

OLGA PEREZ MOLINA

BIBLIOTECA CENTRAL-USAC
DEPOSITO LEGAL
PROHIBIDO EL PRESTAMO EXTERNO



**TESIS PRESENTADA POR LA AUTORA
PREVIO A OBTENER EL GRADO DE:**

LICENCIADA EN ANTROPOLOGIA

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS
DE GUATEMALA



Ciudad Universitaria, Zona 18
GUATEMALA, CENTROAMERICA

Nueva Guatemala de la Asunción
10 de agosto de 1981

Señor Coordinador del
Consejo Directivo de la
Escuela de Historia
Licenciado Julio Galicia Díaz
Guatemala, Ciudad

Señor Licenciado:

Atentamente me es grato hacer de su conocimiento que he trabajado conjuntamente con la estudiante de la Escuela de Historia OLGA PEREZ MOLINA DE LARA Carnet No. 49939, en su trabajo de tesis titulado Análisis del mercado de Chichicastenango y sus transformaciones de 1936 a 1981, durante varios meses del presente año.

Después de someterla a un examen y detenida revisión, me es grato comunicarle que en mi calidad de asesor de dicha tesis, ha merecido mi aprobación, por lo que ruego a usted se nombre el COMITE DE TESIS respectivo para su estudio y trámite posterior.

Sin otro particular, me es grato saludarlo muy atentamente,

Dr. Stephen Omer Stewart
Asesor de Tesis.

SOS/repv.

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS
DE GUATEMALA



Ciudad Universitaria, Zona 18
GUATEMALA, CENTROAMERICA

Guatemala 11 septiembre 1981

Señor Director de la
Escuela de Historia
Licenciado Julio Galicia Díaz
Edificio

Señor Director:

Atentamente nos dirigimos a usted, y por su medio al Consejo Directivo de la Escuela, con el objeto de rendir informe sobre el trabajo de tesis de la estudiante OLGA PEREZ MOLINA, Carnet 49939, que se titula Analisis del mercado de Chichicastenango y sus transformaciones de 1936 a 1981.

De conformidad con lo establecido en los artículos decimo cuarto y decimo quinto del "reglamento de tesis" vigente, cumplimos con examinar, estudiar y discutir el mencionado trabajo, habiendo formulado al autor las observaciones que estimamos pertinentes, las cuales fueron atendidas en la versión que ahora presentamos.

Habiendo observado tales aspectos, rendimos nuestro informe final indicando que, a nuestro criterio, el trabajo de tesis de la estudiante Pérez Molina merece nuestra aprobación, para que pueda sustentar el examen previo a obtener el título de Licenciada en Antropología.

Sin otro particular, aprovechamos la oportunidad para suscribirnos del señor Director y de los miembros del consejo Directivo, como atentos servidores,

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"

Stephen Omer Stewart
Presidente del Comité de Tesis

Lic. Norma Natalia Carrillo
Miembro del Comité

Lic. Guillermo Díaz Romeu
Miembro del Comité

A MIS PADRES:

Eduardo Pérez Guisasola

Rosa Molina de Pérez

A MI HERMANA:

Rosa María

**CONSEJO DIRECTIVO DE LA
ESCUELA DE HISTORIA**

DIRECTOR:	Lic. Julio Galicia Díaz
Secretario:	Prof. Gabriel Efraín Morales Castañeda
Vocal Primero:	Lic. Justo Rubén Soto Barrios
Vocal Segundo:	Prof. Oscar Gutiérrez
Vocal Tercero:	Lic. Guillermo Díaz Romeu
Vocal Cuarto:	Br. Alfonso Arrivillaga Cortez

COMITE DE TESIS

Dr. Stephen Omer Stewart
Lic. Norma Natalia Carrillo Padilla
Lic. Guillermo Díaz Romeu

CONTENIDO

0. Introducción

I PARTE

1. El sistema económico de mercados y la economía campesina

1.1 Elementos fundamentales de la economía campesina

1.2 El capitalismo y las transformaciones de la economía campesina

1.3 La economía campesina y su dependencia al mercado: el mercado como elemento fundamental de la economía campesina

2. Santo Tomás Chichicastenango

2.1 Rasgos históricos

2.1.1 Notas sobre la Historia del señorío Quiché. La Conquista española.

2.1.2 Chichicastenango durante la dominación española

2.1.3 Chichicastenango en la época Republicana

2.1.4 La época contemporánea

II PARTE

- 3. El mercado**
 - 3.1 Mercados y mercaderes de la época pre-hispánica y colonial en México y Guatemala**
 - 3.2 Fuentes coloniales: mercados y mercaderes mexicanos**
 - 3.2.1 Fray Bartolomé de las Casas**
 - 3.2.2 Bernal Díaz del Castillo**
 - 3.2.3 Fray Diego de Landa**
 - 3.2.4 Fuentes etnohistóricas**
 - 3.2.5 Fuentes coloniales: mercados de Guatemala**
 - 3.2.5.1 Los viajeros: Tomás Gage**
 - 3.3 Breves notas sobre los mercados y comercio en los siglos XVI y XX.**
- 4. Los canales de distribución en el occidente de Guatemala**
- 5. El mercado de Chichicastenango de 1931-1936**
- 6. El mercado de Chichicastenango de 1980-1981**
 - 6.1 Enumeración de los diferentes lugares de origen de los vendedores que concurren al mercado de Chichicastenango**
- 7. Análisis, comparación e interpretación del mercado de Chichicastenango de 1936 a 1981**
 - 7.1 Aspectos estructurales**

7.2 Aspectos económicos y sociales

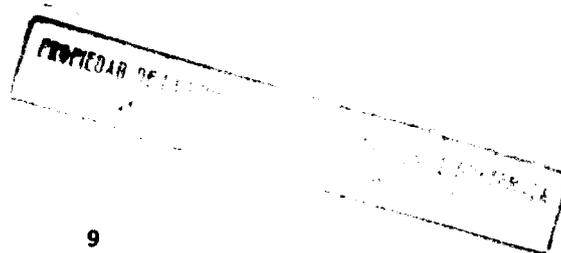
7.3 Aspectos culturales

8. Conclusiones

9. Apéndice

10. Notas

11 Bibliografía



0. INTRODUCCION

La presente tesis pretende ofrecer un análisis del mercado del Municipio de Chichicastenango, Departamento de El Quiché, y sus transformaciones entre 1936 y 1981.

Para lograr nuestro objetivo se abordarán aspectos, tanto de su estructura física como punto de comparación en los años señalados, así como aspectos históricos y económicos sobre la población que lo integra. Se trata de un estudio monográfico comparativo dentro del campo de la Antropología Económica y de la Etnografía.

Por otra parte, para ubicar el estudio del mercado, debe entenderse que dentro de la estructura social guatemalteca, esencialmente capitalista, se encuentran formas de producción no capitalistas que sobreviven al embate del sistema. Una de estas formas la constituye la economía campesina que, si bien se desarrolla en la actualidad dentro de un modo de producción capitalista, basa sus formas de producción en relaciones de tipo no capitalista, que se caracterizan por un trabajo familiar propio y sin capital.

La producción de las unidades campesinas dentro de este sistema económico-social, se encuentra ligada al mercado en una relación de intercambio desigual. De ahí que el mercado constituye dentro del mismo uno más —pero de los de mayor importancia— de los mecanismos con que cuenta el sistema para la apropiación de los excedentes de la economía campesina. El mercado, por ende, se constituye en determinante en cuanto es el lugar en donde se canaliza la venta de parte de los excedentes de la producción de la familia campesina.

Asimismo, en cuanto a los datos económicos aquí analizados cabe indicar que los hemos abordado comprendiendo el estudio del mercado como parte de la totalidad social en que se desarrolla. Hemos pretendido establecer las características de la producción campesina ligada al mercado a través de la venta de su producto excedente, ya sea de forma directa o indirecta.

Desde el punto de vista histórico, Santo Tomás Chichicastenango, surge como pueblo durante el período colonial. Su población formaba parte de la comunidad de Utatlán. Por ello su conformación actual debe entenderse como parte de un proceso histórico y social de desarrollo que arranca desde sus fases más

tempranas hasta la actualidad. De ahí que la comprensión de la evolución social, política y cultural del grupo Quiché sea base

indispensable para entender su realidad actual.

Debe entenderse que debido a que el objetivo de esta tesis radica especialmente al estudio del mercado, los aspectos históricos fueron abordados a nivel bastante general, tomando como base trabajos de investigadores actuales que nos ofrecen ya una visión elaborada de la historia Quiché, no obstante en sus estudios el conocimiento de los textos indígenas y de las fuentes coloniales es profundo, por ello la estructuración de los aspectos históricos fue realizado en base a ellos.

Tanto hoy, como desde las tempranas épocas pre-hispánicas y colonial, los mercados y mercaderes han jugado un papel determinante dentro del desarrollo económico y social de los pueblos mesoamericanos.

El estudio del mercado y la distribución económica que a través de él se realiza, debe ubicarse y caracterizarse de acuerdo al momento histórico y sociedad en que se desenvuelva. En el caso del mercado de Chichicastenango de hoy, las condiciones imperantes lo caracterizan como un centro de intercambio de mercancías.¹

El estudio del mercado de Santo Tomás Chichicastenango se torna particularmente interesante, pues su población así como otras muchas del altiplano guatemalteco, han sufrido duramente las distintas fases del desarrollo del capitalismo, en nuestro país, especialmente en el fraccionamiento de la tierra y en lo que al rubro del turismo se refiere en las últimas décadas. Estos fenómenos han producido sustanciales transformaciones en lo que respecta a su vida económica y social. No obstante este mercado, aparentemente "dependiente de la venta de productos turísticos", que si bien, constituyen parte de su economía, no son vendidos por el grueso de la población campesina, por lo que no se convierten en la esencia misma del mercado. Este continúa, como en épocas anteriores, siendo el eje central de la economía campesina de la región. Este es uno de los aspectos que abordaremos en el análisis de este estudio.

La profundización en el tema nos hizo transformar la hipótesis original que planteaba como eje central del mercado, la venta de artículos turísticos, como determinantes sobre la venta de artículos de consumo local. Como se verá en el desarrollo de este

estudio, dicha hipótesis perdió toda validez.

Con respecto a los datos etnográficos que sirvieron de base para la realización de este estudio, fueron obtenidos de la siguiente forma:

- A. Para los años 1931-1936 nos basamos en los aportados por Ruth Bunzel² y Félix Webster Mc. Bryde³. Ambos ofrecen información particularmente interesante en cuanto a la estructura física del mercado durante la década de los años 30.
- B. La información correspondiente a 1980 la obtuvimos de dos fuentes:

- 1. Notas fragmentadas recogidas por estudiantes de la carrera de Turismo de la Universidad Rafael Landívar, sobre el Mercado de Chichicastenango, bajo la dirección técnica del Dr. Stephen Stewart, Asesor de esta tesis.

Estas notas fueron ordenadas, elaboradas, comparadas y corroboradas en el campo durante 1981 por la autora.

En tal sentido puede afirmarse que las notas originales fueron punto de partida que luego fueron transformándose de acuerdo a la investigación de campo llevada a cabo en 1981.

- 2. Todos los aspectos de tipo económico, histórico, social y cultural fueron investigados y desarrollados por la autora, tomando en cuenta no sólo rasgos estructurales del mercado, sino también aspectos de carácter socioeconómicos del mismo.

Lamentablemente y como producto de las condiciones actuales en que vive el país, el trabajo de campo se vio limitado, no pudiendo concluir otros aspectos importantes, tales como las migraciones y su relación al mercado. La problemática actual ha incidido en que las transformaciones del mercado a todo nivel se hayan intensificado, por ello desde el momento de finalización de la fase de campo de este trabajo en el mes de julio del presente año a la actualidad, debe tomarse en cuenta estas profundas transformaciones.

Se presentan además, gráficos del mercado de Chichicastenango de 1936 a 1980-81, en los cuales se estudia la distribución espacial de los vendedores de acuerdo a su lugar de procedencia.

Finalmente, se hace un análisis global comparativo que pretende integrar los distintos aspectos examinados a lo largo del trabajo y su relación con la realidad etnográfica que presenta el mercado de Chichicastenango en nuestros días.

I PARTE

1. EL SISTEMA ECONOMICO DE MERCADOS Y LA ECONOMIA CAMPESINA

1.1 Elementos fundamentales de la economía campesina

Al abordar el problema de la distribución económica dentro de una sociedad determinada, debemos hacer hincapié en que ésta, sus mecanismos y formas de realización están determinados por factores económicos de producción.

La región del occidente de Guatemala que nos ocupa en este trabajo, basa su actividad económica de forma fundamental en la agricultura. Además se encuentran otras actividades económicas secundarias encaminadas junto con la agricultura, a lograr ingresos que permitan la subsistencia familiar. En el caso de Chichicastenango, es el comercio el que se alterna con las actividades agrícolas.

La problemática de la economía campesina se torna tan compleja como la misma realidad social en que se desenvuelve. Debe tomarse en cuenta que las formas económicas no capitalistas que la caracterizan, se desarrollan dentro de un modo de producción capitalista.

Por tanto, la economía campesina en términos generales y a nivel abstracto, se caracteriza por los siguientes elementos:

1. El campesino es un trabajador directo, que a través del trabajo familiar en su propia parcela, logra producir lo que necesita para su subsistencia;
2. La producción se realiza en forma aislada. El trabajador se encuentra relacionado directamente a su medio de trabajo.
3. Por lo general se da una división elemental del trabajo determinada por el sexo y la edad.
4. Existe un bajo nivel de desarrollo de las fuerzas productivas y se observa la tendencia a la adaptación a las condiciones naturales, o sea, el trabajador no cuenta con los recursos necesarios

para la transformación de la naturaleza. Sus formas de producción están adaptadas a las condiciones naturales que ella ofrece, Y finalmente:

5. No se da dentro de la unidad campesina la explotación del trabajo ajeno.⁴

Díaz Polanco advierte que las características señaladas corresponden a un intento de elaboración de un modelo teórico de análisis de la economía campesina, el cual recoge lo más esencial de sus características y cuya aplicación no debe realizarse de manera mecánica.⁵ Señala por otra parte que el sistema económico campesino se articula a un modo de producción dominante dentro de una formación social determinada. Al hablar de la forma de producción campesina implícitamente se entenderá que es una forma secundaria ligada y articulada a una dominante. Las categorías económicas: economía campesina y campesino, tienen un contenido histórico. Así en América, durante la época pre-hispánica, las características de éstas y sus relaciones se desarrollaban en un marco particular; en el período colonial se desarrolla dentro de una economía de plantación, en la cual coexiste con la producción de las grandes haciendas. Durante este período (ca. 1600-1750), las relaciones de corte feudal prevalecían. Karl Kautsky señala que la unidad campesina de esta época era autosuficiente y existía un territorio no repartido el cual era trabajado de forma comunal. Con el correr del tiempo y las transformaciones en las formas de producción, los productos agrícolas se transforman en mercancías adquiriendo un valor comercial; la producción para el mercado. Los terrenos que en ésta eran de uso comunal se fueron haciendo cada vez más escasos, limitándose cada vez más al campesino el espacio de tierras cultivables. Por tanto, surge la necesidad de orientar la producción hacia las necesidades del mercado, creándose así una desigualdad entre los diferentes miembros de las comunidades agrarias al crearse intereses antagónicos con respecto a lo que aún quedaba de las tierras comunales.

Para el objetivo del presente trabajo, la economía campesina dentro del marco del modo de producción capitalista constituye el interés central. Dentro de este

sistema se manifiesta una ruptura entre la producción comunal y la propiedad privada, característica de este, implantándose así la propiedad capitalista por completo. Kautsky apunta que la producción agrícola dentro del capitalismo presenta dos características:

1. Una propiedad privada del suelo;
2. Un carácter mercantil de la producción.⁶

En este más que en los anteriores sistemas, la economía campesina se ve más afectada, como veremos más adelante.

Existen dos rasgos básicos adicionales en cuanto a la economía campesina se refiere:

1. Un predominio de la población rural sobre la urbana y;
2. La mayor parte de la producción campesina agrícola es consumida por sus propios productores.⁷

En tal sentido Díaz Polanco nota que las características particulares arriba señaladas diferencian al campesino de subsistencia de otros sectores agrícolas que no se encuentran enmarcados dentro de lo que se entiende por economía campesina propiamente dicha, por ejemplo: **Los empresarios agrícolas**, cuyas formas de producción son esencialmente capitalistas y quienes, a través de la producción de mercancías obtienen una plusvalía. Esta es el resultado del desarrollo técnico en cuanto a la producción, lo que permite producir en mayor cantidad. La fuerza de trabajo, al hablar de plusvalía, es ya una mercancía. En una producción capitalista el "capitalista" aporta capital y no trabajo, caso contrario a la producción campesina. El capitalista obtiene una ganancia en relación con lo que ha gastado, al costo de su producción, no obstante la plusvalía, ya ha sido obtenida. Esta se traduce como "la cantidad de trabajo que el empresario capitalista no remunera al trabajador". Así en el caso del campesino, la producción no estará orientada a la producción de mercancías, y la forma no contiene la utilización de instrumentos y técnicas capitalistas de producción: el campesino no posee capital, el trabajo está

orientado hacia el consumo.

La forma de propiedad campesina dista mucho de

constituir una forma de propiedad capitalista, aunque como veremos más adelante con la introducción del capitalismo, sufre transformaciones.

1.2 El Capitalismo y las transformaciones de la economía Campesina

En el punto anterior señalamos las características generales de la economía campesina a nivel abstracto. Ahora las ubicaremos dentro de un contexto histórico determinado. En el caso que nos ocupa, dentro de una formación social predominantemente capitalista. Aquí se observa que dichas características van sufriendo transformaciones a medida que la influencia capitalista se va acrecentando. Es con la acumulación originaria que estas transformaciones se inician, pues esta constituye el proceso a través del cual se lleva a cabo la disociación entre el productor directo y sus medios de vida. Se preparan así las condiciones para la penetración capitalista, con la destrucción de las formas económicas basadas en el trabajo propio.

Uno de los cambios fundamentales que sufre la economía campesina dentro del capitalismo, es la transformación del producto excedente en mercancía.⁸ Tanto el medio, como los instrumentos y la fuerza de trabajo son transformados en mercancías. Es el caso, como señala Díaz Polanco, que el productor se va supeditando cada vez más al precio en dinero de su producción. Lo anterior no presupone que la producción campesina sea una producción capitalista, ya que son las relaciones capitalistas las que transforman en mercancías los excedentes y el trabajo de la unidad campesina.

Esta no tiene la posibilidad de realizar una producción capitalista.

Otra de las transformaciones a que hace referencia el autor citado, es la que se opera a nivel de los medios de subsistencia y materia prima: al destruirse la pequeña unidad doméstica y quedar la población rural como consumidora de mercancías, se ve obligado el campesino a adquirir toda una

serie de artículos producidos por la industria. Se desarrolla el mercado interno y se observa la disminución de la población dedicada a la producción agrícola no capitalista, a medida que se da la apropiación no sólo del trabajo excedente sino además de aquel que le es necesario al campesino para cubrir las necesidades propias de la unidad doméstica, hasta llegar a la mínima satisfacción de las necesidades básicas.

Por su parte, Karl Kautsky en la **Cuestión Agraria** subraya que se crean una serie de condiciones sociales que generan nuevas necesidades; necesidades que intervienen y afectan la economía campesina, debido a que se introducen nuevas técnicas y formas de producción, las que van destruyendo las ya señaladas.⁹ Por tanto, se opera la destrucción de la economía campesina, transformándose las relaciones campo-ciudad.

Los productos de esta unidad pierden su carácter de necesario al perder el campesino la posibilidad de contar con los medios necesarios para su producción.

La necesidad de contar con dinero se acrecienta cada vez más, a medida que el trabajo y la tierra para producir se concentran en menos manos. Al transformarse los productos en mercancías el trabajador agrícola pasa a depender más del mercado. A medida que el campesino se transforma en productor de mercancías, por lo que se torna cada vez más difícil la venta de productos de manera directa: productor-consumidor. Esto no quiere decir que en los mercados de las épocas históricas anteriores, pre-hispánicas y colonial, existían sólo la relación productor-consumidor, ya que desde dichas épocas se encuentra a los mercaderes que eran los "comerciantes" de la época. La actividad del comercio era fundamental para los grupos, tanto pre-hispánicos como en la época colonial. Los mercados y sus comerciantes constituían, a no dudarlo, un grupo importante. Estos compraban al por mayor los productos que luego distribuían en otros mercados lejanos. En los mercados de aquellos tiempos se encontraban también, claro está, labradores que vendían directamente sus productos. Este tema será abordado en su oportunidad.

Dentro del modo de producción capitalista la presencia de los intermediarios es otro de los procesos, que contribuyen

a la destrucción y debilitamiento de la unidad campesina. De

acuerdo a Kautsky esta forma de explotación sumada a las anteriores ya señaladas, conlleva a la pauperización cada vez mayor del campesino. Todo ello lo coloca camino a la proletarianización. Debido al fraccionamiento cada vez mayor del suelo y a las formas accesorias de ocupación, el campesino se transforma en un "proletario en el mercado de mercancías", tal y como advierte Kautsky. El campesino, entonces, tiene cada vez más necesidad de vender la mayor parte de sus tierras. Además vende su fuerza de trabajo, que es lo único que le queda. Por ende, se da por un lado el fraccionamiento y por el otro la concentración de la tierra. Por eso indica Kautsky que "la agricultura debe moverse continuamente en este sentido de concentración y fraccionamiento de la tierra, en tanto las relaciones burguesas prevalezcan".¹⁰ De las formas accesorias de ocupación del campesino, la que se presenta con mayor facilidad —indica este autor— es la del trabajo agrícola asalariado, principalmente en época de cosecha y que se traduce en migraciones hacia las grandes fincas.¹¹

En la economía doméstica rural, en la que el campesino trabaja directamente su propia parcela de tierra, la penetración de las relaciones capitalistas socavan paulatinamente sus bases. La producción ya no está dirigida al autoconsumo, se produce un ensanchamiento del mercado. Es decir, pasa de ser poseedor a propietario y se introducen nuevos métodos y técnicas de trabajo, se rompe pues, el esquema del trabajo familiar, debido a la introducción de las relaciones de trabajo asalariado.

La explotación agrícola sin capital, a medida que el capitalismo avanza, se torna más difícil, pues la misma se basa, dentro del capitalismo, en la inversión de capital. Ciertos productos pasan a ser mercancías, las que Kautsky define como "un producto del trabajo humano no destinado a ser consumido por el mismo productor, el productor no necesita de él y puede transferirlo a cambio de otros productos que necesite".¹² En este caso se manifiesta ya un valor de cambio que ha de servir de medida de precio para la

adquisición de una mercancía determinada. Cabe señalar que medidas de valor para el intercambio de mercaderías ha existido desde épocas muy remotas. No obstante el contenido de ese valor de cambio es el que definirá su tipo y el cual variará de acuerdo a la formación social en que se desarrolla. Por ejemplo: durante el período pre-hispánico eran utilizados granos de cacao, así como cierto tipo de cuentas y conchas como medida de valor. Estas permitían y regulaban la circulación de bienes, era un bien más. En el sistema capitalista **la moneda** tiene ya otras implicaciones, pues constituye otro de los mecanismos capitalistas, que regidos por el patrón dinero, gobierna sobre todas las actividades económicas que se desarrollan dentro del mismo. La moneda es pues, dentro de este una mercancía más. El valor está determinado por una serie de factores: calidad, trabajo invertido, utilidad, escasez, entre otros. El carácter y forma del mercado se transforma, pasa de un intercambio de valores de uso, de una circulación de bienes, a un intercambio de mercancías.

Con la introducción de las relaciones capitalistas en el campo, la economía del pequeño productor se resquebraja en sus bases al cambiar las formas básicas de producción.

1.3 La Economía campesina y su dependencia al mercado: el mercado como elemento fundamental de la economía campesina

El estudio del mercado y el sistema de distribución económica que a través del mismo se realiza, cobra especial importancia en cuanto a la economía campesina se refiere. En términos generales cabe señalar que desde la época paleolítica se tiene indicios de la realización de intercambios. Estos surgen de la necesidad de consecución de un bien que no se es capaz de producir en cantidades que satisfagan las necesidades de una unidad económica, dentro de una comunidad determinada.

En el caso de la producción campesina, la distribución se canaliza a través del mercado. La manera en que se lleve a cabo y sus características, dependerá de la realidad concreta en que esté inmersa. En la sociedad capitalista, el mercado y

sus diferentes mecanismos constituyen un medio a través del

cual el sistema se va introduciendo dentro de la economía

campesina. El campesino se ve obligado a cambiar por dinero parte de su producción, pues está sujeto al mercado y a las condiciones que éste determine, éstas desfavorables a la economía campesina. Por ello Kautsky subraya que "la gran mayoría de la población agrícola no figura en el mercado como vendedora de subsistencias, sino como vendedora de su fuerza de trabajo y compradora de subsistencias".¹³

El sistema capitalista a través de mecanismos esencialmente económicos, transforma los productos excedentes en mercancías, conduciéndolos inevitablemente al mercado, ya sea de forma directa: productor-consumidor, como de forma indirecta: productor-intermediario consumidor, como veremos más adelante. Por su parte Díaz Polanco, indica que en el mercado el campesino se ve sujeto a las normas del comercio, estableciéndose otro tipo de relaciones como la hipoteca y la usura. Ambas constituyen una nueva forma de explotación, la del capital usurero.¹⁴

En relación al producto principalmente agrícola y de producción artesanal, cabe señalar que el precio que este alcance en el mercado, no compensa el valor real de su producción. Esto no significa que este campesino deje de producir, aunque su situación sea desfavorable, tanto a nivel de producción como de distribución, como bien señala Díaz Polanco. De esta manera surgen los obreros asalariados agrícolas. Esto se debe a que al hacerse cada vez más escasa la fuerza de trabajo propia y reducirse la tierra para producir, se necesita vender dicha fuerza de trabajo como una mercancía más. De esta forma se apodera el capital de la agricultura.

Por otra parte, el precio es uno de los mecanismos a través de los cuales el proceso de apropiación se lleva a cabo, propiciando un intercambio desigual. Este precio constituye "la cantidad fija de moneda dada a cambio de una mercancía determinada".¹⁵

Habiendo definido ya las transformaciones de la economía campesina dentro del sistema capitalista, la importancia que el mercado tiene dentro de esta economía, se pone de manifiesto al estar el campesino cada vez más

dependiente al precio en dinero de su producción. Como veremos más adelante, la producción de la economía campesina llega al mercado por muchas vías.

El carácter y relaciones del mercado a lo largo de la historia se ha ido transformando. Así, de un intercambio no sistematizado, se pasa en forma progresiva a la organización de los mercados. Los mercados y mercaderes, como veremos más adelante, desde la época pre-hispánica han constituido una actividad muy importante dentro de los grupos que poblaban el continente americano. Durante la época colonial se establecen nuevos centros de mercadeo que satisfacían las necesidades de la nueva población que paulatinamente iba en aumento. En ambos períodos históricos existen reglas y normas, así como patrones de cambio. Con la introducción del capitalismo se pasa de una circulación o intercambio de bienes, a un intercambio de mercancías.

A medida que los mercados se vuelven más complejos, se hace necesario contar con un medio de cambio más adecuado y universal. En la época pre-hispánica la medida de valor podía variar de un lugar a otro, de un grupo social a otro. En la época colonial y especialmente en nuestros días se hace necesaria la existencia de un valor unitario de cambio. En este aspecto, Jean Harroy ofrece tres puntos básicos esenciales que determinan la utilización de la moneda como un patrón unitario de valor:

1. Cuando es aceptada como medio de cambio;
2. Corresponde a un patrón de valor, y
3. Está reconocida como símbolo de riqueza.¹⁶

Al constituirse la moneda en valor universal de cambio, rige las relaciones de mercado y hace cada vez más dependiente de ella al campesino. Debe decirse en relación al intercambio que, dentro del sistema capitalista en particular, este intercambio se torna desigual. No puede hablarse de manera concluyente del momento en que el trueque es sustituido por la moneda como tal, pues todo ello constituye un proceso complejo. Las unidades domésticas a través de todos estos procesos, se deterioran con rapidez. El trabajo propio se vuelve cada vez menos posible; el campesino se ve

obligado a realizar una serie de actividades tendientes a la consecución de dinero, único medio de subsistir dentro del sistema,

La dependencia del mercado se acrecienta a medida que la unidad productora pierde cada vez más, la capacidad de producir lo que necesita para su subsistencia básica. Esto se refiere a todas aquellas unidades productoras que basan su actividad en formas y técnicas de producción que parten de formas no capitalistas. Estas generan cierto tipo de intercambio particular y a pequeña escala. Caso aparte lo constituyen todas aquellas unidades cuya producción rebasa los límites de las formas económicas no capitalistas y en cuya forma esencial de producción encontramos rasgos fundamentalmente capitalistas.

