

# Nueva Antropología 19

**REVISTA DE CIENCIAS SOCIALES**

## LOS MERCADOS EN EL CONTEXTO URBANO Y RURAL

Sistemas de mercado interno como mecanismos de articulación social, SIDNEY MINTZ \* El estudio económico de los sistemas de mercado: modelos de la geografía económica, CAROL A. SMITH \* Un carnero por un saco de papas: aspectos del trueque en la zona de Chaupiwaranga, Pasco, ENRIQUE MAYER \* Productos agrícolas y el tianguis en Ciudad Guzmán, Jal., VERONICA VEERKAMP \* El proceso de diferenciación social y económica entre los comerciantes de un mercado municipal urbano, SILVIA LAISON Y JOSEFINA ARANDA \* Consumo y cooperación doméstica en los sectores populares de Guadalajara, Jal., PATRICIA ARIAS \* Bibliografía sobre mercados con especial referencia a la comercialización de productos agrícolas, VERONICA VEERKAMP \*

## DOCUMENTOS

Acerca de la medicina tradicional

# Sistemas de mercado interno como mecanismos de articulación social\*

Sydney W. Mintz<sup>1</sup>  
John Hopkins University

---

Los mercados son mecanismos para facilitar el intercambio de mercancías y servicios. Como tales, la presencia de mercados define la no auto-suficien-

\* Publicado originalmente en inglés: "Internal marketing systems as mechanisms of social articulation" en: Ray, Verne J.(ed) (1959) *Proceedings of the 1959 Annual Meeting of the American Ethnological Society*. Washington, E.U. En español en: *Sociedades Intermedias, Inestabilidad Social y Comunicaciones*. México, D.F.: Editorial Pax, Librería Carlos Cesarman S.A.

Con autorización del autor se publica la versión castellana publicada en Mayer, E. Mintz, S. y Skinner, G.W. *Los campesinos y el mercado* (1974) Lima, Perú: Pontificia Universidad Católica, Departamento de Ciencias Sociales.

<sup>1</sup> El autor agradece a la Fundación Guggenheim y al Social Science Research Council por informes que han hecho posible la investigación para este estudio. Está en deuda con el Sr. George Cumper, con el Institute of Social and Economic Research, y el University College of the West Indies; con el profesor William Gates del Departamento de Economía, Williams College; con el profesor John V. Murra del departamento de Antropología, Vassar College; con el profesor Eric R. Wolf del departamento de Antropología de la Universidad de Chicago, por críticas y advertencias valiosas.

cia. Las plazas de mercado son los *loci* donde se realizan intercambios concretos. Facilitan la venta y la adquisición de mercancías y servicios que no se pueden conseguir fácilmente, o en absoluto, dentro de un círculo social o de una unidad más pequeña. Cuando una sociedad posee un almacén organizado para el conducto de los intercambios económicos —por lo general centros de intercambio, con sus agregados de compradores y vendedores, un calendario de días de mercado y demás rasgos que dan a los intercambios una regularidad y una forma prevista— posee un sistema de mercados internos.

Entendemos aquí “articulación” simplemente como “relación”. Diferentes segmentos de una sociedad simple —castas, clases, grupos ocupacionales y similares— se encuentran relacionados o son interactivos por medios institucionales, uno de los cuales es la serie de prácticas económicas que aseguran y mantienen la producción y la distribución. El mecanismo de mercado, como parte de la estructura económica, opera de este modo junto con otros. El sistema de mercados se encuentra sujeto a una asignación de posición habitual, ritual, hereditaria, a la regulación de precios, y a consideraciones análogas, que puede representar un papel importante articulando a diferentes grupos sociales y económicos, pero ese rol se encontrará limitado por las normas que prescriben la conducta de los miem-

bro del grupo. Tales son las situaciones que describe Polanyi al escribir sobre las sociedades en que el sistema económico se encuentra enclavado en el almacén social, político y religioso, y en el que el movimiento libre del trabajo, de la tierra, del capital y de la mercancía está severamente restringido<sup>2</sup>. En estas situaciones, el sistema de mercado no puede cambiar rápidamente, ni servir a diferentes formas de la articulación, hasta que empiece a sacudirse su contexto social tradicional. Los sistemas de intercambio interno con mercados, aunque cuidadosamente refrenados por la ley de la costumbre, incluyen las ferias de la Europa medieval y los grandes mercados del África occidental de hace varios siglos<sup>3</sup>. Los monopolios reales, los precios normados, los intercambios profundamente ritualizados, los círculos separados internos y foráneos, y mercados diferentes para la realeza y para los plebeyos son algunas de las características diagnosticadas en los sistemas de mercados “no libres”. Liberar un sistema de mercado de sus trabas tradicionales y rituales puede implicar la potencialidad de un conflicto entre grupos sociales.

<sup>2</sup> Polanyi, 1944, pp. 56-76, Arensberg, y Pearson; 1957, pp. 243-70.

<sup>3</sup> Para la Europa medieval, véase por ejemplo: Heilbroner, 1953, pp. 9-32. Para el África occidental, véase por ejemplo Herskovits, 1952, pp. 217-21.

Pero en cualquier caso, cualesquiera de las articulaciones nuevas que un sistema de mercado interno pueda servir, no pueden surgir hasta que el mercado se encuentre por lo menos parcialmente libre de las restricciones sociales, religiosas, etc.

