

ECUADOR Debate

CONSEJO EDITORIAL

José Sánchez-Parga, Alberto Acosta, José Laso Ribadeneira, Simón Espinosa, Diego Cornejo Menacho, Manuel Chiriboga, Fredy Rivera, Jaime Borja Torres, Marco Romero.

DIRECTOR

Francisco Rhon Dávila
Director Ejecutivo CAAP

EDITOR

Fredy Rivera Vélez

ECUADOR DEBATE

Es una publicación periódica del Centro Andino de Acción Popular CAAP, que aparece tres veces al año. La información que se publica es canalizada por los miembros del Consejo Editorial. Las opiniones y comentarios expresados en nuestras páginas son de exclusiva responsabilidad de quien los suscribe y no, necesariamente, de ECUADOR DEBATE.

SUSCRIPCIONES

Valor anual, tres números:

EXTERIOR: US\$. 18

ECUADOR: S/. 29.000

EJEMPLAR SUELTO: EXTERIOR US\$. 6

EJEMPLAR SUELTO: ECUADOR S/. 10.000

ECUADOR DEBATE

Apartado Aéreo 17-15-173 B, Quito - Ecuador

Fax: (593-2) 568452

e-mail: Capp1@Caap.org.ec

Redacción: Diego Martín de Utreras 733 y Selva Alegre, Quito.

Se autoriza la reproducción total y parcial de nuestra información, siempre y cuando se cite expresamente como fuente a ECUADOR DEBATE.

PORTADA

Magenta Diseño Gráfico

DIAGRAMACION

DDICA

IMPRESION

Albazu Offset

ECUADOR DEBATE

38

Quito - Ecuador, agosto de 1996

EDITORIAL

COYUNTURA

Nacional: Incertidumbre y estancamiento en medio del ciclo político / 7 - 21

Marco Romero

Política: Las elecciones de 1996 o la costeñización de la política ecuatoriana / 23 - 31

Hernán Ibarra

Conflictividad: El conflicto socio político. Marzo - Junio 1996 / 33 - 39

Internacional: Las asimetrías de la globalización en la actual coyuntura económica mundial / 41 - 53

Wilma Salgado

Equipo Coyuntura -CAAP-

TEMA CENTRAL

Fundamentos del racismo ecuatoriano / 55 - 71

José Almeida

Racismo y vida cotidiana / 72 - 87

Carlos de la Torre

Hacia una teoría socialista del racismo / 88 - 99

Cornel West

El indio en la mente de los intelectuales criollos / 100 - 115

Osmar González

La insostenible diferencia del otro / 116 - 127

Marie Astrid Dupret

ENTREVISTA

El futuro del pensamiento marxista / 129 - 131

Entrevista hecha por Hernán Ibarra a Göran Therborn

PUBLICACIONES RECIBIDAS

DEBATE AGRARIO

Mercados y cultura de la sierra norte del Ecuador / 137 - 146

Emilia Ferraro

El impacto de las políticas sobre la agricultura de la costa / 147 - 165

Silvana Vallejo

ANALISIS

La acción política de los empresarios en América Latina / 167 - 196

Aníbal Viguera

Violencia y ciudad / 197 - 203

Jaime Zuluaga

CRITICA BIBLIOGRAFICA

Democracia sin sociedad / 205 - 210

Autor: Simón Pachacho

Comentarios de José Sánchez-Parga

Debate Agrario

Mercados y cultura de la sierra norte del Ecuador

Emilia Ferraro (*)

Diez años de experiencias han demostrado que las medidas estandarizadas que están en la base de los programas de reforma del mercado (devaluación de la moneda local, reducción de las barreras comerciales, restricciones al rol del Estado en el mercado agrícola), y que tenían como objetivo principal la estabilización macroeconómica, en la realidad no han logrado uno de sus objetivos principales, que era el de beneficiar a los pequeños campesinos de las zonas rurales de los países desarrollados. Por el contrario, para muchos de ellos, la situación ha empeorado.