Al abordar el problema de los mercados, debe tomarse en cuenta la extensión y características que estos presenten. Las relaciones que dentro de los mismos se manifiestan han de depender de su ubicación, tanto histórica como espacial. Pueden señalarse varios tipos de mercados: el caso de los mercados pequeños en donde se intercambien artículos principalmente de consumo diario y a donde concurren con el fin de intercambiar los propios productores, y el de los mercados en donde, si bien no puede negarse la existencia de comerciantes e intermediarios, gran parte de los vendedores son también productores que acuden directamente al mercado a vender sus productos. En estos mercados se establecen determinadas relaciones, una de estas es el regateo que constituye un elemento importante. A medida que factores, tanto internos como externos lo afecta, el mercado extiende y amplía su red de relaciones. Por tanto, su naturaleza ha de variar.

Con lo anterior no pretende decirse que, ningún tipo de mercado, está hoy al margen del capitalismo, ya que aunque muchos conservan características no capitalistas, en esencia van a estar bajo la influencia del sistema en que se desarrollan. En todos el patrón dinero va a regir las relaciones de mercado. No puede analizarse este como ningún otro fenómeno social, al margen de la realidad histórica en que se presentan. La organización de los mercados se realiza de acuerdo y en relación con los diferentes aspectos de la vida

económica y social propios de la región en que se desenvuelve. Todo esto lo explicaremos al analizar el caso del mercado de Chichicastenango, en donde se verá que si bien la influencia del turismo es manifiesta, el mercado sigue constituyendo un punto esencial dentro de la economía de la región, principalmente dentro del sector campesino. Finalmente es importante señalar que en el surgimiento de los mercados, se propicia una sedentarización del comercio, así como una ampliación general del transporte.

2. SANTO TOMAS CHICHICASTENANGO

2.1 Rasgos históricos

2.1.1 Notas sobre la historia del señorío Quiché. La conquista Española

Para comprender la actual conformación del grupo étnico quiché, que integra la población de Santo Tomás Chichicastenango, es importante referirse a aspectos de su historia, tanto pre-hispánica como colonial; a su proceso histórico y social de desarrollo; a las raíces que permitieron su conformación como uno de los señoríos más importantes del altiplano guatemalteco, así como a su organización cultural, social y política. Todo ello es determinante para la comprensión de la realidad que hoy presenta.

Para la reconstrucción de su historia se cuenta con información aportada por las fuentes pre-hispánicas, por los cronistas y viajeros de la época, así como con estudios etnohistóricos y etnográficos de investigadores actuales. Por otra parte, las recientes investigaciones arqueológicas, arrojan datos cruciales que constituyen fuente objetiva de análisis.

Robert Carmack en su **Evolución del Reino Quiché**,¹⁷ presenta aspectos de las fases tempranas de los sitios quichés a través de los datos aportados por los estudios y excavaciones arqueológicas realizadas

en el área del Quiché central. Respecto a esta fase temprana señala este autor que la cultura denominada

Wukamak antecedió al estado político quiché y la cual se extiende desde el período clásico temprano hasta los inicios del post-clásico tardío, período en el cual se desarrolló sin mayores ingerencias foráneas. Para este época en otras partes del altiplano habitaba el grupo quiché, que había sufrido ya la invasión Tolteca, aproximadamente en el siglo XI. Hacia el año 1200 d.C., apunta Carmack, los quichés invaden la cultura **Wukamak**, operándose así transformaciones al integrarse rasgos de ambas culturas.

De acuerdo a los datos obtenidos por los estudios arqueológicos, Carmack determina dos fases dentro de la cultura propiamente quiché: una temprana, **Hacavitz**, que data del 1200 al 1325 d.C., y otra tardía, **Utatlán**, que arranca del 1325 a 1524.¹⁸

Los sitios de la fase **Hacavitz**, de acuerdo a la evidencia arqueológica, fueron situados en la montaña de Chujuyup y al sur del ahora pueblo de Chichicastenango. Entre las características de esta fase se encuentran la construcción de edificios destinados, tanto a la vida política como religiosa. Los primeros bajos y con plaza cerrada y los segundos altos y con altar. Carmack presenta una serie de rasgos importantes respecto a esta fase, las cuales no abordaremos en este trabajo, pero que constituyen parte de los orígenes de la cultura quiché.¹⁹

Los grupos del altiplano guatemalteco fueron objeto de invasiones provenientes de México, las cuales se estima datan entre el 900 y el 1200 d.C. Estas invasiones Toltecas, sugiere Horacio Cabezas, fueron motivadas por la búsqueda de riquezas y fortuna.

La población del altiplano guatemalteco era densa y el grupo invasor en proporción al número de ésta era pequeño. No obstante su capacidad para la guerra les permitió conquistar al grupo quiché. Se opera entonces un fenómeno importante que ha dejado huella a través del tiempo; el grupo Tolteca es

absorbido por el quiché. Sin embargo, muchas características de los Toltecas prevalecen, tanto a nivel social, como religioso y artístico. Ejemplos de ello son la creencia de la descendencia de deidades toltecas, algunos aspectos lingüísticos y la influencia en el arte quiché, entre otros.

La fase **Hacavitz** se inicia cuando estas invasiones se han llevado a cabo. Horacio Cabezas señala que fueron factor importante para la ulterior consolidación del señorío quiché, logrando extenderse hasta las Verapaces y lo que actualmente son los Departamentos de El Quiché, Totonicapán, Quetzaltenango y todo el sur-occidente del país.²⁰ El grupo quiché se distinguió siempre por su carácter expansivo y de dominación hacia otros grupos.

Cabezas indica por su parte, que el señorío quiché fue el primero en estructurarse en el siglo XV. De acuerdo a Franz Termer este grupo se extendía políticamente "al altiplano de San Marcos y Quetzaltenango, el lago de Atitlán tocando el señorío cakchiquel, Sacapulas y la Verapaz, extendiéndose hasta algunas regiones de Chiapas en los distritos Tzeltales y Tzotsiles".²¹ Indica además este mismo autor que se da una marcada diferencia entre la frontera lingüística y política desde la época pre-hispánica, encontrando bien marcada la primera que abarca el occidente de Guatemala. (Vid., *infra*. **mapa**).¹² La multiplicidad de lenguas, señala, no corresponde al mismo número de estados políticos ni aún en la época pre-hispánica.

Por su parte el autor anónimo de la **Isagoge Apologética** apunta: "este reino (quiché) se extendía por muchas provincias que ahora están divididas en corregimientos: Casaltenango, Totonicapá, Atitlán, Tecpanatitlán, toda Guatemala, Sacatepéquez, Pocomán, llegándose este reino hasta los señoríos mames y cuchumatanes y gran parte de Chiapas y Soconusco".²³

Termer señala con respecto a las formaciones políticas del altiplano, que se encontraban

especialmente en lo que se refiere al quiché, el valle de Rabinal, el de Salcabajá y las planicies de Chimaltenango y Patzún, además del territorio del lago de Atitlán, como la cuenca de Quetzaltenango".²⁴

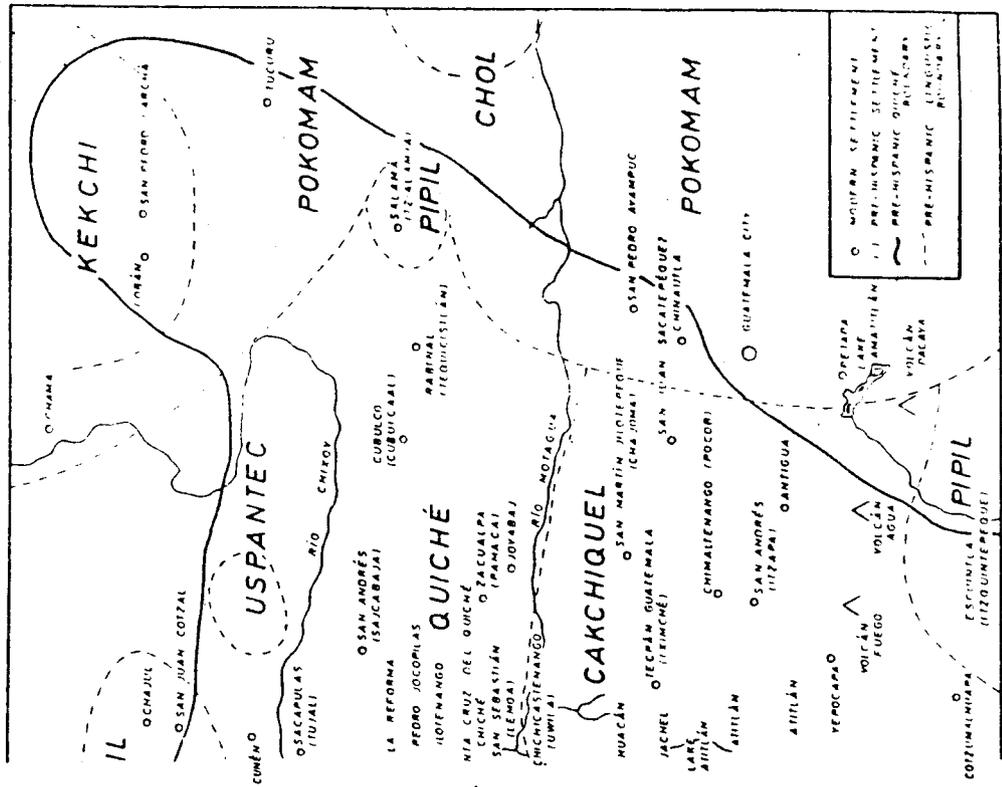
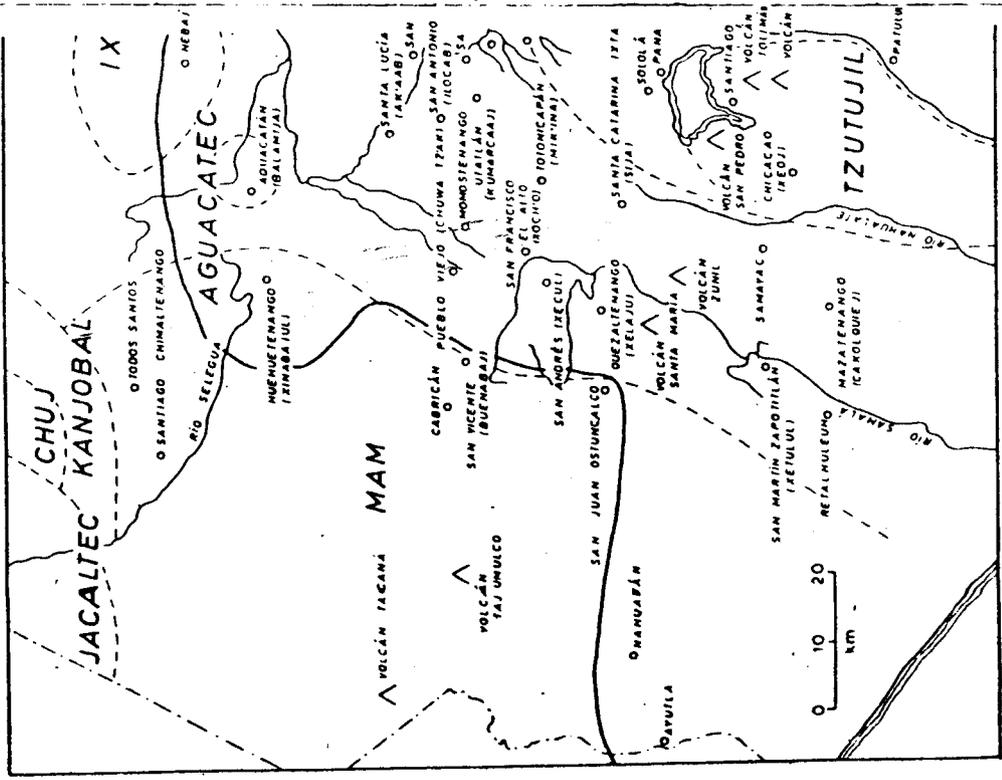
Los quichés a través de cruentos combates habían logrado extender su poderío. Esto es lo que los lleva a abandonar **Hacavitz** y establecer su centro político en un sitio más estratégico. Fundándose entonces Gumarcaaj, la cual constituía una fortaleza. Carmack indica que esto se realiza hacia el año 1400 d.C.

Con respecto a la fase **Uatlán**, Carmack apunta que se caracteriza por la existencia de un gran centro que denomina "Uatlán Nuclear", que comprendía a su vez tres sub-centros periféricos: **Pismachí**, sitio donde los quichés se establecieron luego de abandonar **Hacavitz**, **Uatlán** y **Chisalín**. Estos estaban a su vez vinculados a sitios auxiliares que fueron anteriormente asentamiento de grupos que cayeron bajo la dominación quiché.

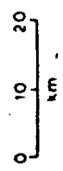
El centro de Uatlán se va desarrollando hasta constituirse en un centro político y religioso de gran importancia, siendo su naturaleza básicamente defensiva. Se da una integración de unidades confederadas ligadas a un aparato de administración central. Todas estas unidades rurales eran menores a Uatlán y estaban bajo su dominio. La fase última de Uatlán se extiende hasta la llegada de los españoles en 1524.

Además del señorío quiché se encontraban otros grupos muy importantes en el altiplano, como los cakchiqueles y zutuhíles. Los primeros con su centro político en Iximché y los segundos en Atitlán. Entre estos señoríos y el quiché se sostenían de forma constante cruentos enfrentamientos.

Carmack señala que las luchas entre el grupo quiché y el cakchiquel se desarrollaron luego de la muerte del rey Quicab, produciéndose desde 1475 hasta 1524. Con respecto a las luchas libradas con los



○	MODERN SETTLEMENT
●	PRE-HISPANIC SETTLEMENT
—	PRE-HISPANIC DIVINE ROUTE
- - -	PRE-HISPANIC DIVINE ROUTE



zutuhíles indica que no ha podido establecerse aún, una fecha exacta. Esta situación de lucha, de acuerdo

a Cabezas influyó en los textos indígenas que nos legaron los diferentes grupos, así como en las diversas versiones que estos nos presentan sobre los distintos acontecimientos.²⁵

En los últimos años anteriores a la conquista española se da una invasión azteca sobre Utlatlán, de acuerdo a Fray Bartolomé de las Casas, veintitrés años antes de ésta. La situación que se presentaba entre los diferentes grupos del altiplano fue factor esencial para su vencimiento. Carmack señala que para el año 1500 d.C., los mexicas conquistaron y arrebataron al poderío quiché los pueblos de Ayutla y Mazatlán y los quichés fueron sometidos a pagar tributo.

Con respecto a Utlatlán, la ciudad fortaleza quiché, señala Carmack que alcanzó una población mayor a los 10,000 habitantes.²⁶

El autor de la *Isagoge Apologética* apunta con respecto a Utlatlán: "la corte de los reyes quichés o pueblo de Utlatlán se encontraba cerca de Santa Cruz del Quiché, rodeada de una barranca profunda. Por la mano derecha se entra a una plazuela o patio ensulacado de yeso, se descubren unos torreones muy altos con otros grandes edificios y paredes de piedra baja con callejones tan angostos que apenas podían pasar dos hombres apareados y de esta manera proseguía la corte del quiché construida en el espacioso ámbito rodeada por aquellas profundísimas barrancas".²⁷

Este centro político añade Carmack, presentaba una organización sólida a la llegada de los españoles. No obstante su poderío se había visto resquebrajado por las constantes luchas libradas entre quichés, cakchiqueles y zutuhíles.

En su estructura social los quichés, presentaban distinciones internas entre grupos sociales. Por un lado los señores y vasallos. Los primeros descendientes patrilineales de jefes guerreros que como señala Carmack decían ser descendientes de

deidades Toltecas. Ellos ocupaban los principales cargos políticos y religiosos. A los vasallos, en cambio, se les tenían reservadas las tareas físicas, especialmente lo que se refiere a la construcción. Se encontraban también los guerreros, esclavos, comerciantes, artesanos y siervos.²⁸

Su organización se basaba en los linajes patrilineales, jugando las relaciones de parentesco un papel determinante. El poder entre los quichés estaba sustentado por determinados linajes cuyos miembros ocupaban los cargos principales de donde arrancaba el poder y todos los miembros del grupo dominante pertenecían a una misma familia. Además de los centros principales, señala Cabezas, se encontraban centros urbanos intermedios (Chinamits), los cuales se encargaban de administrar las poblaciones tributarias, a través de caciques o cabezas de Chinamital; con ello se lograba un control sobre los pueblos conquistados. Esto permitió la consolidación de su poderío.

La actividad económica principal era la agricultura, aunque el comercio constituía también una actividad importante. Señala Carmack que los trabajos agrícolas estaban basados en el sistema de **agricultura de milpa**. Se cultivaba especialmente maíz y frijol, así como cierto tipo de verduras.

Estima Carmack que para la época de la conquista española la población del altiplano guatemalteco alcanzaba la considerable suma de un millón de habitantes.

La población urbana estaba constituida por los nobles, mientras que la rural compuesta por los campesinos, que desde ya conformaban un grupo económicamente importante.

Por su parte, Horacio Cabezas señala, que debido a que entre los quichés los centros y puestos de poder se encontraban determinados y controlados a través de la descendencia patrilineal, el ejercicio del poder se encontraba en manos de una minoría, la cual se engrandecía con el trabajo de las comunidades

agrarias tributarias sometidas a ellos. Esto permitía

una marcada diferencia en cuanto a las actividades

agrícolas y la utilización de su producto, ya que los beneficiarios eran las minorías que habitaban las ciudades.

Para Cabezas fue la actividad comunal tributaria la que constituyó el factor importante para la grandeza de los señoríos, los cuales utilizaban el factor religioso como mecanismo de control y sujeción, siendo una de las principales armas, tanto para quichés como posteriormente para españoles.

Varios años antes a la conquista española, se inician las rebeliones de los otros grupos al sometimiento quiché. Así también las luchas internas se agudizan cada vez más. Señala Cabezas que al crecer el señorío y aumentar el número de pueblos tributarios, las disputas internas se hacen mayores. Además las luchas con cakchiqueles y zutuhíles se hacen más cruentas. Estos tres grupos a finales del siglo XV habían logrado constituirse en señoríos.²⁹

El autor anónimo de la *Isogage Apologética* con respecto a la forma de gobierno de los quichés, señala que cada lugar tenía un cacique que gobernaba, habiendo tres que tenían poder sobre los demás:

1. El rey del quiché, el cual tenía su corte en Utatlán o Gumarcaaj, ahora Santa Cruz del Quiché.
2. El rey cakchiquel, que tenía su corte en Iximché, cerca del actual pueblo de Tecpán; y
3. El rey zutuhíl, quien tenía su corte en Atitlán.³⁰

Al faltar uno de los caciques, este era sustituido por el segundo, al faltar el segundo por el tercero, existía lo que denominaban el **segundo electo**, que al faltar el tercero lo sustituía, asegurándose así una adecuada sucesión. Estos tres reyes se encontraban bajo el poderío quiché. Señala el autor de la *Isogage*

que este sistema de sucesión funcionó hasta el momento en que el cacique cakchiquel se sublevó, entablándose interminables luchas. A este levantamiento se sumó el del señor zutuhíl. Las luchas se extendieron durante once reinados y aún perduraban a la llegada de los españoles. De acuerdo a este autor, al enterarse los quichés de la llegada de los españoles estos trataron de realizar una alianza entre los grupos, lo cual no fue posible. El reino cakchiquel se sujetó al dominio español, mientras que el zutuhíl permaneció independiente.

En el siglo XV, de acuerdo con Termer, la cuenca de Quetzaltenango permanecía aún al poderío quiché. Por medio de luchas los quichés habían logrado muchas conquistas, tales como las obtenidas desde la frontera oriental de Totonicapán hasta Zaculeu. Además la conquista de la franja que abarca desde la actual costa grande y costa cuca, en su incursión desde el altiplano hacia la costa del Pacífico.³¹

La ambición de los dirigentes quichés por lograr un poder independiente se acrecentó a medida que el señorío se extendía, lo que lleva a debilitar la unidad, perdiendo de esa manera el señorío cakchiquel. La ambición por lograr este poder independiente interno, es a juicio de Termer, una de las principales causas que lleva al debilitamiento, tanto interno como externo del señorío quiché, facilitando su conquista y posterior colonización. Esto fue aprovechado por los españoles.

Por su parte, Francisco Ximénez (1666-1730) —quien fue encargado del curato de Chichicastenango—, señala que habiendo tomado ya los españoles varias provincias pertenecientes al poderío quiché, emprendieron su marcha hacia Utatlán tomando por la parte de la sierra de Quetzaltenango y Olinstepeque, durante la cual se dieron varios enfrentamientos.

Indica el autor anónimo de la **Isogage** que al caer Utatlán bajo el dominio español, se ordenó que la

ciudad fuera quemada. De acuerdo a Diego Reinoso esto sucedió al principio de la Pascua (abril) de

1524.³²

No obstante, como señala Carmack, hay indicios que Uvatlán fue reconstruida y vuelta a habitar, bautizada como Santa Cruz Uvatlán por los frailes dominicos, permaneciendo en el lugar de su asentamiento original. Indica además, que de la misma comunidad de Uvatlán de acuerdo con Fray Bartolomé de las Casas, fueron fundados los pueblos de Chiquimula y Oloquitlán. Se encuentra también evidencia que en esta época de los primeros años de conquista, Chichicastenango había sido organizado como pueblo.³³

Las luchas entre pobladores nativos de América y españoles, se sucedieron por mucho tiempo. Pero una vez establecidos estos últimos, las instituciones coloniales comenzaron a aparecer, entre ellas los repartimientos y las encomiendas. Ambas cobraron especial auge en el altiplano guatemalteco debido a lo denso de su población y a lo fértil de sus tierras. A partir de entonces se inicia el largo y tortuoso proceso de la evangelización.

Entre otros de los fenómenos sociales se da la parcelización de la tierra, de acuerdo a la división de los diferentes grupos étnicos, estableciéndose los pueblos, reuniendo y concentrando así a la población nativa. Con ello desaparecieron las parcialidades que anteriormente existían. Esta concentración estaba encaminada a lograr un mayor control sobre la mano de obra indígena y su tributación, como bien lo subraya Carmack.

La forma de vida indígena y su forma de poder fue utilizada por los españoles para lograr una "buena" colonización, dándose un sincretismo, tanto cultural como religioso.³⁴

Con respecto al campo económico, se da la introducción de técnicas, tanto en lo que se refiere al cultivo como a la elaboración de productos artesanales.

La condición del indio en la época colonial fue establecida siempre bajo el sentido de explotación y desigualdad, lo que perdura en nuestros días.

Carmack señala que durante el período colonial las encomiendas indígenas se ven afectadas progresivamente por dos fenómenos que avanzan:

1. La expansión del sistema de hacienda.
2. El mestizaje.^{3 5}

Ambas se desarrollan a medida que el proceso de colonización avanza, la expansión del sistema de hacienda surge como una necesidad ante el descenso de la población indígena. Las relaciones son de carácter feudal. Surge así el grupo de los siervos rurales, quienes trabajan de forma permanente en las grandes haciendas. Se encontraban además trabajadores temporales que labraban además sus propias tierras.

La estructura de poder pre-hispánica señala Cabezas, no fue destruida sino utilizada por los españoles para lograr un mejor control de las comunidades agrarias. Ello permitió que las poblaciones siguieran sometidas a sus antiguos "señores" y a los que los españoles controlaban. Indica el citado autor que esto facilita la formación de los barrios, la aparición de los pueblos de indios, controlando a los principales, tanto a través de los cabildos como de la Iglesia.^{3 6}

No obstante haberse utilizado formas existentes, se implanta una nueva estructura social, pues las relaciones tributarias se ven afectadas al alterarse las relaciones de tenencia de la tierra. Apunta Cabezas que las comunidades agrarias fueron concentradas en pueblos, dándose la reducción de indios. En el caso de los indios que en la época pre-hispánica habían ocupado puestos privilegiados, los siguieron ocupando y fueron utilizados por los españoles con el fin de controlar el resto de la población. Ellos constituyeron la aristocracia nativa, la cual junto a los castellanos explotaron a la mayoría natural.^{3 7}

2.1.2 Chichicastenango durante la dominación española

Como se ha indicado ya, de acuerdo a los estudios realizados por Robert Carmack, hay indicios que Chichicastenango fue organizado como pueblo durante los primeros años de la conquista española y a partir de la comunidad de Uatlán. Datos concretos sobre ello son muy escasos. El lugar donde fue fundado había sido antiguamente asentamiento cakchiquel y el cual había sido abandonado por estos para fundar Iximché. La población quiché de Uatlán, fue trasladada en estos primeros años de conquista organizándose a partir de ella otros poblados. Una vez establecidos los quichés en la antigua **Chiavar**, ésta toma el nombre de **Siguán Tinamit** que se hallaba localizada a 8 km. de donde se encuentra hoy día el pueblo de Chichicastenango. Se trasladó luego al lugar donde actualmente se encuentra ubicada la cabecera municipal y tomó el nombre de **Chuguilá**. Los españoles la denominaron posteriormente **Chichicastenango** (lugar de las ortigas), nombre de origen nahuatl. El nombre de Santo Tomás se deriva del hecho de que fue el día de Santo Tomás, el día en que se celebró la primera misa católica en el pueblo.

Información sobre Chichicastenango se encuentra entre los cronistas del siglo XVI (Ximénez) y XVII (Remesal), así como en los viajeros del siglo XVIII y XIX. Sin embargo, por el carácter de este trabajo, sólo nos concretaremos a los cronistas que con mayor detenimiento se refieren a Chichicastenango y el carácter de su población. Entre ellos el más importante es el arzobispo Pedro Cortez y Larraz, en el siglo XVIII.

Pedro Cortez y Larraz en su **Descripción Geográfica Moral**,³⁸ apunta que entre 1768 y 1770, la población de la parroquia de Chichicastenango alcanzaba la cifra de 2,230 personas reunidas en 560 familias. Hace referencia a la predominancia del idioma quiché.



Parroquia de Santo Tomás Chichicastenango de 1768. Presentada por Pedro Cortez y Larraz. (Tomo II. p. 59)

Respecto a la producción señala que la siembra de maíz y frijol constituía la actividad principal, cosechándose en terreno muy fértil por lo que los resultados para la parroquia eran de 1,700 pesos, los cuales percibía, no hace referencia en calidad de que recibía esta ganancia y en cuanto tiempo.

La administración de esta parroquia para estos años estaba a cargo del cura Fray Alejandro de Sagastume. Cortez y Larraz hace referencia a aspectos de la personalidad de este cura, tales como su inconstancia y falta de reflexión. Es evidente que los indios de esta parroquia, como en general, "no eran bien vistos" por este cura, al indicar que estos cometían excesos habiendo que obligarlos a vivir como cristianos. A la visita de Cortez y Larraz a la parroquia de Santo Tomás Chichicastenango, el padre Sagastume hubo de justificarse de las posibles quejas de los indios con respecto al trato de que eran objeto. Este, así como otros curas de la región, participa de la idea que los indios no eran merecedores de ser llamados "hijos de Dios", ya que no cumplían con sus obligaciones como cristianos.

En relación a los indios, el cura Sagastume indica entre otras cosas, de los excesos que estos cometían, estaba la embriaguez y lascivia; las cuales trataba de controlar y a través de su vigilancia hacerlos confesarse y comulgar. A pesar de los esfuerzos del cura, señala Cortez y Larraz, los indios se mostraban reacios a asistir a las misas de inductación.

Sagastume también se queja ante el arzobispo aduciendo que los indios utilizaban mal los bienes de la cofradía, los cuales eran usados para sus "zarabandas", citando sus propias palabras: "en las zarabandas lo pierden (el dinero) y de ellas se siguen tantos daños, que de ellas salen las indias descasadas de sus maridos y casadas con otros, las vírgenes salen corruptas, los indios desnudos y todos ebrios".³⁹

La población indígena además se resistía a asistir a la misa: "en efecto al día siguiente al tiempo de ir a

decir misa me encontré sin indios para acompañarme, sin ayuntamiento, ni principales como es costumbre para el palio y las insignias de las cofradías y en suma solo, cuando acostumbraban a concurrir en tropa a estos obsequios ni se vieron después indios, sino maseguals y muy pocos".⁴⁰

Para el padre Sagastume, señala Cortez y Larraz: "En tanto eran los indios malos, en tanto eran buenos; luego había zarabandas, luego no las había, una vez los indios eran alzados, otras quietos, cuando los corregía eran buenos, cuando los dejaba de corregir eran malos ya".⁴¹

Como puede observarse, para 1768 Chichicastenango era ya una parroquia importante y numerosa. Cortez y Larraz nos presenta aspectos de esta parroquia en forma muy general, haciendo hincapié en la población y el trato de que era objeto, que como se ve, estaba regido por el capricho de los españoles que gobernaban las diferentes parroquias. Sin embargo, los indígenas trataron de conservar sus antiguas costumbres, como puede comprobarse en los apuntes del padre Cortez y Larraz.

2.1.3 Chichicastenango en la época republicana

A partir de la independencia de Centro América en 1821, los pueblos del altiplano occidental de Guatemala se refugian en su propia cultura, producto del sincretismo y la aculturación europeo-indígena, en tanto las luchas políticas republicanas se desarrollaban en los centros urbanos; la ciudad capital de Guatemala y Quetzaltenango, en particular.

Este carácter se acentúa durante el período conservador (1838-1871), cuando los pueblos de indios fueron prácticamente olvidados, pues las relaciones de producción imperantes se basaban en la extracción de la grana o cochinilla que constituía el producto básico de exportación de Guatemala y por ende, la columna vertebral de la economía del país.

