

DE PLAZA A MERCADO:
LA EXPRESION DE DOS SISTEMAS CONCEPTUALES
EN LA ORGANIZACION DE LOS MERCADOS
DEL OCCIDENTE DE GUATEMALA

Liliana R. Goldin*

El occidente de Guatemala se encuentra integrado como un sistema por medio de una compleja red de mercados, la cual conecta a la región con la ciudad de Guatemala y con los centros internacionales de consumo y distribución de los recursos del país. Diversas investigaciones han demostrado que los mercados contribuyen a la integración económica, política y cultural de la región o regiones que cubren. Celebrados tradicionalmente como plazas abiertas, los mercados campesinos han constituido fuentes de información socio-cultural y proveen a sus participantes con modelos de y para su comportamiento (Goldin 1986). De ahí que la distribución de gente y productos en el espacio de la plaza sea con base en lineamientos culturales, las cuales se manifestaron en una plaza en la cual la gente estaba organizada por pueblo de origen/grupo étnico y no por producto, un sistema clasificatorio de corte social/étnico. Sin embargo, se han registrado cambios drásticos —que documentamos en este trabajo— en la organización de estos mercados. Formas occidentales (no indígenas) de organización penetraron el mercado indígena. Una de las características que definen a la sociedad campesina, y sus mercados en particular, es que se encuentran en contacto con la sociedad dominante externa y se integran, de ese modo, al sistema económico mayor. A través de la historia se registran cambios organizativos que reflejan un giro hacia una mayor presencia de elementos capitalistas. En la medida en que el campesino identifica ahora a “el producto” como categoría principal de organización, despersonaliza el proceso de intercambio y deposita en la mercadería la esencia y objeto de la interacción social, un aspecto crítico de la ética capitalista (véase Taussig 1980). Uno de los cobradores del mercado de Momostenango, que se

*Doctora/Antropóloga Social.

especializa en el tejido de prendas de lana, señalando al grupo de vendedores ubicados bajo un tinglado, se refirió a los cambios ocurridos en el mercado local de la siguiente manera:

...de tanta gente, todas ponían sus mesas con sus respectivos parales y con sus sombras y todo eso, para protegerse de las inclemencias del tiempo, entonces, el cambio que ha tenido es ese, de que *de plaza ha pasado a ser mercado* y que ahora aquí adentro del mercado ya está más organizado, ya tiene un poquito más de presentación, e incluso pues, ya se ejerce un poquito de más control sobre todos los productos que salen y entran del mercado (énfasis mío LRG).

El examen de los cambios ocurridos en la organización de los mercados de las tierras altas revela que lo que ha sucedido en estos mercados es el reemplazo de un conjunto de modelos de organización por otro: uno indígena por otro no indígena (ladino). Desde la época colonial se registra un choque entre los sistemas conceptuales indígena y ladino, y se documentan asimismo cambios institucionales graduales. Sin embargo, el propósito de este estudio es el de sugerir qué cambios significativos en la organización de los mercados indígenas del occidente de Guatemala fueron hechos efectivos durante los últimos cincuenta años. El sistema conceptual indígena se expresa en un mercado organizado en forma de una plaza abierta, y el sistema ladino en el mercado cerrado y compartimentado. El análisis de fuentes etnohistóricas y etnográficas que sigue revela las diferentes conceptualizaciones del espacio y los profundos cambios socioeconómicos resultantes.¹

La organización de los mercados desde la época colonial

La documentación con la cual se fundamenta esta sección está compuesta por cédulas reales o resoluciones dispuestas por el go-

¹ Conduje la presente investigación en el occidente de Guatemala de enero a diciembre de 1980 y durante los meses de diciembre de 1984 y enero de 1985. Esta es parte de un estudio mayor financiado en parte por la Misión Científica Española en Guatemala y la Christopher Decormier Grant patrocinada por el Institute for Mesoamerican Studies de la State University of New York en Albany. La investigación etnográfica abarcó los mercados de los departamentos de Totonicapán y Quezaltenango, los que constituyen el área central del sistema de mercados del occidente de Guatemala, según la definiera Smith (1972). Me concentré en el estudio de tres mercados representativos de los diferentes tipos de mercados de las tierras altas: San Francisco el Alto, Momostenango y Almolonga. Conduje también investigaciones etnohistóricas en el archivo nacional de la ciudad de Guatemala: Archivo General de Centroamérica (AGCA) y los siguientes archivos municipales: Quezaltenango (AMQ), San Francisco el Alto (AMSF) y San Cristóbal Totonicapán (AMSC), donde examiné información relacionada con la organización de los mercados durante los periodos colonial e independiente, hasta el presente.

bierno central de la ciudad de Guatemala.² Los acontecimientos que resumimos más abajo afectaron la organización de los mercados desde los tempranos años coloniales hasta la primera mitad del siglo XX. Las resoluciones surgieron en respuesta a quejas específicas o problemas que tuvieron lugar en uno o varios municipios. La información recogida señala ciertas tendencias en la organización y reorganización de los mercados indígenas. Se la contrasta aquí con documentación reciente combinada con informes etnográficos de los últimos 50 años.

