hojas de maíz o plátano, y se cuece al vapor. También se preparan tamales dulces, con

pijoncillo o azúcar y con diferentes frutas. Para su preparación, la masa de maíz se bate con manteca de cerdo, agua o algún caldo, agua de tequesquite, de cáscara de tomate y anís o polvo para hornear. No obstante, algunos tamales de origen náhuatl no llevan manteca.

El **pinole** (Del náhuatl *pinollī, pinole*) es una harina de maíz tostado que se endulza con piloncillo y se mezcla con canela. En todo el estado de Hidalgo se usa el pinole como golosina, pero también se emplea como ingrediente en la preparación de atoles y tamales (Guerrero Bustamante, 2020).

El **atole** es una bebida caliente y espesa hecha a base de maíz cocido, molido y desleído en agua. El agua y el maíz molido se colocan sobre el fuego dentro de una olla de barro o metal, sin dejar de mover hasta que la mezcla se cuece y espesa. El resultado se considera el atole original, también llamado atole blanco, atole de maíz o atole de masa. Aunque el blanco es un atole completo, también se emplea como base para elaborar otros atoles: basta añadirle algún ingrediente para darle el nombre de la fruta o especia que contenga: atole de guayaba, atole de piña o atole de canela, por ejemplo.

Los **molotes** (del náhuatl *molotīc*, antojito de masa fresca de maíz), son un platillo elaborado con maíz nixtamalizado y se rellena de papa, queso, se moldean en forma ovalada, redondeada de extremos puntiagudos y se fríen. Luego son servidos con queso, crema, lechuga y salsa. En algunos estados es muy parecido a la quesadilla frita, el relleno y la salsa depende de la región. Los molotes son un antojito tradicional de Acaxochitlán, que junto con otros doce platillos permitieron que obtuviera el distintivo de Pueblo con Sabor, con la particularidad de que en esta localidad la masa se tiñe con chile guajillo.

Los **tlaxcales** (Del náhuatl *tlaxcallī*, tortilla) es una gordita triangular de masa de maíz molido con piloncillo, canela y a veces guayaba, cocida en comal, típica de Tlaxcala y Puebla. Las investigaciones que ha llevado a cabo Raúl Guerrero Bustamante en relación a la cocina Hidalguense y en particular a los Tlaxcales en esta zona, hace mención que se trata de un antojito dulce de maíz con la variante que en Tulancingo se prepara de maíz cacahuacintle molido en crudo, al que se le adiciona azúcar, yemas de huevo, manteca, canela o anís, donde además existe una técnica de cocción única de los pueblos otomíes que consiste en usar piedras de hormiguero que se coloca sobre el comal y una vez caliente se colocan los tlaxcales (Guerrero Bustamante, 2020).

Durante nuestra investigación documentamos un antojito poco conocido, se trata de los **meminques o memeingues**, de acuerdo con el cronista del pueblo mágico y con sabor de Acaxochitlán, el maestro Arturo Castelán Zácatenco (2020), lo define como un tipo de pan de maíz, salado, que es típico de la Sierra Oriental del área nahua del municipio de Acaxochitlán. Los meminques son un tipo de gordita que en ocasiones van rellenas de frijol gordo o frijoles ayocote (*Phaseolus coccineus*) y habas tiernas (*Vicia faba*), tienen la particularidad que están bañadas en salsa roja o verde. En el tianguis de Tulancingo, este antojito se vende en paquetes de tres o seis en bolsas de plástico, ya con la salsa (Fig. 2h).

#### 4. Conclusiones

La investigación realizada sobre los productos derivados del maíz en el tianguis de los jueves en Tulancingo de Bravo, permite reconocer el papel fundamental de este recurso como

símbolo vivo de la identidad mexicana de las regiones bioculturales Valle de Tulancingo y Sierra Oriental, siendo el eje estructurador de la alimentación, la economía y la cultura en la región. A pesar de las transformaciones impuestas por la globalización y los cambios en los hábitos de consumo, el maíz continúa siendo un pilar de la vida cotidiana, expresándose de forma tangible en la diversidad de antojitos comercializados, que a su vez representan sistemas de manejo tradicionales profundamente arraigados y con un cúmulo de conocimientos que deben salvaguardarse.