Por las características del cultivo de la cochinilla,

la mayor parte de los pueblos del altiplano consolidan su economía y sus instituciones de derecho natural y social, tales como la cofradía, el compadrazgo y el uso de las tierras comunales. A todo ello no escapa el pueblo de Chichicastenango.

La caída de la grana en los mercados internacionales y el consiguiente ascenso del café como producto básico de exportación culminaron con el movimiento liberal de 1871. Durante este período se inicia el proceso de acumulación originaria que, como indicamos anteriormente, es el proceso a través del cual se preparan las condiciones para la penetración capitalista, como todo proceso su gestación se deriva de muchos años. Este constituye un proceso de larga duración que ha de consolidarse a partir de 1871.⁴² Durante este período liberal (1871-1944), las poblaciones indígenas del altiplano, sufren duramente el embate del sistema, despojo de tierras comunales, formación de grandes latifundios, la explotación de su población y la introducción de nuevas formas políticas, jurídicas y sociales de desarrollo comunal, entre otras. Con ello la economía campesina se ve afectada duramente. Chichicastenango sufre también a nivel municipal las transformaciones impuestas por el capitalismo.

A partir de 1944 las poblaciones campesinas sufren un acelerado proceso de aculturación y de proletarización, debido a que nuevos factores del capitalismo influyen de forma determinante, tales como el fraccionamiento intenso de la tierra, su concentración en menos manos —fenómenos ya abordados—, la deforestación que afecta no sólo a la agricultura sino a la producción artesanal, las migraciones pendulares a la costa derivadas de la necesidad de la venta de la fuerza de trabajo, y en la última década el turismo mal orientado.

En este último período, Chichicastenango junto con Sololá y Sacatepéquez, es uno de los lugares más afectados en la desintegración de sus instituciones económicas y sociales. No obstante su población,

esencialmente campesina indígena, se aferra a su cultura como factor de resistencia social y cultural.

Es a partir de esta época también, cuando el mercado de Chichicastenango, empieza a promocionarse como uno de los lugares turísticos de importancia y con ello las transformaciones se aceleran cada vez más.

2.1.4 Epoca contemporánea

2.1.4.1 Aspectos generales

Actualmente Santo Tomás Chichicastenango es un municipio del Departamento de El Quiché, con una extensión de 400 km.² Dista de la ciudad capital de Guatemala 145 km. Tiene una municipalidad de segunda categoría y cuenta con 47 caseríos:

Mucubaltzib	Panimaché	Paxot
Chuguexa	Xeabaj	Chucalibal
Chupol	Chujulimmul	Chumanzana
Chutzorob	Xecalibal	Sacpulub
Saquiyá	Xecojá	Xalbaquiej
Xepol	Patulub	Tzanimacabaj
Patzibal	Panquiac	Chijtinimit
Semejá	Paquixic	Chucojom
Xepocol	Camanchaj	Sacbichol
Chicuá	Mactzul	Sepelá
Chuabaj	Chulumal	Camanibal
Chucan	Chontalá	Pachoj
Quiejel	Pocojil	Agua Escondida
Palacamá	Chipacá	Xabiyaguach
Juliboj	Chujupén	Las Trampas
Pacamán	Chuguexa Segundo. ⁴³	

Estos 47 caseríos constituyen eje central en la economía del municipio y como

esencialmente campesina indígena, se aferra a su cultura como factor de resistencia social y cultural.

Es a partir de esta época también, cuando el mercado de Chichicastenango, empieza a promocionarse como uno de los lugares turísticos de importancia y con ello las transformaciones se aceleran cada vez más.

2.1.4 Época contemporánea

2.1.4.1 Aspectos generales

Actualmente Santo Tomás Chichicastenango es un municipio del Departamento de El Quiché, con una extensión de 400 km.² Dista de la ciudad capital de Guatemala 145 km. Tiene una municipalidad de segunda categoría y cuenta con 47 caseríos:

Mucubaltzib	Panimaché	Paxot
Chuguexa	Xeabaj	Chucalibal
Chupol	Chujulimmul	Chumanzana
Chutzorob	Xecalibal	Sacpulub
Saquiya	Xecojá	Xalbaquiej
Xepol	Patulub	Tzanimacabaj
Patzibal	Panquiac	Chijtinimit
Semejá	Paquixic	Chucojom
Xepocol	Camanchaj	Sacbichol
Chicúa	Mactzul	Sepelá
Chuabaj	Chulumal	Camanibal
Chucan	Chontalá	Pachoj
Quijel	Pocojil	Agua Escondida
Palacamá	Chipacá	Xabiyaguach
Juliboj	Chujupén	Las Trampas
Pacamán	Chuguexa Segundo. ⁴³	

Estos 47 caseríos constituyen eje central en la economía del municipio y como

veremos más adelante, el mercado de Chichicastenango está integrado en su mayoría por habitantes de estos caseríos y de las áreas rurales que circundan el municipio, los cuales llevan a vender sus productos de consumo local, constituyendo esto el punto central para la economía de la región.

El municipio de Chichicastenango limita al norte con Santa Cruz del Quiché, Chiché, Chinique y Patzité; al este con Tecpán y Joyabaj; al sur con Tecpán, Concepción y Sololá; y al oeste con Totonicapán. Posee un clima fresco encontrándose a 2,070 mts. SNM, a una latitud de 14° 56' 30" y una longitud de 91° 06' 42".

2.1.4.1.1 Población

De acuerdo a los datos ofrecidos por la Dirección General de Estadística, puede observarse que de 1950 a 1973 el ritmo de la población del municipio ha sido alto, principalmente en lo que se refiere a la población del área rural, esta se ha duplicado durante estos 23 años. Para 1950 el municipio contaba con un total de 27,693 habitantes, 1,623 de ellos residentes en el área urbana y 26,070 en la rural. De estos 25,950 indígenas y 120 ladinos.

Los datos arrojados por el VIII Censo de Población arroja para 1973 los datos siguientes:

		HOMBRES	MUJERES
Población total del Municipio	45,773	22,954	22,779
Población total del Area urbana	2,635	1,282	1,353
Población total del Area rural	43,098	21,672	21,426
Población indígena total	44,676	22,469	22,207
Area urbana	1,777	889	888
Area rural	42,899	21,580	21,319
Población ladina total	1,029	475	555
Area urbana	857	393	464
Area rural	172	81	91

Del total de la población del municipio encontramos que la **tasa de productividad** de la población mayor de 10 años es de 45.8 por ciento. Encontrando:

Población económicamente activa: 30,317

Hombres: 15,122

Mujeres: 15,195

Población ocupada: 13,755

Hombres: 11,627

Mujeres: 2,128

Población no económicamente activa: 16,270

Hombres: 3,332

Mujeres: 12,938⁴⁴

La actividad económica principal es la agricultura y el grueso de la población del municipio reside en el área rural, siendo principalmente campesinos indígenas. Las actividades agrícolas se combinan con el comercio, además con la producción artesanal. La realidad agraria de esta región es la misma que la del resto del país en el sentido en que se desarrolla en condiciones desfavorables: se encuentran pequeñas parcelas de tierra trabajadas por campesinos que producen para la subsistencia, presentando una economía de miseria. Con la introducción del capitalismo en el agro guatemalteco la economía de estos pequeños productores se va haciendo cada vez más precaria. Muchos de estos campesinos llegan al mercado a vender sus propios productos, dentro del sistema estos productos convertidos en mercancías, llegan de forma inevitable al mercado, ya sea de forma directa o indirecta como veremos más adelante. Encontramos además campesinos que durante épocas determinadas del año, bajan a la costa a vender su trabajo en las grandes fincas durante las épocas de cosecha, constituyéndose en semiproletarios rurales.⁴⁵ El mercado dentro de este tipo de economía en el sistema capitalista, es otro más de los mecanismos de apropiación de los excedentes de la unidad campesina, la cual es eje central en regiones como la estudiada.

II PARTE

3. EL MERCADO

3.1 Mercados y mercaderes de la época pre-hispánica y colonial en México y Guatemala

La importancia de los mercados y mercaderes dentro de la vida económica y social de los diferentes grupos que poblaron mesoamérica antes de la llegada de los españoles, se pone de manifiesto al observar los datos que sobre los mismos nos ofrecen los cronistas de la época. Lamentablemente los datos con que se cuentan para Guatemala y sus mercados son menos extensos que para el caso mexicano. En tal sentido, encontramos una breve descripción de los mercados de la ciudad de Guatemala en la *Relación de viajes de Gage* (siglo XVII).

No obstante los mercados y las ceremonias de los mercaderes mexicanos están descritos con detalle en las crónicas que nos legaron Fray Bernardino de Sahagún, Bernal Díaz del Castillo y Fray Diego de Landa. Sin embargo, las características de los mercados mexicanos y la importancia de sus mercaderes, son aplicables a Guatemala, puesto que en la región que incluye México y Guatemala, los mercados y mercaderes poseían características comunes, pues ambos países pertenecen al área cultural mesoamericana.⁴⁶ Por lo que comparten muchos rasgos, tanto históricos como sociales y culturales. Por otra parte, la pronunciada influencia mexicana que a través de las invasiones Toltecas se desarrolló en Guatemala, entre los siglos IX al XII d.C.

Además de las fuentes anteriores, también se cuenta con los datos arrojados por las investigaciones etnográficas.

Robert Carmack nos presenta en este caso, información sobre los mercaderes de Guatemala, aunque reconoce que es muy escasa para poder realizar aseveraciones y conclusiones respecto a los mismos.

Los arqueólogos especialistas en el área, también se han interesado en lograr una reconstrucción, lo más objetiva posible, de la vida política, económica y social de los grupos

pre-hispánicos. Así encontramos además de los datos concretos propiamente dichos, reconstrucciones gráficas que ofrecen un indicio de lo que eran las plazas del mercado de la época pre-hispánica, con lo que la revista **National Geographic**, publica sobre la reconstrucción gráfica de la plaza central de Tikal. (Cfr. **Infra**).

3.2 Fuentes coloniales: mercados y mercaderes mexicanos

3.2.1 Fray Bernardino de Sahagún

Según el padre Sahagún, el oficio de mercader era considerado desde épocas del período pre-hispánico y colonial como oficio de gran importancia. Su realización giraba en torno a una serie de ceremonias y creencias con el objeto de lograr éxito en la difícil tarea.

Este cronista señala que para los mercaderes de la época pre-hispánica, los acontecimientos astrológicos eran de vital importancia. De ahí que el **noveno signo (cecoatli)** fuera de buena fortuna, los mercaderes debían esperar a que este signo reinara para partir a los lejanos lugares a donde iban a vender sus mercaderías. Al partir por primera vez un mercader, los ancianos daban consejos y narraban sus experiencias sufridas en lejanas tierras, advirtiéndolo al que se iniciaba de los peligros, duros caminos y riesgos a correr. En torno a esto se realizaban una serie de ceremonias, de las cuales habla Sahagún: "Habiendo partido el mercader que se había despedido de sus parientes y casa, el padre, la madre o mujer, o los hijos todo aquel tiempo no levantaban la cabeza, ni la cara, sino de ochenta a ochenta días; en esto daban a entender que hacían penitencia por su hijo, por su marido, o por su padre que estaba ausente; bien se lavaban el cuerpo en este tiempo, pero no la cabeza, hasta la venida de aquel que esperaban".⁴⁷

Antes de salir a "mercadear" señala Sahagún, una vez que el signo era favorable, los mercaderes se trasquilaban la cabeza y lavaban con jabón para no tener que lavarla sino hasta el momento de su regreso. Indica además, que la noche anterior a su partida, los mercaderes recortaban

papeles en forma de bandera y luego las ataban a un asta teñida de color bermellón para ofrecerlos luego al fuego, al dios de los mercaderes (**Tlatelutli**), así como ofrendas a los dioses del camino. Así Sahagún sigue explicando la variada gama de ceremonias ofrecidas antes de la salida de los mercaderes. Al regreso de su largo viaje, los mercaderes esperaban el momento propicio para entrar al pueblo y casa, haciéndolo de noche y presentándose de inmediato a su principal.

En los mercados de la época se vendían plumas de papagayo coloradas y azules, piedras preciosas turquesas y verdes, mantas y maxtles de algodón. Con el correr del tiempo se vendió también, piedras labradas, grandes quetzales, objetos de piel labrados, así como plumas de diversos colores.

Con el crecimiento de la población, los mercados se ampliaron con rapidez, Sahagún apunta: "se comenzaron a vender las mantas ricas y labradas, de diversas labores, y los maxtles ricos y labrados hasta las extremidades, como dos o tres palmos en largo y ancho y también las naguas ricas y los güpiles ricos y también las mantas de ocho brazas de largo tejidos de hilo torcido, como terliz y también se comenzó a tratar el cacao en este tiempo y todas las otras mercaderías que arriba se dijeron se comenzaron a tratar en más abundancia que antes".⁴⁸

Añade que los mercaderes eran tenidos como grandes señores y por tanto honrados como tales. Los mercaderes fueron extendiéndose por varias provincias y atrajeron la simpatía de quienes las habitaban. A ciertas provincias sólo podían entrar los mercaderes que se encontraban aliados y confederados a **Ahuitzotzi**, señor de México, quien antecedió a Moctezuma. Existían entre los tipos de mercaderes los denominados Navaloztomeca, quienes según explica Sahagún al ir "a mercadear" a provincias que no pertenecían al imperio mexicano, adoptaban la lengua y el traje del lugar donde llegaban con el fin de no ser reconocidos. Al morir **Ahuitzotzi** es electo Moctezuma, quien de acuerdo a este cronista, siguió respetando las costumbres de los mercaderes: "Como fué electo —explica el cronista— guardaba las costumbres de los mercaderes y

honrábanlos y particularmente honraba a los principales mercaderes y a los que trataban en esclavos y los ponía cabe sí como a los generosos y capitanes de su corte como lo habían hecho sus antepasados.”⁴⁹

El prestigio entre los mercaderes dependía de cuán ricos y poseedores de bienes eran, organizando como signo de riqueza suntuosos banquetes en los que de acuerdo a Sahagún, se ofrecía carne esclava.⁵⁰

A juicio del cronista citado, entre los mercaderes se encontraban buenos y malos tratantes. Los primeros eran justos en las ventas de sus productos, mientras que los segundos se valían de engaños para realizar sus ventas. Ello sucedía con los mercaderes de todo tipo de productos.

Es necesario destacar que ya desde esta época, los cronistas hacían la distinción entre aquellos que vendían directamente los productos que cultivaban o fabricaban, de aquellos que compraban grandes cantidades de productos y luego revendían en otros mercados. Los primeros eran labradores, pescadores o leñadores. Los segundos eran los comerciantes o mercaderes cuya actividad era reconocida como un oficio. Si bien es cierto que en los mercados locales se encontraban muchos de los primeros, los mercados lejanos eran abastecidos por los mercaderes quienes recorrían grandes distancias para vender artículos que en otras regiones eran extraños.

Sahagún describe algunas mercaderías vendidas en los mercados de la época. De estas muchas eran compradas en gran cantidad y luego distribuidas a otros mercados, tal es el caso entre otras, de las mantas, cacao, jícaras, variedad de frutas, las que eran compradas en los propios lugares donde eran producidas. Se vendían además en los mercados, artículos cuyos vendedores eran generalmente labradores, por ejemplo: frijol, ají, semillas, maíz, tomates, pepitas y harina.

En la gran plaza se encontraban además puestos de comidas; tortillas, con guisados de chile y tomate, diversos tipos de tamales: de gallina, rana o pescado, carne asada bajo tierra. Se encontraban también tintoreros que se dedicaban a teñir de diferentes colores distintos tipos de lanas. Además se hallaban ventas de cal. Ocupaban también

un lugar destacado los pescadores y carniceros, quienes vendían las carnes que ellos mismos pescaban, en el primer caso, y en el segundo criaban. Los leñadores también asistían al mercado a vender madera que cortaban en los bosques. Artesanos también ocupaban un lugar vendiendo: ollas, tinajas, cántaros, cantarillos, braceros, vajillas bruñidas, vasos y candeleros. Además alfareros vendiendo comales de barro, cesteros elaborando su producto y expendedores de petacas. Los vendedores de sal, indica Sahagún, podían ser compradores o bien extractores que luego la vendían en el mercado. Se vendían navajas de pedernal. Medicinas expandidas por conocedores de hierbas, piedras y raíces. Vendedores de esteras, escobas, risina, candelas, artículos de cuero y de hierbas comestibles.

3.2.2 Bernal Díaz del Castillo

El cronista soldado ofrece rasgos y descripciones de los mercados de la época, especialmente de aquellos de la región mexicana de Tlatelulco. En su recorrido por la plaza mayor de aquel mercado, indica que él y sus compañeros de armas, quedaron admirados de la gran cantidad de personas que allí se reunían, así como de la gran variedad de mercaderías que en él se vendían. En la plaza señala, todo estaba "bien regimentado", ya que cada mercader y género de mercadería tenía su lugar designado. Todo estaba colocado en un lugar determinado de la plaza, el mercado estaba bien dividido en sectores, de acuerdo a los productos que en él se vendían. Por ejemplo: en un lado se encontraban todo tipo de animales domésticos, por el otro, mantas y ropa. Así cada tipo de mercadería ocupaba un lugar particular. Bernal Díaz concluye: "Y de esta manera estaban cuantos géneros de mercaderías hay en la Nueva España, puesto por su concierto de la manera que hay en mi tierra ques Medina del campo, donde se hacen las ferias, que en cada calle están sus mercaderías por sí; así estaban en esta gran plaza y los que vendían mantas de henequen y sogas y cotaras, que son los zapatos que calzan y hacen del mismo árbol y raíces muy dulces cocidas, y otras

robusterías que sacaban del mismo árbol".⁵¹

Bernal Díaz describe también, la enorme variedad de mercaderías vendidas en la plaza, a saber:

Piedras preciosas: oro, plata, turquesas; plumas, mantas y objetos labrados, ropa de algodón o hilo; vendedores de esclavos que eran muy abundantes;

animales domésticos: gallinas, gallos, conejos; ventas de todo tipo de loza;

granos variados, entre ellos frijol y maíz; todo tipo de frutas y verduras;

además miel, dulces, pan, pescado, tabaco, así como ungüentos, hachas de latón, cobre y estaño, jícaras y jarros, navajas de pedernal, entre otros.

Con respecto a la plaza prosigue el cronista: "ya quería haber acabado de decir todas las cosas que allí se vendían, porque eran tantas de tan diversas calidades que para que acabáramos de ver e inquirir, que como la gran plaza estaba llena de gente y toda cercada de portales, en dos días no se viera todo".⁵²

3.2.3 Fray Diego de Landa

En lo que se refiere a los mercados, el padre Landa indica que en Yucatán el oficio de mercader era muy común dentro de la población. Gran parte de la misma se dedicaba a este oficio. Señala además que los vendedores de Yucatán llevaban sal, ropa y esclavos a Tabasco, los que eran trocados por cacao y cuentas de piedra, las cuales eran utilizadas como "moneda". Entre las cuentas de piedra habrían algunas más finas que otras y eran utilizadas también como joyas. Otras solamente cumplían su papel para el trueque de mercaderías.

Cabe señalarse que si bien durante este y períodos más antiguos, en la historia del nuevo mundo americano, se contó con una medida de valor que permitía la circulación de bienes. Pero debe quedar claro que no constituía una moneda en el sentido actual del término, ya que éstas podían variar de acuerdo a muchos factores: región, estación, escasez, así como de un grupo social a otro. Como ya se indicó, los señores utilizaban piedras preciosas

como medida de trueque, mientras que el grueso de la población utilizaba cuentas de menos valor. En esta época, esta medida de valor jugaba más bien un papel de "circulación de bienes", de ahí que no pueda compararse el papel de esta con el que actualmente juega la moneda como medida de cambio, como patrón de valor regido por el patrón dinero. La "moneda" pre-hispánica era más bien un medio de circulación de bienes, en tanto que hoy es una mercancía más, a través de la cual se intercambian otras mercancías.

Señala Landa sobre la "moneda" de la época: "y tenían por moneda y joyas otras hechas de ciertas conchas coloradas y las traían en sus bolsas de red que tenían, y en los mercados trataban todas cuantas habían en estas tierras, fiaban y prestaban y pagaban cortesmente y sin usura, y sobre todo eran labradores los que se ponen a coger al maíz y las demás semillas las cuales guardaban en muy lindos silos y tojes para vender a su tiempo".⁵³

3.2.4 Fuentes Etnohistóricas

Para el caso concreto de los mercados de Guatemala, el etnohistoriador Robert Carmack, señala que estos jugaron un papel muy destacado dentro de los grupos del altiplano guatemalteco y concretamente entre los quichés. Entre estos últimos se considera como una de las actividades económicas y sociales de mayor importancia, la concurrencia al mercado. Por lo que habían días especiales para la realización del mismo.

Carmack ubica a los mercaderes de la época pre-hispánica en Guatemala, entre los señores y vasallos, ya que por una parte tenían cierto tipo de relaciones con los señores que los vasallos no tenían, pero por la otra eran tributarios. Respecto a esto, Carmack advierte que debido a que las evidencias con que se cuenta son tan escasas, no se ha podido reconstruir con total certeza aspectos concretos sobre la vida y posición social de los mercaderes y su lugar de residencia. Aunque su situación social parece indicar de acuerdo con los datos con que se cuenta, que podían haber vivido en el mismo Uatatlán o cerca del mercado principal.⁵⁴

Los vasallos se dedicaban también a la venta en mercado locales, pero no ocupaban en este oficio la totalidad de su tiempo. Eran vendedores locales y se dedicaban a la venta en pequeña escala, mientras que el mercader recorría grandes distancias y se dedicaba a la venta en gran escala. En los mercados locales, señala, eran las mujeres plebeyas las que se dedicaban a las ventas y compras en el mercado, los mercaderes en cambio, se dedicaban a las grandes ventas a largas distancias.

Con respecto a los mercaderes son muy pocos los datos con los que se cuenta hasta el momento. Sin embargo, con el avance de los estudios y excavaciones arqueológicas, sin duda, la información histórica será cada vez más rica y confiable. Hasta el momento es difícil la ubicación de los mercaderes dentro del esquema de los grupos pre-hispánicos. No obstante, se tiene certeza de que constituían un grupo importante. En este mismo caso están los mercados, los cuales desde aquella época eran grandes y variados, y constituían una actividad económica destacada dentro de los grupos que habitaron el occidente de Guatemala en el período precolonial.⁵⁵ (Vid., esquema adjunto).

3.2.5 Fuentes coloniales: mercados de Guatemala

3.2.5.1 Los viajeros: Tomás Gage

Gage en **Su Relación de viajes** nos ofrece una breve descripción de un mercado de la ciudad de Santiago de Guatemala. Señala que en la ciudad en la calle de Santo Domingo, cercana al barrio donde vivían los indios, se llevaba a cabo un pequeño mercado todos los días, en el que se veía a los indios vendiendo frutas, hierbas, cacao, entre otras mercaderías. Gage apunta "...hacia las cuatro de la tarde (el mercado) está lleno de gente durante una hora, donde las indias vienen a vender cosas dedicadas a los criollos; como atole, pinole, palmitos cocidos, manteca de cacao, hechos de maíz con carne de gallina o de puerco fresco

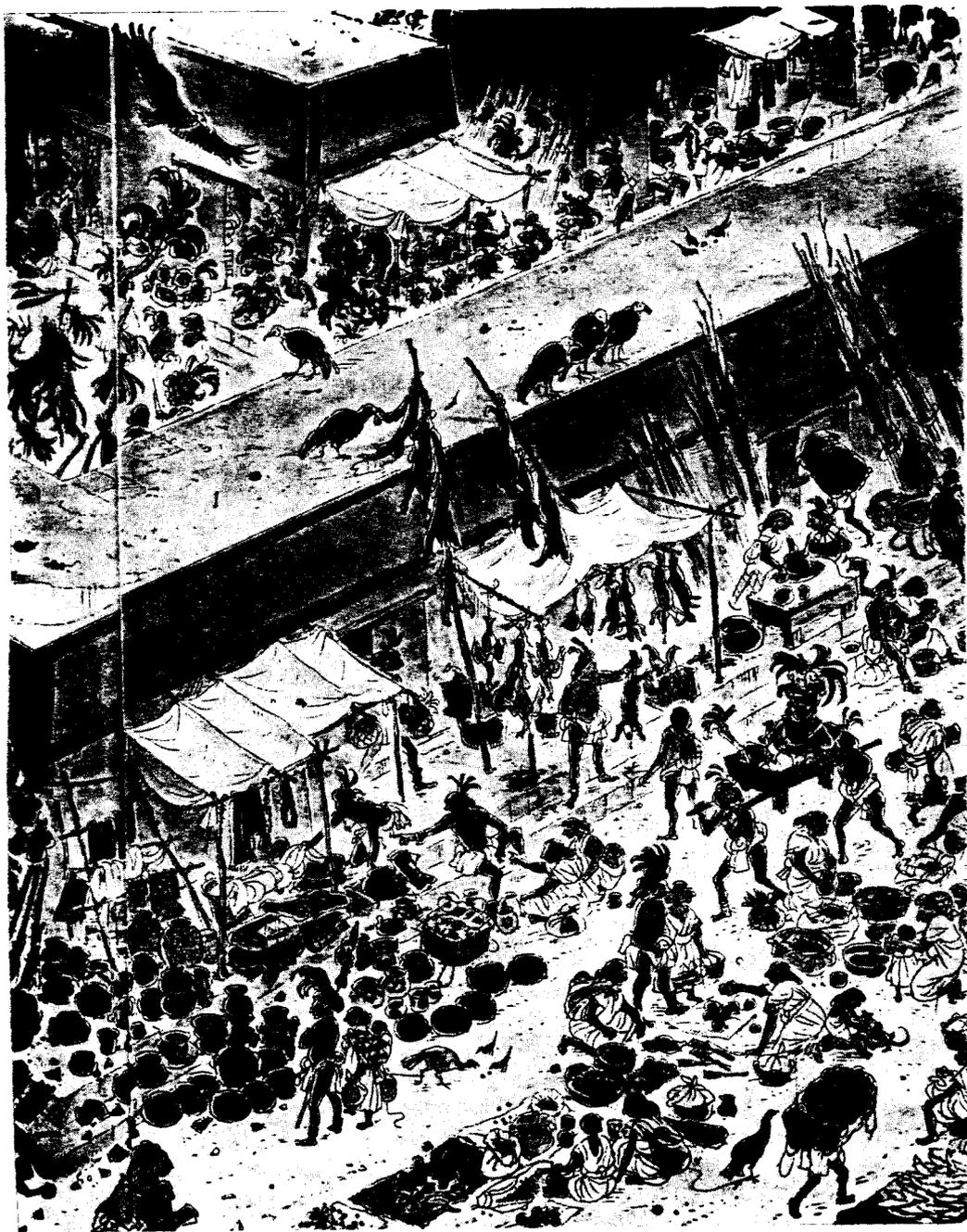
sazonado con chile pimiento largo, que ellos llaman anacatumales".⁵⁶

Es necesario hacer la observación de como los mercados, mercaderías y mercaderes, se van adaptando cada vez más a las necesidades de los grupos económicamente dominantes, en su afán de subsistir. En el caso de este mercado colonial de la ciudad de Santiago de Guatemala, como lo señala Gage, las indias llegaban a vender mercaderías "dedicadas a los criollos". Hoy en los mercados también se dedican productos, pero ahora "dedicados al turismo, especialmente norteamericano, con el fin de subsistir. Más adelante desarrollaremos con amplitud este tema.

3.3 Breves notas sobre mercados y comercios entre los siglos XVI y XX

Ya se ha señalado en el inciso correspondiente a los mercados y mercaderes de la época pre-hispánica y colonial, los datos y descripciones que sobre dichas épocas nos legaron los cronistas y viajeros.

Es necesario ahora, hacer referencia, aunque de forma somera, a aspectos generales de la administración colonial y su relación con el mercado en Guatemala. Es bien sabido que con la llegada de los españoles a nuestro país en 1524 y con la instauración de un nuevo régimen económico que importaba rasgos sociales de la Europa renacentista, específicamente de España, se produce una fusión, mezcla y transformación de los rasgos propios de la estructura económica pre-hispánica con la colonial. Muchas de las formas de gobierno precoloniales fueron utilizadas por los españoles para lograr la total colonización. Por otra parte, el altiplano occidental de Guatemala constituyó un eje de atracción no sólo por la fertilidad de sus tierras sino por la densidad de su población. Como se señaló en el inciso anterior, las instituciones coloniales cobran especial auge en esta rica zona. El gobierno colonial ejercía su poder y control a través de centros administrativos regionales, que se encargaban de regimentar las áreas que se encontraban bajo su jurisdicción. Estos centros estaban constituidos por españoles y mestizos locales. Carol Smith, señala al respecto, que los centros de



administración del occidente de Guatemala tenían su sede en Quetzaltenango y Totonicapán. Estos estaban divididos en sub-centros más pequeños. De ahí que se desarrollaran lugares centrales con su propio aparato de gobierno. La administración durante el período colonial se encontraba centralizada. Muchas acciones de tipo social llevó a cabo el gobierno peninsular con el objeto de lograr la centralización deseada: traslado de indios, fundación y reducción de pueblos, entre otros.

