

**FACULTAD LATINOAMERICANA DE CIENCIAS SOCIALES**

**SEDE ECUADOR**

**MAESTRÍA EN CIENCIAS SOCIALES**

**PROGRAMA DE ESTUDIOS ÉTNICOS**

**TESIS**

**MEMORIA E IDENTIDAD DE LAS VENDEDORAS KICHWA Y MESTIZAS  
DEL MERCADO DE SAN ROQUE EN LA CIUDAD DE QUITO.**

**CLORINDA CUMINAO ROJO**

**DIRECTOR DE TESIS: EDUARDO KINGMAN GARCÉS**

**PROFESORAS LECTORAS: CARMEN MARTINEZ NOVO**

**LORETO REBOLLEDO**

**QUITO, JUNIO, 2006**

## ÍNDICE

<b>RESUMEN.....</b>	<b>5</b>
<b>CAPITULO I</b>	
<b>INTRODUCCIÓN.....</b>	<b>7</b>
El Problema de Investigación .....	8
Metodología .....	9
La Discusión Teórica .....	11
Presentación de los Capítulos.....	17
<b>MAPA DEL MERCADO DE SAN ROQUE .....</b>	<b>19</b>
<b>CAPÍTULO II</b>	
<b>2. ANTECEDENTES HISTÓRICOS</b>	
<b>QUITO Y EL MERCADO DE SAN ROQUE .....</b>	<b>20</b>
2.1 Quito y la Presencia indígena y Mestiza en Actividades de Intercambio .....	20
2.2 La Ciudad, las Vendedoras y el Mercado .....	33
2.3 El Mercado de San Roque a partir de la Memoria de las Vendedoras.....	36
<b>CAPÍTULO III</b>	
<b>3. EL MERCADO DE SAN ROQUE A TRAVÉS DE LOS RELATOS DE MIGRACIÓN: RECORRIDOS DE IDENTIDADES DE LAS VENDEDORAS.....</b>	<b>42</b>
3.1 Memoria, Migración y el Recorrido de Identidades.....	43
3.2 Identidad y Espacio Femenino.....	51
3.3 Aprendizajes y Adaptaciones Ciudadinas .....	57
<b>CAPÍTULO IV</b>	
<b>4. RELACIONES INTERÉTNICAS Y JUEGOS DE PODER .....</b>	<b>68</b>
4.1 Las Relaciones Interétnicas en los Distintos Espacios del Mercado.....	71
4.2 Fiestas y Devociones .....	76
4.3 Las Asociaciones, los Prestamistas y los Clientes .....	78
4.4 Los Juegos de Poder al Interior del Mercado .....	80
4.5 Discriminación y Exclusión: Las Rodeadoras .....	83
4.6 El Control y la Supervisión .....	84

## **CAPÍTULO V**

### **5. EL MERCADO COMO MICROCOSMOS ..... 86**

#### **5.1 Concepciones del Mercado..... 86**

#### **5.2 Percepciones sobre la Modernización y las Nuevas Disposiciones del Municipio de Quito ..... 92**

#### **5.3 Las Perspectivas Futuras de las Vendedoras..... 97**

## **CAPÍTULO VI**

### **CONCLUSIONES..... 101**

### **ANEXOS .....107**

### **BIBLIOGRAFÍA ..... 108**

## CAPÍTULO VI

### CONCLUSIONES

El desarrollo del contexto histórico de la ciudad de Quito da cuenta que fue fundada en un punto de encuentro entre los diferentes señoríos étnicos y que a su vez constituyó la base del asentamiento incaico, lo que provocó que los indígenas mantuvieran un contacto con la ciudad, ya sea viviendo en poblados cercanos o al interior de la ciudad trabajando en distintos servicios, actividades artesanales y especialmente realizando acciones de intercambio. Antecedentes históricos demuestran que la presencia indígena y de mujeres trabajando en actividades de intercambio es resultado de una antigua práctica que se remonta a la época de la colonia y aun antes desde tiempos incas. Esta actividad ha permanecido en el tiempo, y en el caso del mercado de San Roque la experiencia de vender se ha transformado en un lugar preferentemente ocupado por las mujeres e indígenas.