Algunos de los temas de preocupación del primer siglo y medio de gobierno colonial incluían los siguientes puntos: a) promover la creación de mercados indígenas en los municipios que constituyeran centros administrativos; b) permitir a los indios el libre comercio de bienes básicos; c) evitar que los regatones o revendedores eleven los precios e impidan a los indios llegar a los mercados; y d) obtener la unificación de pesas y medidas.³

No encontramos referencias sobre la forma en que los mercados, productos y la gente debían estar organizados y/o dispuestos. Tampoco hallamos ningún documento que regulara el modo específico en que se debían celebrar los mercados. Esto no sorprende ya que durante los primeros años coloniales el gobierno español estaba más interesado en usar las instituciones nativas para su propio beneficio que en regularlas. Estos asuntos empiezan a ser tratados durante el siglo XVIII y continúan hasta el presente. La referencia más temprana obtenida durante mi investigación es del año 1706, del municipio de Amatitlán, cuando autoridades locales hacen un intento de reorganizar a la gente por oficio en vez de permitirles instalarse en la plaza según la costumbre o preferencia personal (AGCA: A1 14.4, leg. 4065, exp. 31746, Comercio, Amatitlán, 1706). También con el objetivo de organizar y regular el funcionamiento de los mercados, hacia fines del siglo XVIII se dictaron órdenes solicitando la unificación de pesas y medidas (AGCA: A1 21, leg. 195, exp. 3962, Pesas y Medidas, Quezaltenango, 1781).

En el siglo XIX encontramos las primeras indicaciones de un interés, por parte de algunas autoridades municipales y departa-

² Una presentación más completa del estudio etnohistórico puede encontrarse en Goldin 1986.

³ Las siguientes referencias son ejemplos de los distintos tipos de asuntos, ver también Goldin 1985 y 1986, Apéndice A.

a) AGCA: A1 23, leg. 4575, fol. 110, Mercados, Guatemala, Octubre 9, 1549.

b) AGCA: A1 39, leg. 1751, exp. 11737, fol. 10v., Comercio, Guatemala, 1590.

c) AGCA: A1 22, leg. 1509, fol. 51, Comercio, Guatemala, 1766.

d) AGCA: A1.2.11, leg. 2211, exp. 15793, Abastos, Guatemala, 1697.

mentales de construir edificios para el mercado⁴ (AGCA: B78.37, leg. 764, exp. 18345, Ayuntamientos, Antigua, 1889, en Swetnam 1975). El objeto de estos mercados era el de proporcionar un espacio delimitado que concentraría la venta de una gran variedad de productos bajo estricto control administrativo y sanitario. La construcción del mercado central de la ciudad de Guatemala comenzó algo después de 1830 durante el gobierno de Mariano Gálvez y se terminó a fines de 1870, durante el gobierno de Justo Rufino Barrios (Miguel Álvarez, comunicación personal).⁵ Otros municipios siguieron la iniciativa de Guatemala. En 1889, por ejemplo, el gobierno de Antigua Guatemala solicitó permiso para copiar el plan del Mercado Municipal de Guatemala con el fin de realizar un estudio comparativo y determinar cuál sería el plano más adecuado para Antigua (AGCA, B78.37, leg. 764, exp. 18345, Ayuntamientos, Antigua, 1889, en Swetnam 1975). Varios escritos de mediados del siglo XIX se refieren a la distribución y organización de los puestos en la plaza pública, ya sea solicitando su construcción o modificación.⁶

La imposición del piso-plaza (impuesto de plaza) (AGCA: A1 21.9, leg. 391, exp. 8143, Ayuntamientos, Quezaltenango, 1817), que se agregó a las exacciones a las que ya estaban sujetos los indígenas, la construcción de edificios para mercados y la asignación de puestos rentables permanentes, introdujeron cambios en la estructura de los mercados indígenas. Estos cambios fueron resentidos por los vendedores y reflejados en las muchas quejas y expresiones de temor por parte de las autoridades no indígenas de posibles rebeliones.

Descripción de las plazas en los años 1930⁷ *San Francisco el Alto*

En la década de los treinta la plaza de San Francisco cubría solamente el área delante de la iglesia y frente al juzgado. La

⁴De aquí en adelante distingo el término "mercado" (edificio cerrado o área delimitada por cuatro paredes) del término "plaza" (zona abierta, que abarca la plaza central y/o calles circundantes).

⁵Agradezco a la licenciada Asturias de Barrios por contactar al profesor Álvarez y obtener esta información.

⁶AGCA:B119.3, exp. 59653, leg. 2548; B119.3, exp. 59661, leg. 2548, Ayuntamiento, Amatitlán, 1846.

⁷La estructura y organización de los mercados indígenas en la primera mitad del siglo XX surge del análisis de: (a) descripciones de los mercados de San Francisco el Alto,

gente de Santa María Chiquimula vendía pantalones y sacos para niños frente al edificio municipal. La gente de Totonicapán no vendía mercadería, como lo hace en la actualidad, sino pollos, frijoles, maíz o habas. Vendían estos productos, que ellos mismos producían, en la calle, frente a la carnicería. La gente de Salcajá y San Cristóbal se sentaba en un lado de la plaza, vendiendo tejidos de lana. En esa zona hoy se encuentra un tinglado para la venta de esos mismos productos. En el centro de la plaza se observaban principalmente productos alimenticios: papas, cebollas y verduras. En el sitio donde hoy (1985) se está reparando la pila, la gente de San Francisco vendía arroz con leche y pan (En la actualidad se venden allí telas tejidas a mano, camisas, pantalones y chaquetas).

El criterio seguido por los informantes, cuyas descripciones se han resumido arriba, se basaba en la dispersión de grupos específicos de gente (gente de Totonicapán, gente de Santa María Chiquimula, etcétera) en la plaza. La categoría principal de clasificación utilizada era el municipio de origen.

Momostenango

Hace 50 años, la plaza de Momostenango estaba ubicada en el lugar donde hoy está el parque. En el centro de la plaza había una gran fuente con cuatro pilas. Los panaderos de San Cristóbal y Santa María Chiquimula se sentaban sobre un lado de la fuente, mientras que la gente de Tunayac, una de las aldeas de Momostenango, vendía vasijas, cerámicas, ollas y comales en otra área. La gente de Amolonga se sentaba donde encontraran un espacio libre. Había un espacio fijo para pan, mantas, cerámica, lana, pero los que vendían fruta, tortillas y alimentos en general no tenían espacio fijo.