INTRODUCCION

El presente artículo se basa en una investigación de campo llevada a cabo entre enero de 1993 y junio de 1995 en la Sierra Norte del país en cinco comunidades de pequeños campesinos quechua sobre la comercialización de la leche.

El objetivo principal de la investigación ha sido analizar el tipo de **instituciones** que influyen en la venta de la leche, entendiendo por institución las normas socio-culturales y los factores que intervienen en la organización, coordinación y contexto de operación del mercado (cfr. Olson 1993; Evans 1993); siguiendo metodológicamente el "camino" de la leche, desde su producción

hasta su venta, para poder dibujar un "mapa conceptual" de **quién hace qué y cómo**.

La hipótesis principal es que los mercados no responden sólo a criterios económicos en sentido neo-liberal, sino también y sobre todo, a relaciones sociales, culturales y de poder.

El corte que la investigación ha asumido en su evolución nace de cierto malestar hacia el uso que generalmente se hace casi a diario del concepto de "el" mercado o del "libre" mercado, así como de su aplicación en las políticas de desarrollo. En especial, nace de cierta insatisfacción hacia la idea imperante de la existencia del mercado como un contexto

(*) Antropóloga.

flexible de intercambios impersonales y de competición, caracterizado por transacciones voluntarias entre entidades autónomas (por lo general privadas) sobre bases de igualdad y con motivaciones personales (G. White 1993:3). Y esta insatisfacción es compartida por otros analistas del desarrollo (cfr. por ejemplo, IDS Bulletin 1993 n. 24 (3)).

Los años 90 están atestiguando un fuerte cambio de perspectiva en las políticas del desarrollo en relación a los años 80 (cfr. C. Hewitt de Alcántara 1993), pues se ha evidenciado la dificultad de reestructurar la economía mundial en base a conceptos que funcionan bien en la teoría pero que tienen problemas una vez que se los aplica en la práctica de los mercados reales, o sea una vez que se enfrentan con el contexto concreto de aplicación e implementación de los programas de reformas económicas diseñados a nivel de políticas nacionales y mundiales.

Ello ha favorecido una reflexión crítica y ha levantado dudas sobre la eficacia de las presunciones que estaban en la base de las políticas de reestructuración macroeconómica, la principal de las cuales es la ya mencionada idea de la existencia de un "libre mercado" en donde los recursos se distribuyen de forma óptimamente eficiente a través del juego impersonal de oferta y demanda. Según esta idea, la raíz de la crisis de la economía mundial se debe buscar en la sistemática "distorsión" del mercado, causada por una inapropiada intervención estatal que interfiere con las fuerzas del libre mercado (C. Hewitt de Alcántara 1993). El primer paso en la revitalización de la

economía, sobre todo en el contexto rural, es entonces eliminar aquellos factores que impiden la movilidad del mercado y el ajuste "automático" de los precios (por ejemplo controles y subsidios a la producción, restricciones a las importaciones, impuestos a las exportaciones, etc). De esta forma, **todos** pueden beneficiarse de las nuevas oportunidades que el mercado representa, sobre todo en el área rural.

Esta idea, nacida en el ámbito de la economía neo-clásica, provee al mundo de las políticas de desarrollo una fuerte base intelectual. Como muchos otros modelos ideales, tiene un considerable poder intelectual y seguramente muchos méritos, pero al mismo tiempo ha sido elevado a principio ideológico y a ideal ético. Lo cual es preocupante, ya que es un principio que demuestra varias debilidades en la práctica y que no logra explicar totalmente la existencia de los mercados "reales" y de sus variaciones, cuya comprensión es esencial para poder tomar las decisiones políticas más apropiadas en el desarrollo (tanto a nivel nacional que internacional, a nivel de ONG, de Estados y agencias internacionales).

Han sido necesarios 10 años de experiencias para entender que este modelo ideal es más bien abstracto y no solo no considera, sino que a menudo esconde la dimensión social, política, cultural e institucional de los mercados reales, que por el contrario, son características inherentes al funcionamiento de los mercados específicos.