Si bien en el mercado de San Roque hay vendedores hombres, en el imaginario de las vendedoras kichwa y mestizas, también de los propios vendedores, el mercado surge como un trabajo preferentemente de mujeres, porque está asociado a la manipulación de alimentos y al mundo doméstico. La actividad de vender aparece directamente asociada a la división sexual del trabajo a través de la cual la labor del mercado se funda como un trabajo u oficio de mujeres. Sin embargo, también hay prácticas cotidianas del mercado, que no sólo están relacionadas con la labor que ellas desempeñan sino con la religiosidad y la fiesta, donde las mujeres juegan un rol son las preponderantes.

Por otra parte, el mercado de San Roque en la actualidad es un espacio formado por muchos migrantes no sólo kichwa sino mestizos. Pero la experiencia de la migración aparece más recurrente en la memoria de las vendedoras kichwa, especialmente cuando existe una estrecha relación con la comunidad rural donde quedan parientes cercanos, por esta razón mantienen una continuidad entre lo rural y lo urbano, rompiéndose la brecha campo-ciudad. En cambio en las migrantes mestizas los recuerdos de la migración aparecen más lejanos, por lo general han sido sus padres o los abuelos que se trasladaron a la ciudad y porque se trata de decisiones más bien individuales antes que grupales.

Tanto en el proceso de migración como en el transcurso de la vida citadina la identidad debe ser asumida como un recorrido, algo móvil que posee múltiples referentes en su configuración. En el caso de las vendedoras kichwa no es sólo la comunidad de origen el lugar que otorga sentidos de pertenencia e identidad, sino que una vez en la ciudad es la convivencia con el colectivo indígena y mestizo, las distintas vivencias urbanas en los barrios y en el mercado son las que refuerzan, adecuan y adaptan distintos elementos identitarios. En este contexto el mercado también surge como un espacio importante de construcción de identidad, ya que tanto para indígenas como sectores populares existe una serie de componentes culturales compartidos entre vendedoras indígenas y mestizas.

En términos teóricos investigaciones realizadas en mercados andinos (De la Cadena;1997,Seligmann:1998, Martínez:2003) plantean discusiones acerca que las vendedoras tienden a esconder su adscripción indígena y se colocan como mestizas o cholitas en calidad de mediadoras, para afrontar la discriminación tratan de crear un sentido de respeto y decencia. En el caso del mercado de San Roque, las vendedoras kichwa no esconden su origen étnico y lo validan diciendo que son las más aptas para desempeñar el trabajo y que el mercado es un “lugar donde los indígenas han trabajado desde siempre”. Esto no significa que no ocurran situaciones de discriminación y violencia por su origen indígena. A pesar que puedan haber características similares entre las vendedoras, como el hecho de compartir la misma identidad de vendedoras del mercado, en el juego de identidades existe un tipo de segregación que tiene relación con ciertos estereotipos negativos hacia el indígena que van desde que son “despreocupados del aseo y la limpieza hasta que no tienen buenas costumbres para trabajar”. Al parecer las imágenes negativas que se construyen en torno al indígena hacen que las vendedoras mestizas establezcan diferencias y si tienen un origen indio lo escondan. En este sentido, uno de los efectos que producen la discriminación es que las vendedoras que se definen mestizas se molestan cuando se les confunde por “indias”, por esto tratan de diferenciarse a través de la forma de vestir y expresarse.

Otro aspecto importante es que para las mujeres kichwa y mestizas la experiencia de lograr nuevos aprendizajes en la ciudad ha permitido crear estrategias con las cuales pueden permanecer en el trabajo del mercado, las nuevas enseñanzas y

tácticas para la venta van perfilando el carácter de cada una de las vendedoras. Por esta razón, los aprendizajes están directamente relacionados con la experiencia que definen la identidad.

Por otro lado, para el análisis de la identidad resulta relevante su articulación por condiciones de género, etnia y clase, porque a partir de esto podemos visualizar las similitudes y las diferencias entre las vendedoras.

Respecto a la identidad de género la mayoría de las vendedoras entrevistadas kichwa y mestizas señalan el esfuerzo y sacrificio que realizan como mujeres para lograr criar a sus hijos y que no falte nada en sus familias. También a través del registro etnográfico se ha podido evidenciar que el aprendizaje de la venta y el desenvolvimiento en el mercado es realizado entre mujeres.