La gente llegaba de muchos municipios y aldeas: Santa María Chiquimula, Santa Lucía Utatlán, San Bartolo Aguas Calientes y

Momostenango y Amolonga proporcionadas por informantes ancianos, b) documentación del mismo periodo, depositada en el Archivo Municipal de Quezaltenango (AMQ). Este conjunto de documentos incluye disputas, solicitudes de puestos en el mercado o de cambios de lugar, quejas contra vendedores, decretos administrativos que establecen el modo en que debe conducirse y mantener el mercado y reglamentos oficiales y, c) información obtenida en el Archivo Municipal de San Cristóbal Totonicapán (AMSC). Este *corpus* de información describe la disposición física de los mercados e ilustra la atmósfera creada como producto de las disposiciones gubernamentales impuestas a la población indígena y sus mercados.

municipios del departamento de Huehuetenango. Cada grupo de gente, cada "pueblo", sabía cuál era su lugar, dónde estaba su tramo. "La diferencia principal con los mercados de ahora es que hoy cada uno tiene un techo, hasta los que venden comida, pero lo que yo noto hoy es que la gente está desparramada por todo el mercado. Hay gente de Totonicapan aquí y gente de Totonicapan allá..." Antes, cada uno tenía su lugar:

...o sea que la gente de cada pueblo, como los de Totonicapan, tiene su tramo, San Cristóbal para vender los trastos tienen su tramo, los de Santa María Chiquimula también tienen su piso, su tramo...

Durante la presidencia de Manuel Estrada Cabrera, las autoridades comenzaron a estudiar la posibilidad de reorganizar la plaza y construir un mercado. La estructura para el mercado se comenzó a erigir en 1945.

Como en el caso de San Francisco el Alto, los informantes de Momostenango pudieron identificar partes de la plaza ocupadas por habitantes del mismo municipio o aldea vendiendo un producto particular o tipo de producto. El traslado al nuevo mercado puso en práctica un nuevo patrón de organización ya que, como sabemos, cada galera se especializa en la venta de un producto, entonces vendedores de un mismo producto de diferentes aldeas o municipios se encuentran mezclados entre sí. Los nuevos vendedores dependen de la disponibilidad de un puesto para obtener permiso de vender dentro del mercado, y, por ejemplo, un tejedor de cortes de Momostenango puede resultar vendiendo junto a uno de San Cristóbal o de Salcajá.

San Pedro de Almolonga

Hace unos 60 años San Pedro de Almolonga no tenía plaza ni mercado. La plaza más cercana era la de Quezaltenango, frecuentada por vendedores de productos agrícolas, granos y animales de Almolonga. En "el pasado" Almolonga no producía verduras. En Almolonga la necesidad de una plaza surgió cuando la producción principal cambió de alfalfa, utilizada como forraje, a verduras. El resultado fue una plaza abierta donde los vendedores exhibían sus productos sobre el suelo y bajo el sol: "así nada más, pura tierra... a lo puro sol"... Estaba ubicada en un sitio llamado *xol siguan*, junto al barranco, en lo que es hoy el barrio La Esperanza.

La antigua plaza tenía forma triangular con un camino de tierra

que corría a lo largo de la base. La gente de Cantel vendía productos en una esquina y la gente de Zunil en la otra. El ángulo superior del triángulo estaba ocupado por nativos de Almolonga, vendiendo verduras. Los habitantes se referían a esta plaza como *cho' kapila* porque en ella había dos pequeñas capillas erigidas en nombre de Jesús y/o un Santo. En la actualidad se sigue refiriendo al mercado como *cho' kapila*.

En la antigua plaza se vendían granos básicos, redes, sogas y mecapales de San Francisco el Alto, al frente se vendían pollos y patos, y las verduras se vendían y empacaban en la parte posterior. Cuando el espacio comenzó a escasear se hizo necesaria la construcción de un mercado, el cual se erigió frente al edificio municipal. El mercado actual, también considerado insuficiente, se utiliza principalmente para el empaque de verduras.

En menor medida, la antigua plaza de Almolonga seguía el mismo patrón de organización descrito para los otros municipios: la gente estaba distribuida en la plaza según su pueblo de origen y no exclusivamente por el producto que vendían. Se construyó un edificio para el mercado en los últimos cincuenta años.

Los indígenas no veían el establecimiento de mercados como una ventaja. Esto surge de los registros municipales de la primera mitad de este siglo. Los que vendían en el mercado de Quezaltenango (La Democracia) se oponían a hacerlo dentro del mercado. Por ejemplo, un grupo de mujeres que vendían artículos hechos a mano “que no eran de lujo o importados sino bordados con materiales locales” dijeron que “cos(ian) encerradas casi como en las tinieblas” (AMQ: Abastos, Diciembre 1949). El mercado era oscuro y la luz artificial no contribuía para la venta de mercaderías de colores brillantes. Aquellos que vendían afuera, en la plaza, —quienes, como veremos, constituían un “problema” para las autoridades— se encontraban en una posición aventajada con respecto a los que vendían dentro del mercado.