Carol Smith señala que el tipo de organización regional y central que caracteriza la administración colonial determinó el tipo de organización de los centros de comercio aduciendo que para la época actual muchos de los centros urbanos son de herencia colonial.

Se desarrolla entonces un sistema de mercado que a juicio de Smith venía a cumplir las funciones de extracción y dependencia que anteriormente cumplían otras instituciones —trabajo forzado, encomiendas, repartimientos, mitas, etc.—, que a la postre se tornaron caducas y las cuales se necesitaba sustituir (ca. 1750). Se produce el monopolio del comercio: las capas mestizas controlaban, tanto el comercio como la producción de artesanías y se da una regulación del mercado. Se fomentó además el intercambio de bienes. De acuerdo con Smith, fue a través de los sistemas de cargos cívico-religiosos como se dio este intercambio con los pueblos, el cual indica era limitado. Las comunidades van especializándose en cuanto al comercio se refiere, se integran los circuitos de feria.

Con respecto a los centros de mercadeo rural subraya la autora, que en la época colonial —siglo XVI—, las plazas del occidente guatemalteco podían clasificarse como:

1. Plazas de pueblos abastecidas por campesinos de la región, y
2. Plazas rurales de mayoreo, dedicadas al comercio de las ferias anuales.⁵⁷

Estos tipos de mercado estaban controlados por determinados grupos. En el primero de los casos por ladinos y en el segundo por el sector campesino indígena. Indica Smith que en esta época los centros de mercadeo urbano se ven un tanto descuidados, a pesar de ello se daba una relación con los

mercados rurales desarrollándose entonces dos tipos de mercados, dos tipos de comerciantes y sistemas de distribución.

En lo que se refiere al período post-colonial, señala la autora, que estos sistemas de comercio evolucionan en forma separada. Ello respondía a razones de orden político y administrativo. El hecho de que la población campesina se encontrara en las áreas rurales, fue factor decisivo para el desarrollo de un intercambio rural. Señala Smith que en su inicio este intercambio no contaba con un centro específico de distribución, sino que más bien se establecían puntos de oferta y demanda, dándose por tanto, un intercambio horizontal. Estos puntos indica, eran móviles, y se desplazaban de acuerdo a los circuitos de ferias.

Los intercambios verticales se encontraban aún menos desarrollados.⁵⁸

Ya en las postrimerías del siglo XX el trabajo campesino, la economía de subsistencia se tornaba cada vez más difícil, pues la tierra se hacía cada vez más escasa. El campesino se ve obligado a adquirir dinero para subsistir volviéndose dependiente al mercado, vendiendo en él parte de su producción.

Señala Smith que el desarrollo del mercado rural lleva a introducir al campesino indígena a la comercialización de sus productos, transformándose a los comerciantes de ferias en comerciantes de plaza. No obstante esta transformación, no se realiza un traslado a los centros urbanos, sino por el contrario, hay una permanencia en las áreas rurales. Tal es el ejemplo citado por Smith de los comerciantes de Momostenango que si bien, de acuerdo a datos trabajadores por Robert Carmack, producían ponchos de lana desde 1740, no lo hacían en relación a la distribución regional, ya que estos con el desarrollo del mercado rural se especializan y empiezan a recorrer grandes distancias por diferentes plazas en la distribución de tales productos. Por otra parte, se inicia también un desarrollo de la plaza de Momostenango, que cobra gran importancia dentro de la actividad de mercadeo del occidente del país.

Smith apunta que la distribución de los productos en el occidente del país se realizaba a través de los campesinos indígenas de la región, desarrollándose el mercado rural y a largas distancias. Pues los artículos eran llevados de un lado a

otro de la región. Los comerciantes se dirigían a los puntos de mayor demanda. No obstante, señala éste, el desarrollo del mercado no debe verse como algo independiente sino más dependiente a una realidad total, en este caso la realidad colonial, posteriormente la republicana.

En el caso de la realidad colonial, señala Smith que en lo que al mercado se refiere, pueden reconocerse tres tipos:

1. Mercados rurales de abastecimiento local, controlados por campesinos indígenas en los municipios de población predominantemente indígena.
2. Plazas de mercados ubicados en los centros urbanos de los pueblos controlados por intermediarios y por el comercio de importación y exportación.
3. Los grandes mercados rurales de mayoreo.⁵⁹

Estos tres tipos de mercado se abastecían de una u otra forma con los productos campesinos y de comerciantes de largas distancias, por ello dependían en este sentido de la población rural productora. Estos productos eran distribuidos a las plazas de los centros aledaños.

Otro fenómeno que se constituyó vital para el desarrollo y transformación de las relaciones comerciales, fue el transporte. Al ampliarse la red de carreteras se abre acceso hacia lugares que hasta esos momentos eran inaccesibles. Esto conlleva la construcción de almacenes, depósitos, y sobre todo, la especialización del transporte y comunicaciones. A partir de la revolución de 1944 se observa un incremento del comercio. Se siguen diferenciando, no obstante, los centros de distribución urbanos y rurales, cada uno presentando un mercado particular. Las rutas tradicionales de comercio se ven afectadas al ser trazadas carreteras que luego regirían las rutas de comercio.

En síntesis, en el occidente guatemalteco pueden observarse estos dos grandes canales de distribución: uno urbano y otro rural. El campesino se torna dependiente del mercado, debido a las precarias condiciones de vida y las nuevas necesidades que el sistema capitalista existente genera.

4. Los canales de distribución en el occidente de Guatemala

En el área del occidente de Guatemala, según los estudios realizados por Carol Smith en 1970, se encontraban dos grandes canales de distribución, a saber: por un lado el canal de distribución de bienes de consumo indígena campesino, que tiene su centro en San Francisco El Alto, en el municipio del mismo nombre en el Departamento de Totonicapán. Por el otro, el canal dedicado a la distribución de bienes de consumo ladino urbano, cuyo centro se encuentra en la cabecera departamental de Quetzaltenango, Quetzaltenango. Entre ambas redes se establece una interrelación al darse la entrada de productos de uno en otro y viceversa.⁶⁰

La economía regional del occidente de Guatemala se desarrolla dentro de condiciones paupérrimas de vida de la población que la integra. Los pequeños minifundios reflejan la realidad de una economía campesina resquebrajada por el embate del capitalismo que empobrece cada vez más al campesino y por ende, la economía de subsistencia de su unidad productora. Dentro de esta se da una explotación, tanto a nivel humano como de recursos. La economía campesina se ve inevitablemente ligada al mercado, la cual está sujeta a sufrir las relaciones desiguales de producción, a los mecanismos de apropiación de su producción. Por ello es que Stavengagen señala que en los mercados se da la explotación del campesino pobre, tanto a nivel de consumidor como de vendedor.

El estudio de Smith gira en torno a determinar el grado de articulación de los campesinos indígenas del occidente de Guatemala con la economía nacional. Trata de establecer en qué medida los centros de mercadeo campesino se relaciona con los centros de los poblados principales de la región occidental.

El occidente de Guatemala guarda dentro de sí una extensa red de relaciones comerciales, en la que se encuentran 250 centros de mercadeo dispersos por los departamentos que lo integran (Vid. **Infra Mapa**), 38 de estos son centros de mercadeo de carácter principal a los que se encuentran ligados los demás, unos corresponden al canal urbano y otros al rural. Del total de centros de mercadeo, indica Smith, encontramos 19 que constituyen punto esencial dentro del esquema de mercado regional. Estos están controlados por ladinos, teniendo su eje central en



59
PROYECTO de Leyes
Diciembre 1959

Quetzaltenango, al cual están ligados.

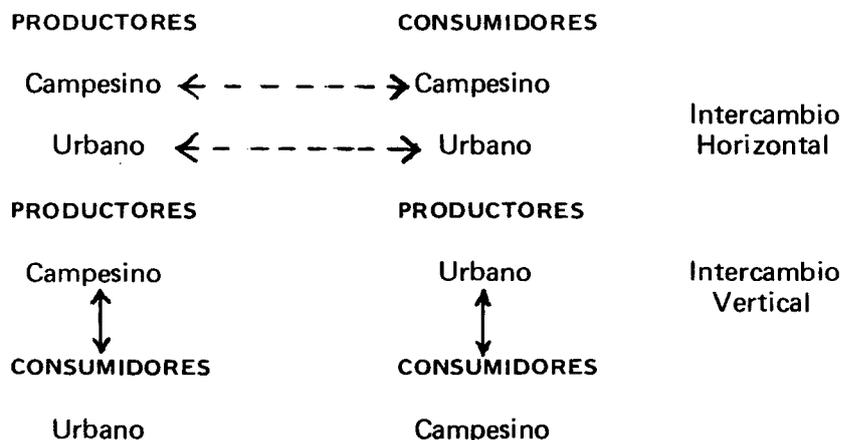
Los centros de mercadeo más importantes, de acuerdo a Smith son siete: Quetzaltenango, cabecera, Santa Cruz Quiché, Huehuetenango, cabecera, San Pedro Sacatepéquez, San Marcos, Coatepeque, Mazatenango y Sololá.⁶¹ Estos centros cuentan con un aparato administrativo y comercial bien establecido y especializado. Los centros periféricos realizan sus transacciones hacia Quetzaltenango, ya que carecen de un aparato administrativo adecuado para el desarrollo de sus actividades. Estos centros periféricos son: Tiquisate, Retalhuleu, Pajapita, Malacatán, Tacaná, Chimaltenango, Joyabaj, Uspantán, Nebaj, Soloma y Jacaltenango. Estos son dependientes a los centros principales, no obstante de constituir en sí lugares centrales de intercambio y distribución.

Smith señala que las características esenciales de los centros de mercado ladino estriban en que encontramos dentro de estos gran cantidad de comercios que proveen al resto de centros de bienes que son producidos fuera de la región controlando su distribución. Estos bienes son consumidos, tanto por la población urbana como por la rural. Su papel esencial radica, por un lado en introducir los bienes de producción industrial dentro del sector rural, y por el otro, el de extraer bienes de producción campesina hacia los centros urbanos. Estos centros además de controlar la distribución de estos bienes a su vez consumen y distribuyen los bienes producidos por los campesinos de la región.

Los centros de mercadeo rural o campesino, por su parte, son vitales también dentro de la economía del occidente de Guatemala. Su orientación está dirigida principalmente hacia la satisfacción de las necesidades de la población rural y constituye un canal a través del cual los bienes producidos por los campesinos son distribuidos. Los productos de la región se venden al por mayor, tal es el caso de San Francisco El Alto, que a su vez es centro de compra de bienes al por menor. Dentro de este encontramos también, centros principales y periféricos ligados entre sí por circuitos de comercio bien establecidos. En relación con los centros principales de este canal, Smith señala que los centros de distribución de bienes campesinos están ligados a los centros urbanos siguiendo un esquema jerárquico de relación, el cual se manifiesta así: el centro principal del circuito urbano es Quetzaltenango, seguido por los otros centros principales. Luego se encuentran los centros rurales, los cuales dependen y están

ligados a los anteriores. Así los bienes siguen una línea descendente. Dichos bienes producidos por las unidades campesinas del occidente del país van a satisfacer las necesidades de los centros urbanos, a través de los mercados centrales ubicados en los cascos de los pueblos.

Los productos especializados van desde los pueblos hacia las áreas rurales y los productos de la economía campesina hacia los centros de los poblados. Señala Carol Smith que cada tipo de producto tiene su propio canal de distribución. Los bienes producidos por los campesinos cuyo intercambio se realiza productor-consumidor campesino, se lleva a cabo a través de estos centros rurales, al igual que el caso de los comerciantes y consumidores urbanos. Por lo que se produce un intercambio horizontal. También se desarrolla un intercambio vertical entre productores campesinos y consumidores urbanos y viceversa. Las relaciones de intercambio entonces podrían esquematizarse de manera muy general de la siguiente forma:



Si bien la desigualdad del carácter de los intercambios responde a factores de tipo estructural, como bien señala Carol Smith, las contradicciones de orden étnico constituyen factor importante para que estos intercambios no sean favorables para el sector campesino indígena. Debe recordarse que en países como el nuestro, debido a su conformación multiétnica la contradicción *secundaria indio-ladino, cobra especial importancia, si bien no*

definiendo las relaciones sociales, en el nivel tanto económico, como social y cultural se manifiestan.

En relación con el intercambio de bienes entre centros ladinos urbanos y centros campesinos indígenas, la autora señala que el intercambio vertical de bienes alimenticios es básico. Estos bienes son producidos lógicamente por el sector campesino y consumidos por el sector urbano, este intercambio, ya sea directo productor-consumidor o intermediario-consumidor en el caso del intercambio indirecto. Hay que recordar que dentro del sector rural se encuentran, tanto campesinos que producen los bienes y los llevan directamente a los mercados, como aquellos que por múltiples razones no concurren al mismo y venden sus productos a otros que los revenden en los mercados. Los segundos se encuentran en el nivel más alto de explotación, ya que el precio pagado por su trabajo y producto está muy por debajo de su valor real. Igual situación se da en el mercado pero este intermediario ha tenido ya una ganancia. Los bienes alimenticios son conducidos hacia los centros urbanos de la región, todos tienen su centro principal de distribución y abastecen a un centro intermedio determinado. Los centros urbanos son entonces abastecidos por los rurales.

Los bienes de producción no regional o industrial, son distribuidos por los centros urbanos, a través de la ciudad capital o por Quetzaltenango. Se da un intercambio tanto horizontal como vertical. Estos centros principales están relacionados con otros secundarios que se abastecen de los mismos. La distribución de los bienes de este sector está monopolizada por intermediarios, quienes cuentan con los medios de transporte para ello. Se encuentran también organizados y se mueven en áreas bien definidas cada uno, abasteciendo una área determinada. En consecuencia, se produce la elevación de los precios de estos productos en el área rural. Por otra parte, al problema de los altos costos hay que sumarle el de la distribución limitada. Además de los intermediarios debe hacerse mención de aquellos comerciantes que en las áreas rurales a su vez monopolizan la distribución local. Estos comerciantes locales tienen un poder adquisitivo más alto que el del resto de la población de la región. Ellos se aprovechan de esta situación para obtener ganancias a costa de la necesidad de los campesinos pobres, el poder adquisitivo de estos va en detrimento a medida que el dinero se hace más escaso, en tanto las

necesidades van en aumento. Por tanto, se desarrolla una explotación del campesino pobre a todo nivel, **como productor**, al no poseer los medios necesarios para producir lo que necesita para su familia; **como vendedor** de su producto sobrante, al no percibir en pago el valor real de su producción y **como comprador** al adquirir en forma limitada y elevada los bienes que necesita para subsistir. La producción agrícola en Guatemala, constituye un pilar de nuestra economía, tanto a nivel regional como nacional e internacional.

En cuanto al occidente del país se refiere, la producción agrícola se desenvuelve dentro de la contradicción de una mayoría minifundista limitada y dependiente y una minoría latifundista que la rodea. Las grandes fincas productoras, utilizan de forma temporal el trabajo campesino, el cual debido a sus precarias condiciones de vida, se ve obligado a vender su fuerza de trabajo a cambio de un salario, para luego poder hacer frente en los meses restantes a los requerimientos de su propia producción. Como señala Carol Smith, los productos de estas grandes fincas prácticamente están dedicados a la exportación. Los de la unidad campesina, en cambio, dedicados al mercado, tanto regional como local. Los bienes producidos por los campesinos se canalizan en los centros rurales. En el caso del occidente se articulan al centro principal, San Francisco El Alto, además de abastecer otros centros urbanos. El mercado de Chichicastenango, si bien se encuentra ubicado en el casco urbano, constituye un centro secundario de intercambio de bienes campesinos, la población que lo integra y a la cual abastece pertenece en su mayoría al sector rural de la región del municipio y de otras regiones del occidente.

En el occidente del país se desarrolla un complejo sistema de distribución y redistribución de bienes a través de un circuito perfectamente establecido, operándose en lo referente a la producción campesina, una situación de desigualdad, al ser esta controlada por las áreas centrales, de las cuales dependen. Esta desigualdad prevalece determinada por las condiciones sociales ya conocidas, a pesar de depender los sectores urbanos de la producción rural.

5. El mercado de Chichicastenango 1931-1936

Los datos relacionados con el mercado de Chichicastenango

durante 1931, fueron extraídos como ya se apuntó, de los estudios realizados por Ruth Bunzel en este municipio durante este año. La autora señala que las principales actividades de la población de Chichicastenango en el período de su estudio, eran la agricultura y el comercio. Además de dichas actividades se encontraba otra familiar, la producción artesanal.

Chichicastenango constituía para aquella década —y aún lo constituye hoy en día— uno de los centros de comercio más importantes de la región del altiplano guatemalteco.

En 1931 de acuerdo con esta información, se observa que el mercado era una actividad esencialmente indígena. Con respecto al mercado, Bunzel apunta: "En Chichicastenango cualquier domingo en la mañana, bajo los toldos de manta que surgen en los espacios vacíos de la plaza se pueden encontrar productos de cualquier departamento de Guatemala. Entre los que están acucillados detrás de su mercancía en la soleada plaza, uno puede distinguir a Sololatecos con sus cebollas y remolachas, hombres de Totonicapán con sus increíbles cargas de alfarería y las increíbles mujeres de Santa Cruz del Quiché, trabajando afanosamente sus sombreros".⁶²

Con respecto a los vendedores, apunta que eran habitantes de lugares cercanos a Chichicastenango, pero que distribuían mercaderías de todos los puntos del país: frutas tropicales, azúcar, café, algodón, jícaras, entre otros productos. Los Chichicastecos se convertían así, en intermediarios que distribuían y trasladaban las mercaderías a través de complejos circuitos y rutas de comercio. Indica Bunzel que en esta actividad comercial, de una u otra forma, se encuentra involucrada la mayor parte de la población. Puede observarse para esta época, que la diversidad de productos vendidos, así como sus lugares de procedencia eran muy variados: naranjas de Rabinal, cerámica de Totonicapán, sal de la costa del Puerto de San José, entre otros.

A continuación se ofrecen los datos que Ruth Bunzel en su obra **Chichicastenango**, describe en relación con los diferentes artículos y procedencia de los mismos:

1. PRODUCTOS DE PROCEDENCIA LOCAL:

ANIMALES:

Ovejas y cabras

cerdos pequeños
pollos y pavos
mulas y caballos

COMESTIBLES:

Huevos
Carne fresca: res, marrano, gallina
Chorizos
Maíz
Frijol
Pepitas de chilacayote
Naranjas, aguacates, anonas, camotes, tomates
Cebollas, hojas para tamal
Raíces

INDUMENTARIA:

Fajas para telares
Guipiles, fajas, zutes, camisas
Lana
Tela negra
Chamarras

OTROS:

Jabón
Mecapales, bridas, chicotes, caites, cinchos
Marimbas
Forrajes para bestias
Flores

2. ARTICULOS PROVENIENTES DE LA COSTA:

Camarón
Pescado seco
Azúcar y panela
Arroz, sal y café
Cacao y sapuyul
Manís, guineos, plátanos y papayas
Achiote

3. ARTICULOS PROVENIENTES DE SOLOLA:

Espinacas, cebollas, remolachas, repollo, rábano, ajo.
Los Sololatecos se especializaban —y aún en el mercado de hoy— a la venta de los diferentes tipos de verduras de la región.

4. ARTICULOS PROVENIENTES DE LA CIUDAD DE GUATEMALA:

Pimienta negra
Clavo y chile
Gorras, pañuelos, toallas, hilo de algodón, seda para bordar
Listón, seda para coser, ganchos, agujas

5. ARTICULOS PROVENIENTES DE TOTONICAPAN:

Mesas, sillas y alacenas
Loza, ollas, cántaros, picheles, escudillas, platos, comales
Loza vidriada
Tambores

6. ARTICULOS PROVENIENTES DE COBAN:

Petates
Lazos y redes

7. ARTICULOS PROVENIENTES DE SAN PEDRO JOCOPILAS (QUICHE):

Ollas y tinajas

8. ARTICULOS PROVENIENTES DE RABINAL:

Jícaras
Cestas
Copal
Chinchines

9. ARTICULO PROVENIENTE DE SANTA MARIA
CHIQUIMULA (TOTONICAPAN):

Cal

10. ARTICULOS PROVENIENTES DE MOMOSTENANGO:

Frazadas
Tela azul⁶³.

Por su parte Félix Webster Mc. Bryde, realizó su investigación en 1936. Nos presenta un estudio monográfico que ofrece en detalle aspectos culturales y sociales de diversas regiones del sur-oeste de Guatemala.

Esencialmente el autor dedicó su estudio a las regiones del Lago de Atitlán, el Valle de Quetzaltenango y Totonicapán, así como la costa sur del país. Dentro de estas regiones: Sololá, Quetzaltenango, Totonicapán, Chimaltenango, Sacatepéquez, Suchitepéquez, Retalhuleu y Mazatenango. En relación con ellas, presenta datos sobre su composición social, número de habitantes, diferenciación étnica, tomando en cuenta las características, tanto pre-hispánicas como coloniales.

Para el caso de Chichicastenango Mc. Bryde señala:

“En Chichicastenango la iglesia está en el rincón sur oeste, viendo al oeste hacia la iglesia más pequeña del calvario que se encuentra directamente opuesta con las oficinas de la Municipalidad hacia el este, poco al norte de de la iglesia principal.”⁶⁴

Entre otros aspectos Mc. Bryde se refiere a los distintos niveles de vida de los grupos que habitaban dichas poblaciones: los ladinos, extranjeros e indígenas. Señalaba que los dos primeros eran los que dominaban política y económicamente en las poblaciones estudiadas, siendo el grupo indígena el más pobre y desposeído aunque el más numeroso. Mc. Bryde abordó otros aspectos, tales como similitudes entre las poblaciones estudiadas, migraciones entre unos y otros poblados, etc.

Para el presente estudio son los datos que se refieren al mercado los que nos interesan como fuente principal. Mc. Bryde

presenta gráficas y mapas detallados sobre los mercados y las rutas de comercio. Su información resulta muy valiosa, ya que constituye fuente primordial para aquellos que deseen abordar aspectos sobre los mercados del occidente del país. Al igual que los trabajos de Ruth Bunzel y Carol Smith, el estudio de Mc. Bryde es fuente de consulta básica para ello.

De acuerdo a Mc. Bryde en 1936, concurrían al mercado de Chichicastenango 950 vendedores, 900 al de frutas y verduras y 50 al de animales. La mayor parte de estos vendedores eran originarios del municipio de Chichicastenango y otras regiones del departamento de El Quiché. Se encontraban también vendedores de diferentes puntos del occidente. Vendedores de Rabinal, Sololá, San Cristóbal y San Miguel Totonicapán, Santa María Chiquimula y San Pedro Jocopilas.

La mayor parte de estos vendedores eran indígenas. Se encontró en relación a su número, un número muy reducido de ladinos, provenientes del propio Chichicastenango y de San Cristóbal Totonicapán. Ellos no rebasaban más de los 10 a 15 vendedores. Se les encontraba vendiendo cortes y fajas de sus lugares de origen. El resto de los productos eran vendidos por indígenas de las regiones ya señaladas.

Se nota que el mercado de aquella época estaba dedicado principalmente a la venta de productos de consumo diario y primera necesidad, a excepción principalmente de una que otra venta de baratijas y algún tipo de tejidos. Constituía un mercado de bienes de consumo regional. Los vendedores de Chichicastenango, que eran la gran mayoría, se encontraban dispersos por toda el área de la plaza, mientras que los vendedores de los otros lugares se hallaban agrupados ocupando áreas determinadas.

La pila de la plaza central constituye el eje a partir del cual se extendía y extiende aún hoy en 1981, el mercado. Se encontraban puestos al aire libre, así como otros bajo toldos y armazones de madera. A continuación se presenta un listado de los diferentes productos vendidos en el mercado de Chichicastenango en 1936.⁶⁵

COMESTIBLES

Carne de cerdo

NO COMESTIBLES

Cigarrillos

Carne de res	Candelas
Carne de marrano	Alfarería
Cabeza y vísceras	Ataúdes de Totonicapán
Aguacates	Hilos
Maíz	Algodón
Calabazas	Cortes
Frijol	Cal
Café	Ocote
Arroz	Escobas de raíz
Panela	Flores
Tamales	Fibras de maguey
Diferentes especias	Incienso
Pescado	Cerámica
Frutas diversas	Jícaras
Chile	Baratijas
Atoles	Tejidos de diferentes regiones
Pan	Raíces
Tortillas	
Sal	
Huevos	

Los diferentes productos señalados eran distribuidos así: **Los hombres de Chichicastenango**; se dedicaban a la venta de gran variedad de productos desde:

- Diferentes tipos de carnes
- Cortes
- Cigarrillos y candelas
- Ataúdes que provenían de Totonicapán
- Variedad de verduras (provenientes de otras regiones)
- Variedad de frutas (provenientes de otras regiones)
- Pan
- Ocote

Estos no se especializaban en la venta de productos determinados, sino más bien comerciaban con productos de otras regiones del país, constituían los comerciantes que llevaban de un mercado a otro productos de diversas regiones.

Las mujeres de Chichicastenango, que constituían un grupo numeroso dentro de la plaza del mercado vendían, al igual que los

hombres, gran variedad de productos:

Aguacates
Maíz
Calabazas
Huevos
Frijol
Maguey
Raíces
Flores
Atoles y tamales, así como otros tipos de comida

Los vendedores de **Rabinal**, se dedicaban exclusivamente a la venta de jícaras labradas, propias de la región.

Los vendedores de **San Miguel y San Cristóbal Totonicapán**, a la venta de alfarería semividriada, muebles, fajas, y cortes.

La venta de los diferentes tipos de verduras de la región era realizada por los vendedores de **Sololá**. Los de **Santa María Chiquimula (Totonicapán)**, flores y cal. Los de **San Pedro Jocopilas (Quiché)**, vendían alfarería.

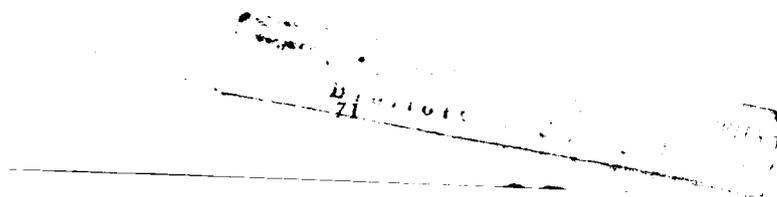
Con respecto a la distribución espacial de los diferentes tipos de productos encontramos que en el extremo sur de la plaza se encontraban las ventas de los diferentes tipos de carnes, estas estaban agrupadas. Al lado oeste y norte alfarería de los diferentes lugares señalados. Al este los tejidos, todos a partir de la pila central de la plaza. Cabe señalar que las ventas de frutas y verduras, especias, granos, no estaban agrupadas sino dispersas y de acuerdo a los lugares de origen de sus diferentes vendedores.