Al realizar una articulación entre el género y el trabajo del mercado surgen estereotipos de que las mujeres son más comunicativas y por esa razón les va mejor y venden más que los hombres, esta característica se refuerza debido a que la clientela por lo general es femenina.

Una de las diferenciaciones entre las vendedoras está dado por lo étnico, las mujeres indígenas al hablar el kichwa en el mercado comparten y transmiten otros códigos. A partir de la identidad étnica se crea una cierta complicidad entre ellas, que se manifiesta en la colaboración, reciprocidad, y en la forma de relacionarse con las mestizas, como es el caso de las "rodeadoras". De la misma forma, la etnicidad otorga un soporte social más estable en el mercado por el hecho de tener una red más amplia de parientes y amigos. A pesar que siempre hay competencia esta situación favorece y fortalece a las vendedoras indígenas estén o no organizadas, especialmente las rodeadoras que se encuentran sin asociación, debido a su condición de marginalidad y el hecho de no estar reconocidas por las demás vendedoras, pero a pesar de los intentos de sacarlas permanecen en el mercado porque conservan una red social basada en el parentesco que las ayuda a mantenerse y que se encuentra al interior del mercado. En cambio las vendedoras mestizas señalan que tener parientes al final igual crea grandes competencias y problemas, pero la mayoría de ellas reconoce que llegaron al mercado a trabajar por un pariente o amigo.

La identidad de clase también establece diferencias entre las vendedoras no sólo económicas, sino sociales y culturales, esto se manifiesta en que hay familias de

vendedores indígenas y mestizos que tienen un reconocimiento por lo que han logrado conseguir con su trabajo, por los compromisos asumidos y la responsabilidad en los cargos directivos, también por la colaboración y la ayuda prestada a otros vendedores. En este contexto también surge la idea de personas y familias conflictivas que hacen uso de sus influencias, poder y recursos para concretar ciertas finalidades. Por otra parte, sobre este mismo tema se puede visualizar que el nivel de educación crea un estatus al interior del mercado. Las vendedoras valoran la educación y quieren que sus hijos estudien y que no sigan con el mismo trabajo que ellas. Pero al hacerlo no están negando su identidad como vendedoras.

La identidad desarrollada en Quito ha permitido a las vendedoras lograr mayores grados de autonomía, especialmente en las migrantes. Con el trabajo del mercado pueden manejar dinero y también el conocimiento que poseen sobre los productos, llegando incluso a una especialización en las ventas y en el trato con los clientes.

En el tema de las relaciones interétnicas y juegos de poder se dan en un espacio de conflicto y de confluencia de intereses. Los conflictos surgen por la competencia del uso del espacio y por las ventas. La confluencia y los consensos se dan en la organización de ceremonias, fiestas, actividades y cuando hay que resolver problemas puntuales.

Por otra parte, al interior del mercado están los puestos fijos, pero estos también se enfrentan a un estado de poder y resistencia con los que venden en la calle y también con ciertas disposiciones del Municipio de Quito. Paradójicamente, por lo general entre las vendedoras indígenas de adentro del mercado y con las de afuera hay redes de parentesco y otro tipo de relaciones que no son visibles para los extraños y que a veces son utilizadas para resolver conflictos. Hay un juego entre un adentro y un afuera que al mismo tiempo separa y une.

Del mismo modo, el mercado es un espacio urbano público ganado por sectores populares e indígenas para la supervivencia; este lugar se encuentra sujeto por un control del uso del espacio que se convierte en un juego de poder. Al trasladarnos al Mercado de San Roque esta situación ocurre en la calle la cual es tomada libremente para la venta, donde hay un afán de revertir un orden establecido

que expulsa y convierte al comercio callejero en prohibido, tal es el caso de las “rodeadoras” que venden de forma ambulante en los márgenes del mercado.