Una carta del concejal de Abastos y Mercados al gobierno municipal⁸ exponía que, debido a que había poco espacio dentro del mercado se estaba observando el “censurable espectáculo” de gente vendiendo alimentos en las calles. Para evitarlo, el alcalde ordenó la prohibición de la venta de mercadería (peines, espejos, canciones, gafas y productos manufacturados varios) en la entrada del

⁸“De todos es conocido que el Mercado Central es demasiado pequeño para contener a todos los que concurren a vender en él y por eso vemos el censurable espectáculo de vender en las calles adyacentes al mercado: muchos comestibles que debieran estar mejor resguardados en el interior del establecimiento...” (AMQ, Marzo de 1950).

mercado de modo de contar con más espacio para la venta de alimentos (AMQ: Abastos y Mercados, Marzo 1950)⁹

La venta en las calles, y en particular de alimentos, constituía un aspecto repudiable del comercio de la ciudad y cualquier administración "progresista" debía combatirlo. Sin embargo, como el espacio dentro del mercado era limitado para alojar a todos los vendedores, se otorgaba el "privilegio" a la población local, mientras que los extranjeros debían vender afuera, en las calles. Esto provocó resentimientos por parte de la población local quienes no concebían lo "higiénico" como aquello que está "adentro", en oposición a lo "sucio" como aquéllo que está "afuera". Los indígenas locales en realidad envidiaban a aquellos extranjeros que tenían la posibilidad de vender afuera, en la plaza. Una queja de la Liga Comercial de Ambulantes dice:

Es nuestra protesta contra los vendedores extranjeros es decir los salvadoreños y mexicanos y otros más que no conocemos sus nacionalidades, y estos dichos señores han venido infectando nuestra libertad y contrapesando nuestro sistema de trabajar... (el administrador dio)... a estos señores más garantías y libertad de vender en las aceras de la calle del mercado, y nosotros los ciudadanos no gozamos de esa libertad y garantía, sino amenazándonos bajo la pena de una multa por vender afuera, sino nos obligan a penetrar en el interior del mercado (AMQ: Abastos y Mercados, exp. 45, 1949).

Al considerar el "privilegio" de vender dentro del mercado como una limitación a su libertad, los vendedores del mercado hacen clara su posición respecto a la nueva organización. Al mismo tiempo, las autoridades ladinas daban al "exterior" del mercado su interpretación literal: de *exter*, *exterus*, estar afuera, extranjero. Los vendedores que no eran residentes en Quezaltenango no podían obtener un lugar dentro del mercado, supuestamente por falta de espacio. El peligro de vender en las calles era, según el gobierno municipal, "exposición de ciertos productos a la contaminación del polvo". Con base en esta consideración los granos, frutas, peltre y cerámica podían ocasionalmente ser vendidos afuera (por ejemplo durante los días de romería), (AMQ: Abastos y Mercados 22/24 Febrero 1950). Los vendedores locales consideraban innecesarias las restricciones que les fueron impuestas. No les quedaba claro cuál era la ventaja que el mercado cubierto tenía en cuanto higiene con respecto a la plaza. Además, los comerciantes extranjeros que

⁹ Sin embargo estas ventas se observaron a la entrada de los dos mercados de Quezaltenango aún en 1980.

traían productos de México tales como peltre, loza, cristal, telas, jabón y medicinas, representaban una competencia invencible para los vendedores locales quienes se encontraban limitados al interior del mercado (AMQ: Abastos y Mercados, Agosto 1946).

Tanto el Reglamento del mercado municipal de Quezaltenango escrito en 1938 (AMQ), como un discurso dado por el alcalde de San Cristóbal Totonicapan al finalizar su mandato en 1931, en el cual enumeraba los logros de su gobierno (AMSC), reflejan los parámetros ideales de organización de los gobiernos locales. El Reglamento contenía varios de los puntos que surgieron temprano en la historia colonial de Guatemala, tales como el estricto control de pesas y medidas, y la prohibición de que entrarán regatones al mercado antes del mediodía.

El Reglamento define claramente el rol del administrador como figura autoritaria e intermediario entre compradores y vendedores, y las autoridades municipales. El papel del administrador debía ser el de asegurar que las relaciones entre los compradores fueran armónicas y que el mercado mantuviera pautas básicas de higiene (desde la perspectiva de las autoridades ladinas). El administrador es responsable también de la colección de impuestos y alquiler de las tiendas y puestos según especificaciones gubernamentales: los nombres debían ser reemplazados por números y se debía documentar con precisión las fechas de comienzo y fin de los contratos así como el valor de la renta. Los inquilinos de puestos y tiendas debían respetar el reglamento y, para contribuir a mantener la paz en el mercado se debía denunciar cualquier desviación de las normas.

Según informes del alcalde de San Cristóbal Totonicapan —municipio que se desprende de la carretera Interamericana, entre San Francisco el Alto y Quezaltenango— durante 1931 se realizó un intento para mantener limpio el mercado. Se hizo una inspección de la calidad de los artículos en venta y no se permitió que los regatones entraran por las mañanas de modo de proteger los precios para el “proletariado” (*sic*) y facilitar el libre comercio. Pesas y medidas fueron sujetos a “constante control”. Se instalaron ventanas de vidrio o malla metálica en las carnicerías para evitar que “moscas y otros insectos dejen su larva sobre la carne” (AMSC, 1931).

Poco a poco las plazas indígenas fueron presentando mayor cantidad de artículos occidentales y la delimitación de ciertas áreas y separación de ciertos productos, contribuían al ideal de un comercio limpio y ordenado.