A continuación se incluye el gráfico elaborado por Félix Webster Mc. Bryde el 30 de agosto de 1936, indicando la distribución espacial de los vendedores de acuerdo a su lugar de procedencia:

1. M-36 Gráfico que muestra la distribución espacial de los vendedores de Chichicastenango, municipio del Departamento de El Quiché.
2. M-36 Gráfico que muestra la distribución espacial del resto de vendedores de acuerdo a su lugar de origen:
San Pedro Jocopilas, Quiché
San Miguel y San Cristóbal Totonicapán

Santa María Chiquimula, Totonicapán
Vendedores del Depto. de Sololá y Rabinal

Como puede observarse en las gráficas presentadas, son los vendedores de los distintos sitios del municipio de Chichicastenango los que constituyen el grueso de la población del mercado. Estos se encuentran dispersos por toda el área que ocupa. Por otro lado, el resto de vendedores se encuentran agrupados,

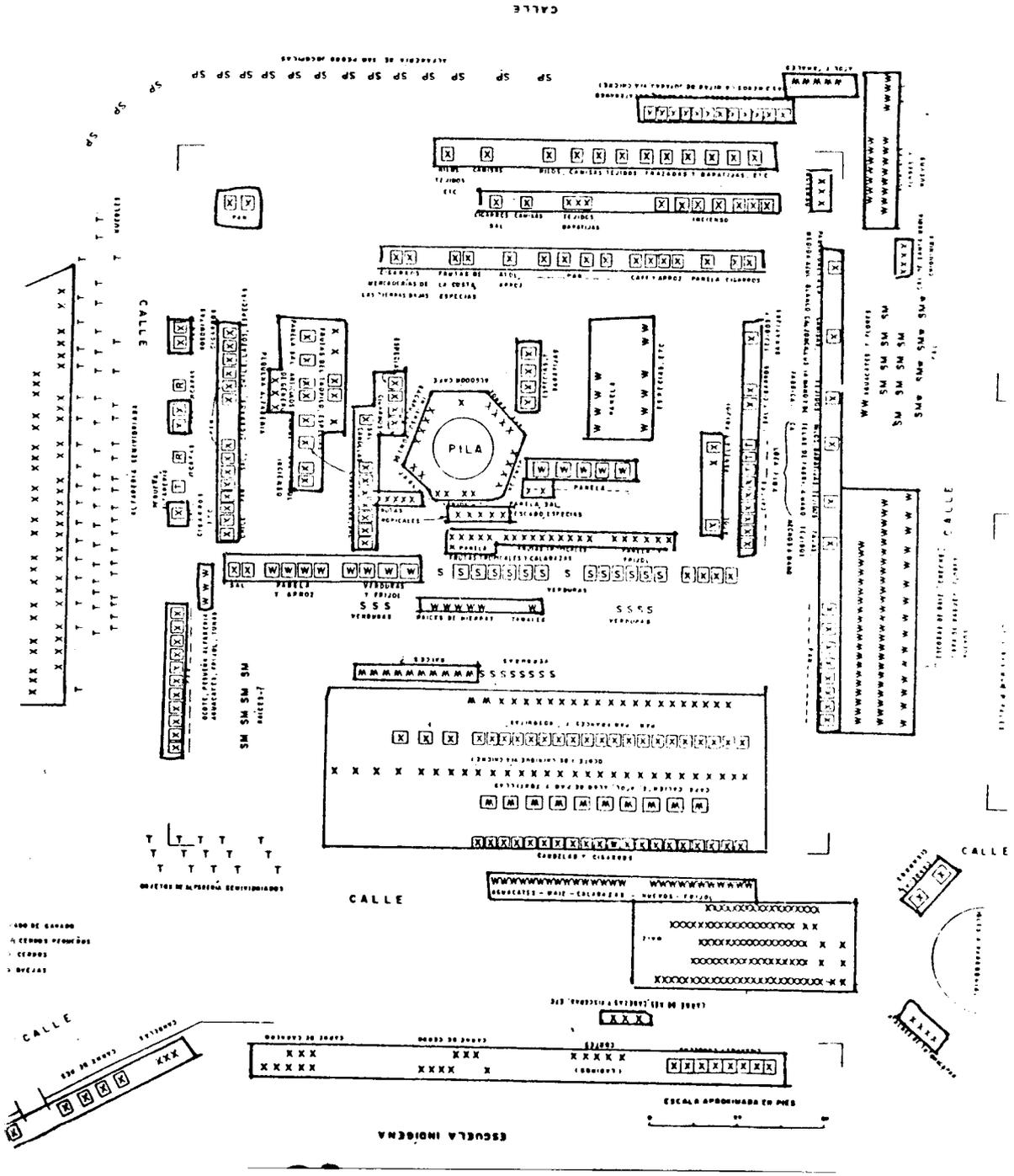


ESCUELA DE LADINOS

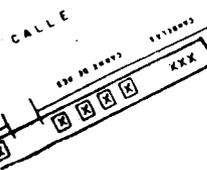
LADINOS
 SC SC
 CUERPO DE MAESTROS
 TAJAS DE
 SAN CRISTOBAL TOTORICALPAP

X
 ESCUELA
 INDIGENA

1. H-36



- 1. CERRADO
- 2. CERRADO
- 3. CERRADO
- 4. CERRADO



ESCUOLA INDIGENA

ESCALA APROXIMADA EN PIES

Totonicapan

ESCUELA DE LADINOS

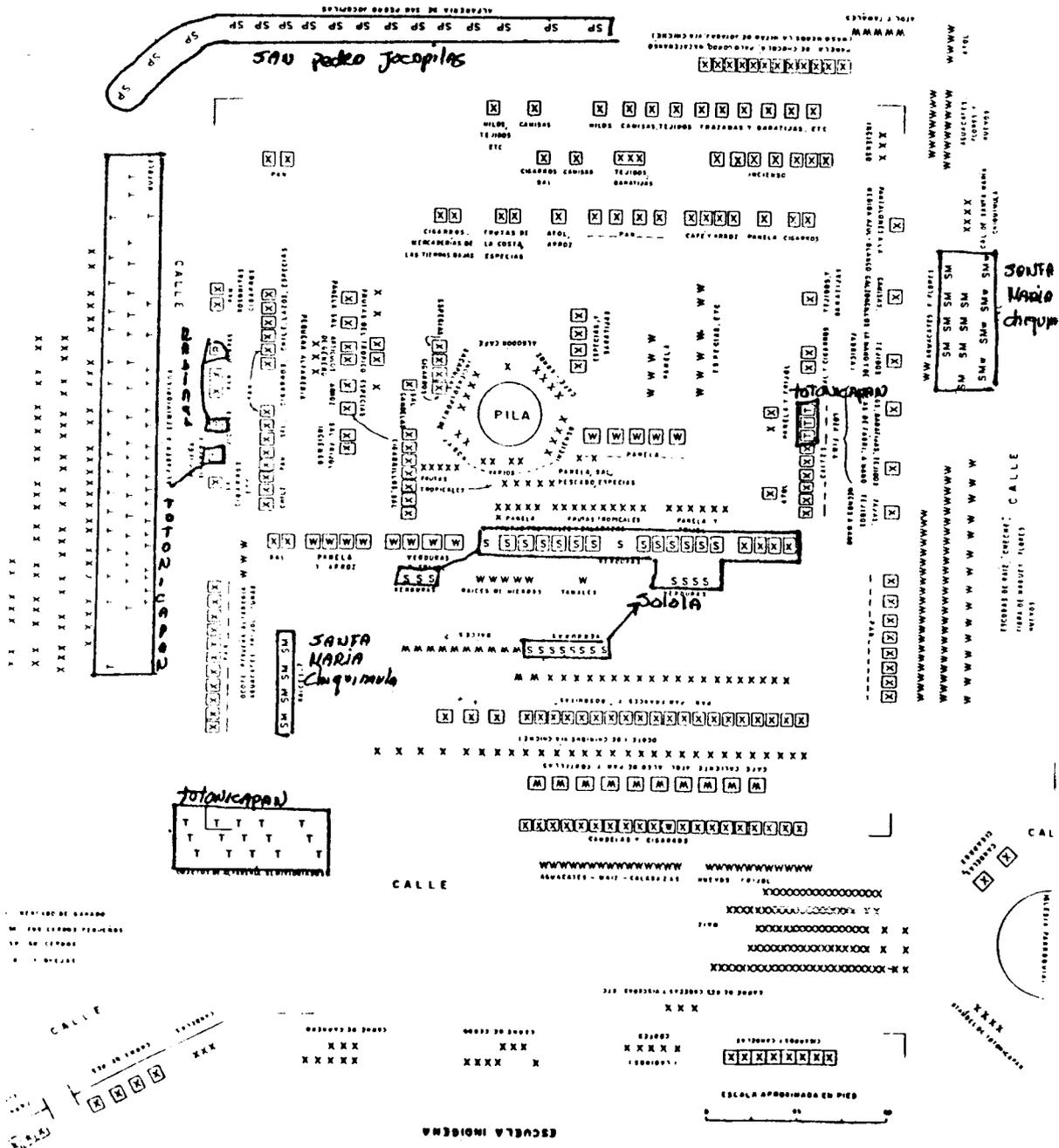
SC SC

COPIES DE JOSEPE
TAMAN DE
BAG CRISTOBAL TOTONICAPAN

X
NOPAL
BARRILES

2. H-36

CALLE



X NOPALES DE CAMPO
 W LOS CAMPOS PRIEROS
 S LOS CAMPOS
 M Maguey

CALLE
 500 FT (150 M)
 100 FT (30 M)
 50 FT (15 M)

ESCUELA INDIGENA

ESCALA APROXIMADA EN PIES

50

ocupando sitios bien determinados. Es interesante observar como desde ya, los vendedores de Sololá se dedicaban a la venta de los diferentes tipos de verduras propios de su región y se encontraban en lo que anteriormente había sido la escuela de ladinos, hoy derruida, este es un espacio cerrado por paredes, aunque se encuentra al aire libre. Puede observarse además que el mercado abarcaba para estos años, exclusivamente el espacio de la plaza central de Chichicastenango. Hoy como veremos, se ha extendido, no obstante la venta de los productos de consumo local, como en años anteriores se distribuye en el mismo espacio y a partir de la pila central.

6. El Mercado de Chichicastenango en 1980-1981

El mercado de Chichicastenango de hoy, sigue constituyendo uno de los centros más importantes de distribución e intercambio del altiplano occidental guatemalteco, forma parte del canal de distribución de bienes de consumo campesino, a pesar que espacialmente está ubicado en el casco central de la cabecera municipal.

En él se reúnen alrededor de 1,700 vendedores provenientes de distintos puntos de la República. (Con respecto al lugar de procedencia, no se determinó el de 40 de ellos, por lo que al referirnos estadísticamente a los vendedores, lo haremos sobre la base de 1,665 en lo que al sector urbano y rural se refiere).

Cuenta además con 906 puestos, tanto al aire libre como bajo toldos de manta o plástico con arzones de madera.

La mayor parte de los vendedores son originarios de los diferentes caseríos del municipio de Chichicastenango, así como de áreas rurales aledañas a la cabecera municipal. Además encontramos vendedores de otros puntos del Departamento de El Quiché. La mayoría de estos son campesinos indígenas, encontrándose que en proporción al número total de vendedores, los ladinos constituyen un número muy limitado.

Domingos y jueves son los principales días de la semana en los que se realiza el mercado. No obstante, encontramos vendedores "entre semana", que ocupan los puestos los días que no son de mercado.

En cuanto al lugar de procedencia de los diferentes vendedores y su grupo étnico, encontramos la siguiente distribución: ⁶⁶

Lugar de Origen	Indígenas	Ladinos
Lugares aledanos a la cabecera municipal y del propio Chichicastenango:	1,063	182
Sololá	83	9
Santa Cruz Quiché	59	1
Totonicapán	36	8
Cacajaj, Sololá	16	—
Momostenango	15	5
Chontalá	14	2
Lemoa	14	—
Tecpán	10	3
San Pedro Jocopilas	9	1
Chicúa	11	—
Chulumal	18	2
Quetzaltenango	5	10
Nahualá	5	—
Camanchaj	6	1
Choadaj	3	—
Chucán	4	—
Chupol	5	—
Semejá	3	—
San Pedro Sacatepéquez	3	—
Depto. de Guatemala		
Chiché	5	—
Panquiac	5	—
Patzibal	5	—
Paquixic	4	—
Chucojom	2	—
Xepocol	3	—
Saquiyá	3	—
Chipacá	3	—
Pachoj	3	—
Pocojil	1	—
Zacualpa	1	—
Santiago	1	—
Guatemala	—	9

Sepelá	1	—
Chijtinimit	1	—
Quiejel	1	—
Paxot	1	—
Xeabaj	1	—
Chucalibal	1	—
Santa Lucía Atitlán	1	—
Los Encuentros	1	—
Samcotom	1	—
San Pedro Sac., San Marcos	—	2
Xenup	2	—
Xepol	1	—
Lugares indeterminados	25	15
	1,455	250 = 1,705

La suma arroja un total de 1,705 vendedores (esta puede variar, pero constituye el promedio de vendedores que asisten al mercado), de estos vendedores 83.8 por ciento son indígenas, mientras que el 13.7 por ciento son ladinos.

La variedad de artículos vendidos en el mercado va, desde aquellos de consumo local, hasta los artículos de tipo turístico, elaborados con el fin de ofrecerlos a los turistas, pero que el pueblo mismo no consume

De el total de puestos desplegados en el espacio que ocupa el mercado, alrededor de 652 (72o/o) están dedicados a la venta de productos de consumo no local, mientras que más o menos 254 (28o/o) son ventas de artículos de consumo no local o turístico. De estos últimos se encuentra que muchos ocupan construcciones formales, constituyendo así más que ventas de mercado, ventas permanentes para el turismo, comercios en todo el sentido del término. Estas tienen gran variedad de productos, especialmente tejidos, madera y barro. Estos productos se van repitiendo en cada una de ellas. Encontramos todo tipo de ropa confeccionada, elaborada para venderla al turismo nacional y al extranjero. Este tipo de indumentaria ha venido poniéndose de moda en los últimos años entre el turismo nacional, entre ellos encontramos: maxifaldas, blusas, camisas, chalecos, bolsas, gorras, entre otros. Además se encuentran cinchos labrados de cuero, "zarapes", mañanitas de lana, piezas de ropa confeccionada con telas

“típicas”, máscaras, imágenes “antiguas”, piezas de barro que imitan modelos pre-hispánicos, son algunos ejemplos. Dentro de las ventas de productos de consumo local, se halla todo tipo de verduras, frutas, granos, especias, ropa, entre otros. Un listado detallado de los productos vendidos, tanto de consumo local como turístico se ofrece en el apéndice de este trabajo.

En la misma plaza del mercado se encuentran, tanto las ventas de consumo local como de consumo turístico, estas, no obstante, como veremos en los gráficos que a continuación se presentan, ocupan espacios bien definidos. Se presentan a continuación gráficos que muestran la distribución de los vendedores que asisten al mercado, de acuerdo a su lugar de procedencia. Se incluyen además los gráficos de la distribución espacial de los productos de consumo turístico y local.

Los gráficos elaborados son los siguientes:⁶⁷

1. M-80-1 Distribución general de los puestos en el mercado.
2. M-80-1 Distribución de los vendedores del Departamento de El Quiché y sus municipios.
3. M-80-1 Distribución de los vendedores del Departamento de Sololá.
4. M-80-1 Distribución de los vendedores del Departamento de Totonicapán.
5. M-80-1 Distribución espacial de los vendedores del Departamento de Quetzaltenango.
6. M-80-1 Distribución espacial de los vendedores del Departamento de San Marcos.
7. M-80-1 Distribución espacial de los vendedores del Departamento de Guatemala.
8. M-80-1 Diferentes “puntos” de acceso al mercado de productos de consumo local; agrícola y no agrícola.

9. M-80-1 Distribución espacial de las ventas de productos de consumo local.
10. M-80-1 Distribución espacial de las ventas de productos de consumo turístico.

Es interesante observar que, la distribución de productos de consumo local, especialmente productos agrícolas, básicamente es la misma que en 1936. Los productos de consumo turístico y su distribución son los que constituyen las transformaciones en lo que se refiere a la extensión del espacio del mercado, pues estos se han extendido a calles aledañas. Además los vendedores del municipio de Chichicastenango no sólo siguen constituyendo el grueso de la población del mercado sino que su distribución, como en el 36, se realiza de manera que sitúan dispersos en todo el espacio de la plaza, también se dedican como entonces, a la venta de productos agrícolas de otras regiones del país. Estos son además en su mayoría los que hoy se ocupan en el mercado, a la venta de los artículos de consumo turístico. Los vendedores de Sololá, como 45 años atrás, siguen dedicándose a la venta de los productos agrícolas de la región, especialmente diversos tipos de verduras.

Siguen además agrupados ocupando un espacio bien definido de la plaza; todos estos aspectos los abordaremos con mayor amplitud y detenimiento en el análisis de este trabajo.

6.1 Enumeración de los diferentes lugares de origen de los vendedores que concurren al mercado de Chichicastenango

Chichicastenango, cabecera municipal del Departamento de El Quiché.

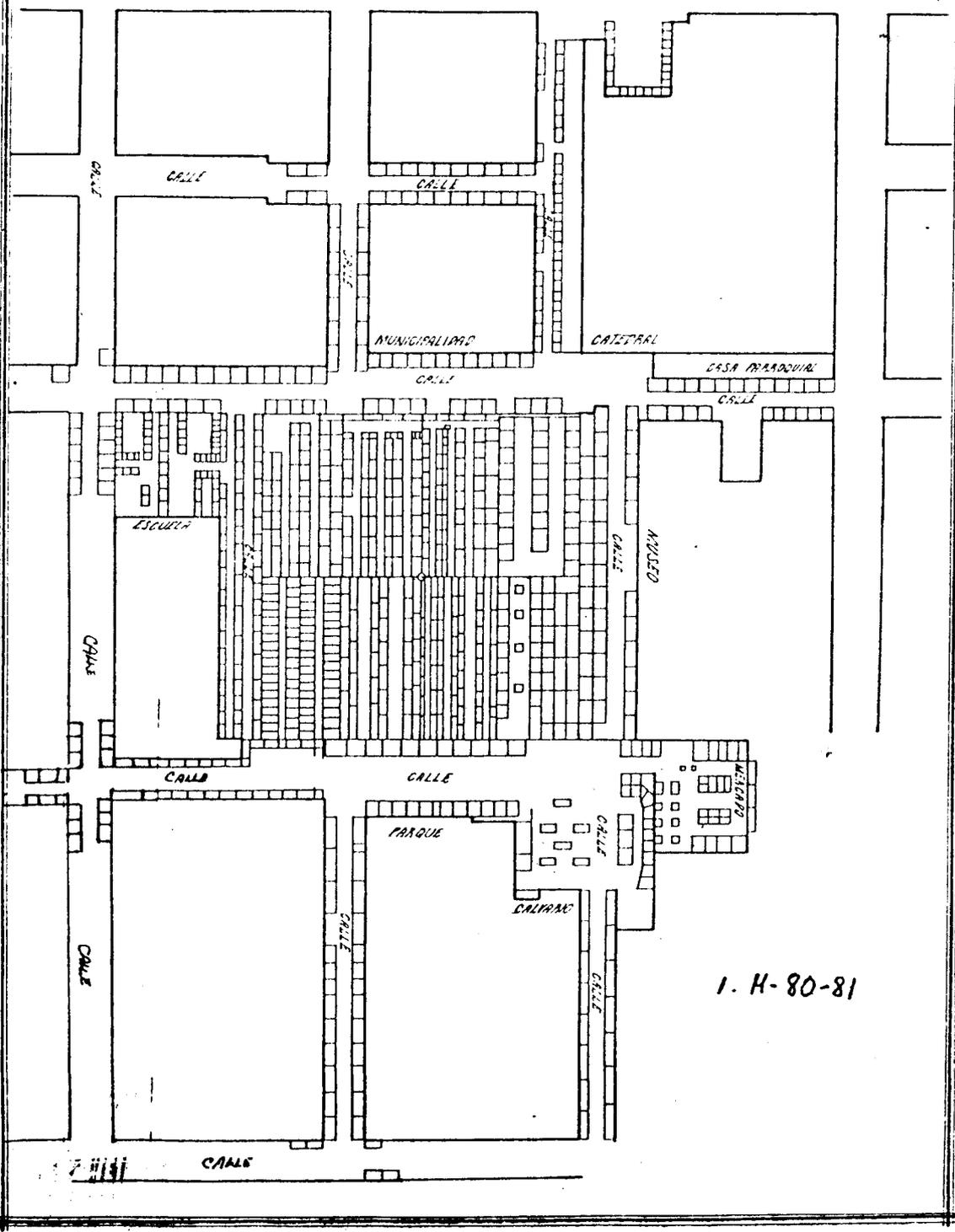
Etimología: **en el cerro de las ortigas.**

Sololá, departamento que colinda al norte con los departamentos de Totonicapán y El Quiché, al este con el de Chimaltenango, al sur con el de Suchitepéquez y al oeste con los de Suchitepéquez y Quetzaltenango.

Santa Cruz del Quiché, cabecera departamental de El Quiché.

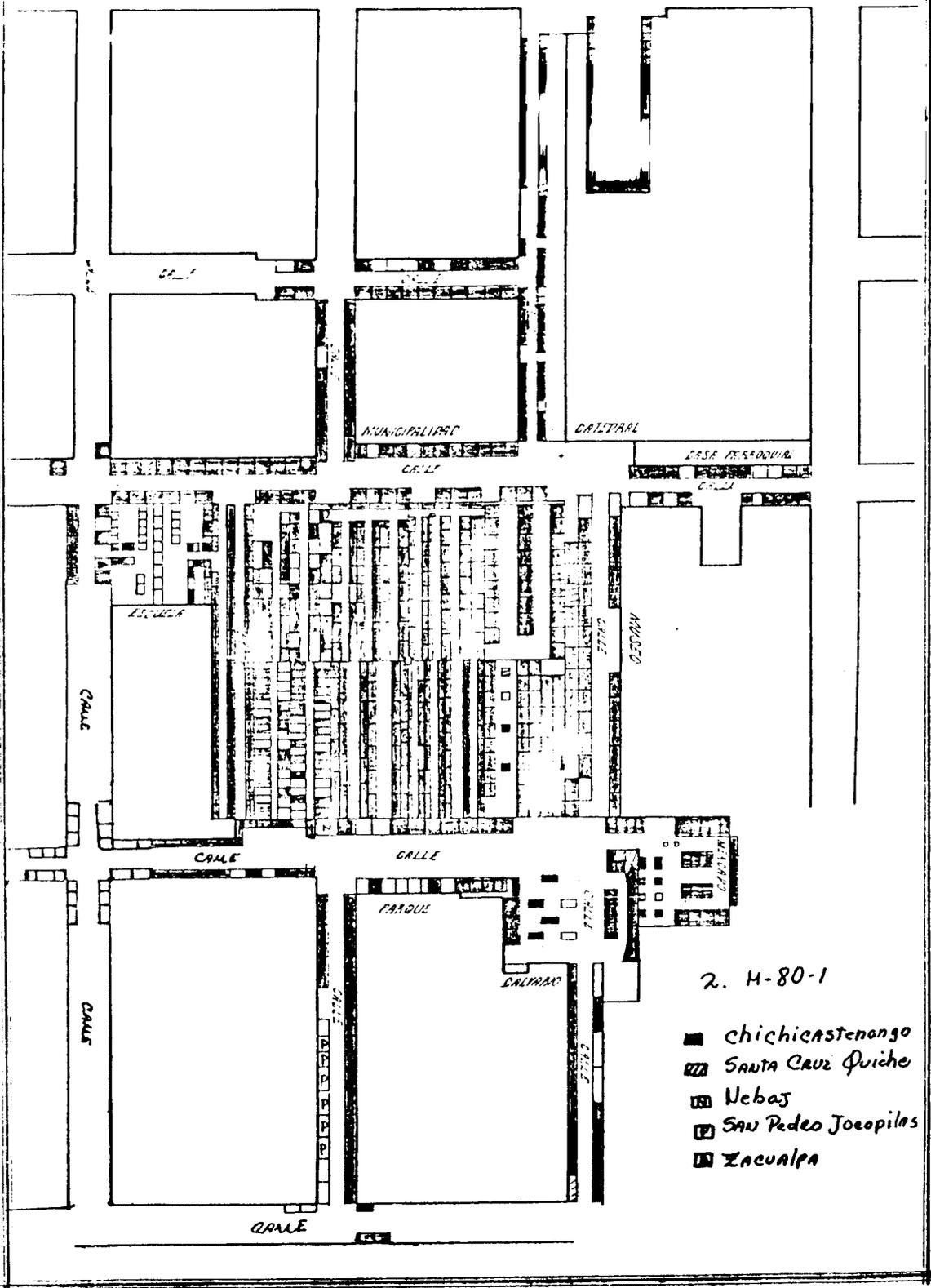
Chontalá, caserío de la cabecera municipal de Chichicastenango. Etimología quiché: **lugar donde se labra o cantea la piedra.**

ESTRUCTURA DEL MERCADO DE CHICHICASTENANGO 1980-81



1. H-80-81

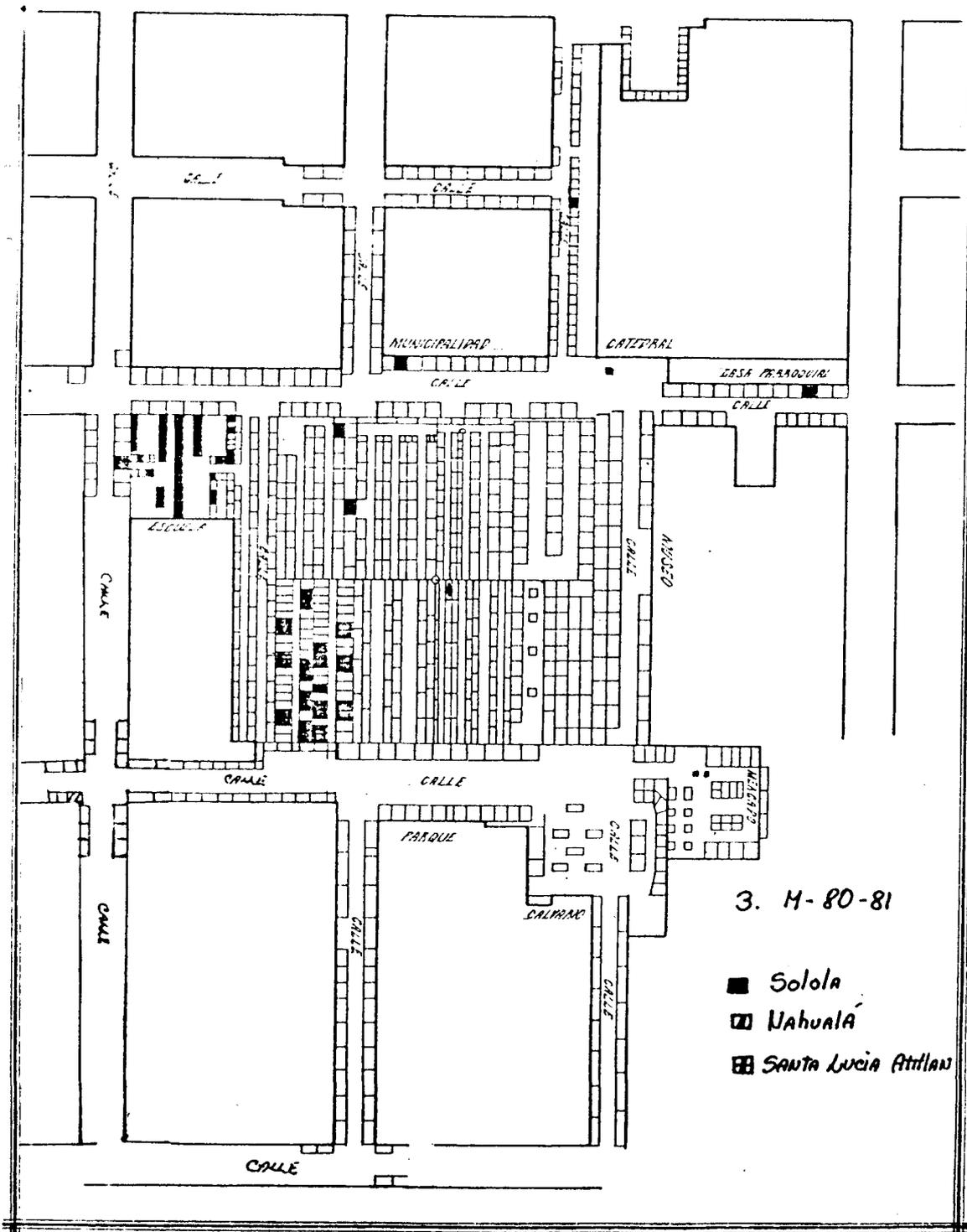
ESTRUCTURA DEL MERCADO DE CHICHICASTENANGO 1980-81



2. H-80-1

- Chichicastenango
- ▨ Santa Cruz Quiche
- ▤ Nebaj
- ▥ San Pedro Jocopilas
- ▧ Zacualpa