Igualmente con el proyecto de remodelación del mercado, las vendedoras se encontrarán sujetas a un nuevo orden y limpieza que surge bajo los criterios de homogenización del espacio de la ciudad de Quito, que amenaza el diverso y complejo mundo del mercado. Además, este proceso se va encontrar inserto en la delimitación de los espacios público y privados propios de la modernización. Sin embargo, y como se puede apreciar en esta investigación en la mayoría de los casos para las vendedoras el mercado se transforma en una extensión del espacio doméstico, al momento de considerarlo como un segundo hogar. Con su trabajo las mujeres también acceden al espacio público, donde la esfera privada y pública se superponen o se dan simultáneamente, situación que se produce por la presencia femenina. Son las vendedoras kichwa y mestizas las que manejan estos espacios que son móviles al igual que sus identidades.

Es importante señalar que las vendedoras no están del todo informadas y conscientes de lo que significará la modernización del mercado, sólo es aceptado en el caso que sea beneficioso. Las vendedoras perciben la modernización con la creación de locales comerciales y lugares parecidos a los supermercados, donde las interrelaciones con los clientes son más distantes, reduciéndose sólo a la compra y venta de productos, por esta razón es que proponen que se deben conservar algunas prácticas tradicionales de la venta.

También en este contexto, suceden situaciones de segregación o exclusión, principalmente con las “rodeadoras” que son en su mayoría indígenas que se ubican en los márgenes del mercado; ellas mencionan que son tratadas de “indias Marías”, esto provoca en ellas fuertes sentimientos de rechazo, porque esta denominación las discrimina y las ubica en estado de inferioridad en relación con lo mestizo. Sin embargo, ellas han desarrollado una serie de estrategias para poder vender y en ese sentido existe un “manejo de la inferioridad”, que se traduce en las tácticas del rogar para vender, la postura del cuerpo, la suavidad de la voz, la sumisión y la amabilidad ante los clientes. El realizar estas estrategias que pueden tener raíces en la hacienda, les permite sobrevivir en el mercado. Esta estrategia se encuentra cruzada por la discriminación y la violencia, en los intentos de echarlas del mercado.

Finalmente, el mercado de San Roque surge como microcosmo por el hecho de ser un mundo complejo, estratificado social, económica y culturalmente. El mercado construye lo popular (Salazar:2003, Rivera:1996) aparece como un hecho social total, antes que económico en este escenario se configuran sentidos de identidad como vendedoras del mercado y ciudadanas de Quito. En los esfuerzos por construir lo popular hay tensiones las cuales surgen principalmente por la ocupación del espacio, situaciones de discriminación, exclusión, control y supervisión municipal. En su interior suceden una serie de interrelaciones que no sólo surgen por las ventas, sino por aspectos que tienen relación con crear asociaciones, el uso del espacio, la capacidad de establecer nuevas redes, las manifestaciones de religiosidad y el uso o práctica de la etnicidad. En todos estos escenarios del mercado las mujeres desempeñan una labor que no se reduce sólo a la venta, sino a distintos ámbitos de la vida.

## ANEXOS

### ENTREVISTAS

Nombre	Edades aproximadas	Tipo de ocupación	Lugar de venta	Fecha de entrevista
Rosita	29	Cebollas /ajos	Dentro	Abril 2004
María	22	Frutas y verduras	Plataforma	Mayo 2004
Juanita	23	Frutas	Fuera	Junio 2004
Antonia	75	Cebollas	Plataforma	Noviembre 2004
Pilar	43	Papas	Dentro	Enero 2005
Anita	40	Lácteos	Dentro	Febrero 2005
Carmen	23	Frutas	Fuera	Febrero 2005
Lucía	22	Frutas	Fuera	Febrero 2005
Concepción	38	Frutas y verduras	Plataforma	Marzo 2005
Federica	27	Frutas y verduras	Fuera	Marzo 2005
Yohana	22	Jugos	Dentro	Marzo 2005
Maira	23	Artesanías	Dentro	Marzo 2005
Elena	23	Frutas	Fuera	Marzo 2005
Rosalía	35	Frutas	Fuera	Marzo 2005
Fernando <sup>1</sup>	43	Papas	Dentro	Marzo 2005

---

<sup>1</sup> Es el único hombre entrevistado, considerado un informante clave por su trayectoria de vendedor y dirigente del Mercado de San Roque.