La "sociedad campesina", tal como la empleamos aquí, se refiere a una amplia variedad de sistemas sociales, todos los cuales poseen números substanciales de terratenientes en pequeña escala, que producen cosechas para la venta y para el consumo, y que se encuentran sujetos en cierta medida al control de fuera. Esos campesinos, en opinión de Wolf, tienden a un nivel de vida culturalmente estandarizado más que a una producción en aumento continuo<sup>4</sup>. Como lo ha explicado Redfield, los campesinos están sujetos a controles manejados por el estado, y su posición dentro de sus sociedades respectivas están definidas por fuerzas del exterior, simbolizadas por la ciudad<sup>5</sup>. Aunque esos términos de referencia habrán de ser pulidos y enmendados en el futuro, sirven probablemente para sociedades tales como las de Haití, Jamaica, Guatemala y México, cuyos sistemas de mercado interno servirán de ilustración aquí. En dos de esas sociedades, los sistemas de mercado interno eran pre-colombinos de origen, y su carácter anterior no

ha sido establecido satisfactoriamente. En las otras dos sociedades, los sistemas de mercado interno fueron creados como instituciones adjuntas a la esclavitud y a la plantación, y siguieron funcionando como mecanismos de economía interna después de que fue abolida la esclavitud en Jamaica, y después de que la esclavitud y la plantación fueron suprimidos en Haití. En los cuatro casos, los sistemas de mercado interno de hoy están generalmente caracterizados por el movimiento relativamente libre de mercancías, servicios, compradores y vendedores, y de los precios. Se va a intentar aquí mostrar que la articulación suministrada por esos sistemas está sujeta a ciertos cambios cuyo origen reside en el proceso distributivo mínimo, hasta el punto de que la actividad económica es realmente libre. Al mismo tiempo, se verá que el tipo y el importe del cambio que puede realizarse se encuentran limitados por fuerzas económicas exteriores al sistema de mercado interno y por el poder del estado. Las comparaciones detalladas entre los sistemas de mercado interno sólo se podrán realizar cuando se reúnan datos especiales; nos detenemos en este punto para plantearnos preguntas acerca de la "anatomía" de esos sistemas y del análisis del funcionamiento de tales sistemas como mecanismos de articulación.

En primer lugar en las sociedades que se caracterizan por la diferenciación económica y social,

<sup>4</sup> Wolf, 1955, pp. 452-71.

<sup>5</sup> Redfield, 1953, pp. 26-41.

el intercambio de mercancías y servicios a través del sistema de mercado asume diversas formas: existen intercambios entre personas de la misma clase social que desempeñan diferentes papeles productivos; como también intercambios entre personas de diferentes clases, quienes no solamente varían en sus roles productivos sino también en el acceso de su grupo a la riqueza y capital, al *status* social y al poder político. Donde el intercambio de mercancías y servicios se limita a su consumo por iguales de clase, puede ser llamado "intercambio horizontal". Cuando el intercambio de mercancías y de servicios se extiende a su consumo por miembros de una clase diferente de la de los productores, se puede llamar "intercambio vertical". Una distinción conexas y derivada habrá de hacerse en cuanto a la posición de la clase de los intermediarios que participan en los intercambios. El proceso distributivo puede involucrar el movimiento de mercancías a través de las manos de intermediarios que difieren en su posición de clase de los productores, de los consumidores o de ambos. Finalmente, debe hacerse una distinción entre "hacia arriba" y "hacia abajo" en el intercambio vertical. Las importaciones y las mercancías negociables por ejemplo, que pasan del importador, al vendedor al por mayor o del propietario de fábrica al campesinado, ilustran el intercambio vertical "hacia abajo", las verduras frescas y las mercancías de artesa-

nía que van del campesinado a las clases medias y la burocracia, ilustran el intercambio vertical "hacia arriba".

El intercambio vertical, u horizontal, puede realizarse sin que se haya fijado un medio de intercambio ni una norma de valor. Pero el intercambio se suele efectuar más frecuentemente mediante el uso de alguna unidad standard, y en los sistemas de mercado interno más contemporáneos, esas unidades toman la forma de moneda nacional. El intercambio en las plazas de mercado mediante el uso del dinero es típico de todos los sistemas de mercado campesino en el Nuevo Mundo de hoy<sup>6</sup> —como en el caso de México, Guatemala, Jamaica o Haití— y probablemente en la gran mayoría de los sistemas de mercado de las sociedades campesinas del mundo entero. Las excepciones en los sistemas contemporáneos del Nuevo Mundo, como en ciertos lugares de Guatemala y de las tierras altas de los Andes, son de un interés es-

<sup>6</sup> El autor ha tenido un ejemplo de trueque en Jamaica, que le ha llamado la atención. Todavía se lleva a cabo algún trueque, aun en las plazas de mercado, en Guatemala. Según dice el profesor John Murra (informe personal), hay mercados andinos que siguen funcionando ahora, regidos casi exclusivamente por el procedimiento de trueque.

pecial actualmente, en particular porque son poco comunes y porque se comprueba que se van extinguiendo poco a poco.