Mercados y plazas en los años 1980
San Francisco el Alto

Los autobuses llegan a San Francisco y descargan pasajeros en un ancho campo ubicado en el sudeste del municipio. Allí también descargan mercadería camiones grandes y pequeños. Todos los que arriban a San Francisco deben ascender las empinadas calles que conducen al centro de la ciudad. La plaza central constituye uno de los puntos más altos de San Francisco, el más alto es un gran campo abierto que sirve de cancha de fútbol todos los días, con excepción del día de plaza dedicado a la venta de animales. Para el gran número de gente que llega en autobús, la plaza comienza a pocos pasos de la terminal. Los vendedores están sentados o de pie, formando tres hileras —una a cada lado de la calle y la tercera en el medio— dejando espacio suficiente como para que dos personas caminen a la vez por cada corredor. La parte sur de la plaza central está ocupada por comedores, que son áreas abiertas donde los alimentos se cocinan y sirven en mesas de madera.

Sobre el lado noroeste de la plaza hay un gran tinglado dedicado a la venta de textiles bajo la nomenclatura de “telas típicas”. Varias tiendas pequeñas ubicadas en las calles que rodean a la plaza experimentan una actividad más intensa el día de plaza que cualquier otro día de la semana. En realidad, la mayor parte de sus ventas ocurren los viernes. Estas son carnicerías y tiendas generales donde se puede comprar, entre otros artículos, bebidas gaseosas y cigarrillos.

Al sudeste, detrás de la iglesia esta el mercadillo para la venta de verduras. Es un área delimitada por cuatro paredes y sin techo construida entre 1970 y 1972. Varios puestos, dispuestos en forma de una rejilla están rodeados por modernas carnicerías. Estas últimas están cerradas por ventanas de vidrio que las protegen de las moscas.

El mercadillo y el tinglado de telas típicas son agregados bastante recientes. Fueron construidos en los años setenta en un intento de “mejorar” la organización del mercado. El motivo por el cual no existe un edificio de mercado mayor en San Francisco es la falta de una gran extensión plana.

La mayoría de los vendedores, probablemente todos los regatones y los grandes propios (productores-vendedores), venden sobre mesas elevadas o puestos de madera. Muchos de los pequeños propios venden sobre el suelo, en general sobre un petate. Los vendedores que venden en la plaza central, frente a la iglesia, en las calles

que rodean la plaza y en el mercadillo, exhiben sus productos sobre mesas elevadas. Aquellos que exhiben sus productos sobre el suelo venden, en general, pequeñas cantidades de una mercadería en particular. Estos no disponen de capital como para pagar por el depósito de una mesa en el pueblo y no pueden transportarla cada día de plaza, o sencillamente prefieren seguir vendiendo de ese modo. Estos vendedores pagan el impuso del piso-plaza como todos los demás, siguiendo el mismo criterio (espacio ocupado y cantidad de mercadería). La administración del mercado querría ver a todos los vendedores utilizando puestos elevados por "razones higiénicas" pero se enfrentan con resistencia por parte de muchos vendedores.

En general, las verduras y carne se venden en el mercadillo, los animales en el campo para animales y los textiles en el tinglado. Sin embargo, estas áreas representan sólo una parte muy pequeña del total de la plaza de San Francisco. Según los participantes, el resto está "todo revuelto", y aunque saben donde encontrar la mayoría de los artículos que buscan, no parece haber un método aparente para la disposición de la plaza. Sin embargo, mientras insistían en que la gente se ubicaba en cualquier sitio disponible, dos mujeres en ocasiones separadas pudieron identificar zonas de la plaza donde la mayor parte de los vendedores son del mismo municipio. Un vendedor de panela se refirió a la plaza de San Francisco en estos términos: "Esta es una desorganización bien organizada". Es sólo cuestión de encontrar la lógica subyacente a esta organización.

Momostenango

El edificio del mercado que en la actualidad contiene la mayor parte de las ventas de Momostenango fue terminado en 1946. Aunque bastante mayor, se parece al construido en San Francisco el Alto, una zona delimitada por cuatro paredes y sin techo. Rodeado por carnicerías (al oeste y sur), y por tiendas de ventas generales (al este y norte). El área central del mercado está compuesta por tres grandes tinglados con mesas y bancos. Textiles tejidos a mano y huipiles se venden en el primer tinglado que uno encuentra al llegar al mercado por la puerta principal. Los otros dos están reservados para la venta y consumo de comidas preparadas, pan y bebidas. En dos zonas al noreste se concentra la venta de verduras y cerámica, respectivamente. En el extremo este se venden animales. En los corredores, entre los puestos permanentes, se vende una gran variedad de productos, así también como en las calles adyacentes a la iglesia y en la plazuela ubicada enfrente.

En 1979 se construyó un nuevo mercado para la venta de cal, maíz y cerámica. Según el administrador del mercado, el edificio fue construido en un esfuerzo por "separar" los productos y "organizar" el mercado en modo más eficaz. Sin embargo, al regresar en 1984, encontré que este mercado había sido cerrado en 1983 y se utilizaba como gimnasio para la escuela local. Los vendedores de maíz, cal y cerámica estaban satisfechos con su retorno a la venta en las calles del lado este del mercado, detrás de la iglesia. Durante el tiempo que vendieron en el nuevo mercado, habían observado un descenso en sus ventas. Además, la separación afectaba al resto de los vendedores que continuaron en las calles y que se beneficiaban por vender junto a los vendedores de maíz.

Todos los vendedores con puestos asignados en el edificio del mercado venden sobre puestos elevados. Muchos de los que venden en los corredores, la mayoría de los propios, venden sobre el suelo. Como en San Francisco, se observan ambos estilos de venta. Las chamarras (mantas) y la lana cruda e hilada se venden en la calle que bordea el lado oeste del parque. Esta venta se extiende a la calzada y escalones de los edificios municipal y militar. Todos estos productos se exhiben sobre el piso.