En el caso de los mercados rurales, además, las similitudes entre éstos y los mercados más sofisticados de las sociedades industrializadas, ha llevado

a que muchos investigadores consideren los primeros como versiones menos desarrolladas de los segundos, por lo que todo lo que no entraba en las definiciones estándar venía ignorado o explicado como el producto de deficiencias en la estructura del mercado. Con el resultado -según Gudeman (1986: 34, en Alexander & Alexander, 1991:1994)- que estas investigaciones han reproducido y redescubierto continuamente en los "materiales exóticos", es que las presunciones de las cuales habían partido de alguna forma han quedado prisioneras de sí mismas.

Lo que se intenta hacer en este artículo, es intentar salir de este círculo cerrado para empezar una reflexión y un análisis de un mercado rural como fenómeno socio-cultural de interacción entre sujetos sociales reales, con la invitación a ser más críticos hacia categorías aparentemente universales y no problemáticas, como "el" mercado, y más bien prestar atención al contexto real de aplicación de estas categorías.

DESCRIPCION DEL AREA DE INVESTIGACION

Descripción geográfica

La zona de investigación se encuentra en el corredor interandino entre el nevado Cayambe al Este y el Cerro del Mojanda al Oeste, en la parroquia Olmedo, Cantón Cayambe, a unos 80 km. de la ciudad capital Quito. Topográficamente, el corredor está delimitado por las Cordilleras occidental y Central, así como por los nudos montañosos.

La población habita tanto en la zona central como es las estribaciones

de las Cordilleras. La zona central llega a una altitud de 2.800 m.s.n.m, mientras que las partes altas se encuentran entre los 2.900 y los 3.200 m.s.n.m.

Por lo general la zona es caracterizada por la prevalencia de dos tipos de climas. Un clima temperado que domina la zona del valle, con variaciones entre los 12° y los 15° C., una humedad relativa entre el 75 y el 85% y una marcada distribución de las lluvias; condiciones éstas que favorecen notablemente la producción agrícola. El clima de las zonas altas tiene una temperatura entre los 9° y los 11° C., y una humedad relativa superior al 80%, lo cual favorece la ganadería y el cultivo de productos agrícolas de altura.

Panorama histórico-cultural

Durante la época colonial las tierras en donde están asentadas las actuales comunidades indígenas fueron propiedad de varios órdenes religiosos, desde los Padres Mercedarios a los padres Dominicos, Jesuitas y Agostinianos, hasta que la ley de manos muertas, en 1908, expropió todas las propiedades de la iglesia católica, declarándolas propiedad del Estado. La gestión de las tierras en la zona, pasó a manos de la Asistencia Social, que a su vez delegó su administración a arrendatarios privados (Muriel Crespi, 1968).

Tenencia de la tierra

La Reforma Agraria de 1964 tenía como objetivo una mejor distribución de la tierra entre los campesinos (cfr. Redcliff, 1978; Blanckstein & Zuveckas,

1973). Lo que en realidad pasó fue que el tradicional sistema de hacienda no desapareció totalmente, sino que se transformó en una serie de empresas capitalistas (cfr. B. Muratorio, 1981; A. Guerrero, 1991a). Los grandes terratenientes lograron mantener gran parte de la tierra y simultáneamente apareció un nuevo grupo de campesinos "medianos", formado por aquellos que lograron comprar la nueva tierra disponible, con el resultado de dar vida a una ulterior diferenciación de campesinos (G. Farrel & DaRos, 1990).

Los pequeños campesinos obtuvieron pequeños retazos de tierra, insuficientes para la subsistencia familiar. Además, esta tierra vino (y sigue siendo) ulteriormente dividida por herencia, y no logra absorber la demanda de mano de obra disponible, con la consecuencia de agravar las tendencias migratorias hacia la ciudad.

El clima, la posición geográfica y la misma situación de tenencia de tierra, ejercen una fuerte presión sobre la agricultura, representando un factor de riesgo para los pequeños campesinos indígenas muy vulnerables y expuestos a todo tipo de imprevisto. Todo esto hace que se esté produciendo un rápido e interesante fenómeno de cambio de una economía agrícola a una ganadera.