No es posible estimar precisamente cuál es el porcentaje, por el valor, del producto que pasa por el mercado interno de países como Haití y Jamaica, para ser consumido por miembros de la misma clase que los productores. El número sobrepasa seguramente de la mitad en cada caso. En muchos casos, el campesinado de una región tiene que vender parte de lo que necesita inmediatamente<sup>7</sup>. Por consiguiente, los mismos individuos pueden volver a comprar los mismos artículos que habían vendido antes, por lo general a precios más elevados. El mercado, en esos casos, cumple una función combinada de almacenamiento y crédito. La utilidad del mercado en esta circunstancia está relacionada con los medios limitados de que dispone el campesino para almacenar, con su escasez crónica de capital líquido, y quizá con su preferencia culturalmente estandarizada por comprar los productos que necesita, a menudo y en pequeñas cantidades<sup>8</sup>. Pero,

<sup>7</sup> Esto fue impreso por vez primera en el caso de Haití por el Sr. Edouard Berrouet, véase Métraux *et al.*, 1951, pp. 2-3.

<sup>8</sup> El término de "poder acaparador" inventado por Lauriston Sharp para describir la capacidad del campesino Thai

naturalmente, no son estas las únicas razones. Tal intercambio horizontal se apoya en la variación regional de suministro de materiales de artesanía y por la variación que se apega a la tradición artesanal. Es la variación de altura, clima, tipo de tierra y estación de crecimiento; y por la presencia de normas de consumo que excluyen la auto-suficiencia local y que pueden llegar a desplazarla de un modo creciente.

El intercambio vertical "hacia arriba" en las plazas de mercado, de las cuatro sociedades antes citadas, sirve principalmente para suministrar a los productores no agrícolas de posición más elevada unos cuantos productos especializados. Los más importantes son aquí los productos agrícolas, en particular las mercancías de fácil descomposición que el campesinado suministra para las cocinas de los habitantes de las ciudades, las clases medias y los turistas de esas naciones. Menos importantes son los objetos utilitarios tales como escobas, canastas, tapetes y objetos de menor importancia, cerámicas o artículos de cuero. En su mayoría esos objetos son "artesanías populares", incluyendo los textiles de Guatemala y México, los tambores y caobas de Haití, y las cestas y productos

para almacenar productos antes que venderlos a cambio de capital líquido o de otras mercancías, es muy apropiado. Véase Sharp, Hauck, *et al.*, 1953.

de jipi-japa de Jamaica. Un aspecto importante del intercambio vertical "hacia arriba" es la proporción en que los productos que comprenden son consumidos exclusivamente por una clase diferente de la que los ha producido. Hasta en lo que se refiere a las cosas de comer, hay muy pocas realmente que sean consumidas a la vez por los campesinos y por las demás clases.

Pero el intercambio vertical se realiza lo mismo "hacia abajo" que "hacia arriba". Las normas de consumo del campesinado incluyen, no solamente productos regionales y temporalmente distintos, sino también algunas cosas esenciales manufacturadas en centros urbanos o en el extranjero. El grado en que este movimiento "hacia abajo" se verifica por medio del sistema interno de mercado es variable. Hasta cierto punto, por lo menos los conductos del movimiento están determinados, tanto por la legislación nacional y su fortalecimiento, como por la costumbre establecida. Hay en Haití muy pocos productos que un campesino necesita comprar en una tienda. La tela, la ropa, los instrumentos agrícolas, las agujas y el hilo, el aceite de comer, el combustible, los útiles para cocinar, las especias extranjeras, el pan hecho con harina importada, hasta las medicinas comunes, en suma, casi todo lo que necesita el campesino, que sea suministrado por la ciudad o el extranjero, se puede conseguir en el mercado. Sin embargo,

en el caso de Jamaica todos esos productos suelen ser obtenidos solamente en las tiendas. La limitación arbitraria o usual de la plaza del mercado para la venta de productos específicos restringe la creación de nuevos intermediarios e impide que crezca el mercado. La costumbre para que ciertos productos sean vendidos exclusivamente en tiendas, con licencias particulares, limita más el crecimiento de nuevos grupos de intermediarios. De ahí que tales limitaciones deban incluirse en un examen del mercado interno como medio de articulación social<sup>9</sup>.

Conviene señalar que paralelo al sistema de mercado interno en términos del tipo de intercambios que en él se pueden llevar a cabo, se deben considerar los otros conductos comerciales que circunvalan o evitan el uso de mercados internos. Estos son los medios especiales creados para aumentar, procesar, graduar y mover las cosechas más importantes del mercado mundial, producidas por el campesinado. En caso del café y de los plátanos de Guatemala, del azúcar de Jamaica y del henequén

<sup>9</sup> Eso no quiere decir, naturalmente, que tales limitaciones sean poco razonables o innecesarias. Cada una de esas restricciones deben ser juzgadas por sus méritos. Sin embargo, en todos los casos dan forma esas restricciones al curso de la actividad económica de un modo particular.

haitiano en grado sumo, el campesino participa solamente con la venta de su trabajo. Pero en el caso del café y del algodón haitiano, de la pimienta y de los plátanos de Jamaica el campesino produce cosechas en su propia tierra, aunque éstas pasan al mercado por medio de intermediarios y de procedimientos especiales. Naturalmente, pequeñas cantidades de algodón, de café y de henequén pueden encontrarse en los mercados de Haití, así como plátanos maduros en los mercados jamaíquinos. Pero solamente porque dichos productos no han satisfecho la calidad requerida para la exportación y están a la venta horizontalmente para el consumo local podrán hallarse en el mercado local. Así por lo menos una categoría muy importante de intermediario rural funciona fuera del sistema de mercados de esos países<sup>10</sup>. Donde el intercambio

vertical "hacia abajo" de ciertos productos se encuentra expresamente prohibido en los mercados, hay dos categorías de intercambio de este tipo con sus intermediarios con posiciones y funciones sociales diferentes, fuera del sistema interno de mercado.