Como en el caso de San Francisco, las únicas áreas claramente reservadas para la venta de ciertos productos son las incluidas en el edificio del mercado. Algunos podían identificar partes de la plaza ocupadas por gente de ciertos municipios y otros insistieron en que no hay "orden" en las calles.

Almolonga

El municipio de Almolonga también tiene un mercado cubierto, construido entre 1974 y 1976. Una impresionante cantidad de las afamadas verduras y flores de Almolonga se exhiben todos los sábados por la mañana en el edificio del mercado. La venta de estos productos se extiende hacia el este hasta el campo ubicado detrás del mercado. El campo es utilizado por revendedores como zona de estacionamiento de sus camiones.

La plaza se celebra en la zona delimitada por la municipalidad al oeste, la escuela y la iglesia al noroeste y norte respectivamente y el edificio del mercado al este. Unos pocos vendedores de suéteres y otros que venden arroz, azúcar, harina y frijoles, venden sobre mesas. El resto de los vendedores vende sobre petates en el suelo. Uno de los inconvenientes de la venta en la plaza es el de pasar

muchas horas bajo el sol. Algunos vendedores ponen un trozo de tela a modo de techo. El actual alcalde de Almolonga espera poder construir un edificio mayor para el mercado para que todos tengan acceso a la sombra. Sin embargo, cuando se preguntó a los vendedores si preferían vender en el edificio del mercado o afuera en la plaza, la mayoría expresó su preferencia por la posibilidad de tener solamente un techo, simplemente galerías en la plaza. Este techo protegería a la gente y productos de la lluvia y el sol, mientras que al mismo tiempo mantendría las ventajas de vender a la intemperie.

El edificio del mercado está ocupado exclusivamente por vendedores locales con sus productos: e.g. verduras, flores. La gente y productos extranjeros están ubicados afuera, en la plaza.

En la actualidad, las autoridades indígenas y ladinas parecen preferir el mercado cerrado a la plaza abierta, y la mayoría de los compradores está de acuerdo con ello. Las siguientes citas reflejan los cambios que a algunos participantes y administradores les gustaría implementar en los mercados:

A mí me gustaría que todo estuviera sectorizado, un departamento, o un tinglado bastante amplio para venta de ropa, puramente ropa, y para la ropa típica otro establecimiento; luego fruta por una parte, verdura por otro lado, y granos por otro lado, y ventas de artículos de consumo diario por otro lado, y que *todo estuviera sectorizado con su debido orden, con su debido rótulo y número en cada puesto* y, en fin, para tener un debido orden... (Administrador del mercado de Momostenango, énfasis mío).

Yo lo haría todo por separado, por un lado la verdura, remolacha, repollo, coliflor, berro, a la par los tomates. En otra parte pondría la ropa típica, las verduras y la fruta dentro, ollas de barro, tinajas, sartenes las pondría afuera del mercado (Administrador del mercado de San Cristóbal Totonicapán).

...todos los que compran cebollas o los que venden cebollas... que haya un lugar aparte exclusivamente para vender cebollas. Es como en Guatemala, en la capital, yo he visto ahí el que vende cebollas, tiene que estar ahí, pura cebolla, el que vende papas otro lugar, otro lugar para vender lechugas, otro lugar para vender remolachas, *que sean clasificados así por especies...* porque ahorita, pues, como está el mercado, aquí venden cebollas, que venden papas, que venden lechuga, aquí todo es una mezcla... pero uno tiene que buscar entre la gente, no, no; es un alboroto!... (Habitantes de Almolonga, énfasis mío).

Los conceptos básicos reflejados en estos párrafos enfatizan la necesidad de "clasificación" o reclasificación, y "sectorización". Además les gustaría ver más "orden", tal vez como el que se observa en el mercado de la ciudad de Guatemala. Estas tres opiniones son representativas de un gran sector de la población —los compradores— y de las autoridades. Pocos vendedores desean cambios ya

que prefieren conservar los mismos puestos donde han vendido desde "siempre", donde la gente ya los conoce y sabe dónde encontrarlos.

A pesar de esta aparente "confusión" o "alboroto", existe un acuerdo general en que la mayoría de la gente no tiene problemas para encontrar lo que busca en las plazas porque están "acostumbrados" a ellas, las "conocen" y las "entienden". Los administradores se quejan porque cuando tratan de implementar la reorganización que tantos desean, en teoría, se enfrentan con el hecho que los vendedores no quieren cambiar las disposiciones habituales, aun cuando están sentados "entre frijoles y frutas".

Al mismo tiempo que se plantea un interés por "separar", "dividir", y "clasificar por especie", surge la preocupación por establecer un mercado más limpio, más salubre. Así lo expresa un hombre de San Francisco el Alto:

Lo primero que haría sería construir un mercado para que haya más higiene porque ahora que está todo así en la calle no es tan higiénico. (Y) Poner todo en partes, una para comida, otra para comedores, otra para vender maíz...

Cuando se pidió a varios informantes que compararan varias plazas tales como San Francisco el Alto y Momostenango, muchos coincidieron que aunque San Francisco sea mayor, más alegre, y mejor en general para la compra y venta de la mayoría de los productos, la de Momostenango está mejor "organizada", fundamentalmente porque tiene un edificio para mercado mientras que San Francisco "es pura plaza". Sea grande o pequeña la presencia de un mercado se ve como una mejora sobre la plaza o sinónimo de "organización".

Si bien un sector solicita mayor cantidad de mercados, mejor higiene, mejores inspecciones de la mercadería, separación de zonas por tipo de producto, y adjudicación formal de puestos numerados, otro sector resiste la compartimentación y reforma (purificación) de la plaza.