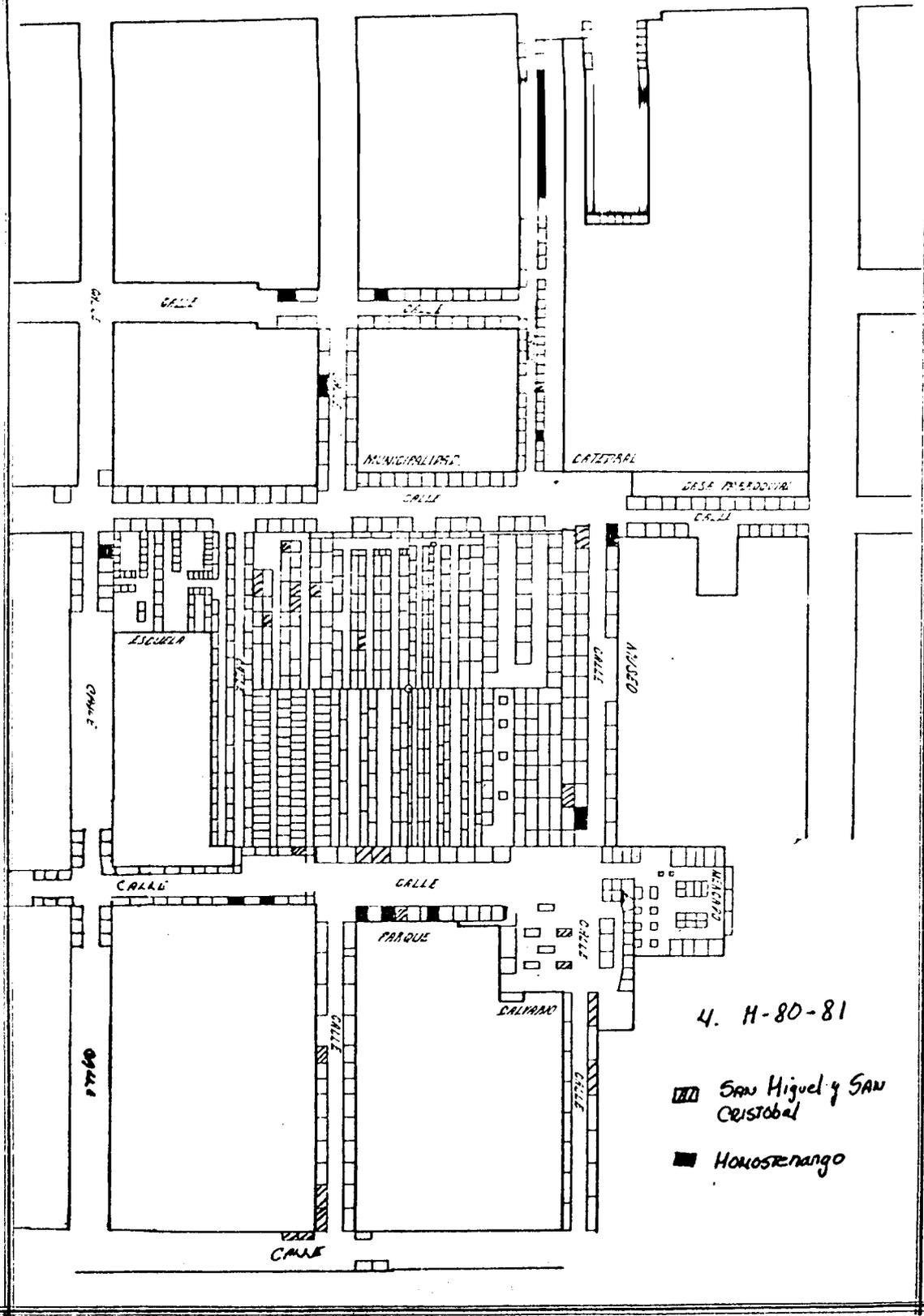
ESTRUCTURA DEL MERCADO DE CHICHICASTENANGO 1980-81



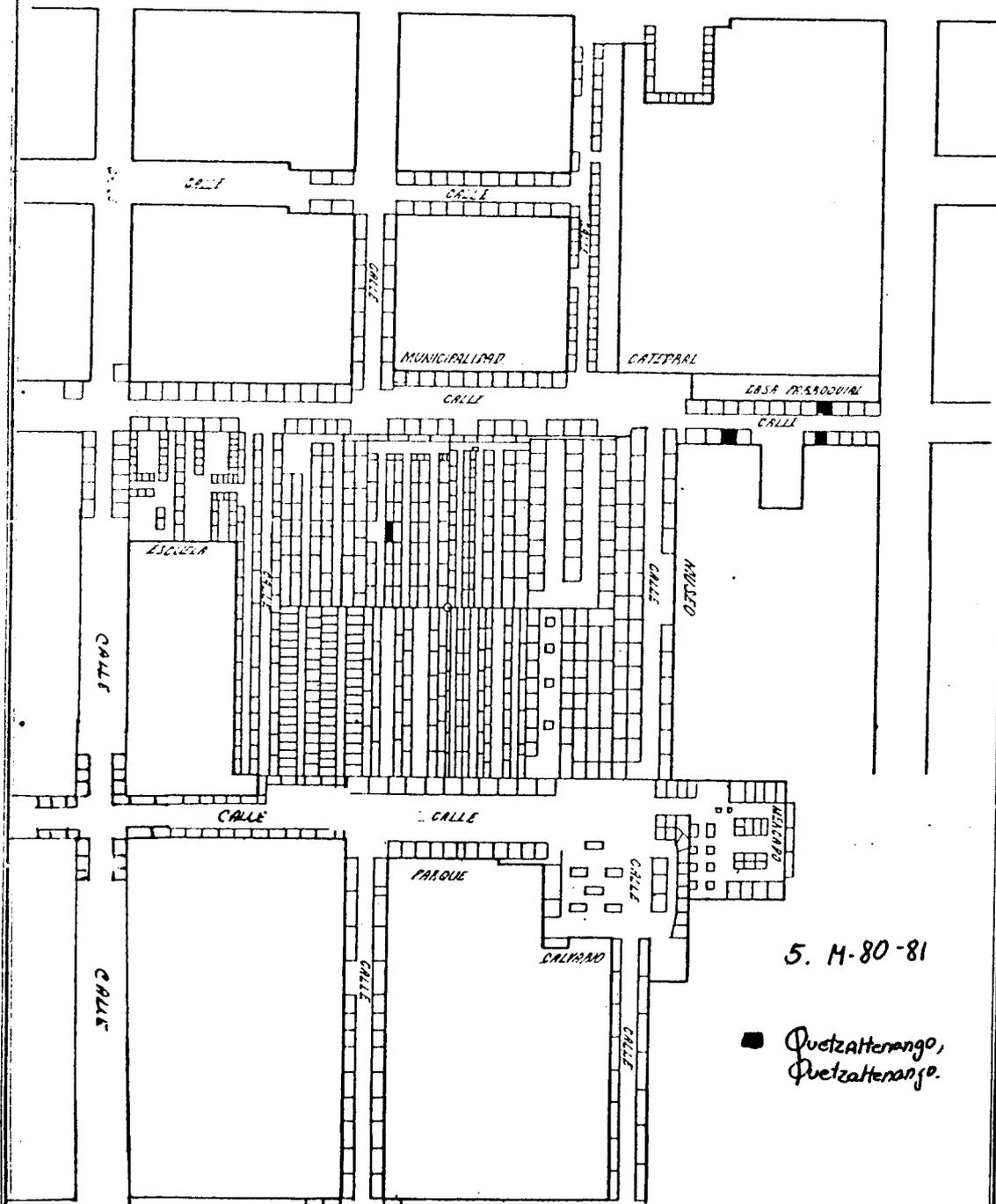
3. M-80-81

- Solola
- ▣ NAHUALÁ
- ▤ SANTA LUCIA ATITLAN

ESTRUCTURA DEL MERCADO DE CHICHIGASTENANGO 1980-81



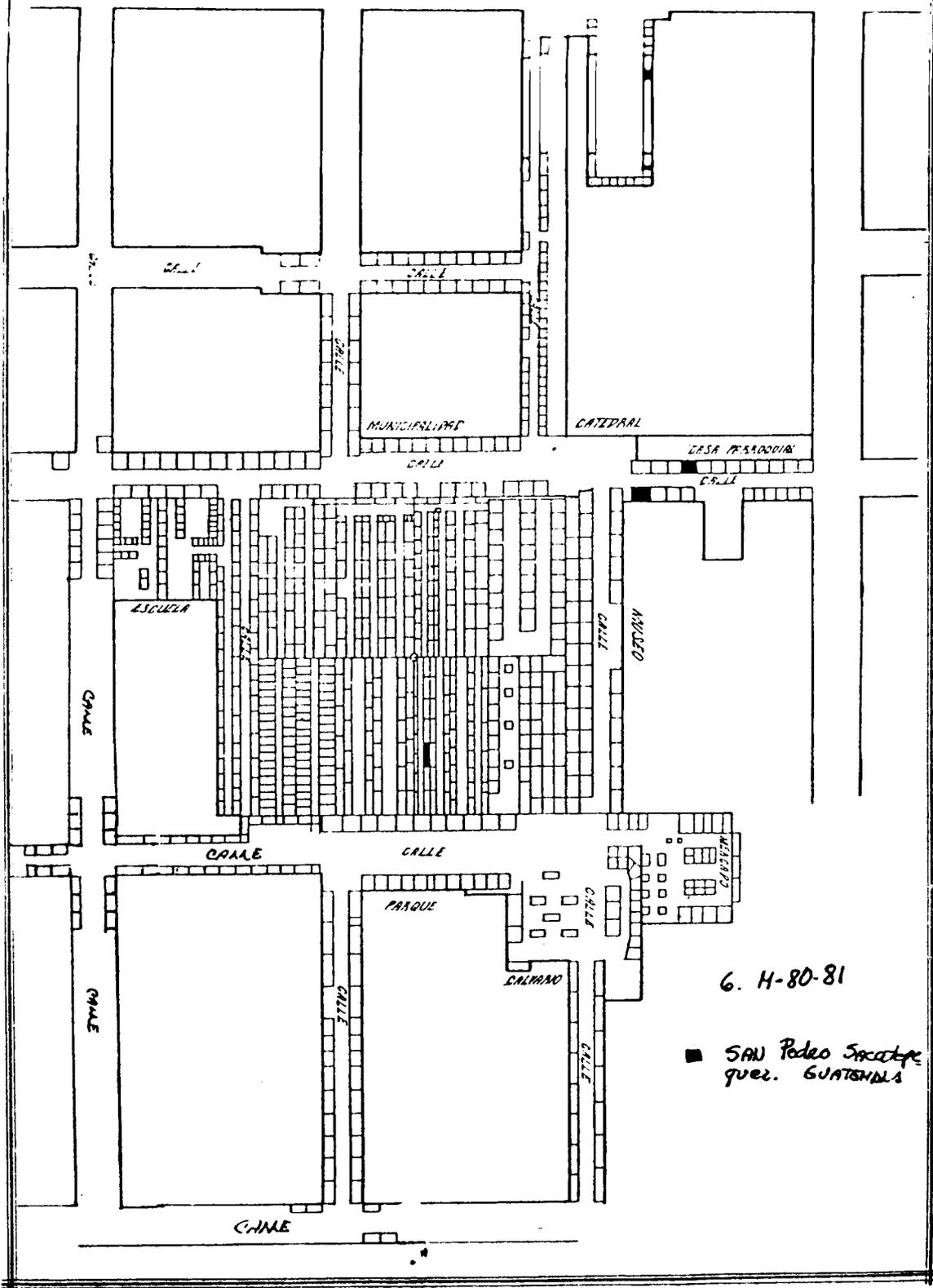
ESTRUCTURA DEL MERCADO DE CHICHICASTENANGO 1980-81



5. 11-80-81

■ Quetzaltenango,
Quetzaltenango.

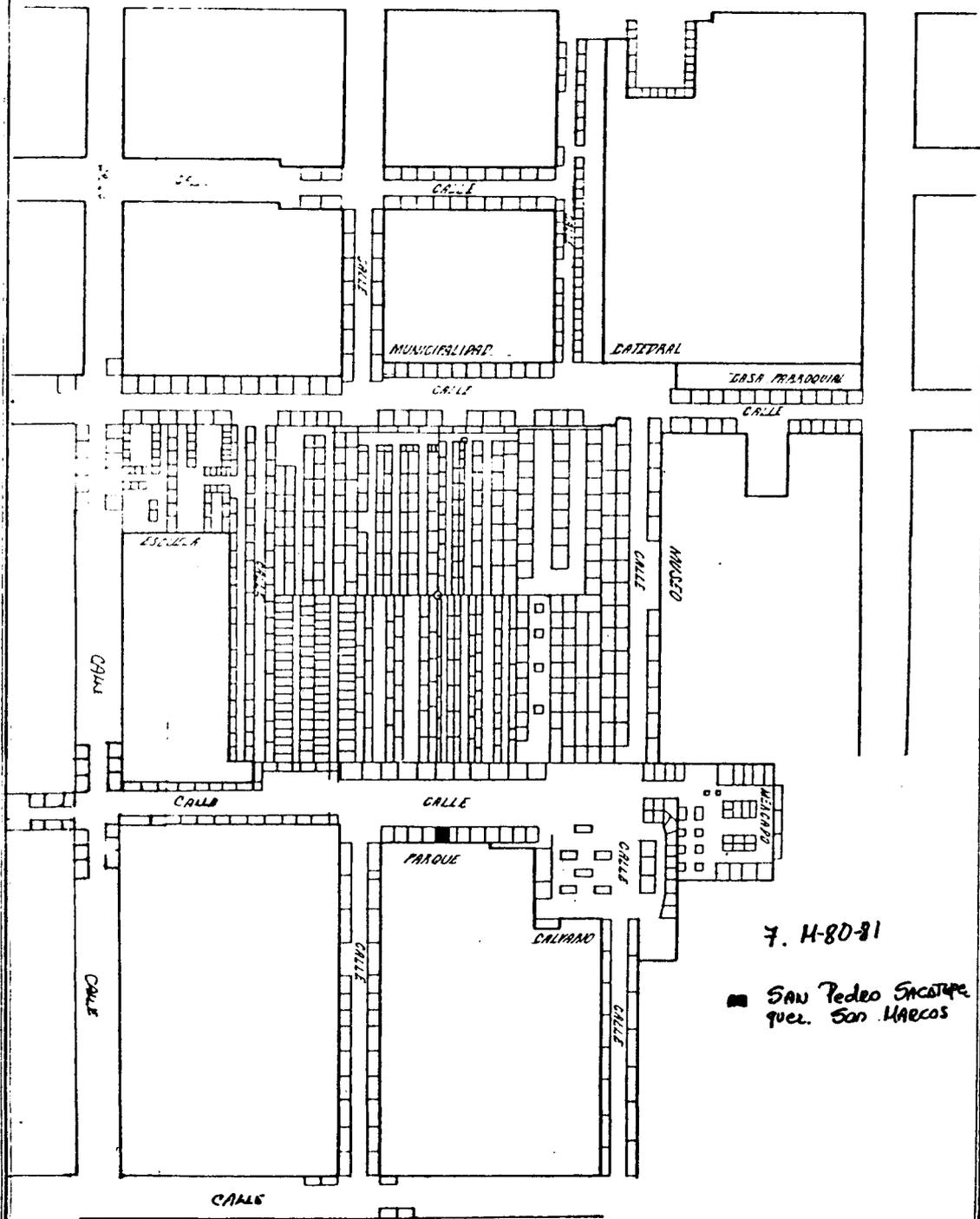
ESTRUCTURA DEL MERCADO DE CHICHICASTENANGO 1980-81



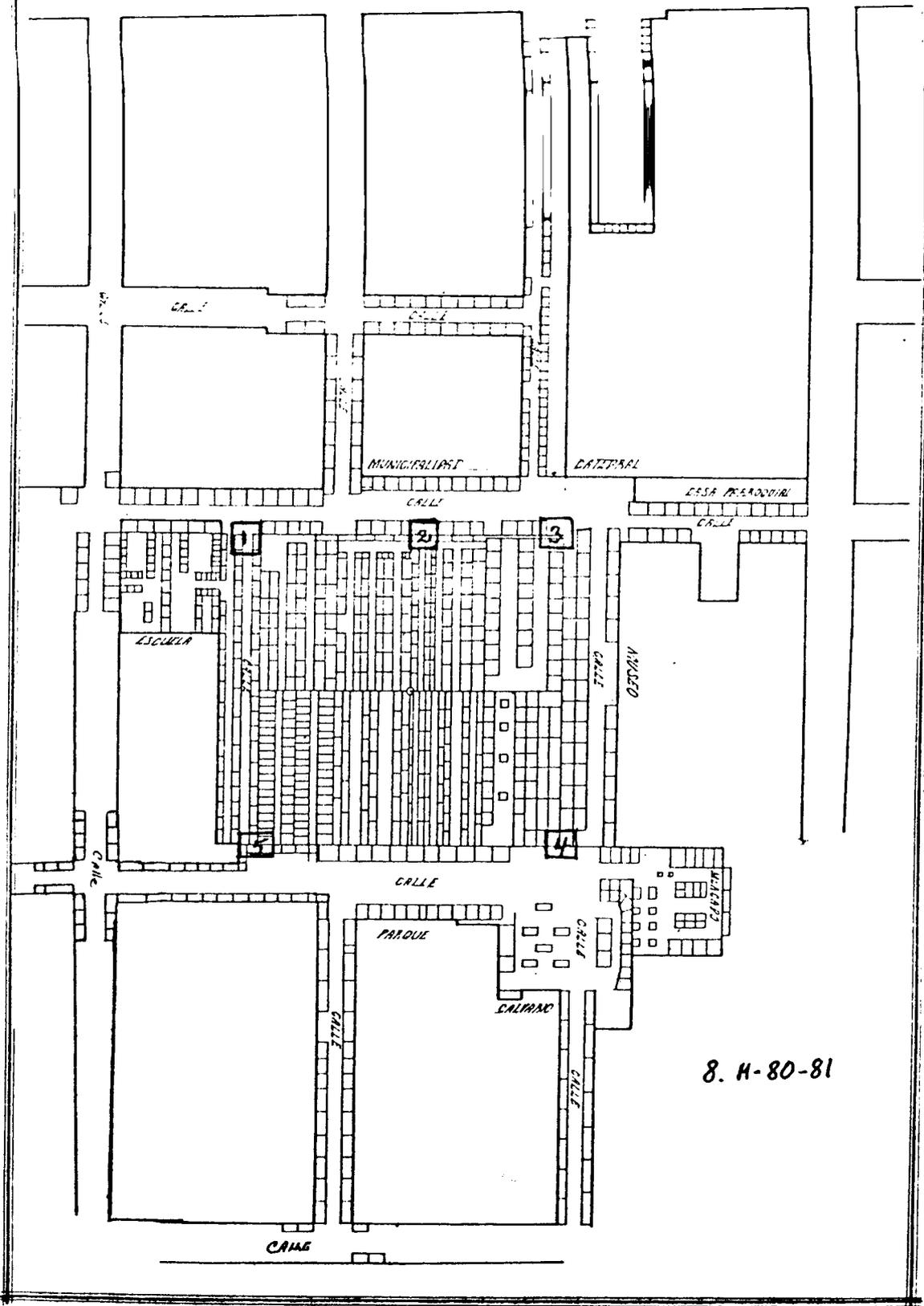
6. H-80-81

■ SAN Pedro Sacatepequez. GUATEMALA

ESTRUCTURA DEL MERCADO DE CHICHICASTENANGO 1980-81

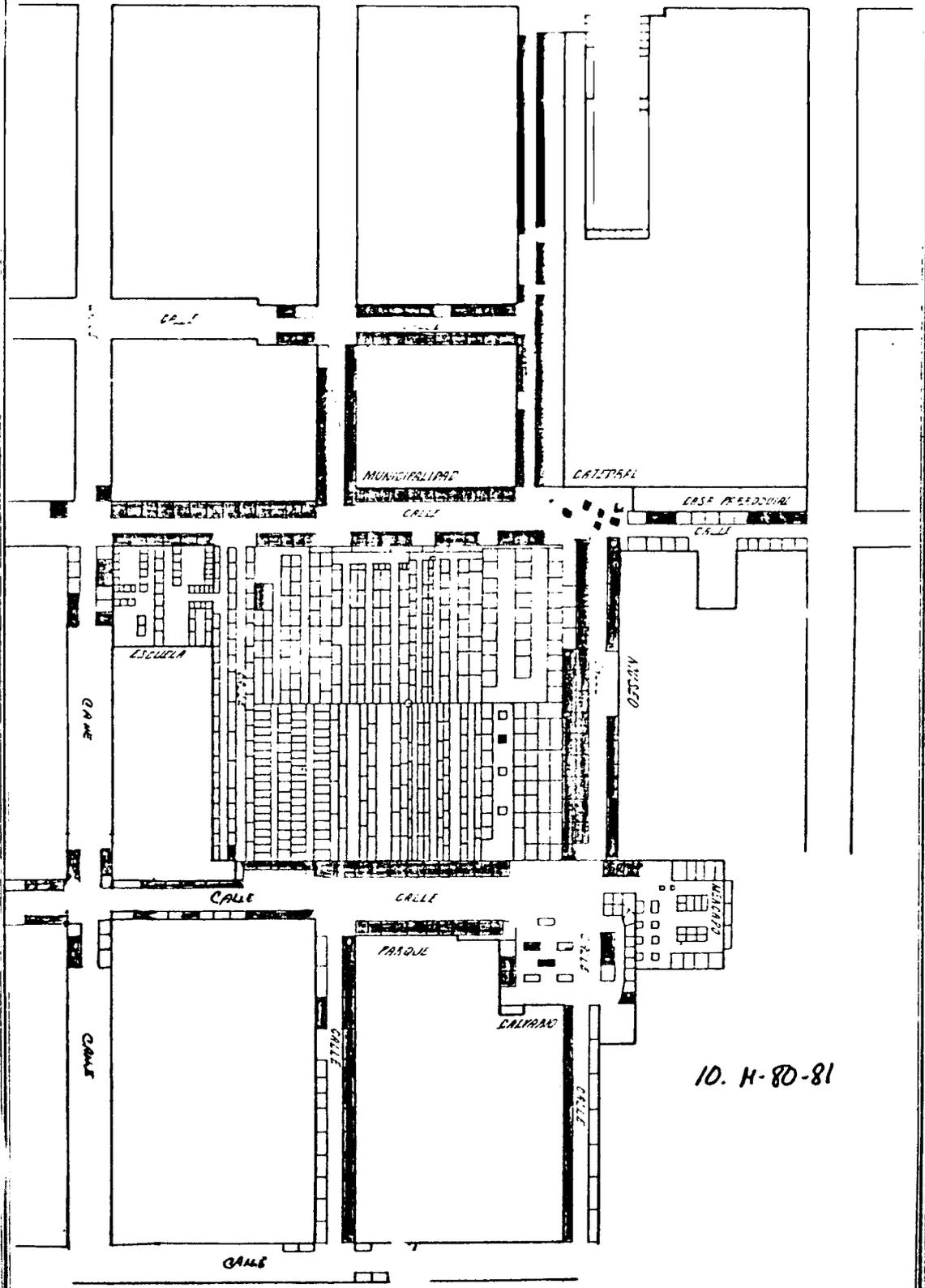


ESTRUCTURA DEL MERCADO DE CHICHICASTENANGO 1980-81



8. H-80-81

ESTRUCTURA DEL MERCADO DE CHICHICASTENANGO 1980-81



10. H-80-81

Chiché, municipio del departamento de El Quiché. Etimología: las voces cakchiqueles Chi y Che: **donde hay árboles.**

Chicúa, caserío de la cabecera municipal de Chichicastenango.

Chulumal, caserío de la cabecera municipal de Chichicastenango. Etimología quiché: **la tierra de los antiguos.**

Chujupen, caserío de la cabecera municipal de Chichicastenango.

Camanchaj, caserío de la cabecera municipal de Chichicastenango. Etimología quiché: caman-grupo-comunal, Chaj pino: **bosque de pino.**

Chacjaj, caserío de la aldea Chilebé, municipio de San Miguel Ixtahuacán. Etimología mam, Chaj: rojo; jaj: cañas: **cañas rojas.**

Xeabaj, caserío de la cabecera municipal de Chichicastenango.

Chucán, caserío de la cabecera municipal de Chichicastenango. Etimología quiché: chu en cán: apócope de caminac: muerto. **Allí están los muertos.**

Chupoj, caserío de la cabecera municipal de Chichicastenango. Etimología quiché: **apagador.**

Semejá, caserío de la cabecera municipal de Chichicastenango.

Panquiác, caserío de la cabecera municipal de Chichicastenango. Etimología quiché: Pa: en; quiac: pulgas. **Donde hay pulgas.**

Chucalibal, caserío de la cabecera municipal de Chichicastenango. Etimología quiché: Chu: en, allí; calibal: descanso. **Allí donde se descansa.**

Xepocol, caserío de la cabecera municipal de Chichicastenango. Etimología quiché: Xe: abajo; pocol: sepulcro. **Abajo de los sepulcros.**

Xepol, caserío de la cabecera municipal de Chichicastenango. Etimología quiché: Xe: abajo; pol: maíz tostado. **Abajo del maíz tostado.**

Chujupen, caserío de la cabecera municipal de Chichicastenango.

Samcotom, paraje jurisdicción de la cabecera municipal de San Bartolomé Jocotenango, San Bartolomé Jocotenango, municipio del departamento de El Quiché.

Pachoj, caserío de la cabecera municipal de Chichicastenango.

Paquixic, caserío de la cabecera municipal de Chichicastenango.

Patzibal, caserío de la cabecera municipal de Chichicastenango. Etimología quiché: **Huso**, malacate.

Xenup, caserío de la cabecera departamental de Joyabaj. Etimología quiché: Xe: abajo; nup: ceiba. **Abajo de la ceiba.**

Joyabaj, municipio del departamento de El Quiché.

Xeabaj, caserío de la cabecera municipal de Chichicastenango.

Chucojom, caserío de la cabecera municipal de Chichicastenango. Etimología quiché: Chu: en; cojom: marimba. **En el lugar donde está la marimba.**

Saquiya, caserío de la cabecera municipal de Chichicastenango.

Pocojil, caserío de la cabecera municipal de Chichicastenango. Etimología quiché: **Donde están los restos del Patrón (Santo Tomás).**

Chipacá, caserío de la cabecera municipal de Chichicastenango.

San Pedro Jocopilas, municipio del departamento de El Quiché.

Chijtinimit, caserío de la cabecera municipal de Chichicastenango. Etimología quiché: Chij: detrás; tinimit: pueblo. **Detrás del pueblo.**

Quiejel, caserío de la cabecera municipal de Chichicastenango. Etimología quiché: Quiej: caballo; el: salió. **De dónde salió el caballo.**

Paxot, caserío de la cabecera municipal de Chichicastenango. Etimología quiché: Pa: en; xot: teja o comal. **En la teja o en el comal.**

Zacualpa, municipio del departamento de El Quiché. Etimología: compuesto de Tzacuall: montículo y pan: desinencia locativa y abundancial. **Lugar abundante en promontorios.**

Sepelá, caserío de la cabecera municipal de Chichicastenango. Etimología quiché: sepel: sentada; a: agua. **Agua sentada o tranquila.**

Choabaj, paraje del caserío Xebalamguac, municipio de Joyabaj. Etimología quiché: cho: en; abaj: piedra. **En el lugar de la piedra.**

Los Encuentros, en el presente caso se trata de un cruce de caminos. Sitio turístico en la Carretera Panamericana, kilómetro

Nebaj, municipio del Departamento de El Quiché.

San Pedro Sacatepéquez, San Marcos, municipio del Departamento de San Marcos.

7. Análisis, comparación e interpretación del Mercado de Chichicastenango 1936-1981

7.1 Aspectos estructurales

La distribución espacial de los mercados de plaza de Guatemala, en la actualidad, sigue básicamente conservando, en lo que a su estructura física concierne, las características presentadas por los mercados de plaza pre-hispánicos o Tianguis.

Así vemos que se caracterizan por extenderse en una plaza abierta, al aire libre, principalmente en las plazas centrales de los poblados. Se levantan toldos de manta o tela, sostenidos por armazones de madera. Su estructura es frágil y se levantan para los días establecidos de mercado. En la reconstrucción gráfica de los mercados de Tikal presentada,^{6,8} (Cfr. *Supra*) podrá observarse, si adaptamos a los "vendedores" con respecto a su indumentaria, a los tiempos actuales, que constituiría en lo que se refiere a su aspecto de distribución espacial, un típico mercado de plaza de nuestros días.

Los toldos se levantan cubriendo el área del mercado y se observa la venta de productos agrícolas y de consumo diario. Debe recordarse que los mercados pre-hispánicos constituían el centro de circulación de bienes, a donde concurrían la población para obtener los diferentes productos

que necesitaba. Este mercado se desarrollaba en la plaza principal de las poblaciones rodeado de construcciones.

Con la conquista española y la consiguiente colonización, se introducen nuevas reformas económicas y sociales, como ya hemos visto, por lo que las antiguas relaciones de mercado y comercio sufren transformaciones, que se agudizan hasta llegar a la actualidad.

Como se vio en el capítulo correspondiente a los mercados de la época pre-hispánica y colonial, estos constituían centros de circulación y posteriormente de intercambio de bienes, principalmente de consumo de productos agrícolas y de producción artesanal.

Así podemos distinguir hoy, dos tipos de mercados: los que como en épocas anteriores se desarrollaban al aire libre con las características ya señaladas, los cuales son realizados específicamente en día de plaza, y aquellos bajo construcción que se realizan la mayor parte de veces de forma permanente, y que constituyen centros de distribución de bienes de consumo ladino. Con la colonización española aparece un nuevo contingente poblacional, por lo que los mercados deben también orientarse a la satisfacción de las demandas de esta nueva población mestiza que surge. Así, empiezan a diferenciarse los canales de distribución de bienes ya señalados por Carol Smith, los que ya han sido mencionados, que constituyen el eje de las relaciones de mercado en el occidente de Guatemala: el canal de distribución de bienes de consumo campesino indígena y el canal de distribución de bienes de consumo urbano ladino. Los segundos son resultado de la colonia y se desarrollan durante los años en que esta empieza a consolidarse. Se caracterizan por presentar una estructura de plaza cerrada, bajo construcción, presentando dentro de su sistema, comercios en todo el sentido de la palabra. De construcción sólida y realización permanente, son esencialmente urbanos y satisfacen las necesidades, principalmente de la población ladina. No obstante a estos mercados concurren a vender, además de los comerciantes, a su vez productores agrícolas que llegan a vender sus productos. Entre ambos canales —urbano y rural—, existe una correspondencia, como vimos, los bienes de uno circulan y se intercambian en el otro. Todo lo expuesto con

anterioridad se refiere a los mercados ladinos del occidente del país. Sin embargo, existen mercados ladinos **abiertos**, en el oriente de Guatemala.

Los mercados de plaza presentan una estructura muy diferente. Son mercados que se realizan en días determinados y a los que la población campesina de las diferentes aldeas y caseríos de la región, bajan una o dos veces por semana a proveerse de los productos que necesitan. Este tipo de centros de mercadeo se remontan a la época pre-hispánica y en su esencia su estructura física no ha cambiado.