Los intermediarios profesionales que llevan a cabo sus actividades en las plazas de mercados funcionan de distintos modos, los cuales difieren por su significado económico: pueden acaparar los productos, transportarlos, almacenarlos, procesarlos; y redistribuirlos para venderlos al menudeo. En Haití, el revendedor realiza todas esas actividades y puede además servir de fuente de crédito o de banquero. Regularmente por lo menos en dos de las sociedades citadas, casi todos los intermediarios son mujeres. Una de las implicaciones posibles de esta división del trabajo puede ser estudiada aquí. En Jamaica y Haití y posiblemente también en Guatemala y México, parece haber cierta carencia de continuidad o falta de ajuste entre los sectores productivos y distributivos de la economía campesina. Los argumentos a favor del concepto de "economía dual" parecen perder mucha fuerza al aplicarse a esos países<sup>11</sup>. Pero la diferencia sugerida aquí entre la producción y

<sup>10</sup> El profesor Gates ha señalado al autor que los intermediarios que manejan los productos de exportación, por ejemplo el café y el algodón, son muchos en Haití, que sitúan sus centros de compra en las mismas aldeas y que se encuentran frente a multitudes de vendedores campesinos de tal modo que la forma de operar es análoga a lo que sucede en las plazas del mercado. A pesar de lo cual, el carácter social de intermediarios especializados y el papel del Gobierno al dar licencia a sus actividades coloca este tipo de merca-

do directamente aparte del sistema de mercado interno.

<sup>11</sup> Véase, por ejemplo, Mosk, pp. 3-26.

la distribución puede tener cierta utilidad. En las sociedades mencionadas, el sector productivo de la economía campesina es el que parece mostrar más espíritu conservador, menos expansividad, más técnica tradicional y una orientación del mercado menos firmemente trazada<sup>12</sup>. En cambio, el sector distributivo tal como está en gran parte representado por el sistema de mercado interno, se presenta como más abierto al cambio, más expansivo y más elástico. Esto se debe sin duda en parte a que los intermediarios distribuidores tienen más facilidad de maniobras en sus tratos que los productores campesinos. Pero además, la naturaleza de la actividad interna del mercado expone a los distribuidores la posibilidad de más innovaciones y los educa en un ingenio económico de un modo que la producción campesina no puede lograr. El hecho de que los comerciantes de Jamaica y Haití son casi exclusivamente mujeres, tiene implicaciones en las diferencias entre producción y distribución entre el campesinado; tienen un significado sociológico especial y también económico. Wolf ha sugerido<sup>13</sup> que la relegación a la mujer del rol de revendedora en estas sociedades implica una estructura de riesgos totalmente distinta exigiendo una

orientación económica diferente. En esa coyuntura es importante que las actividades comerciales de la mujer no comprometan los recursos económicos del esposo, productor campesino. Ella adquiere su abastecimiento de un gran número de vendedores individuales. El único aporte que puede obtener de su marido es una parte del capital original que necesita para iniciar su negocio. Es interesante comprobar la poca importancia que tiene en la producción campesina de Jamaica y Haití, el que su actividad comercial reduzca su contribución al trabajo que pudiere realizar para cultivar su tierra y la de su esposo.

La presentación anterior enumera ciertas características generales relacionadas con las economías de sociedades campesinas, con referencia especial a sus sistemas de intercambio interno. Aunque no sirvan seguramente para todos los casos, son probablemente valederos para Haití, Jamaica, Guatemala y quizá México. Las características son:

1. Sistemas internos de mercado, como definimos anteriormente.
2. Uso de moneda nacional en la mayoría de las transacciones internas del mercado.
3. Un flujo o corriente horizontal de mercancías entre iguales de clase por el sistema interno de mercados, probablemente

<sup>12</sup> En relación con esto, véase por ejemplo Myint, 1958, pp. 328-39.

<sup>13</sup> Correspondencia personal.

con una importancia que sobrepasa la mitad de toda la actividad interna de los mercados.

mientras la actividad mercantil campesina puede resultar más abierta a un cambio y más capitalista en ideología y práctica.

4. Una corriente vertical "hacia abajo" de mercancías manufacturadas y de importaciones, sólo en parte por medio de esos sistemas.
5. Una corriente vertical "hacia arriba" de renglones, productos de fácil descomposición y objetos de artesanía, sobre todo por medio de esos sistemas.
6. Una corriente de renglones para el mercado mundial, que sólo circulan por conductos especiales.
7. Múltiples intermediarios dentro del sistema de mercados, que facilitan la actividad económica en los lugares de mercado mediante acaparación, almacenamiento, transporte, elaboración y servicios de menudeo, y que también sirven de fuentes de crédito. En dos de los casos mencionados, casi todos los intermediarios son mujeres.
8. Una división económica o discontinuidad en que la producción campesina puede ser más conservadora y tradicional, y menos plenamente capitalista,

Debemos agregar una característica más a las ocho citadas, que es de alguna significación pero que no permite ser tratada a la ligera. Hay poca evidencia, si es que hay alguna, de un control de precios deliberado por parte de los vendedores en los mercados internos de las sociedades antes citadas. Ni tampoco hay evidencia de que haya un precio fijo desde arriba, es decir por el Gobierno, para los productos vendidos en los mercados internos. Hasta el grado de que tales manifestaciones son ciertas, los precios de los productos que circulan por los mercados internos de esos países son una expresión continua de la proporción entre la oferta y la demanda. Hay excepciones, pero por lo menos en el nivel local la ausencia de un precio uniforme impuesto desde fuera, o de monopolios y combinaciones de fijación de precios, resulta revelador. En términos económicos, esos mercados están caracterizados por la competencia, la cual es casi perfecta, como lo ha sugerido Foster para México<sup>14</sup> —el autor para Jamaica<sup>15</sup>— y Métraux y sus colaboradores lo han implicado para Haití<sup>16</sup>.