El registro de 15 tipos de productos, como tlacoyos, tortillas y los magníficos y únicos “memingues”, no sólo evidencia una notable diversidad, sino que también ilustra la creatividad culinaria local que se ha mantenido gracias a prácticas intergeneracionales de transmisión de saberes. Los “memingues” son un antojito identitario de la región que puede ser empleado para impulsar el turismo gastronómico en el estado.

El hecho de que la mayoría de las vendedoras sean mujeres adultas reafirma su rol como guardianas del patrimonio alimentario, destacando su contribución clave a la economía informal, a la continuidad de tradiciones vinculadas al territorio, al mantenimiento de sistemas productivos tradicionales como la milpa y el metepantle, así como a los ciclos agrícolas.

Además, el tianguis de los jueves de Tulancingo de Bravo, emerge como un espacio vivo de intercambio que trasciende la lógica mercantil y de aprovisionamiento, pues funciona como un nodo biocultural en el que confluyen actrices y actores, prácticas, sabores, saberes y memorias. Este sistema de comercialización fortalece la resiliencia de las comunidades rurales, fomenta el consumo local y permite hacer visible y dar valor a productos elaborados con técnicas ancestrales. Sin embargo, la presencia de imitaciones (“antojitos piratas”), plantea retos importantes respecto a la autenticidad, la justicia comercial y la sostenibilidad de estas prácticas, el cual debe ser estudiado y analizado a detalle, para establecer estrategias adecuadas que minimicen o eliminen el efecto negativo que puede estar teniendo esta actividad.

La documentación etnográfica y fotográfica realizada, no solo aporta un testimonio valioso, sino que también ofrece una herramienta poderosa para visibilizar, reflexionar y educar sobre la importancia del maíz como recurso genético de valor biocultural para los mexicanos. Al dar cuenta de estas dinámicas locales, se abren caminos para la revalorización de las culturas y sistemas alimentarios, la protección de la agrobiodiversidad, la soberanía y seguridad alimentaria y el fortalecimiento de vínculos entre productores, consumidores y territorios.

#### Agradecimientos

Agradecemos a las vendedoras y vendedores del tianguis de los jueves de la ciudad de Tulancingo de Bravo por su apoyo en responder las entrevistas para este estudio. La investigación es parte del Proyecto Investigadoras e Investigadores por México CONACYT CIR/0010/2022.