En el caso de las transformaciones que se han operado en el mercado de Chichicastenango desde 1936 hasta la actualidad, se encuentran entre las principales, la aparición de las ventas de consumo turístico. Por otro lado, el mercado durante estos 45 años, ha duplicado su tamaño en cuanto a ventas y vendedores se refiere. Sin embargo, su estructura física sigue siendo la misma: se despliega en el espacio de la plaza central de la cabecera municipal de Chichicastenango, extendiéndose a partir de la plaza central⁶⁹ rodeado de los portales municipales y centros religiosos. El espacio ocupado por las ventas de productos agrícolas y de consumo local es el mismo que en 1936. En 1981 encontramos que el mercado se ha extendido a algunas calles aledañas, que han transformado en parte su estructura física. Estas calles son ocupadas por las ventas de artículos de consumo turístico, las que no constituyen el eje central del mercado. En el espacio de la plaza propiamente dicho, se siguen vendiendo principalmente como en el año de 1936, productos agrícolas y regionales de consumo local. Estos pueden observarse claramente al estudiar las gráficas presentadas del mercado de 1936 por Félix Webster Mc. Bryde y las correspondientes a 1980-81.⁷⁰

Con respecto a los vendedores y su lugar de procedencia, sigue constituyendo un mercado regional como en épocas anteriores. En 1936 el grueso de vendedores eran originarios de las diferentes regiones del municipio de Chichicastenango, y otras del Departamento de El Quiché, aunque se encontraban también vendedores de Sololá y Totonicapán principalmente. La mayor parte de los vendedores eran residentes de las áreas rurales del municipio, campesinos indígenas de la región que bajaban a vender sus productos al

mercado. Esta misma situación es la que se presenta para 1981 y la cual será abordada en el punto siguiente:

En lo que se refiere a la distribución de los vendedores en el espacio de la plaza, encontramos que —como en 1936—, los vendedores de Chichicastenango se encuentran dispersos por todo el espacio que ella abarca —aunque en el mercado de hoy se han extendido a calles aledañas—, los de Sololá, en cambio como desde el 36 siguen constituyendo un grupo esencialmente bien diferenciado.⁷¹

Las diferentes ventas se localizan por todo el espacio de la plaza y sus vendedores son personas que residen en la región occidental del país principalmente.

La población del municipio se ha duplicado de 1950 a la actualidad, especialmente en lo que se refiere a la población rural. Concomitantemente la población del mercado se ha duplicado en el mismo sentido. Es la población rural, la que integra el mercado, esto puede explicarse en su importancia a través de los siguientes cuadros:

A ñ o	Número Total de Vendedores	Indígenas	o/o	Ladinos	o/o
1936	950	935	98.4	15	1.57
1981	1,705	1,430	83.8	235	13.7

De la población que integra el mercado para 1981:

Número Total de Vendedores	Area Rural	o/o	Area Urbana	o/o	Lugares Indeterminados	o/o
1,705	1,294	75.8	371	21.7	40	2.3

Población indígena que integra el mercado:	Total	o/o
	1,430	83.8

De esta población

Residentes en el área rural	1,228	90.0
Residentes en el área urbana	117	8.18
Lugares indeterminados	25	1.74

Población ladina que integra el mercado:	Total	o/o
	235	13.7

De esta población:

Residentes en el área rural	6	2.55
Residentes en el área urbana	214	91.0
Lugares indeterminados	15	6.38

Puestos en el mercado:

Número total de de puestos	Número total de puestos de artí- culos de consu- mo local	o/o	Número total de puestos de artí- culos de consu- mo turístico	o/o
906	652	72	254	28

**Número de vendedores en el mercado y su relación a la venta de
productos de consumo local y turístico:**

Número total de de vendedores	Número total de vendedores de ar- tículos de consu- mo local	o/o	Número total de vendedores de ar- tículos de consu- mo turístico	o/o
1,665	1,156	69.4	509	30.5

Población rural que integra el mercado	Total 1,294	o/o 75.8
---	-----------------------	--------------------

De esta población:

Dedicada a la venta de productos de consumo local	1,072	82.8
--	-------	------

Dedicada a la venta de productos de consumo turístico	222	17.1
--	-----	------

Población urbana que integra el mercado	Total 371	o/o 21.7
--	---------------------	--------------------

De esta población:

Dedicada a la venta de artículos de consumo local	84	22.64
Dedicada a la venta de artículos de consumo turístico	287	77.35

(NOTA: para los datos estadísticos que se refieren a la población rural y urbana, se tomó como base la suma de 1,665 vendedores, no así los 40 de lugares indeterminados. Estos 40 fueron utilizados solamente en lo que se refiere a los datos de la población indígena y ladina y de su ubicación en el mercado).

El grueso de la población que lo integra, como se observa en los datos estadísticos, en un 75.8 por ciento son personas que residen en las áreas rurales aledañas al centro urbano de Chichicastenango, así como personas que residen en los diferentes caseríos de la región.⁷² Estos son campesinos indígenas pobres que bajan al mercado a vender sus productos. No puede olvidarse que Chichicastenango cuenta con 47 caseríos que son parte vital de la economía de la región. Como veremos más adelante, los chichicastecos son comerciantes natos, encontramos que dentro del mercado estos son los que se dedican a la venta de productos agrícolas que no son de la región, así como en su mayoría, las ventas de artículos turísticos son propiedad de personas del propio Chichicastenango, pero a pesar de ello, la mayoría sigue cultivando su tierra para el consumo propio y en algunas ocasiones para la venta en el mercado, alternando el comercio y la agricultura.

Como puede observarse, desde 1936, el mercado sigue constituyendo aún en nuestros días, un centro de intercambio regional principalmente. Para el año 36, como señalamos más adelante, encontramos vendedores provenientes de Rabinal, Sololá, Totonicapán y Chichicastenango. En 1980-1981 encontramos la siguiente procedencia y proporción en número de los vendedores del mercado:

Vendedores del municipio de Chichicastenango	o/o 79.8
Vendedores de otras regiones del departamento de Sololá	6.8
Vendedores del departamento de El Quiché	4.26
Vendedores del departamento de Totonicapán (principalmente Momostenango)	0.9
Vendedores del departamento de Chimaltenango	0.78
Vendedores del departamento de San Marcos	0.72
Vendedores del departamento de Guatemala	0.12

Como se observa, de acuerdo a los datos ofrecidos, el mercado de Chichicastenango está integrado principalmente por vendedores del municipio, seguido en número por vendedores de Sololá, cuya cantidad asciende a 114 personas aproximadamente. Otro grupo importante lo constituyen los vendedores de Totonicapán. Los vendedores de San Marcos y Guatemala no son muy numerosos y se encuentran vendiendo principalmente artículos destinados al turismo.

En el sentido de la procedencia de los vendedores que lo integran, no se han producido transformaciones básicas de 1936 a la actualidad, ya que la mayor parte de los productos agrícolas y de consumo local, así como los de consumo turístico son vendidos por personas del municipio, aunque los productos —como veremos más adelante—, provengan de otras regiones del país.

Con respecto a la distribución espacial de los vendedores, al igual que en el 36, vemos una diferenciación

en cuanto a lugar de procedencia, tipo de producto y en alguna medida —en el caso de los vendedores de Sololá—, una diferenciación ética marcada.⁷³

Los diversos productos vendidos en 1936 siguen siendo en su mayoría, los mismos que en el mercado de Chichicastenango de hoy, en lo que a productos agrícolas y de consumo diario se refiere. Puede verse al respecto lo presentado en el capítulo correspondiente a mercado 1931-1936 (cfr. *Supra*), y los datos ofrecidos en el apéndice de este trabajo (cfr. *Infra*). Como se indicó, esto en lo que se refiere a los productos agrícolas, ya que con la introducción cada vez mayor del capitalismo, especialmente en lo que a la industria del turismo se refiere, otros muchos artículos han aparecido, pero que no son de consumo local ni constituyen la esencia misma del mercado.⁷⁴

Con respecto al mercado de 1980-1981, en la plaza del mismo, las actividades se inician un día antes de su realización. Encontramos además de los vendedores que se trasladan de sus caseríos el mismo día, otros que se trasladan un día antes, estos tienen ya establecidos lugares donde pernoctar, principalmente en mesones específicos para ello.

Cabe señalar que no todos los vendedores asisten todos los días de mercado. Se encuentran en el espacio de la plaza ventas permanentes, las cuales varían en cuanto a vendedores. Así encontramos que algunos asisten entre semana, no así el día de mercado y viceversa. Sin embargo, la actividad principal se desarrolla jueves y particularmente domingo. Muchos de estos vendedores se trasladan a vender a otros mercados, Sololá y Panajachel principalmente. La mayor parte son vendedores de productos agrícolas que no son de la región, así como vendedores de artículos de consumo turístico, que vienen de diversos sitios.

Finalmente debe apuntarse que el mercado no responde a movimientos caprichosos sino está bien estructurado y organizado como una totalidad. Se establecen dentro de él, relaciones bien diferenciadas aunque aparentemente, “a vista de turista”, sea un mercado pintoresco y exótico y a la vista de un “planificador” poco funcional y mal estructurado. Sin embargo, para las necesidades de la población, el mercado cumple a cabalidad sus funciones y demandas, así como se

realizan dentro del mismo, toda una red de relaciones sociales y comerciales que le dan sentido y explica su estructura. Por tanto, llegar de fuera y tratar de "reestructurarlo", de acuerdo a patrones ciudadanos no sólo transformaría su estructura sino vendría a destruir toda una serie de relaciones que dentro de él se desarrollan.

7.2 Aspectos económicos y sociales

Como hemos argumentado en la parte teórica, el mercado dentro del sistema capitalista constituye otro más de los mecanismos a través de los cuales se desarrolla la apropiación de los excedentes de la unidad campesina. Se puso además en relieve su importancia como centro de intercambio de mercancías.

Pues bien, en el caso concreto del mercado de Chichicastenango de hoy, la dependencia y apropiación del producto de la unidad campesina a través del mercado es manifiesta. El mercado está integrado en su totalidad por 1,700 vendedores aproximadamente —esta cifra puede variar de acuerdo a múltiples factores: día, época del año, factores de orden económico y político—. De estos 1,700 vendedores, tomaremos como base de análisis 1,665 ya que de 40 de ellos no se determinó su lugar de procedencia por lo que no puede determinarse su procedencia rural o urbana y por ende, el tipo de relaciones de producción que presentan. De los 1,665 vendedores, 1,294 son pobladores de las áreas rurales constituyendo un 75.8 por ciento del total de la población del mercado. Son campesinos indígenas pobres que canalizan hacia el mercado parte de su producción, ya sea de forma directa o indirecta. Tomando este 75 por ciento como el 100 por ciento de la población rural del mercado un 82 por ciento se dedica a la venta de artículos de consumo local, mientras un 17 por ciento a las de consumo turístico.

A nivel de productores podemos decir de estos campesinos que asisten al mercado, que su situación se desenvuelve dentro de relaciones desiguales, tanto en el mercado como en un plano anterior, a nivel de la producción. Estos pequeños productores constituyen para el sistema un obstáculo para el buen desarrollo "racional" de la economía

del país. Por lo que su economía es progresivamente estrangulada al ser cada vez más difícil su sostenimiento. Los medianos productores, que también forman parte del mercado, son atendidos a través del crédito y el capital bancario, así como de préstamos e hipotecas sobre sus tierras, que generalmente pierden al no poder pagar los intereses. Los campesinos pobres, que constituyen el grueso de la población del mercado, están a merced del capital usurero y de los intermediarios agrícolas. Su producción muchas veces se encuentra comprometida y como en el caso anterior, la gran mayoría de las veces pierden su medio de trabajo. Su producción de una u otra forma llega al mercado.

Como lo señala Margarita Rosales, los campesinos pobres quedan muchas veces como poseedores de tierras pero sin recursos para hacerlas producir. De esta situación surgen los intermediarios agrícolas que dominan las relaciones de comercio en el campo.⁷⁵ Estos intermediarios agrícolas constituyen "las personas o grupos de personas que participando o no de la producción de bienes, dispone de una parte de los excedentes generados por los productores y los distribuye luego entre los consumidores, obteniendo en este proceso una ganancia".⁷⁶

Dentro del mercado capitalista, el campesino da más de lo que recibe, señalando la autora que "en el intercambio de productos el campesino vende barato y compra caro".⁷⁷ Ello no es más que una traducción de las relaciones que imperan dentro del mercado.

En el caso de Chichicastenango se observa a los campesinos que bajan a "pie" con sus pesadas cargas, las cuales contienen un valor en cuanto a tiempo invertido, trabajo y gasto, esto mayor a lo que es pagado por ella en el mercado. Al llegar al mercado —a través del tradicional "regateo"—, los compradores obtienen los productos muy por debajo de su valor real. Así, en el caso de los granos, por ejemplo, tenemos que: trabajo, insecticidas, tiempo —entre otros—, no son compensados realmente al pagar el comprador Q 0.20 a Q 0.22 por libra de frijol en su venta en el mercado. En cuanto que al comprar este campesino aquellos productos agrícolas de otras regiones que necesita y que le son ofrecidos por los comerciantes del mercado, o aquellos artículos de

producción industrial, los compra a más elevado precio, con lo que se cierra el círculo de intercambio desigual.

El trabajo de la unidad campesina, como ya hemos indicado, no está dirigido a la obtención de una ganancia, sino más bien a lograr la subsistencia. De ahí que parte de la producción agrícola está ya comprometida con los intermediarios agrícolas. En el caso del campesino del altiplano guatemalteco, pueden observarse los camiones y otros automotores que pasan recogiendo de las pequeñas parcelas o a la orilla de las carreteras las "redes" de verduras o "canastos" de frutas producidos por los campesinos en sus pequeñas parcelas, y los que debido a sus necesidades económicas comprometen sus cosechas. Estos por lo demás, no cuentan, con los medios necesarios para el transporte y comercialización de sus productos en mercados más amplios, dependiendo para ello de los intermediarios agrícolas.

En este punto vuelven a aparecer las relaciones de producción desiguales ya manifestadas desde el nivel de la producción, ya que el campesino no logra contar con los medios necesarios para alcanzar una producción favorable, pagándosele por ello un precio mucho menor al valor real de su producto, y mucho menor al que la mercancía adquirirá al llegar al mercado.

Otra parte de la producción campesina es utilizada para el consumo propio, para el consumo familiar. Gran parte del maíz, frijol y otro tipo de granos propios de la región, así como cierto tipo de frutas y verduras es consumido por la propia familia campesina. Sin embargo, este excedente vital, a medida que las necesidades van aumentando va disminuyendo, por lo que se reduce al máximo la satisfacción de las necesidades de la familia campesina. Ello se pone de manifiesto al observar las condiciones de venta que se dan en los mercados como el estudiado, y a un nivel más general al observar las condiciones presentadas por los vendedores en el mercado.

Otra parte de la producción llega por fin de forma directa al mercado, con el objeto de obtener dinero para la subsistencia familiar para el campesino. Así vemos que en el mercado de Chichicastenango el 95 por ciento de la totalidad de los vendedores de Sololá son campesinos pobres,

poseedores de parcelas de tierra en las que producen para el consumo y a la vez para el mercado (de forma directa o no). En el caso de los vendedores de Chichicastenango, la situación varía, en cuanto a que muchos de ellos además de sus actividades agrícolas son comerciantes de productos de otras regiones, presentándose entonces la situación de la siguiente manera:

7.2.1 Ventas de productos agrícolas

En relación a la venta de estos productos en el mercado —que constituyen un 60 por ciento del total de ventas en el mercado— (a esto hay que sumarle con respecto a las ventas de artículos de consumo local no agrícolas un 12 por ciento, dando un total de 72 por ciento de ventas de artículos de consumo local no turísticos), encontramos un fenómeno bien demarcado: por un lado la venta de productos agrícolas de la región, que en el caso de los diferentes tipos de verduras, es realizada por vendedores provenientes de Sololá, los cuales en su totalidad son campesinos que venden directamente parte de su producto al mercado. Se trasladan especialmente en buses del servicio extraurbano y están agrupados en un espacio determinado de la plaza, como ya se indicó.

Los vendedores de Chichicastenango en cambio, en lo que se refiere a la venta de los diferentes tipos de granos propios de la región —maíz, frijol, garbanzos, arveja seca, habas, entre otros, así como las ventas de frutas como duraznos, manzanas, membrillos—, se realizan bajo condiciones similares que en el caso anterior, con la diferencia que estos a su vez venden otro tipo de granos, chiles o especias que compran, ya sea en la costa u otras regiones del altiplano y que luego revenden en el mercado. Generalmente son puestos muy pequeños y de muy poca cantidad de artículos.

Además de las verduras propias de Sololá —cebollas, cebollines, alcachofas, zanahorias, entre

otras, encontramos otro tipo de ventas de frutas y verduras, las cuales provienen de la costa y de otras regiones del altiplano. De acuerdo con los datos recabados durante el presente año, estos comerciantes en su mayoría son a la vez agricultores que cultivan sus propias tierras, produciendo para el consumo familiar y en algunos casos para el mercado, especialmente a lo que a granos se refiere, tanto la agricultura como el comercio constituyen para estos, principales actividades económicas.

Estos no son comerciantes a tiempo completo, a excepción de uno que otro. Así los productos agrícolas redistribuidos por estos en el mercado siguen rutas largas:

-
- A. Costa-Chichicastenango.
 - B. Costa-Capital-Chichicastenango.
 - C. Otras regiones del altiplano Chichicastenango.
-

No obstante y a pesar de no ser estos productos de la región, su precio es menor que el que ofrecen en otros mercados, como los de la ciudad de Guatemala o el de Quetzaltenango por ejemplo. Ello es significativo en cuanto a que, el mercado de Chichicastenango forma parte del canal de distribución de bienes de consumo rural ya citado por Carol Smith.⁷⁸ Esto es factor esencial para la comprensión de este fenómeno. Entre los productores que siguen estas rutas de comercio encontramos como ejemplo: piñas de Palín y Puerto Barrios, el precio de éstas alcanzado en un centro de distribución urbano como Guatemala o Quetzaltenango es de Q 0.60 (conste que los precios dependen de la estación, escasez, entre otros factores), en centros como Chichicastenango esencialmente campesinos el precio que alcanzan es de Q 0.40 aproximadamente. El mismo caso es presentado por otros productos agrícolas, como los tomates de Sanarate, en centros

urbanos alcanzan hasta Q 1.50 por ciento, en tanto que en centros de distribución como Chichicastenango oscila entre Q 0.60 y Q 0.65 (esto corresponde a junio de 1981). Así encontramos variadísimos ejemplos: café, tanto de la costa como de Quetzaltenango, chile, chocolate de Asunción Mita, chile dulce de Cobán, bananos de la costa, naranjas de la costa y Rabinal entre otros.

Estos comerciantes se trasladan en camiones o camionetas, directamente de la costa donde compran los productos, o de la ciudad capital, principalmente del mercado de la Terminal, donde parten hacia Chichicastenango.

Estos comerciantes poseen un nivel económico superior al de los campesinos citados con anterioridad. Su situación en el mercado no es tan precaria como la de los anteriores.

En resumen, en lo que se refiere a la venta de productos agrícolas se puede colegir:

- 1) La venta de verduras de la región es realizada por campesinos indígenas de Sololá;
- 2) La venta de granos y frutas de la región es realizada por campesinos indígenas que residen en las áreas rurales del municipio, y que combinan la venta de estos granos que ellos mismos producen, con la venta de otros procedentes de la costa y otras regiones del altiplano; y
- 3) La venta de productos agrícolas de la costa y otras regiones del altiplano se realiza por medio de comerciantes del propio Chichicastenango, los cuales no obstante, en alguna medida están ligados a la agricultura.

Con respecto a los compradores que asisten a tratar al mercado productos agrícolas, podemos decir que un 80 por ciento de ellos, especialmente en los

días de plaza y particularmente domingo, son campesinos indígenas de la región, que bajan de sus caseríos a comprar los productos que necesitan al mercado. Concorre además, la población urbana, pero en proporción al número de los anteriores son muy pocos. Debe recordarse que la proporción de la población del municipio se inclina hacia el área rural, las personas residentes en las áreas rurales ascienden en porcentaje a un 94.15 por ciento, mientras que la población urbana constituye tan sólo un 5.75 por ciento del total, además de estos compradores, concurren los turistas, tanto nacionales como extranjeros que visitan el mercado con el fin principal de adquirir artículos de consumo turístico.

La economía de la región, pues, y su mercado dentro de ella, es sostenida por la actividad campesina, a pesar que la misma se encuentra en una situación desfavorable en el mercado.

El caso del mercado de Chichicastenango puede ubicarse dentro de lo que se denomina "mercado satélite o subsidiario".⁷⁹ Margarita Rosales señala al respecto que "el mercado (satélite o subsidiario) tiene lugar en una población mayor, generalmente una cabecera municipal y su influencia se restringe al municipio. Además de los productores de pueblos cercanos, acuden a estos Tianguís, comerciantes profesionales, los cuales a menudo son agentes de los mayoristas que actúan desde los mercados regionales. Así aparecen ya los regatones y atajadores que acaparan mercaderías para luego revenderlas en otras plazas subsidiarias o en la principal".⁸⁰

Debe señalarse que si bien las características y clasificación anterior corresponde a los mercados mexicanos, por su contenido general y bien puntualizado análisis, sus conclusiones son aplicables al caso del mercado de Chichicastenango, pues este forma parte del canal de distribución de bienes de consumo campesino indígena, que, junto con el canal urbano ladino canalizan el comercio del altiplano guatemalteco. El mercado de Chichicastenango se

realiza en el casco central de la cabecera municipal —no constituye un mercado parroquial el cual Margarita Rosales caracteriza como más restringido y de asistencia comunal—, ya que a él concurren vendedores de otros departamentos de la región occidental, su influencia si se extiende hacia otros puntos fuera del municipio, aunque fundamentalmente la ejerce dentro del municipio mismo, tampoco constituye un centro de distribución principal como para el caso del occidente de Guatemala; este tipo de mercado lo constituye San Francisco El Alto, antes citado.

Si bien las relaciones económicas que se realizan en el mercado de Chichicastenango son importantes dentro de la economía regional, su nivel no rebasa la región occidental del país, no obstante constituir un centro importante, en cuanto asisten a él vendedores de otros departamentos del occidente, principalmente Sololá y Totonicapán.

Las relaciones que se manifiestan en mercados como el de Chichicastenango son complejas y variadas, por tanto, determinadas por relaciones sociales particulares ya desarrolladas en el transcurso de esta Tesis. Así, encontramos una economía campesina que agoniza ante el embate del sistema capitalista, pero que está ligada al mercado, que si bien le brinda "dinero" para subsistir, lo hace a través de la apropiación de sus productos y trabajo excedente.

Lamentablemente no nos fue posible abordar otros aspectos tan importantes, tales como el establecimiento de canales de distribución que siguen las diferentes mercaderías, el problema migratorio y su relación al mercado como hubiésemos deseado, pero las condiciones sociales y políticas importantes nos lo impidieron.

7.2.2 Venta de productos de consumo local no agrícola

Como se señaló en el punto anterior, el total de ventas de productos de consumo local dentro del mercado asciende a 72 por ciento, distribuidos: 60 por ciento ventas de productos agrícolas y un 12 por ciento para las de consumo local no agrícolas.

Encontramos dentro de la plaza del mercado, ventas de productos no agrícolas, pero que son de consumo local. Estas ventas en su mayoría las llevan a cabo personas del mismo municipio de Chichicastenango, o bien de otras regiones de El Quiché, como Santa Cruz, cabecera departamental. Ellos al igual que los comerciantes de productos agrícolas anteriormente abordados, no son comerciantes a tiempo completo: combinan las dos actividades económicas básicas: agricultura y comercio.

En algunos de los casos, son ventas de jarcia. Estos son comerciantes que viajan a la capital o a otras regiones del altiplano a comprar sus productos, o bien son buscados por los propios productores o revendedores en su mismo municipio donde compran los productos. Así, la gran variedad de artículos vendidos tienen varios puntos de procedencia: lazos, mecapales, frenos para caballo, sombreros, morrales de lazo, provienen de Cobán (Alta Verapaz), San Juan Cotzal (El Quiché), San Pedro La Laguna (Sololá), Santa Cruz Quiché (El Quiché), y San Salvador, República de El Salvador.

Encontramos también ventas de ropa confeccionada que no es de consumo turístico sino local, principalmente ropa masculina consumida por la población del municipio. Esto responde al fenómeno que son los hombres quienes a través de las migraciones a la costa, el comercio, así como otras actividades económicas en diferentes regiones del país, sin olvidar los aspectos de tipo económico propiamente dichos, han debido dejar de usar sus trajes tradicionales. En tanto que en el caso de las

mujeres, al ser su circuito de relaciones más cerrado, siguen en proporción mayor utilizando el traje más que los hombres. Esta mercadería vendida proviene principalmente de la capital y Quetzaltenango, es vendida en su mayoría por comerciantes que la revenden en el mercado.

La venta de diferentes tipos de cerámica vidriada y semividriada —así como artesanías provenientes de Totonicapán y de San Pedro Jocopilas—, es muy amplia. Los artesanos de San Pedro transportan sus artesanías a pie o en transporte extraurbano, en tanto que en el caso de los vendedores de Totonicapán, encontramos tanto artesanos como comerciantes. Estos productos artesanales satisfacen las necesidades de la población en sus distintos rubros.

Encontramos también ventas de candelas elaboradas en el propio Chichicastenango, las cuales son consumidas por la población local con fines religiosos principalmente. Hay de diferentes tamaños y para diferentes fines, así, los colores de éstas definen su función: para la salud, el amor, etc. Estas ventas son realizadas por Chichicastecos.

Encontramos además ventas de cal, proveniente de la capital o de Quetzaltenango. Son puestos muy pequeños y se distribuyen pequeñas cantidades.

7.3 El turismo y el Mercado de Chichicastenango

Este es un aspecto que cobra especial interés dentro de la problemática de los mercados en poblaciones que, como la de Chichicastenango, han sufrido tanto la influencia del turismo. Se ha tratado de transformar estos pueblos en "centros de atracción turística". No obstante en Chichicastenango esto es más aparente que profundo, veamos por qué:

La influencia del turismo, si bien no puede negarse, así como no puede aislarse de la realidad en que se vive, ningún fenómeno social está prácticamente polarizada.

Entonces, ¿qué pasa en el interior de una población y de su mercado, que aparentemente vive de y para el turismo de

manera fundamental? La situación es la siguiente:

Encontramos pues, que el turismo juega un papel fundamental, especialmente en lo que al área urbana se refiere, con esto no estamos aislando de ésta el área rural. En las relaciones con el turismo, en lo que al beneficio se refiere, está involucrada principalmente la población urbana del municipio. Los habitantes de las áreas rurales son productores de artesanías, pero éstas debido a su costo, tiempo y técnicas de producción, son elaboradas por unidad. Los comerciantes compran a estos los productos a precios mucho más bajos que su valor real, los cuales al llegar al mercado han quintuplicado su valor en cuanto a dinero se refiere. La ganancia la obtiene el acaparador.

No puede pasarse por alto que la orientación del turismo en nuestro país, se ha constituido en un factor de destrucción de nuestras formas naturales de vida. No obstante un turismo bien orientado, lejos de constituir un elemento de destrucción, coadyuvaría a su autodesarrollo. Se constituiría en elemento que respetara las formas propias de vida, no adaptaría ellas a sus patrones sino por el contrario, es un turismo que exige la adaptación de todo un pueblo para su "entretenimiento". Sin embargo, hay que afirmar que en el momento actual esto no es posible. Se propicia así el acaparamiento por parte de los comerciantes e intermediarios y se obliga a los pequeños productores el imprimir a su producción patrones que nada tienen que ver con sus formas de vida. Hay que apuntar, no obstante, que el problema de la producción artesanal y de las artesanías en general, no debe ser contemplado desde un punto de vista romántico, tratando de que se conserven los patrones "porque son ancestrales", son "propios", o representan lo "nuestro", ya que el mismo pueblo, de acuerdo a sus necesidades y con el proceso histórico de desarrollo, amén de las influencias externas, abandonará de forma inevitable o transformará muchos de sus patrones, ya que estos responden a necesidades históricas y económicas, sólo el pueblo tiene el derecho de decidir la conservación o abandono de uno u otro tipo de utilización de patrones.

No obstante una orientación turística bien encaminada, puede ser de suma utilidad.

El turismo en Guatemala se ha constituido, no obstante, en "necesario", dentro del sistema imperante, ya que en nuestros días forma parte esencial de la economía de algunos grupos de las regiones en las cuales se manifiesta con mayor claridad.

La población guatemalteca, debido a factores de tipo económico, se ve obligada a buscar medios de adquisición de recursos indispensables para su subsistencia. En el caso de los comerciantes de artículos de consumo turístico —y en el mercado este ha sido el caso—, la producción artesanal se ha adaptado a las demandas de este turismo. Este fenómeno se torna comprensible al analizar la realidad social que nos aqueja. El turismo es pues, un medio a través del cual se "obtiene dinero".

En Chichicastenango la mayor parte de personas que se dedican a la venta de este tipo de productos son personas que residen en el área urbana, como se vio, un 77.35 por ciento de los vendedores de artículos de consumo turístico reside en el área urbana, mientras que personas residentes en el área rural (en relación a la población del mercado) se dedican a la venta de este tipo de productos un 17 por ciento. Los primeros están ligados, no obstante de alguna manera a la agricultura, ya que muchos de ellos, aunque en diferente grado que en el caso de los campesinos, poseen parcelas en las que se produce para el consumo propio y en algunas ocasiones para el mercado.

La mayor parte de estos comerciantes son del propio Chichicastenango, se encuentran además comerciantes provenientes de otros puntos del país, como veremos a continuación.