<sup>14</sup> Foster, 1948, pp. 153-62.

<sup>15</sup> Mintz, 1956, pp. 18-23.

<sup>16</sup> Métraux, *et al.*, 1951, p. 125.

De ahí no hay que colegir, empero, que no hayan ejemplos donde operen lo que se llaman fuerzas "no económicas" dentro de ellos. Si la tendencia de observadores anteriores de esos sistemas debiera subrayar tales fuerzas no económicas, ahora el péndulo ha oscilado en la otra dirección.<sup>17</sup> Lo que parece verdad es que hay un elemento personal importante en la conducta de la actividad mercantil interior de esas sociedades. La naturaleza de ese personalismo económico puede expresarse como sigue. El producto que llega a los mercados internos no suele ser acaparado por lo general en grandes cantidades, sino que se mueve por lo general en pequeñas partidas. Sólo un pequeño (aunque importante desde el punto de vista económico) número de intermediarios lo juntan, y transportan grandes cantidades de unos cuantos renglones para el mercado interno. El movimiento de seres humanos, hablando en peso, puede exceder al propio movimiento de los productos en esos sistemas. Las compras son pequeñas, y cada carga de mercancías suele ir acompañada de un intermediario vendedor. La mayoría de los revendedores llevan partidas que son tan diversas como reducidas en cantidad, de tal modo que el patrón distributivo correspondien-

te parece ir a la par del patrón de producción campesina. El intercambio es frecuente y los mismos vendedores suelen seguir un rumbo anual de actividad, volviendo a los mismos lugares con la misma cantidad de mercancías, temporada tras temporada, y comprando a los mismos productores. Esas circunstancias conducen aparentemente a la creación de gran número de relaciones personales entre vendedores y entre estos y compradores. Detrás de la operación de oferta y demanda hay toda una red de tratos de persona a persona que persisten a través del tiempo y que sobreviven a cualquier transacción. A lo largo de la competencia casi perfecta que determina el precio en relación con la oferta y la demanda, hay variaciones ligeras aunque significativas en las cantidades entregadas a ciertos compradores, la extensión del crédito y la concesión de otros servicios, que unen a los intermediarios particulares con sus clientes. Este fondo personalista es notable y existen paralelos importantes aun en países altamente industrializados. Pero en los sistemas de mercado interno de las sociedades campesinas, esas pequeñas distinciones basadas en las relaciones personales se destacan con mayor importancia. Es necesario subrayar que, si este cuadro es totalmente correcto, no contradice de ningún modo la nueva observación común de que los mercaderes de esas sociedades tienen motivaciones comerciales ple-

<sup>17</sup> Véase por ejemplo Mosk, 1954, y Tax 1953, especialmente pp. 204-5.

namente desarrolladas. De hecho, el uso del personalismo en sus transacciones es económicamente justificado y refleja simplemente la conciencia de las características generales, sociales y económicas de las sociedades en que llevan a cabo sus actividades. El noveno punto, sería: un sistema de precios ampliamente basado en la operación de oferta y demanda, pero respaldado por un elemento fuertemente personalista que afecta la naturaleza de la actividad mercantil interior.

Esos nueve puntos suministran una introducción para la visión de los sistemas de mercado interno en calidad de sistemas. Algo deberá agregarse aquí en cuanto al modo con que tales sistemas sirven de mecanismos de articulación social. El sistema interno de mercados provee las condiciones en las cuales los intereses de clases económicas y sociales y de sus representantes convergen. Como tal puede permitir una escala de movilidad económica hacia arriba para los miembros de los diversos grupos. Puede también servir de mecanismo para la explotación comercial de una clase por otra. El sistema de mercado puede servir para nivelar clases o para diferenciar aún más los niveles de éstas. Además, mediante la manipulación de la estructura del mercado, el Estado puede estar en condiciones de interferir en el equilibrio de clases. En resumen, los sistemas de mercado interno son algo más que mecanismos de intercambio: son también par-

te de la estructura nacional institucional. Siendo así, los cambios en ellos o impuestos a ellos pueden tener repercusiones que lleguen más allá de sus efectos económicos inmediatos. En las sociedades a que nos hemos referido antes, los sistemas de mercado interno se encuentran caracterizados, por un movimiento relativamente libre de las mercancías, de los servicios y de la gente que en ellos trata. Esa libertad está indicada por la sensibilidad de los precios a los cambios en la relación de la oferta y la demanda, y por la facilidad relativa de penetración de nuevos intermediarios que cumplen nuevas funciones en la cadena del mercado, allí donde se presente la oportunidad de beneficios. Y sin embargo, los mercados internos no son el medio de acaparar y de exportar eventualmente artículos de consumo mundial, y solamente lo son en parte para la distribución de las importaciones y de los manufacturados esenciales a la vida diaria del campesinado. Así, dos de las vías más importantes mediante las cuales se puede percibir la articulación de diferentes segmentos económicos y sociales han sido mantenidas muy apartadas del sistema de mercado interior. Esa separación es, en parte, una medida del control manejado por el poder del Estado sobre la actividad económica del campesinado. Mediante el control de permisos y licencias, mediante decisiones en cuanto al número de intermediarios, y por