## **BIBLIOGRAFÍA**

ARENDDT, Hannah. (1993) *La Condición Humana*. Paídos. Barcelona, España.

AUGE, Marc. (1993) *Los “no lugares” espacios del anonimato*. Editorial Gedisa S.A. España.

BACHELARD, Gastón. (1993) *La poética del espacio*. Fondo de Cultura Económica. Santiago, Chile.

BHABHA, Homi. (1994) *El Lugar de la Cultura*. Manantial Buenos Aires.

BENAVIDES, Jorge. (1989) *El urbanismo en el Ecuador: Orígenes de Quito*. En: Eduardo Kingman (Coordinador). *Las ciudades en la historia*. Centro de investigaciones Ciudad. CONUEP. Universidad Central Facultad de Arquitectura y Urbanismo. Quito, Ecuador.

BORDIEU, Pierre. (1997) *Razones Prácticas. Sobre la teoría de la acción*. Editorial Anagrama, Barcelona, España.

BORCHART, Christiana. (2001) *La invisibilidad y el coraje. La participación femenina en la economía colonial (Quito, 1780 – 1830)*. En: Herrera, Gioconda (Compiladora). *Estudios de Género*. FLACSO – Ecuador, ILDIS. Quito, Ecuador.

BORCHART, Christiana; MORENO, Segundo. (1997) *De los Cacicazgos Mayores*. En: *Crónica Indiana del Ecuador Antiguo*. Ediciones Abya – Yala. Quito, Ecuador.

BURGOS, Hugo. (1977) *Relaciones Interétnicas en Riobamba*. Ediciones Especiales 74, Instituto Indigenista Interamericano.

BUSTOS, Guillermo. (1992) *Quito en la transición: Actores colectivos e identidades culturales urbanas (1920 – 1950)*. En: *Enfoques y estudios históricos Quito a través de la Historia*. Dirección de Planificación, I. Municipio de Quito, Ecuador.

Consejería de Obras Públicas y Transporte Junta de Andalucía. Ministerio de Asuntos Exteriores de España. Editorial Fraga.

BUXÓ, María Jesús. (1991) *Vitrinas Cristales y Espejos: Dos Modelos de Identidad en la Cultura Urbana De las mujeres Quiche de Quetzaltenango (Guatemala)*. En: *Mujeres y Sociedad. Nuevos enfoques teóricos y Metodológicos*. Lola Luna, Compiladora. Universidad de Barcelona. España

CADENA, Marisol de la. (1997) La decencia y el respeto: raza y etnicidad entre los intelectuales y las mestizas cuzqueñas. Lima: IEP. Documento de Trabajo, 86. Serie de Antropología.

(1996) Las mujeres son más indias. En Patricia Ruiz Bravo (ed). *Detrás de la Puerta. Hombres y Mujeres en el Perú de Hoy*.

CAMUS, Manuela. (2002) *Ser indígena en Ciudad de Guatemala*. FLACSO Guatemala.

COMAS, Dolors, PUJADAS, Joan. (199) Familias Migrantes: Reproducción de la identidad y del sentimiento de pertenencia. En: *Papers: Revista de Sociología* N° 36. p. 33 – 56 Barcelona, España.

CLIFFORD; James. (1999) *Culturas Viajeras*. En: *Itinerarios Transculturales*. Editorial Gedisa S.A. Barcelona-España.

DE CERTAU, Michel. (1996) *La invención de lo cotidiano*. Universidad Iberoamericana. México.

DÍAZ-POLANCO, Héctor. (1998) *La Cuestión Étnico Nacional*. Ediciones Coyoacán, Fontamara S.A, México.

ESPINOSA APOLO, Manuel. (2003) Mestizaje, cholificación y blanqueamiento en Quito. Primero mitad del siglo XX. Serie Magíster Volumen 49. Universidad Andina Simón Bolívar. Corporación Editora Nacional. Abya Yala Quito, Ecuador.

ENRÍQUEZ, Eliécer. (1938) Quito a través de los Siglos. Publicaciones de la Biblioteca Municipal Volumen 1. Imprenta Municipal.

(1942) Quito a través de los Siglos. Tomo II. Editorial Artes Gráficas. Quito, Ecuador.