Organización Social

La organización social predominante en la zona es la comunidad indígena, legalmente reconocida por la **Ley de Comunas** de 1937.

La **comunidad** es un espacio físico y muy particular que identifica a un grupo de familias, las cuales reproducen

hacia el interior las funciones de "pertenencia e identidad étnica" y hacia el exterior las de "gestión y representatividad" (Casa Campesina Cayambe, documento interno, 1993). Las comunidades tienen un rol fundamental en la gestión y administración de las propiedades comunales, en la solución de conflictos internos y en la organización de actividades generales y comunitarias.

EL MERCADO DE LA LECHE

La fuerte demanda de productos lácteos a nivel nacional se refleja en la zona de investigación en una gran demanda de leche, lo cual genera una fuerte competitividad para su monopolio por parte de los compradores (desde ahora en adelante **lecheros**).

La investigación tuvo lugar en seis comunidades que yo he dividido en dos zonas, sobre todo en base a la cantidad de leche producida a diario.

La **zona 1** comprende las comunidades de Muyurco, El Chaupi y San Pablo Urco. Se trata de una zona de fuerte migración masculina; la tierra es muy poco productiva y hay escasez de agua de riego. La agricultura produce en pequeñas cantidades papas, habas y cebada prevalentemente, para la venta y el consumo familiar.

La producción de leche a nivel familiar es muy baja, con pocas excepciones, y varía entre 10/12 litros diarios en época de lluvia a 5lt y menos en época de verano. El ganado no recibe ningún tipo de tratamiento técnico, ni se planifica la rotación de partos para tener una producción constante de leche.

No obstante estos límites- o quizás

por ellos- la producción y venta de leche es muy importante para la economía familiar, pues representa la única fuente segura e inmediata de ingresos líquidos, controlada y manejada por las mujeres para la subsistencia cotidiana, mientras los maridos están fuera de la comunidad por trabajo..

La zona 2 incluye las comunidades de Pesillo, La Chimba y Turucucho. Se trata de una zona notablemente más prospera, sobre todo por la presencia de agua de riego que permite sembrar pastos. Solo en estas tres comunidades se producen un promedio de 15.000 lt diarios frente a los 2.000 lt. de la zona 1. Existe un tratamiento tecnificado del ganado, que incluye el suministro de sales minerales, balanceado, vacunas, rotación de partos en algunos casos a través de inseminación artificial. Naturalmente en esta zona también la presencia de campesinos al límite de la sobrevivencia es considerable.

Todos los días, entre 6.30 y 8.00 a.m, varios lecheros suben a retirar la leche. Cada uno tiene "sus" zonas, pero existe una fuerte competición y una gran movilidad de los productores. Los lecheros a su vez tienen una serie de estrategias para atraer proveedores. De las conversaciones y entrevistas con los lecheros y los productores, resulta que los criterios con los que se selecciona el lechero a quien vender la leche difieren entre las dos zonas. De hecho, en la zona 2 parece que el precio más alto sea el prioritario, mientras que en la zona 1 hay mayor estaticidad. La gente tiene recelo a dejar el lechero al que "pertenece", aún sabiendo que otros pagan mejor.

En este punto nace una primera inquietud acerca de la racionalidad y utilidad económica de un mercado que aparentemente no se rige en base a criterios y reglamentación de los precios, que según la escuela neo-clásica representa el mecanismo de control y regulación del mercado.

En la realidad existen otros elementos igualmente más importantes que el precio pagado por el producto y que influyen determinantemente en la elección del lechero y del flujo de la leche: por ejemplo, la hora en que se retira la leche; el lugar y quien retira, si lo hace el mismo lechero o si el proveedor debe entregarlo en un lugar fijado; si el lechero es confiable, si no hay el peligro que desaparezca improvisamente (como se dio en algunas ocasiones); si es cumplido con los pagos; si es "comedido", o sea si responde a las expectativas del proveedor, que por lo general le pide encargos, si es "solidario", si colabora con la comunidad, etc.