otros medios, el estado canaliza el movimiento de ciertos productos aparte del sistema interno de mercados para servir a sus propios fines y a los de las clases que lo controlan.<sup>18</sup> Esa articulación potencialmente en conflicto se revela, no solamente en la operación de sistema de mercado interno en sí, sino también por los medios de compra y venta provenientes de fuera del sistema.

Al mismo tiempo, los mercados internos siguen siendo el medio por el cual el campesinado completa sus ingresos en efectivo obtenidos por salarios y por la producción de productos para el mercado mundial. Es en esta relación que los mercados internos pueden revelar una articulación en conflicto que resulta diferente y presenta cierta importancia. Esto puede ser más claro en lo referente al caso de Haití. El café, los aceites esenciales, el henequén y antaño el algodón y los plátanos, constituyen las cosechas principales para

la exportación; todas ellas, menos el henequén, son producidas en su mayor parte por el campesinado. En términos de área cultivada o de trabajo invertido sin embargo ninguna puede competir ni a solas ni en conjunto con las cosechas destinadas a la alimentación: el mijo, el arroz, el maíz, los tubérculos, las verduras, etc., que el campesinado produce para el consumo y la venta en los mercados internos. La venta de los alimentos para el consumo en Haití mismo constituye, pues, una fuente principal de dinero para el campesinado. Ningún campesino invierte toda su tierra ni todo su trabajo en la producción de café, ni para la producción de café y de subsistencia únicamente y los programas de Gobierno para aumentar la producción del café no han obtenido nunca un éxito espectacular. El campesinado sigue dependiendo, en su mayor parte, de su producción de cosechas que puedan ser vendidas y comidas. Por lo tanto puede ser correcto alegar que los mercados internos son la primera línea de defensa del campesinado—después de la subsistencia—contra un mayor compromiso en la producción de renglones de mercado mundial. Las modalidades en que se puede aplicar ciertas formas de presión para acrecentar la producción de renglones de mercado mundial pueden variar. Ahí donde tales renglones se produzcan en latifundios, pueden aplicarse leyes de trabajo forzoso, como se hizo durante largos años en Guatema-

<sup>18</sup> Este argumento se exagera fácilmente, sin embargo, en el caso de Haití, parece que no hay restricciones en la venta de licencias para intermediarios especializados. Tales intermediarios no ejercen el menor control monopolizador, y compiten de hecho para sus vendedores, hasta donde se ha podido determinar.

la.<sup>19</sup> Los impuestos de diferentes tipos para obligar a los cultivadores en pequeña escala a que vuelquen parte de su esfuerzo productivo hacia renglones exportables, o para obligarles a que trabajen a sueldo en grandes propiedades, también son cosa común. Pero en situaciones en que el campesinado produce productos para el mercado mundial en sus propias tierras, tales medidas no siempre pueden aplicarse. En cambio, la producción puede aumentar mediante protección de los precios, subsidios, impuestos más bajos para la exportación, y demás, de tal modo que el campesinado reciba más a cambio de su esfuerzo y de la cesión de sus tierras. Se puede también intentar forzar la producción imponiendo castigos de diferentes tipos; impuestos utilizados como penalidad por no haber producido cosechas de exportación, impuestos diferenciales sobre la tierra, tarifas de importación que imponen términos de intercambio desfavorables al campesinado y así sucesivamente. Que las técnicas empleadas sean incentivos en forma de recompensa por una ganancia mayor o en forma de estímulo a la producción, resulta naturalmente de gran importancia, pero en ambos casos la conexión entre la producción para el mercado mundial y la producción para la subsistencia ante los mercados internos es algo importante. Los detalles de esa relación pueden variar

en muchos aspectos, y éstos habrán de ser examinados en el caso de cada sociedad campesina. Pero la relación misma ilumina el papel del sistema de mercado interno como un escenario donde se actúa fuera de todo interés de clases.

Para el campesino productor de renglones de mercado mundial, el esfuerzo que aplica a la producción y la recompensa que recibe pueden parecer a veces conectados de modo quijotesco; esto es particularmente cierto cuando el precio de su producto se encuentra sujeto a una oscilación profunda e inesperada, y cuando el gravamen impuesto por el Gobierno sobre el valor de ese producto varía de un modo repentino y significativo. La relación entre el esfuerzo y la recompensa que recibe por la producción de cosechas de subsistencia, y de las que puede vender localmente, debe parecer más razonable y, en términos de conducta del mercado, quizá lo sea. El papel del Gobierno al afectar su éxito en las cosechas de exportación parece poderosísimo; su papel de afectar las ganancias para el mercado interno, llama menos la atención. Cuando el dinero pagado al campesino por cosechas de mercado mundial es alto, el precio de la alimentación puede subir y recíprocamente, aunque esto no se encuentra en absoluto dentro de una relación invariable. Cuando la relación se sostiene, puede significar que la producción acrecentada de cosechas de mercado mundial se encuentra acompañada por un retro-