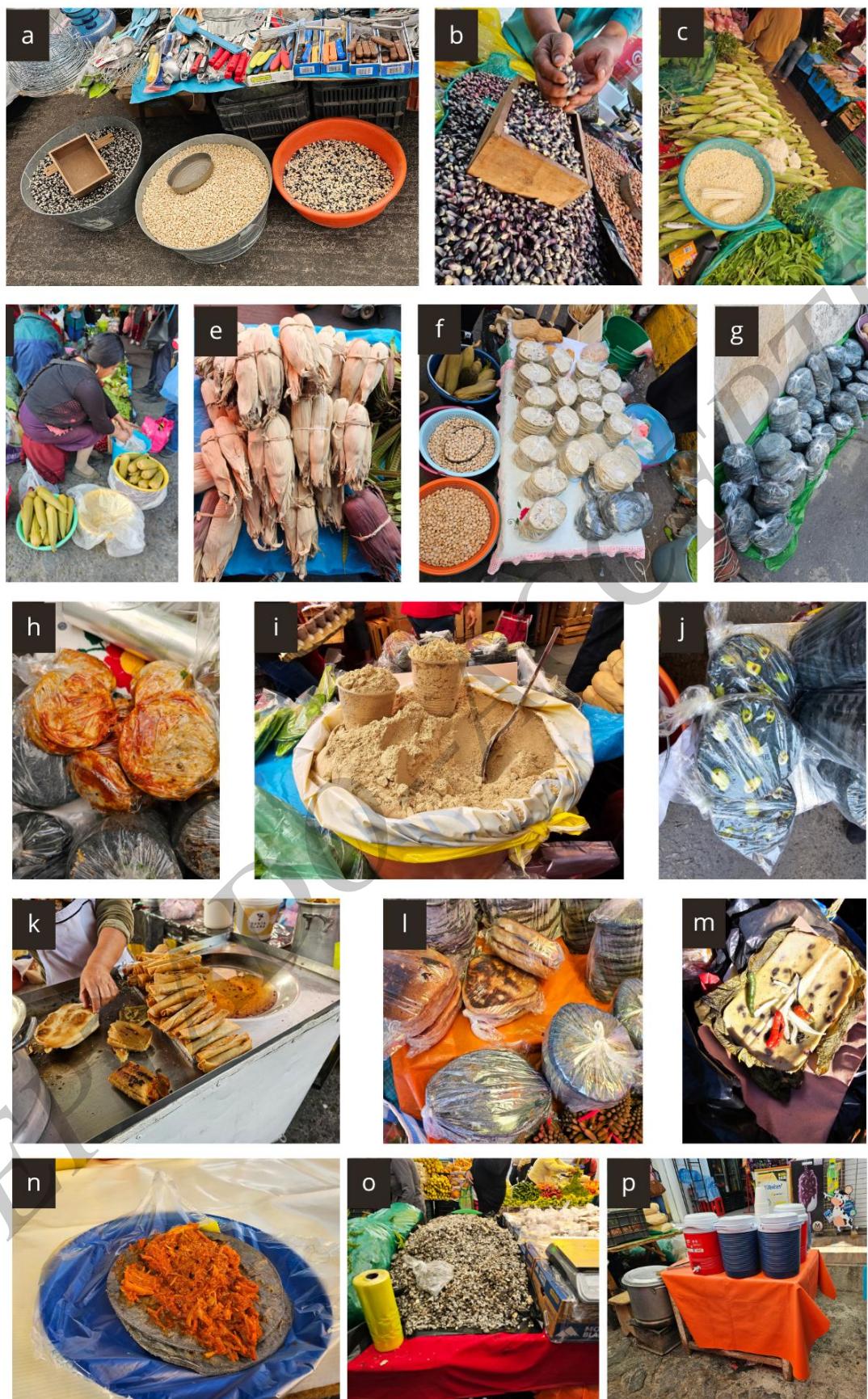


Figura 2: Registro fotográfico de los productos de maíz comercializados en el tianguis de Tulancingo de Bravo, Hidalgo. a) maíz azul, blanco y pinto, b) maíz en cuartillo, c) elotes en mazorca y desgranado por bolsa, d) elotes cocidos e) hojas de maíz o totomoxtle, f) variedad de antojitos de maíz blanco: tortillas, tlacoyos y huaraches g) variedad de antojitos de maíz azul: tortillas, tlacoyos y gorditas, h) memingues o meminques, i) pinole, j) gorditas de habas tiernas, k) variedad de antojitos: guajolotas, tamales fritos, tacos dorados, l) tlaxcales, m) tamal de frijol con chiles de árbol, n) tacos de mixiotes, o) huitlacoche (*Ustilago maydis*), se venden por mazorcas, bolsas o latas o sardinas, p) venta de atoles, se mantienen calientes en termos de plástico.