SUPLIDOS Y SOCORROS: entre tradición y cambio

Un aspecto esencial y determinante para el funcionamiento del mercado de leche y financiero en la zona, es el **crédito**, que se conoce todavía con el nombre de **suplido**.

En el tradicional sistema de hacienda, el suplido era un anticipo en dinero que el hacendado o más frecuentemente el mayordomo entregaba a "sus" trabajadores y que descontaban con trabajo (A. Guerrero, 1992). Hoy en día sigue siendo un anticipo en dinero que los lecheros entregan a "sus" provee-

dores y que se descuenta de la producción quincenal o mensual de la leche.

Esta práctica - con muy pequeñas variaciones en la modalidad del préstamo- es muy importante para la gente, pues constituye un crédito a su alcance, inmediato y sin intereses; pero también determina en gran medida la **percepción** que se forma alrededor del lechero y que le asigna una posición dentro del tejido de las relaciones sociales de la comunidad.

En los registros de las haciendas, a más del rubro **suplido** había otro llamado **socorro**, que era una entrega de bienes de primera necesidad (generalmente comida o ropa) que así mismo los hacendados o mayordomos daban a los **indios propios** y que descontaban con trabajo. Lo cual puede entonces definirse como un anticipo en bienes. Los **indios propios** eran indígenas que vivían en el terreno de la hacienda y que trabajaban por ella, de cuya sobrevivencia el hacendado se hacía cargo, y por lo cual tenían la obligación de darles estos socorros para su sobrevivencia. No así con los otros trabajadores jornaleros (A. Guerrero, 1992).

Con las debidas proporciones, esta práctica sigue subsistiendo: el lechero, en efecto -según los casos y los requerimientos- transporta de los vecinos centros urbanos bienes de primera necesidad que los proveedores le piden; o les vende mantequilla, manteca o quesos de producción propia a precio de fabricación que anota a "cuenta leche", o sea descuento de la cuenta de la leche. Además, demuestra hacerse cargo del "bienestar" de sus proveedores en varios modos: en caso de

emergencia (enfermedad, muerte) un "buen" lechero no espera que le pidan un suplido, más se lo da el mismo, adelantándose al pedido. En caso de fiestas o de cualquier otra ocasión significativa para la comunidad, se hace presente de alguna forma, demostrando su solidaridad, ganándose el respeto de la gente.

LA RACIONALIDAD DE PRACTICAS "IRRACIONALES"

Todo lo mencionado hasta aquí tiene importancia para la comprensión del movimiento de la leche, pues determina y define la formación de **ideas y percepciones** acerca del lechero como perteneciente al espacio de la comunidad y ésta a su vez si no determina, ciertamente influye en la elección de la persona a la que se quiere vender la leche.

Sobre este punto quisiera hacer brevemente 2 consideraciones:

1.- Parece que hay una fuerte continuidad con ciertas prácticas y relaciones propias de los tiempos de la hacienda; aún más, que el espacio que ha quedado "vacío" con la ruptura del sistema de hacienda y las relaciones que involucraba, a raíz de la Reforma Agraria, haya sido de alguna forma llenado por estos nuevos sujetos sociales, cuyas relaciones económicas, sociales, culturales y de poder se insertan muy bien en modelos ya existentes, que pertenecen al espacio -tanto geográfico que simbólico- andino: o sea las prácticas ancestrales de la reciprocidad y redistribución de bienes y servicios, en una relación que liga tan estrechamente las partes involucradas que da a la una el derecho

de pedir (sin exigir abiertamente) bienes y servicios a la otra; pero se trata de un pedido al que no se puede contestar negativamente (J. Murra, 1975; 1978).

Una vez más -siguiendo el camino trazado por A. Guerrero- parece que para dominar, los "dominadores" han tenido que adaptarse a los esquemas y estructuras de los dominados.