<sup>19</sup> Véase por ejemplo Jones, 1940.

ceso en la producción de cosechas de alimentos.<sup>20</sup> Y cuando sucede esto o lo contrario la producción de cosechas de mercado mundial y la producción de comida rivalizan en la economía. En tales casos, las diferencias de objetivo entre el Gobierno y el campesinado se encuentran opuestas hasta cierto punto. Los mercados internos, que suministran al campesino algo de dinero en efectivo, especialmente cuando las cosechas de exportación producen poco, puede convertirse así en una lucha extraña, medio disimulada, que afecta todo el sistema social de un país agrícola. Esa lucha puede ser más extraña aún debido a los valores culturales, a los estereotipos de la ignorancia y de la inercia campesina, y a la comunicación deficiente entre los campesinos y los representantes de otras clases sociales que también se encuentran involucradas.

<sup>20</sup> Myint, en la obra citada, señala que cuando la capacidad productiva de un superávit existe en las sociedades campesinas, la producción de cosechas de exportación para la obtención de dinero puede emprenderse sin que por eso disminuya la producción para la subsistencia. Sin embargo, si una sociedad campesina se encuentra produciendo casi al máximo de su capacidad y si su producción para la exportación aumenta sin progreso en la técnica, es obvio que la producción para la subsistencia apenas se mantendrá constante y hasta

Aunque esta formulación resulta todavía ampliamente hipotética no tiene nada de hipotético la afirmación de que el campesinado puede descuidar sus cosechas de mercado mundial y hasta dedicar sus tierras en mayor proporción a las cosechas de alimentación local, cuando los ingresos de las cosechas del mercado mundial declinan fuertemente. Un descenso de este tipo no necesita forzosamente originarse en las condiciones del mercado mundial, puede proceder del sistema distributivo del país mismo.

Sólo durante los últimos años han empezado vagamente los Gobiernos de los países agrícolas a darse cuenta de que los sistemas de mercado interno son algo más que un medio pintoresco para que los campesinos o sus esposas pasen el tiempo sin hacer nada. Que semejantes mercados suministran una base admirable para las contribuciones era cosa sabida desde hacía mucho tiempo. Hoy por ejemplo, en Haití, la mujer del mercado paga impuesto por tener amarrada su mon-

podrá llegar a descender. Por el contrario, Myint indica que en áreas de fuerte concentración de población, como en Indonesia (especialmente Java y Madura) y Fiji, la producción de la subsistencia se ha acrecentado realmente a expensas de la agricultura de plantación. No he visto que esto suceda en las indias occidentales, pero naturalmente, Haití puede ser el caso en cuestión.

tura; por matar un cerdo, un carnero, una cabra o una vaca; por el mostrador en que expone el cerdo para la venta; por el techo de hierbas bajo el cual exhibe los productos; y por los valores calculados de los propios productos. La venta no debe realizarse fuera de los límites del mercado; los revendedores que compran dentro de esos límites pagan contribución por lo que compran. Gobiernos anteriores han intentado inclusive suprimir muchos mercados rurales para concentrarla en centros urbanos.<sup>21</sup> y la gente de la ciudad ha firmado solicitudes en favor de la supresión de mercados rurales.<sup>22</sup> A pesar de sus intervenciones de este tipo sobre todo bajo forma de imposición, que afectan los precios de los mercados, es probable que no hayan afectado seriamente el volumen del comercio interior. Un aumento fuerte de impuestos que se aplica a la producción del café o que una baja en los precios del mercado mundial puede afectar tal producción para el año siguiente, es mucho menos probable que los impuestos relacionados con las operaciones del mercado local afecten el volumen del comercio interno de los mercados. Sobre la base de estas aseveraciones, puede pretenderse después que la articulación de clases representada por los canales de la compra y reventa de

cosechas de mercado mundial es más rígida y más claramente definida que el del sistema de mercado interno. El sistema de mercado interno puede permitir, por decirlo así más "juego" que el mercado de exportación.

Únicamente una breve cita se ha hecho hasta ahora acerca de los intermediarios en los sistemas de mercado interno. Tales mediadores se encuentran entre el productor y el consumidor dentro de la cadena del mercado, ya sea que el cambio se verifique horizontal o verticalmente. De ahí que representen un papel central en la articulación del campesinado con otras clases, y de diferentes segmentos del campesinado con otros segmentos. Naturalmente, ciertos negocios se realizan sin intervención de intermediarios. Las campesinas que llevan sólo un puñado de productos al mercado para poder obtener dinero en efectivo que cubra necesidades menores, aunque inmediatas, son muchas. Los artesanos residentes tales como alfareros y alpargateros —y éstos son varones— pueden vender sus propias producciones en las plazas de mercado. Una pequeña categoría de artesanos, especializados en renglones turísticos, venden sus objetos directamente a tiendas de curiosidades y de "arte popular", evadiendo así por completo el sistema de mercado interno. (En su forma menos corriente, este canal está representado por los artistas y escultores de Haití y los plateros de México, pero en

<sup>21</sup> Métraux, *et al.*, 1951, p. 118.

<sup>22</sup> *Ibid*, p. 133.

ambos casos nuevas variedades de intermediarios, particularmente extranjeros, han encontrado una canongía.)