## Referencias

- Ávila, M.J.A., Ávila, S.J.M., Martínez, H.D., & Rivas, S.F.J. (2024). El cultivo del maíz. Generalidades y sistemas de producción en el norte. Departamento de agricultura y ganadería. Universidad de Sonora. Consultado el 28 de mayo en: <https://agricultura.unison.mx/memorias%20de%20maestros/EL%20CULTIVO%20DEL%20MAIZ.pdf>
- Bellucci, A. (2002). La herbolaria en los mercados tradicionales. Revista del Centro de Investigación. Universidad La Salle, 5, 63-70. <https://www.redalyc.org/pdf/342/34251806.pdf>
- Bernard, H. R. (2017). Research methods in anthropology: Qualitative and quantitative approaches. Rowman & Littlefield.
- Bye RA, Linares E. (1983). The role of plants found in the Mexican markets and their importance in ethnobotanical studies. Journal of Ethnobiology 3, 1-13.
- Castelán Zacatenco, A. (2020). El pan Hidalguense. En: Saldaña Villareal, M.I., Guerrero Bustamante, R. (Eds). Hidalgo a través de su cocina. (pp. 209-217). Agencia Promotora de Publicaciones, S.A. de C.V.
- Comisión Nacional para el Conocimiento y Uso de la Biodiversidad (CONABIO) (2011). Proyecto Global de Maíces Nativos. Comisión Nacional para el Conocimiento y Uso de la Biodiversidad; Instituto Nacional de Investigaciones Forestales, Agrícolas y Pecuarias; Instituto Nacional de Ecología y cambio Climático. México. <https://biodiversidad.gob.mx/diversidad/proyectoMaices>
- Díaz, N., Obrador, D. & Martí D. (2018). Mercados públicos tradicionales: Repensando su función articuladora de la vida urbana. RUA, 19, pp. 36-41.
- Eakin, H., Perales, H., Appendini, K., & Sweeney, S. (2014). Selling maize in Mexico: the persistence of peasant farming in an era of global markets. Development and Change, 45, 133-155.
- Estrada-Contreras, I., Amandine, B. & Pavón-Hernández, N.P. (2022). Las razas de maíz ante el cambio climático en México. Herreriana, 3 (2), 23-27.
- Fournier, P. (1998). El complejo nixtamal / comal / tortilla en Mesoamérica. Boletín de Antropología Americana, 32, 13-40.
- Gispert Cruells, M. (2013). Las mujeres indígenas: transmisoras y protectoras de identidad y cultura alimentaria. Memorias Simposio Identidad a través de la cultura alimentaria. CONABIO.
- Guerrero Bustamante, R. (2020). Aspectos coquineros. Platillos salados salados o dulces y bebidas. En: Saldaña Villareal, M.I., Guerrero Bustamante, R. (Eds). Hidalgo a través de su cocina. (pp. 27-33). Agencia Promotora de Publicaciones, S.A. de C.V.
- Gutiérrez, B. (2015). Capítulo 2 Recursos genéticos y recursos biológicos: definiciones y diferenciación [Libro electrónico]. En Conservación de Recursos Genéticos Forestales: Principios y Prácticas (pp. 41-46). Instituto Forestal.
- Hirth, K. (2013). Los Mercados prehispánicos. La economía y el comercio. Arqueología Mexicana, 122, p. 30.
- Kato, T. A., Mapes, C., Mera, L. M., Serratos, J. A. & Bye, R. A. (2009). Origen y diversificación del maíz: una revisión analítica. Universidad Nacional Autónoma de México - Comisión Nacional para el Conocimiento y Uso de la Biodiversidad, México, 116 pp.
- Linares, E. y Bye, R. (2016). Traditional Markets in Mesoamerica: A Mosaic of History and Traditions. En: Ethnobotany of Mexico Interactions of People and Plants in Mesoamerica (pp. 151-177). Springer. <https://doi.org/10.1007/978-1-4614-6669-7>.
- Martínez Jiménez A. J. (2018). Huítlacoché, un subproducto del maíz como alternativa de valor agregado para los productores. Desarrollo Estratégico. Divulgación CIMMYT <https://www.cimmyt.org/es/noticias/huitlacoché-un-subproducto-del-maiz-como-alternativa-de-valor-agregado-para-los-productores/>
- Mex, R.M.J., Garma P., & Yáñez-Nava, D. (2021). Factores sociales que influyen en el uso del maíz por amas de casa. Revista Iberoamericana de Producción Académica y Gestión educativa, 8 (16), 1-14.
- Muñoz Zurita, R. (2012). Diccionario enciclopédico de la Gastronomía Mexicana. Editorial Larousse.
- Reyes, C. P. (1990). El maíz y su cultivo. AGT editor. México, D.F.
- Salinas-Moreno, Yolanda, Pérez-Alonso, José J., Vázquez-Carrillo, Gricelda, Aragón-Cuevas, Flavio, & Velázquez-Cardeñas, Gustavo A. (2012). Antocianinas y actividad antioxidante en maíces (*Zea mays L.*) de las razas chalqueño, elotes cónicos y bolita. Agrociencia, 46 (7), 693-706.
- Sandoval, C. (2002). Investigación cualitativa. Programa de especialización teórica, métodos y técnicas de la investigación social. Instituto Colombiano para el Fomento a la educación Superior. Colombia
- SIAP. (2023). Expectativas agroalimentarias. Secretaría de Agricultura y Desarrollo Rural. Consultado en: <https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/819645/Expectativas-2023.pdf>
- Baker, R. C., (1963a). Título del artículo. Nombre de la revista 34, 184-186.

↑ Intente igualar las dos columnas en la última página. Elimine este texto ↑