Pero estas relaciones "personalizadas" han sido encontradas por muchos estudiosos en todos los mercados rurales, por lo que esta explicación etnohistórica es parcial (Traeger 1981; Alexander 1992; Mintz 1961' Plattner 1989).

En el transcurso de los años, la antropología económica ha intentado explicar estas relaciones personalizadas entre compradores, vendedores e intermediarios, según una óptica formalista o sustantivista. Pero que se las considere una respuesta racional a los límites y riesgos del mercado (visión sustantivista), la antropología ha descuidado por mucho tiempo cualquier consideración de las relaciones de **poder** entre las partes involucradas en las transacciones de mercado.

2.- Y aquí nace la segunda consideración: En tema del poder es fundamental pues establece en gran parte el funcionamiento de los mercados legales, determinando quién puede acceder a él, cómo y de qué posición. Las normas locales de poder influyen mucho sobre el carácter del mercado y al mismo tiempo el funcionamiento de esto refuerza las reglas de poder.

En la literatura sobre mercados rurales, a menudo se atribuye su "retraso" a la presencia de relaciones clientelares y la falta de informaciones, so-

bre todo en relación a los precios (Fanselow, 1990; Alexander & Alexander 1992). El caso que aquí se presenta demuestra que esta explicación es por lo menos parcial: el mercado de la leche en la zona de investigación presenta una fuerte movilidad, competición e información; o sea, presenta aquellos elementos que caracterizan a los mercados "desarrollados". Lo que falta es el **poder** para actuar.

Si consideramos que los mercados reales son "**permeados por diversas relaciones de poder de varias ideologías, instituciones, valores éticos y culturales**" (G. White, 1993:1), vemos que no son una manifestación de leyes impersonales de demanda y oferta, sino más bien procesos socio-culturales en los cuales la gente entra en diferentes posiciones, según la clase, la étnia, la raza, el género y hasta la edad de pertenencia, por lo que se hace necesario analizar en primer lugar estas "puertas de acceso".

En el caso de la zona 2, las partes involucradas en la transacción están más o menos a un mismo nivel: tanto el lechero como el proveedor tienen una utilidad parecida: en algunos casos hasta el productor pone el precio de la leche. En este caso, no se necesita de incentivos extra-económicos para sostener la transacción.

Por el contrario, en la zona 1, las relaciones entre lecheros y proveedores se caracterizan por ser en su mayoría desiguales: la producción de la leche no es tal como para poder influir en el precio de venta. La pobre economía de las familias productoras de leche es demasiado frágil como para poder correr el riesgo de perder la seguridad que el lechero "fijo" repre-

senta, aún cuando esto significa un precio de venta menor.

La parte más débil y vulnerable intenta así establecer relaciones sociales con la parte más fuerte (por ejemplo a través del compadrazgo), con la esperanza de mejorar la disparidad económica.

Pero como siempre pasa en los mercados reales, las cosas nunca son sencillas y claramente definidas como podría parecer, y esta distinción que he presentado a nivel de zonas se replica a menudo dentro de la misma zona a nivel de familias individuales.

Se da entonces una combinación entre las normas locales, que regulan las relaciones socio-culturales y de poder, y las ideas sobre el estatus de los actores involucrados en la transacción; ideas sobre el comportamiento más apropiado en las diferentes situaciones entre los diferentes actores; lo cual establece concretamente el **quien** compra.

CONCLUSIONES

El caso del mercado de la leche, aquí presentado, demuestra que en la práctica se crean una serie de derechos y deberes entre compradores y vendedores que van mucho más allá de las dinámicas impersonales del mercado y de la necesidad de seguridad frente a los riesgos del mercado, pues implican **ideas y percepciones** sobre el "otro" con el que se establece la relación y el intercambio, y por ende, determinan el mercado de la leche.

Existen una serie de "instituciones tradicionales" como el compadrazgo, los suplidos, los socorros y toda una serie de normas culturales que hacen

que la comercialización de la leche no pase por canales estrictamente "económicos".