Pero el grueso de la producción campesina se mueve dentro de mercados internos y por las manos de los intermediarios. Estos no conforman un grupo homogéneo, como no lo son tampoco el campesinado ni la gente de las ciudades. Varían desde los muy pobres mediadores que venden en los mercados pequeñas cantidades de comida preparada, hasta los revendedores y los semi-mayoristas rurales y urbanos, relativamente ricos, quienes almacenan cantidades bastante considerables de unos cuantos renglones, vendiéndolos a los minoristas del mercado interno en otros centros. Ya que esa variedad de intermediarios no conforma un grupo económico homogéneo, no hay razón tampoco para suponer que social o políticamente pueda resultar homogénea.

Son de especial importancia dentro de la discusión presente, tres categorías de revendedores. Hay revendedores de la ciudad, viven en la capital o en las villas de provincia y que conservan puestos permanentes en las plazas de mercado, comprando sus productos al por mayor y vendiéndolos al por menor a los consumidores locales de todas las clases. Esos minoristas forman un grupo político poderoso con intereses que divergen tanto de sus clientes como de sus proveedores. Y están las dos categorías de revendedores itinerantes que pue-

den residir en la ciudad o en el campo, que tratan cantidades al por mayor y compran en el campo para vender en la ciudad o viceversa, o ambas cosas. Esos revendedores integran lo que es quizá la categoría más significativa de intermediario en lo que se refiere al mercado como mecanismo de articulación social. En la escala de sus operaciones y en el importe de capital que posee, tales intermediarios pueden ser tan importantes como pequeños tenderos, y en algunos casos llegarán a superarlos. Pero su posición social es, casi con seguridad, inferior a la del *petit bourgeois*. Como muchos de esos intermediarios viven en áreas rurales, proceden de familias campesinas o están íntimamente relacionados con el campo, sus intereses pueden confluir en cierta proporción con el campesinado. Sin embargo, la naturaleza de sus operaciones podría precisamente enfrentarlos al campesino. Es decir que pueden ser campesinos por su cultura mientras que sus operaciones económicas van a ponerlos del lado de la burguesía urbana. Aunque esos intereses no han surgido tan espectacularmente dentro de los sistemas de mercado interno en el Nuevo Mundo como los "Market mammals" de Ghana, la potencialidad de ese surgimiento puede estar presente.

La falta de espacio es causa de la omisión de otros cuantos puntos que podrían ser explorados en forma preliminar. Se ha restringido aquí el hacer resaltar enfáticamente la des-

cripción de sistemas de mercado interno como mecanismos, pero se ha prestado una atención secundaria al modo en que esos mecanismos pueden expresar integración o conflicto entre varios grupos económicos y sociales dentro de la sociedad en conjunto. En la medida en que la conducta económica en la plaza de mercado se encuentra libre de restricciones, el sistema de mercado puede servir para estimular o consolidar a nuevos grupos económicos y para permitir que los intereses creados de diferentes grupos desaparezcan. Nuestra carencia de información suficientemente detallada acerca del funcionamiento de sistemas de mercado interno no permite cualquier análisis comparativo satisfactorio por ahora. Quizá, por lo menos, algunos tipos de la información deseable hayan sido sugeridos por el presente estudio.

## BIBLIOGRAFIA

- Foster, George A., 1948, "The Folk Economy of Rural Mexico with Special Reference to Marketing", *The Journal of Marketing*, 13: 153-62.
- Heilbroner, Robert L., 1953, *The Worldly Philosophers*, Nueva York Simon & Schuster.
- Herskovits, Melville J., 1952, *Economic Anthropology*, Nueva York, Knopf.
- Jones, Chester L., 1940, *Guatemala: Past and Present*. Minneapolis, University of Minnesota Press.
- Métraux, Alfred, *et al.*, 1951, Making a living in the Marbial Valley (Haití). UNESCO, Educational Clearing House, *Occasional Papers in Education*, no. 10, París.
- Mintz, Sidney W., 1956, "The Role of the Middleman in the Internal Distribution System of a Caribbean Peasant Economy", *Human Organization*, 15: 18-23.
- Mosk, Sanford A., 1954, "Indegenous Economy in Latin America", *Inter-American Economic Affairs*, 8: 3-26.
- Myint, H., 1958, *The "Classical Theory" of International Trade and the Underdeveloped Countries*. Oxford University Institute of Commonwealth Studies Reprint Series No. 22, Oxford.
- Polanyi, Karl, 1944, *The Great Transformation*. Nueva York, Rinehart and Co.
1957. "The Economy as Instituted Process", *Trade and Market in the Early Empires*, ed. Karl Polanyi, Conrad M. Arensberg, y Harry W. Pearson, Glencoe, Free Press.

- Redfield, Robert, 1953, *The Primitive World and Its Transformation*. Ithaca, N.Y., Cornell University Press.
- Sharp, Lauriston, Hazel Hauch, et al., 1953, *Siamese Rice Village: A Preliminary Study of Bang Chan, 1948-49*. Cornell Research Center, Bangkok.
- Tax, Sol, 1953, *Penny Capitalism: A Guatemalan Indian Economy*, Smithsonian Institution Institute of Social Anthropology, publicación No. 16, Washington D.C.
- Wolf, Eric R., 1955, "Types of Latin American Peasantry: A Preliminary Discussion", *American Anthropologist*, 57: 452-71.