GIMÉNEZ, Gilberto. (2000) Identidades étnicas: estado de la cuestión. En: Los retos de la etnicidad de los estados-nación del siglo XXI. Leticia Reina Coordinadora. Centro de investigaciones y Estudios Superiores en Antropología Social. México.

GODENZZI, Juan. (1996) Construyendo la convivencia y el entendimiento: Educación e interculturalidad en América Latina. En: Educación e Interculturalidad en los Andes y la Amazonía. Centro de Estudios Regionales Andinos "Bartolomé de Las Casa". Cuzco, Perú.

GUERRERO, Andrés. (1983) Haciendas, capital y luchas de clases andinas. Editorial Conejo. Quito, Ecuador.

HERRERA, Lucia. (2002) La ciudad del migrante. La representación de Quito en los relatos de migrantes indígenas. Serie Magíster 22 Universidad Andina Simón Bolívar. Abya Yala. Quito- Ecuador.

KINGMAN, Eduardo. SALMAN, Ton. VAN DAM, Anke. (1999) Introducción. Las culturas urbanas en América Latina y los Andes: lo culto y lo popular, lo local y lo global, lo híbrido y lo mestizo. En: Antigua Modernidad y Memoria del presente. Culturas Urbana e Identidad. FLACSO- ECUADOR.

(1998) Historia, Arquitectura y Ciudad En: Procesos Revista Ecuatoriana de Historia N°12. Universidad Simón Bolívar. Corporación Editorial Nacional. Quito, Ecuador.

(1992) Historia urbana: Diversos enfoques. En: Enfoques y estudios históricos Quito a través de la Historia. Dirección de Planificación, I. Municipio de Quito, Ecuador. Consejería de Obras Públicas y Transporte Junta de Andalucía. Ministerio de Asuntos Exteriores de España. Editorial Fraga.

(1992) Quito, vida social y modificaciones urbanas. En: Enfoques y estudios históricos Quito a través de la Historia. Dirección de Planificación, I. Municipio de Quito, Ecuador. Consejería de Obras Públicas y Transporte Junta de Andalucía. Ministerio de Asuntos Exteriores de España. Editorial Fraga.

MAFLA, Villacreces Juan. (1996) El tradicional Mercado de San Roque. En: El Fondo de Salvamento del Patrimonio Cultural 1992 – 1996. FONSAL. Imprenta Mariscal; Quito 1996.

MARTÍNEZ, Novo Carmen. (2003) The 'Culture' of Exclusion: Representations of Indigenous Women Street Vendors in Tijuana, México. In Bulletin of Latin American Research, Vol, 22 N° 3. 249-268

MINCHOM, Martín. (1996) La economía subterránea y el mercado urbano: Pulperos, “Indias Gateras” y “Regatonas” del Quito colonial (siglo XVI. XVII). En: Moreno, Segundo (Compilador). Antropología del Ecuador. Serie Pueblos del Ecuador N° 12. Ediciones Abya – Yala. Quito, Ecuador.

MONTECINO, Sonia. (1996) “Identidades de género en América Latina: Mestizajes, sacrificios y simultaneidades”. En: Revista Persona y sociedad Ilades Santiago, Chile.

MOSCOSO, Martha. (1989) Indígenas y ciudades en el siglo XVI. En: Eduardo Kingman (Coordinador). Las ciudades en la historia. Centro de investigaciones

Ciudad. CONUEP. Universidad Central Facultad de Arquitectura y Urbanismo. Quito, Ecuador.

MOYA, Luz del Alba. (1988) El abastecimiento y la comercialización en los mercados de Quito. En: Nuevas Perspectivas Antropológicas Ecuatorianas. Editorial Abya-Yala. Quito, Ecuador.

ORTIZ, Crespo. (1989) Visión general de las fundaciones y del urbanismo colonial español en el territorio de la Antigua Audiencia de Quito. En: Eduardo Kingman (Coordinador). Las ciudades en la historia. Centro de investigaciones Ciudad. CONUEP. Universidad Central Facultad de Arquitectura y Urbanismo. Quito, Ecuador.

PIÑA, Carlos. (1988) La construcción del “sí mismo” en el relato autobiográfico. Documento de trabajo. FLACSO-CHILE.