7.3.1 Situación de las ventas de artículos de consumo turístico en el mercado

En la plaza del mercado encontramos ventas de productos turísticos, las que constituyen un 28 por ciento del total de ventas del mercado, las cuales como se ve no constituyen el eje central, además encontramos aquellas que formalmente constituyen comercios en el sentido estricto del término.

Entre estos vendedores encontramos personas de Momostenango, que distribuyen, tanto artesanías tradicionales de su municipio, así como artículos elaborados para el turismo, aunque ambos sean consumidos por turistas, los ponchos de lana de Momostenango son de producción antigua. Las ventas de Momostenango son atendidas por personas originarias del municipio, las cuales en algunos casos son artesanos que producen los artículos en sus talleres, y además comerciantes que compran otros para luego revenderlos el día de mercado en Chichicastenango. Estos se trasladan el día anterior a la realización del mercado con el fin de levantar sus "puestos" para el día siguiente.

Encontramos además vendedores de San Pedro Sacatepéquez, Guatemala, quienes se trasladan desde su municipio y venden artículos provenientes de muchos puntos de la República, principalmente tejidos. Algunos de los tejidos vendidos son producidos por ellos mismos, otros son comprados en las diferentes aldeas de su departamento a sus productores y luego son revendidos en el mercado. La gran mayoría de artículos vendidos son productos manufacturados. San Pedro Sacatepéquez, Guatemala, constituye como veremos más adelante, un centro de producción de artículos de consumo turístico importante.

Circulando la plaza del mercado encontramos las tiendas típicas o "shops".⁸¹ En ellas puede observarse la venta de tejidos y artículos producidos en muchas regiones del país, desde güipiles hasta ropa confeccionada en pequeñas industrias.

Los propietarios de estos locales son originarios en su mayoría de Chichicastenango. Muchos de ellos tejen también, principalmente las mujeres. No obstante, la mayor parte de los artículos vendidos son de confección industrial.

Existen dos tipos de ventas típicas: aquellas permanentes que se encuentran bajo edificios de concreto y aquellas móviles dentro de la plaza del

mercado. Generalmente los propietarios de las primeras tienen a su vez puestos en la plaza, o despliegan frente a sus locales toldos de manta, pareciendo así, una extensión del mercado. La mayor parte de estos comerciantes tienen dos o tres puestos.

Con respecto a las mercaderías vendidas en estas tiendas podemos encontrar que provienen de cuatro focos básicos:

1. San Pedro Sacatepéquez, Guatemala, en donde se encuentra una pequeña fábrica dedicada a la producción en gran escala de artículos destinados al consumo turístico y que luego distribuye al resto del país. Se confecciona en ella todo tipo de mercaderías con telas "típicas".
2. Cortes o telas provenientes de Salcajá, Quetzaltenango.
3. Cortes o telas provenientes de Totonicapán.
4. Artículos confeccionados en el propio Chichicastenango, la mayor parte de estos son teñidos en otras regiones del occidente.

Cabe señalarse que gran parte de estos artículos son confeccionados en Chichicastenango, pero la materia prima proviene principalmente de los primeros tres focos señalados.

A estas tiendas típicas de Chichicastenango acuden pequeños productores que no tienen la posibilidad de vender directamente en el mercado. Estos provienen de muchas regiones del país y venden sus tejidos, o artículos de madera o barro a los comerciantes de las tiendas, quienes los compran muy por debajo de su valor real. Estos productos al ser revendidos en las tiendas han quintuplicado su valor. El comerciante obtiene una ganancia hasta de un 200 por ciento o más, como ejemplo puede señalarse el caso de los güipiles, los cuales en las aldeas o lugares donde se producen son vendidos entre Q 15.00 y Q 20.00 y luego en las tiendas su valor monetario

asciende a Q 60.00 y Q 70.00

Este es uno de los aspectos en los cuales el turismo como se ve, no beneficia a la población productora del país. Por otra parte, los promotores del tipo de turismo señalado, orientan a la construcción de toda una estructura de "tiendas y locales" a donde puede el turista acudir —cómodamente y sin problemas—, a comprar cualquier tipo de productos. Ello no propicia que sea el mismo artesano el que siga produciendo lo que es manifestación propia, sino más bien produzca lo que los "comerciantes" saben que el turista compra. No existe en Guatemala la preocupación por presentarle al turista lo que verdaderamente es expresión popular, orientando sus compras hacia ello. Todo esto es generado por razones de la estructura imperante.

El mercado de Chichicastenango como ya se ha indicado, si bien gran parte de su actividad económica la obtiene a través de la venta de productos de consumo turístico, estas ventas están acaparadas por los comerciantes urbanos principalmente, no obstante la actividad económica principal —y en la cual está involucrada el grueso de la población—, se fue constituyendo como en 1936, la **producción y venta de artículos de consumo local, principalmente agrícolas**. El corazón del mercado lo forman los campesinos indígenas y la economía regional. El turismo sí juega un papel importante dentro de la economía de los grupos urbanos, afecta la población rural en cuanto se da un acaparamiento de la producción por parte de los comerciantes, así como un encarecimiento del nivel de vida en general. En el área rural no hay que descartar, se encuentran también comerciantes de este tipo de productos turísticos, en relación al mercado de Chichicastenango su número no es significativo, ya que la mayor parte de las ventas de estos es realizada por habitantes urbanos.

7.4 Aspectos culturales

La permanencia de aspectos y rasgos culturales dentro de una población como la de Chichicastenango, que ha sufrido a lo largo de su historia tantas influencias externas, y en las últimas décadas el embate del turismo, es significativa. Son los procesos económicos y sociales los que se tornan determinantes para la transformación o permanencia de los rasgos culturales dentro de un grupo social determinado.

En el caso del grupo quiché, grupo étnico que conforma la población de Chichicastenango y el grueso de la población de su mercado, constituye un grupo social y culturalmente fuerte, la permanencia de muchas de sus formas culturales propias, se explica como vimos por el desarrollo de su proceso histórico, que lo han caracterizado siempre como uno de los grupos políticos y socialmente más fuertes de Guatemala.

Como vimos en el capítulo correspondiente a la historia, desde las épocas más tempranas su carácter de lucha es manifiesto y el cual se mantiene desde entonces hasta la actualidad. Su conformación y organización han resistido el embate de las influencias externas que lo han aquejado, asimilando y transformando estas integrándolas al mismo. En esto estriba la resistencia que este grupo ha tenido en cuanto al embate del turismo, pues si bien este ha sido duro y lo ha logrado penetrar, no ha podido socavar y transformar en esencia sus propias formas de ser.

El mercado de Chichicastenango es un ejemplo de la permanencia de toda una serie de rasgos culturales. Su estructura básica se ha mantenido a lo largo de los años, si bien éste constituye hoy un mercado capitalista en todo el sentido del término —como hemos visto—, dentro del mismo pueden observarse la permanencia de muchas formas propias de ser. Entre ellas, la utilización del traje, del idioma, así como de cierto tipo de relaciones que dentro del mismo se manifiestan. El tema de este trabajo no contempla el abordar los aspectos culturales del mercado de Chichicastenango. Esto constituye un estudio aparte, ya que los fenómenos culturales son complejos y requieren de un interés particular.

8. Conclusiones

8.1 A nivel estructural:

1. Las características de la estructura física del mercado de Chichicastenango, de 1936 a 1981, no han sufrido transformaciones esenciales, en especial en lo que a la distribución espacial de las ventas de productos de consumo local se refiere. Estas, como entonces, se encuentran desplegadas a partir de la pila central de la plaza, por el área que abarca la plaza de la cabecera municipal. (Vid. gráficos 1. M-36, 2. M-36 y 9. M-80).
2. La transformación esencial en cuanto a estructura física se refiere es la que se ha operado con la penetración de la industria del turismo y la consiguiente aparición de las ventas dedicadas a él. Las cuales han venido a transformar la estructura física del mercado, en cuanto se ha extendido a calles aledañas, no obstante no ha afectado el verdadero mercado que hoy lo sigue constituyendo la venta de productos de consumo local. Las ventas de consumo turístico ha formado un cordón que circula el mercado. (Vid. gráfica 10. M-80).
3. Con relación a la distribución de las diferentes ventas y vendedores en el espacio de la plaza, encontramos que como en 1936, los vendedores de Chichicastenango en particular, siguen dispersos por toda el área que ella abarca, mientras que los vendedores de otros lugares ya señalados, siguen constituyendo grupos espacialmente bien diferenciados, en especial en lo que se refiere a los vendedores de Sololá. (Vid. gráficos del 1 al 10 correspondientes al mercado de 1980-81).

8.2 A nivel económico-social:

1. Con el desarrollo del tema se transformó la hipótesis original que planteaba la venta de artículos de consumo turístico como eje central del mercado. La profundización en el tema demostró que, como en

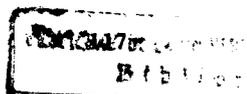
- 1936, la economía campesina y el intercambio de sus productos son los que constituyen la esencia del
2. La venta de artículos de consumo turístico, si bien son parte importante de la economía del mercado de hoy, no constituyen como a simple vista parece, factor básico del mismo. Ni estructural, ni económica, ni socialmente.
 3. El mercado de Chichicastenango como en 1936, sigue constituyendo hoy un mercado campesino regional.
 4. Las relaciones que se manifiestan en este mercado, se establecen sobre la base de un intercambio desigual y desfavorable al campesino indígena pobre, que constituye el grueso de la población.
 5. En el mercado de Chichicastenango, es la minoría urbana la que se beneficia en su mayoría, con la venta de artículos de consumo turístico. La población rural campesina indígena, lejos de ser beneficiada por la introducción turística, es afectada en cuanto se da el acaparamiento por parte de los comerciantes urbanos de la venta de este tipo de artículos. El turismo ha generado el encarecimiento de la vida en esta población, lo que afecta directamente a la mayoría rural.

8.3 A nivel cultural:

1. El mercado, pese a su contenido capitalista de extracción de los excedentes de la economía campesina, es un centro en el que se comprueba la permanencia de relaciones sociales y culturales propias de la población quiché que lo integra.

8.4 A nivel general:

1. Se afirma que la estructura física del mercado de Chichicastenango no responde a factores fortuitos y caprichosos, ésta responde y satisface las demandas de la



población campesina que lo integra, pese a que hoy se ha tratado de convertirlo en un centro de interés turístico, esto no ha afectado su estructura básica la cual, como hemos visto, sigue manteniéndose.

9. Apéndice

Productos de consumo local vendidos en el Mercado de Chichicastenango en 1981: (comestibles y no comestibles)

Aguacates	Güisquiles
Maíz de diferentes tipos	Melones
Carnes:	Azúcar
Cerdo, carnero, gallina, res	Sal
Miel	Cal de Xela y la costa
Tomate	Guacales
Flores	Manías
Cierto tipo de alfarería y cerámica	Plátanos de la costa
Ropa usada	Café en grano
Tejidos	Redes, canastos, lazos, mecapales, bridas
Sandías	Botes vacíos
Variedad de frutas	Cortes
Lazos (artículos de jarcia en general)	Peines
Frijol	Ropa confeccionada
Harina	Hilos
Atol de arroz, atol blanco	Gorras
Chicharrones	Zapatos
Yuca	Sábanas
Chirmol de achiote	Morrales
Tortillas	Dulces
Queso	Artículos de ferretería
Naranjas	Manzanas
Mangos	Duraznos
Zanahorias	Membrillos
Repollo	Botas de hule
Lechuga	Caites de cuero
Apio	Chocolate
Coles	Camaroncillo
Berro	Pescado seco
Cebolla	Pastas
Remolacha	Galletas
Ruda	Panela
Rábanos	Mosh
Hierbabuena	Jsbón
Culantro	Pan
	Trigo

Bledos	Pepita de ayote
Pepinos	Chuchitos
Papa	Arroz en leche
Chile	Ocote
Arveja	Huevos
Habas	Anonas
Manías	Rapadura
Garbanzo	Incaparina
Frijol blanco y colorado	Canela
Ayote	Granadilla
Café de Quetzaltenango y	Gallinas
la costa	Avena
Coliflor	Palomas
Ejote	Carbón
Acelga	Carnes preparadas
Tamarindo	Espicias
Bananos de la costa	Artículos de peltre de consumo
Papayas	local
Hilos y lustrinas	Artículos plásticos variados
Lengua	Mantas y costales
Comedores: venta de diferentes tipos de comidas "caseras":	
guisados de carne, huevos con chirmol, caldo de frijoles	
Refresquerías	Clavo
Pulperías	Orégano
Petates	Pepitoria
Sobretodos	Cacao
Muebles de madera de Chichi-	Anís
castenango y Totonicapán	Chilacayote
Hojas de tamal	Paja
Cajetas	Zapotes
Sapuyul	Manzana rosa
Lana	Alcachofas
Incienso de diferentes tipos	Cebollines
Candelas	Llaveros y candados
Morros y chinchines	Tinajas de barro
Jícaras	Ollas y apastes
Ajo	Hojalata

Productos de consumo turístico vendidos en el Mercado de Chichicastenango en 1981:

Cabe señalarse respecto a estos productos que estos se van repitiendo de uno a otro local, esencialmente son productos manufacturados en pequeñas industrias como hemos visto, así se van repitiendo todo tipo de ropa confeccionada, manteles, etc.

Tejidos a mano comprados a artesanos de diferentes regiones (estos son la minoría).

Todo tipo de telas típicas.

Telares elaborados especialmente para "recuerdos", con diseños y colores que no corresponden a ninguna región del país, en algunos casos con inscripciones y recuerdos especiales para turistas.

Ponchos de lana, especialmente de Momostenango, estos son tradicionales, muchos de ellos pero con la "puesta de moda" de las artesanías del país son de consumo turístico, además elaboran zarapes y otros artículos dedicados al consumo turístico.

Camisas y pantalones confeccionados.

Blusas y vestidos.

Artículos de barro no tradicionales.

Artículos de madera no tradicionales.

Tejidos de lana.

Artículos de cuero: caites, bolsas, monederos.

Tejidos teñidos.

Chales.

Mañanitas de lana y de tela "típica".

Cubrecamas, bolsas, monederos, manteles, ponchos, perrajes de telas típicas.

Sacos y delantales.

Alfombras.

Telas.

Fantasia en general: collares, dijes, pulseras, aretes, prendedores.

Güipiles.

Cortes de Chichicastenango.

Varios: agarradores para objetos calientes, tapetes, muñecos de tela típica.

Chalecos.

Morrales con inscripciones y diseños no tradicionales.

Máscaras.

Figurillas de barro "imitación de antigüedades pre-hispánicas".
Diferentes tipos de cerámicas.
Imágenes de madera.
Sombreros "típicos".
Artículos de plata: collares, dijes, anillos.
Muñecas de trapo.
Maxi faldas y maxi vestidos, vestidos sin espalda.
Curiosidades: postales, joyas.

10. N o t a s

- 1 Para mayor aclaración a este tema, **Cfr. infra**, 1 parte, inciso 1.2.
- 2 Ruth Bunzel. **Chichicastenango**. (Versión española de Francis Gall). Guatemala: Editorial José de Pineda Ibarra. Seminario de Integración Social Guatemalteca, 1981.
- 3 Félix Webster Mc. Bryde. **Geografía Cultural e Histórica del Suroeste de Guatemala**. Tomo II. Guatemala: Seminario de Integración Social Guatemalteca, 1969.
- 4 Héctor Díaz Polanco. **Teoría Marxista de la Economía Campesina**. (Segunda edición). México: Juan Pablos Editor, 1979, pp. 88-90.
- 5 **Cfr. Ibid.**, primera parte, pp. 15-35.
- 6 Karl Kaustky. **La Cuestión Agraria**. (Estudio de las tendencias de la agricultura moderna y de la política agraria de la socialdemocracia). México: ediciones de cultura popular, 1974, p. 65.
- 7 Héctor Díaz Polanco, **op. cit.**, p. 86.
- 8 **Ibid.**, p. 115.
- 9 **Cfr. Karl Kaustky, op. cit.**

- 10 **Ibid.**, p. 173.
- 11 **Cfr. Ibid.**, pp. 168-173.
- 12 **Ibid.**, p. 63.
- 13 **Ibid.**, p. 182.
- 14 Los pequeños campesinos se ven dependientes al capital usurero a través de préstamos con altos intereses, hipotecando sus tierras a ese capital; los usureros despojan al campesino al no poder éste pagar su deuda, que crece cada día más.
- 15 Karl Kaustky, **op. cit.**, p. 64.
- 16 Jean Paul Harroy. **La Economía de los pueblos sin maquinismo**. Madrid: ediciones Guadarrama, 1973, p. 146.
- 17 Robert Carmack. **Evolución del Reino Quiché**. Guatemala: Editorial Piedra Santa, 1979 a.
- 18 **Ibid.**, p. 209.
- 19 **Cfr. Ibid.**, pp. 209-210.
- 20 Horacio Cabezas. **Los Señoríos Quichés. Un intento de interpretación**. Guatemala: Universidad de San Carlos de Guatemala, Escuela de Historia, 1980. p. 10.
- 21 Franz Termer. **Etnología y etnografía de Guatemala**. Guatemala: Seminario de Integración Social Guatemalteca, 1957, p. 5.
- 22 Se incluye mapa de las fronteras lingüística y política del señorío Quiché Prehispánico, tomado de Robert Carmack, **The Quiche Mayas of Utatlan. The evolution of a Highland Guatemala Kingdom**. s.p.i. y s/f., p. 4.
- 23 Anónimo. **Isagoge Histórica Apologética de las Indias Occidentales y especial de la Provincia de San Vicente de Chiapa y Guatemala**. Guatemala: Sociedad de Geografía e Historia, "Biblioteca Goathemala", Vol. XIII, 1935, p. 178.

- 24 Franz Termer, **op. cit.**, p. 10.
- 25 **Cfr.** Horacio Cabezas, **op. cit.**, p. 5.
- 26 **Cfr.** Robert Carmack. **Historia social de los Quichés.** Guatemala: Seminario de Integración Social Guatemalteca, Editorial José de Pineda Ibarra, 1979 b, p. 26.
- 27 Anónimo. **Isagoge. . .**, **op. cit.**, p. 189.
- 28 Robert Carmack, **op. cit.**, 1979 a, pp. 127-134.
- 29 Horacio Cabezas, **op. cit.**, p. 19.
- 30 Anónimo. **Isagoge. . .**, **op. cit.**, p. 178.
- 31 Franz Termer, **op. cit.**, p. 11.
- 32 Anónimo. **Isagoge. . .** **op. cit.**, p. 191.
- 33 **Cfr.** Robert Carmack, **op. cit.**, 1979 a, p. 294.
- 34 **Cfr.** Robert Carmack, **op. cit.**, 1979 b, pp. 38-44.
- 35 **Ibid.**, p. 38.
- 36 Horacio Cabezas, **op. cit.**, p. 22.
- 37 **Ibid.**, p. 23.
- 38 **Cfr.** Pedro Cortés y Larraz. **Descripción Geográfico-Moral de la Diócesis de Goathemala.** Tomo II. Guatemala: Sociedad de Geografía e Historia, "Biblioteca Goathemala", Vol. XX, 1958.
- 39 **Ibid.**, pp. 62-63.
- 40 **Ibid.**, p. 63.
- 41 **Ibid.**

- 42 **Cfr. Carlos Figueroa Ibarra. El proletariado rural en el agro guatemalteco.** Tercera edición. Guatemala: Editorial Universitaria, 1980, capítulo 1, pp. 39-99.
- 43 Datos tomados del **Diccionario Geográfico de Guatemala.** Tomo I. Guatemala: Dirección General de Cartografía, 1961, pp. 143-145.
- 44 Datos proporcionados por la Dirección General de Estadística, en base al VIII Censo de Población, 1973.
- 45 **Cfr. Carlos Figueroa Ibarra, op. cit., pp. 39-99.**
- 46 **Cfr. Kirchoff, Paul. Mesoamérica: Sus límites geográficos; composición étnica y características culturales.** En Sol Tax, ed. *Heritage of Conquest*, Glencoe, The Free Press, 1952, pp. 17-30.
- 47 Bernardino de Sahagún. **Historia General de las cosas de Nueva España.** México (Colección sepan cuántos...), Editorial Porrúa, 1975, p. 240.
- 48 **Ibid., p. 489.**
- 49 **Ibid., p. 499.**
- 50 **Cfr. Ibid., pp. 503-515.**
- 51 Bernal Díaz del Castillo. **Historia Verdadera de la Conquista de la Nueva España.** Buenos Aires: Editorial Espasa-Calpe, 1955, p. 197.
- 52 **Ibid., p. 198.**
- 53 Diego de Landa. **Relación de las cosas de Yucatán.** (Décima edición). México: Editorial Porrúa, 1973, pp. 39-40.
- 54 **Cfr. Robert Carmack, op. cit., 1979 a, p. 132.**
- 55 Se incluye una reconstrucción gráfica de la plaza del mercado de Tikal, aparecido en Alice J. Hall, "A traveler's tale of ancient Tikal" en **National Geographic.** USA: December, 1975, pp. 808-809.

- 56 Tomás Gage. **Nueva Relación que contiene los Viajes de Tomás Gage en la Nueva España.** Guatemala: Sociedad de Geografía e Historia, Biblioteca "Goatehamala", 1946, p. 179.
- 57 Carol A. Smith. "La evolución de los sistemas de mercadeo en el occidente de Guatemala: un análisis de lugar central" en **Revista de Estudios Sociales**, No. 10, septiembre-octubre (Guatemala: Universidad Rafael Landívar: Instituto de Ciencias Políticas y Sociales), 1973, p. 57.
- 58 Para mayor información sobre lo que se entiende por intercambio vertical y horizontal, **Cfr. supra**, inciso 4, canales de distribución en el occidente de Guatemala.
- 59 Carol A. Smith, **op. cit.**, p. 62.
- 60 **Ibid.**, pp. 38-42.
- 61 **Ibid.**, p. 40.
- 62 Ruth Bunzel, **op. cit.**, p. 107.
- 63 **Cfr. Ibid.**, datos presentados en el apéndice 1, cuadro II., pp. 469-473.
- 64 Félix Webster Mc. Bryde, **op. cit.**, p. 269.
- 65 **Cfr. Ibid.**, p.
- 66 Parte de los datos presentados fueron extraídos de las notas del trabajo coordinado por el Dr. Stephen Stewart con estudiantes de la Universidad Rafael Landívar, en lo que concierne a aspectos de la estructura física. Otra parte de los mismos fueron extraídos en 1981, por la autora. La totalidad de datos referentes a aspectos económicos y sociales de este trabajo fueron extraídos por la autora durante el presente año.
- 67 Los gráficos presentados en este trabajo referentes al año 1980-81 fueron dibujados por Otto René Enríquez..
- 68 **Cfr. gráfico mercado de Tikal. Vid. supra.**

- 69 **Vid. supra** diagrama 1. M-80-1.
- 70 **Vid. supra** diagramas 1. M-36, 2. M-36 y 9. M-80-1.
- 71 **Vid. supra** diagramas 2. M-80 y 3. M-80-1.
- 72 **Vid. supra** inciso 6 "Mercado de Chichicastenango, 80-81".
- 73 **Vid. supra** diagrama 3. M-80-1.
- 74 **Vid. supra** diagrama 10. M-80-1.
- 75 Margarita Rosales González. **Los intermediarios agrícolas y la economía campesina**. México: Instituto Nacional de Antropología e Historia, Centro regional del sureste, 1979, p. 21.
- 76 **Ibid.**, p. 37.
- 77 **Ibid.**
- 78 **Cfr.** Carol A. Smith, **op. cit.**, pp. 38-55.
- 79 Margarita Rosales, **op. cit.**, p. 75.
- 80 **Ibid.**
- 81 **Vid. supra** diagrama 10. M-80-1.

11. Bibliografía

- ANONIMO. **Isagoge histórica apologética de las Indias Occidentales y especial la provincia de San Vicente de Chiapa y Guatemala.** Guatemala: Biblioteca "Goathemala", Vol. XIII, 1935, 437 pp.
- BUNZEL, Ruth. **Chichicastenango.** Guatemala: Seminario de Integración Social Guatemalteca, Editorial José de Pineda Ibarra, 1981. 513 pp.
- CABEZAS, Horacio. **Los Señoríos Quichés: un intento de interpretación.** Guatemala: Universidad de San Carlos de Guatemala, Escuela de Historia, 1980, 25 pp.
- CARMACK, Robert. **Historia Social de los Quichés.** Guatemala: Seminario de Integración Social Guatemalteca, 1979 b, 435 pp.
- CARMACK, Robert. **Evolución del reino Quiché.** Guatemala: Editorial Piedra Santa, 1979 a, 404 pp.
- CORTEZ Y LARRAZ, Pedro. **Descripción Geográfico-Moral de la Diócesis de Goatehamala.** Guatemala: Biblioteca "Goathemala", Tomo II, 1958, 304 pp.
- DEHOUBE, Daniele. **El Tequio de los santos y la competencia entre los mercaderes.** México: Instituto Nacional Indigenista, 1976, 365 pp.
- DIAZ DEL CASTILLO, Bernal. **Historia verdadera de la conquista de la Nueva España.** México: Editorial Espasa-Calpe, 1955, 705 pp.
- DIAZ POLANCO, Héctor. **Teoría Marxista de la economía campesina.** México: Juan Pablos, Editor. 2da. edición, 1979, 182 pp.
- DE LANDA, Fray Diego. **Relación de las Cosas de Yucatán.** México: Editorial Porrúa, S.A. (Décima edición), 1973, 237 pp.

- DE SAHAGUN, Fray Bernardino. **Historia General de las cosas de la Nueva España**. México: Editorial Porrúa (4a. edición), 1979, 1,061 pp.
- DIRECCION GENERAL DE CARTOGRAFIA (editor). **Diccionario Geográfico de Guatemala**. Guatemala: Tipografía Nacional, Tomo I, 1961, 499 pp.
- FIGUEROA IBARRA, Carlos. **El proletariado rural en el agro guatemalteco**. (Tercera edición). Guatemala: Universidad de San Carlos de Guatemala, Editorial Universitaria, 1980, 467 pp.
- FOSTER, George. **Las culturas tradicionales y los cambios técnicos**. México: Fondo de Cultura Económica, 1964, 248 pp.
- GAGE, Tomás. **Nueva Relación que contienen los Viajes de Tomás Gage en la Nueva España**. Guatemala: Biblioteca "Goathemala", Volumen XVIII, 1946, 305 pp.
- HALL, J. Alice. "A traveler's tale of ancient Tikal", en: **National Geographic**. USA: Waahington: National Geographic Society, December, 1975, pp. 799-810.
- HARROY, Jean Paul. **La Economía de los pueblos sin maquinismo**. Madrid: Ediciones Guadarrama, 1973, 351 pp.
- KAUSTKY, Karl. **La Cuestión Agraria**. (Estudio de la agricultura moderna y de la política agraria de la socialdemocracia), México: Ediciones de Cultura Popular, 1974, 496 pp.
- LEBEAU, Francis. "Agricultura de Guatemala", en: **Integración Social en Guatemala**. Guatemala: Seminario de Integración Social Guatemalteca, 1965, pp. 267-309.
- LEHMANN, David y Hugo Zemelman. **El campesinado: clase y conciencia de clase**. Buenos Aires: Ediciones Nueva Visión, 1972, 113 pp.

- MARROQUIN, Alejandro. **Introducción al Mercado Indígena Mexicano**. México: s.p.i., 1956.
- MALINOWSKY, Bronislav y Julio de la Fuente. "Economía de un Sistema de Mercados en México", un ensayo de etnografía contemporánea y cambio social en México, en: **Acta Antropológica**, Epoca 2, Volumen 5, No. 2. México: Escuela Nacional de Antropología e Historia, 1957 (material mimeografiado).
- Mc. BRYDE, Félix Webster. **Geografía Cultural e Histórica del Sur-oeste de Guatemala**. Guatemala: Seminario de Integración Social Guatemalteca, Editorial José de Pineda Ibarra, Tomo II, 1969, 622 pp.
- MOSK, Sanford. "Economía Indígena en la América Latina", en **Cultura Indígena de Guatemala**. Guatemala: Seminario de Integración Social Guatemalteca, 1956, pp. 63-92.
- REDFIELD, Robert. "Comerciantes primitivos en Guatemala", en **Cultura Indígena de Guatemala**. Guatemala: Seminario de Integración Social Guatemalteca, 1956, pp. 43-59.
- ROSALES-GONZALEZ, Margarita. **Los Intermediarios agrícolas y la economía campesina**. México: Instituto Nacional de Antropología e Historia, Centro regional del sureste, 1979, 139 pp.
- SMITH, Carol. "La evolución de los sistemas de mercadeo en el Occidente de Guatemala: un análisis de lugar central", en **Estudios Sociales, URL, Instituto de Ciencias Políticas y Sociales**. No. 10 (septiembre-octubre, 1973), pp. 38-71.
- TAX, Sol. "Los indios en la Economía de Guatemala" en **Integración Social de Guatemala**. Guatemala: Seminario de Integración Social Guatemalteca, 1956, pp. 107-136.
- XIMENES, Francisco. **Historia de la Provincia de San Vicente de Chiapa y Guatemala, orden de predicadores**. Guatemala: Biblioteca "Goathemala", Vol. I, Tomo I, 1929, 512 pp.