Todo esto pone en duda el concepto de mercado neo-liberal que se ha dado al comienzo de esta comunicación (cfr. G. White, 1993:1).

Los datos empíricos parecen demostrar más bien que hay una combinación entre **ideas** sobre el estatus y los comportamientos de cada actor social, y las **circunstancias** en las que se mueven estos actores: la estructura social, los derechos de propiedad, las formas tradicionales de compra/venta, trueque, estructuras locales de poder.

Los productores de leche aquí presentados continúan sobreviviendo, poniendo en acto una serie de estrategias en las cuales la reciprocidad no-monetaria tiene todavía un rol fundamental, así como el trueque. Existe un intercambio de bienes y servicios entre las familias y entre los individuos que toman parte en la transacción "económica" que no pasa necesariamente por el dinero.

Una perspectiva que tome en consideración estos aspectos puede superar el dualismo de las explicaciones sustantivas y formalistas de los mercados no occidentales, al mismo tiempo que abre un espacio alternativo de reflexión, tanto sobre los análisis y consideraciones de los mercados económicos, como sobre su relación con la cultura.

Si consideramos la cultura como un elemento dinámico, flexible, que cambia, que constantemente da forma y es formado por el contexto político y económico, los mercados también asumen otra connotación, como procesos

que pasan a través de la cultura, que se estructuran en base a asimetrías sociales y de poder (las cuales a su vez son constituidas culturalmente) **en todas las sociedades**. Entonces, la idea de que las economías occidentales son sistemas racionales de repartición, a-sociales y a-culturales, basados sobre intereses individuales; y por el contrario, las economías no occidentales son sistemas tradicionales irracionales y radicados exclusivamente en la cultura, basados en la solidaridad moral y en obligaciones sociales, ya no tiene mucho sentido.

Los estudios de casos concretos, como el que aquí se presenta, han demostrado que en todo el mundo los mercados son el producto de un control político más que el resultado automático de demanda y oferta. Se está poniendo en duda, entonces, la existencia de un mercado **libre y abstracto**, que los economistas toman como unidad de análisis para adoptar más bien una perspectiva que complementa estos análisis con una postura interpretativa de los factores simbólicos, de las motivaciones culturales y de los valores morales que intervienen en la reglamentación de las actividades económicas y que constituyen "el mundo real" de las políticas de reestructuración macroeconómica implementadas por los gobiernos de los países en desarrollo. (C. Hewitt de Alcántara, 1993: 3).

El acercamiento alternativo que aquí se propone, inicia con reconocer que **todo** mercado es culturalmente constituido. Para entender el porqué se comercializa en la forma en la que se hace, es necesario saber y entender los conceptos que los comerciantes utilizan para planificar, ejecutar, priorizar, justificar sus acciones económicas cotidianas; así como las opiniones que tienen de los mercados y de los bienes a intercambiar y el **valor** que le atribuyen (Alexander & Alexander, 1991).

Como bien dice C. Smith, considerando que los campesinos en todo el mundo son siempre más integrados a la economía de mercado, se vuelve siempre más irrelevante cuestionarse sobre el grado de integración o de respuesta a la economía de mercado, y por el contrario, siempre más importante preguntarse "**cómo el mercado que estructura sus economías es instituido o estructurado por la experiencia histórica local**" (C. Smith, en C. Hewitt de Alcántara, 1993:7).

Esto tal vez ayude a solucionar lo que aparentemente puedan sembrar anomalías; al mismo tiempo que lanza el desafío de "invertir" la perspectiva de análisis, para ver como una particular visión del mundo da vida a formas particulares de mercado.

Esto vale sobre todo para el concepto de mercado neo-liberal, más que para los mercados no occidentales.

BIBLIOGRAFIA

Alexander, P. 1992: "What's in a price?", in **Contesting Markets**. R. Dilley (de.), Edimburgo, Edinburgh University Press.

Alexander, J. & Alexander, P. 1991: "What's a fair Price? Price-setting and trading in partnerships in Javanese markets", in: **Main** 26(3).