Lineamientos conceptuales que organizan los ideales de mercado indígena y ladino

En la primera parte del siglo XX, en especial durante la presidencia del dictador Ubico (1931-1944), se construyeron muchos edificios de mercados en las tierras altas. Estos funcionaban en for-

ma permanente o una vez por semana, coincidiendo con el día de plaza. Informantes ancianos de Momostenango, San Francisco el Alto y Almolonga coincidieron en que Ubico introdujo "orden" en la plaza al construir edificios de mercados y asegurarse que éstos fueran limpios, justos y pacíficos.

Sin embargo, como se indica más arriba, para los vendedores de la plaza estos reglamentos resultaban extraños y represivos. Estaban acostumbrados a exhibir sus productos en el suelo sobre un petate. Su posición y propiedad eran respetadas por sus vecinos. No organizaban el espacio siguiendo los mismos lineamientos conceptuales que las autoridades ladinas trataban de imponerles.

Los parámetros de organización sostenidos por las autoridades españolas y ladinas se basaban en diferentes percepciones y uso de categorías espaciales que las indígenas. Estos últimos no comprendían la tendencia de separar y clasificar por producto y especie, independientemente del productor, ni tampoco reconocían números como medio de identificación. Los términos de los alquileres parecían arbitrarios. Los campesinos suponen que la gente visita la plaza no sólo para intercambiar productos y obtener efectivo sino también para intercambiar mensajes sociales, políticos e ideológicos en el dominio abierto del espacio público. La reclasificación arbitraria (desde el punto de vista indígena) de la plaza constituye la segmentación de un fenómeno social total. Los documentos se refieren repetidas veces al "interior" del mercado en oposición al "exterior". En el marco conceptual ladino el primero está asociado con el concepto de "limpio" y el último con el concepto de "sucio", y con la oposición local-extranjero. Limpio se define como aquello que no ha sido contaminado por la naturaleza (polvo, aire), y sucio es aquello que ha sido dejado en poder de las fuerzas descontroladas de la no-cultura. Contrastando estas nociones occidentales, los indígenas de las tierras altas condensan la idea del espacio privilegiado en el concepto de *ri u-c' ux*, el centro o corazón, definido como la mejor parte de algo. El centro de la plaza *ri u-c' ux caybal*, se refiere en general a la zona preferida de la plaza central, donde se ubican por lo general la cruz, la fuente, o la imagen religiosa. El centro de la plaza se compara con el centro de la venta, *ri u-c' ux acay*, donde el vendedor exhibe las mejores piezas que posee. En muchos casos, las frutas o verduras más atractivas y apetecibles o las piezas más finas de cerámica se exhiben en el centro de la mesa o petate y no se venden hasta finalizar el día de plaza. Ellas representan lo mejor que el vendedor puede ofrecer y tienen el poder de atraer compradores potenciales. El estar en el mercado cerrado,

lejos del centro de la plaza, es un modo de estar relegado a la periferia, en una situación marginal.

Otra imposición ladina, relacionada directamente con diferentes nociones de contaminación y percepción del espacio es la forzada elevación de los puestos de venta, elevando el nivel del vendedor y comprador de la posición en cuclillas o arrodillados a la de sentados en sillas y/o de pie. La separación del producto del suelo por medio de un petate no parecía adecuada para los parámetros sanitarios occidentales. En la actualidad, un hogar indígena se considera progresista y económicamente aventajado si el nivel del hogar (pollo) es alto, aproximadamente de unos 105 cm, y la mesa para comer de unos 75 cm de altura. La tendencia es la de un cambio en las pautas tradicionales. Menos mujeres que antes cocinan arrodilladas, sobre un petate, y menor cantidad de gente se sienta en las sillas bajas de Totonicapán sosteniendo el cuenco de comida sobre su regazo¹⁰. Se ha dado una elevación del nivel físico de la vida cotidiana reflejado en la mayor parte de las actividades (cocina, consumo de alimentos, compra, venta).

Hacia la década de los cincuenta se estaba dando una lenta transición de la plaza al mercado en las mayores ciudades administrativas, tales como Guatemala y Quezaltenango. En la actualidad, hay mercados en Huehuetenango, Antigua y Totonicapán y algún tipo de tinglado ha sido construido en la mayoría de las plazas de la región.

Resumen y conclusiones

Si comparamos el formato de los mercados (en sentido general) actuales con el que tenían en la primera mitad de este siglo, notamos que algunas de las pautas tradicionales de organización —tal

¹⁰Unos pocos días después de mi llegada a San Francisco el Alto, el jefe de la familia que me hospedaba compró una gran mesa de formica de modo que yo pudiera comer cómodamente. Muy pronto notaron que yo disfrutaba comer con toda la familia en la cocina alrededor del hogar y la mesa fue utilizada mínimamente durante 1980. Cuando regresé en 1984 la mesa era utilizada ocasionalmente por algunos de los trece niños de la familia. La familia con quien viví en Momostenango tenía dos hogares tradicionales, bajos, en la gran cocina cuadrada. El que estaba ubicado en el centro (el original) pertenecía a la madre de la madre y era donde ella cocinaba su comida y la de una joven sobrina a quien mantenía. En una esquina estaba el segundo hogar que pertenecía a la madre y su familia. Todas las mujeres de la casa cocinaban arrodilladas sobre un petate. Cuando regresé en 1984 la madre de la madre tenía todavía su hogar en el centro de la cocina. Sin embargo, la madre y familia habían convertido una habitación utilizada como depósito en una nueva cocina con un hogar elevado. La madre y sus hijas adolescentes y adultas cocinaban ahora de pie pero comentaron que si pasaban un largo tiempo haciendo tortillas les resultaba algo cansado.

como la distribución de gente por municipio— están desapareciendo, si bien no por completo.