POWERS, Karen. (1994) Prendas con Pies. Migraciones indígenas y supervivencia cultural en la Audiencia de Quito. Ediciones Abya – Yala Quito, Ecuador.

RAMON, Galo. (1992) Quito Aborigen: un balance de sus interpretaciones. En: Enfoques y estudios históricos Quito a través de la Historia. Dirección de Planificación, I. Municipio de Quito, Ecuador. Consejería de Obras Públicas y Transporte Junta de Andalucía. Ministerio de Asuntos Exteriores de España. Editorial Fraga.

REBOLLEDO, Loreto. (1996) Género y Desarrollo. En: Conceptos de Género y Desarrollo. Serie Apuntes Docentes 1 Montecino Sonia. Rebolledo, Loreto. Universidad de Chile. Facultad de Ciencias Sociales. Programa Interdisciplinario de Estudios de Género.

RIVERA, Silvia. (1996) Ser chola o birlocha negocianta en un mercado colonialmente estratificado. En: Bircholas. Trabajo de mujeres: explotación

capitalista y opresión colonial entre las migrantes aymaras de La Paz y el Alto. Editorial Mama Huaco. Bolivia.

SALAZAR, Gabriel. (2003) *Ferías Libres*. Ediciones SUR, Santiago de Chile.

SALOMÓN, Frank. (1980) *Los señores étnicos de Quito en la época de los Incas*. Instituto Otavaleño de Antropología. Ecuador.

SELIGMANN, Linda. (1998) Estar entre cholos como comerciantes. Universidad de Wisconsin.

<http://www.revistandinaperucultural.org.pe/textos/seligm.doc>

TARRÉS, María Luisa. (2001) *Observar, escuchar y comprender sobre la tradición cualitativa en la investigación social*. FLACSO-México.

TERÁN, Rosemarie. (1992) *Factores dinámicos en el desarrollo urbano del Quito colonial*. En: *Enfoques y estudios históricos Quito a través de la Historia*. Dirección de Planificación, I. Municipio de Quito, Ecuador. Consejería de Obras Públicas y Transporte Junta de Andalucía. Ministerio de Asuntos Exteriores de España. Editorial Fraga.

THOMPSON, E.P. (1989) *La formación de la clase obrera en Inglaterra (2 vols)* Barcelona, España.

(1984) *La sociedad inglesa en el siglo XVIII: ¿La lucha sin clases?*, En: *Tradición, revuelta y conciencia de clase*. Estudios sobre la crisis de la sociedad preindustrial. Barcelona, España.

(1984) *La economía moral de la multitud*. En: *Tradición, revuelta y conciencia de clase*. Estudios sobre la crisis de la sociedad preindustrial. Barcelona, España.

URBANA CONSULTORES COMPAÑÍA LIMITADA (Junio 2004) “Estudio de Prefactibilidad factibilidad y diseño definitivo del nuevo sistema de comercialización

para el Distrito Metropolitano de Quito”. Informe: Fase de factibilidad. Volumen B. Preparado para la Dirección de Comercialización del Distrito Metropolitano de Quito.

VEGA-CENTENO, IMELDA. (2003) Imaginario femenino y la tradición oral. En: Ecuador Debate. La Construcción de lo Femenino. CAAP. Quito.

### **PÁGINAS WEB.**

HUBINGER, Václav. Antropología, Modernidad.

<http://www.unesco.org/ing/rics154/hubingerspa.html> Acceso 18 de marzo 2004

MARTÍN – BARBERO, Jesús. Modernidad, Posmodernidad, Modernidades.

Discursos sobre la crisis y la diferencia.

<http://www.cholonautas.edu.pe/pdf/MODERNIDADBARBERO.pdf> Acceso 18 de marzo 2004

SILVA, Víctor. La compleja construcción contemporánea de la identidad: 'habitar 'el entre'.

<http://www.ucm.es/info/especulo/numero18/compleja.htm> Acceso 18 de marzo 2004

### **PERIÓDICO**

EL COMERCIO, 19 de noviembre 1951. “Con nombre del padre del Alcalde de Quito fue bautizado nuevo mercado de S. Roque”