Bernstein, H. et alii, 1990: "Introduction", in: **The Food Question**. H. Bernstein et alii (eds.), Earthscan Publ. London.

- Blanckstein, C. & Zuveckas, C. 1973: "Agrarian Reform in Ecuador: an evaluation of past efforts and the development of a new approach", in: **Economic Development and Cultural Change** vol. 22(1).
- Crain, M. 1989: *Ritual, Memoria Popular y Proceso Político en la Sierra Ecuatoriana*. C.E.N. Abya-Yala, Quito.
- De la Torre, P. 1989: **Patrones y Conciertos. Una hacienda Serrana**. Corporación Editoria Nacional-Abya-Yala, Quito.
- Evans, A. 1993: "Contracted-Out: some reflections on gender, power and agrarian institutions", in: **IDS Bulletin** 24(3). University of Sussex, Brighton..
- Farrel, G. & da Ros, S. 1983: **El acceso a la Tierra del campesinado Ecuatoriano**. FEPP-Mundo Andino. Quito.
- Fanselow, F., 1990: "The bazaar economy or how bizarre is the bazaar really?", in: **Man** 25:250-60.
- Guerrero, A. 1991a: **De la Economía de las Mentalidades**. Editorial El Conejo, Quito.
- 1991b: **La Semántica de la Dominación: el concertaje de Indios**. Libri Mundi, - Enrique Grosse-Luermen. Quito.
- Hewitt de Alcántara, C. 1993: "Introduction: Markets in Principle and Practice", in: **Real Markets: Social and Political Issues of Food Policy Reform**, C. Hewitt de Alcántara (de), Frank Cass, London.
- IDS Bulletin, 1993: **The Political Analysis of Markets**, Vol. 24(3). The University of Sossøx, Brighton.
- Mackintosh, M. 1990: "Abstracts Markets and real Needsd", in H. Berstein et alii, op. cit.
- Mintz, S. 1961: "Pratik: Haitian personal economic relationships", in: **Proceedings of the 1961 annual Spring Meeting of the American Ethnological Society**. V. Garfield (ed.) Seattle: American Ethnological Society.
- Muratorio, B. 1981: "Protestantism, Ethnicity and Class in Chimborazo", in: **Cultural Transformation and Ethnicity in Modern Ecuador**. N. Whitten Jr. (de), University of Illinois Press.
- Murra, J. 1975: **Formaciones económicas y políticas del mundo Andino**. Instituto de Estudios Peruano, Lima.
- 1978: **La Organización Económica del Estado Inca**. Siglo XXI - IEP, Lima..c.....
- 1978: **La Organización Económica del Estado Inca**. Siglo XXI - IEP, Lima.;
- Olson, W. 1993: "Competition and Power in rural markets: a case study from Andhra Pradesh", in: **IDS Bulletin** 24(3).
- Plattner, S. 1989: "Markets and market Places", in: **Economic Anthropology**, S. Plattner (de.), Stanford University Press.
- Redclift, M. 1978: **Agrarian Reform and peasant organization in the Ecuadorian Coast**. University of London Press.
- Rival, L. 1993: "Commodity exchange and food systems in developing countries: processes and practices. Anthropological contributions. Mimeo, Oxford.
- Rostorowski, M. et alii 1989: **Organización Económica en los Andes**. Hisbol, La Paz.
- Sahlins, M. 1965: "On the sociology of primitive exchange", in: **The relevance of models for social anthropology**. ASA monographs. Praeger, New York.
- Schejtman, A. 1988: "La seguridad alimentaria: tendencias e impacto de la crisis", in: **Revista de la Cepal**, No. 36.
- Traeger, L. 1981: "Customers and creditoers: variations in economic personalism in a Nigerian marketing system", in **Ethnology** 20: 133-146.
- Twomey, M. 1989: "The debt crisis in Latin American agriculture", in: **The Journal of Developing Areas**, Vol. 23.
- White, G. 1993: "The political analysis of markets", in: **IDS Bulletin**, op. cit.: 1-3.