La distribución en la plaza de grupos de gente de la misma composición étnica —gente del mismo municipio que habla la misma lengua— se ha observado en otros estudios de estructura y comportamiento de las plazas. Bunzel (1952) observó este fenómeno en Chichicastenango en los años cuarenta y McBryde (1947) en la plaza de Sololá. Los mercados estudiados aquí (así como también los de Chichicastenango y Sololá) presentan áreas especializadas en la venta de un producto, otras donde hay una combinación de gente y productos de diferentes localidades, y unos pocos lugares que están claramente ocupados por gente del mismo municipio. El número de puestos elevados ha aumentado en forma considerable y la población general de compradores parece estar de acuerdo con las autoridades sobre la necesidad de sectorizar, separar los productos y mayor higiene.

El mercado, a diferencia de la plaza pública abierta, y como un desarrollo que se comenzó a generalizar en las tierras altas occidentales en los últimos 50 años, constituye el epítome de un cambio ideológico en el diseño institucional de la plaza indígena. Los supuestos conceptuales básicos que subyacen a la organización del mercado se encuentran en oposición y conflicto con los supuestos culturales que construyeron y perpetuaron la plaza abierta. La principal categoría de organización del mercado cerrado es *el producto* (“el producto es el que manda”). Esto es coherente con la ideología del ladino (capitalista), que deposita en la mercadería, su valor de cambio y ganancia resultante, la fuerza conductora de las relaciones sociales y constituye el objetivo último de la acción social. La principal categoría de organización de la plaza abierta es, en cambio, la gente de cada municipio (grupo étnico), quienes no siempre venden el mismo producto. La disminución (ya que definitivamente no la desaparición) de los intercambios personalizados en favor de transacciones centradas en el producto está probablemente relacionada con la necesidad de efectivo y la escasez de tierra en los altos. El regateo continúa siendo parte del proceso de interacción social más que de la transacción económica (o más que parte del proceso que afecta la determinación del precio) (véase Goldin 1986). Sin embargo, un mercado cerrado y compartimentado reduce las posibilidades de interacciones extraeconómicas y, al ser más especializado y concentrado en la mera transacción, fomenta la circulación de capital y bienes e indirectamente contribuye a la incipiente acumulación de capital.

El cambio documentado más arriba, restringido a la organización física de los mercados, es una de las muchas formas en que pautas capitalistas se incorporan a la vida indígena. Sin embargo, el hecho que este cambio afecta uno de los campos de acción donde los campesinos se reúnen en encuentros multitudinarios, sugiere que los efectos socioculturales podrían ser tan significativos como los económicos. Mientras la celebración semanal de la plaza abierta ha contribuido, pienso, a la preservación de rasgos culturales, la completa desaparición podría resultar en el debilitamiento de esos mismos rasgos.

Se continúan oyendo dos voces en los mercados estudiados y sigue existiendo un conflicto entre dos sistemas de valores. La celebración pública, casi festiva de la plaza según lineamientos conceptuales tradicionales está siendo reemplazada por el mercado cerrado y compartimentado. La separación de vendedores del mismo municipio y otros cambios organizativos pueden dar lugar a otros cambios socioculturales más profundos.

ABSTRACT

The analysis of the physical changes that have taken place in the organization of markets in the western highlands of Guatemala since the early colonial years graphically reveals the penetration of capitalist features in the peasant marketplace. The open plaza is a reflection of the Indian conceptual system, where the main organizing category is "the people from each township" or ethnic group. The enclosed market, instead, reflects western capitalist assumptions where the "product" is the main organizing category. Even though gradual changes in the organization of markets have been recorded over the past four centuries, substantial changes have occurred in the last fifty years with the construction of enclosed market-buildings following western organizational and sanitary guidelines. The study is based on the analysis of ethno-historical sources, ethnographic accounts, and observations.

REFERENCIAS

AGCA

Archivo General de Centroamérica. Los documentos citados con la letra "A" pertenecen al periodo colonial, aquéllos con la letra "B" pertenecen al periodo independiente. Se les identifica por *legajo y expediente*. Se indica además la ubicación, sección en la que el documento está archivado y fecha.

AMSC

Archivo Municipal de San Cristóbal Totonicapán.

AMQ

Archivo Municipal de Quezaltenango. La mayor parte de los documentos pertenece a la sección Actas Municipales o Abastos y Mercados. Cuando disponibles, se cita el número de legajo y fecha.

BUNZEL, Ruth

1952 *Chichicastenango*, American Ethnological Society, Publ. 22, JJ Augustin Publisher, New York.

GOLDIN, Liliana

1985 "Reestructuración del Sistema de Mercados del occidente de Guatemala en la época colonial", *Mayab*, Sociedad Española de Estudios Mayas, Madrid.

1986 *Organizing the World Through the Market. A Symbolic Analysis of Markets and Exchange in the Western Highlands of Guatemala*, tesis Doctoral, SUNY, Albany.

McBRYDE, Felix W.

1947 *Cultural and Historical Geography of Southwest Guatemala*. Smithsonian Institution, Institute of Social Anthropology, Publ. 4, Washington D.C. (Versión española publicada por Seminario de Integración Social, Guatemala).

SMITH, Carol A.

1972 *The domestic marketing system in Western Guatemala. An economic, locational and cultural analysis*, tesis Doctoral, University Microfilms, Ann Arbor.

SWETNAM, John

1975 *The open gateway: Social and economic interaction in a guatemalan marketplace*, tesis Doctoral, University Microfilms, Ann Arbor.

TAUSSIG, Michael

1980 *The devil and commodity fetishism in South America*, University of North Carolina Press, Chapel Hill.