

CONSIDERACIONES DE LA ETNOECONOMÍA A LA CONCEPCIÓN CLÁSICA DE MERCADO

CONSIDERATIONS ETNOECONOMÍA TO THE CLASSICAL CONCEPTION MARKET

Mónica Jaqueline Viteri Gordillo¹
Shirley Patricia Murriagui Lombardi²
Juan Ramón Cadena Villota³

Recibido: 2017-01-25 / Revisado: 2017-03-12 / Aceptado: 2017-05-07 / Publicado: 2017-07-01

Forma sugerida de citar: Viteri-Gordillo, M., Murriagui-Lombardi, Sh. y Cadena-Villota, J. (2017). Consideraciones de la Etnoeconomía a la concepción clásica de mercado. *Retos de la Ciencia*, 1(2), pp. 87-97.

RESUMEN

El presente artículo parte de las concepciones clásicas de mercado y revisa algunas de las críticas desde la antropología que se hacen a este modelo, para considerar otros aspectos que vendrán a constituirse en los aportes a la etnoeconomía. Este trabajo utiliza la etnografía como una herramienta conceptual y metodológica para analizar el mercado desde las variables de campo y arena. Se realiza una visita de campo al “Mercado de Ponchos” en Otavalo en la cual se las identifica y se fusiona la visión clásica y la antropológica con el propósito de ampliar la interpretación de esta realidad.

Palabras clave: etnoeconomía, economía de mercado, campo y arena, etnografía

ABSTRACT

This article is based on the classical conceptions of market and reviews some of the criticism from anthropology that this model is made to consider other aspects that will come to constitute contributions to the etnoeconomía. This paper uses the ethnography as a conceptual tool methodology to analyze the market from the field variables and sand. A visit to Ponchos Market in Otavalo city in which they are identified and merges both visions in order to broaden the interpretation of this reality is made.

Keywords: etnoeconomia, market economy, golf and sand, ethnography

¹ Magister en Economía de la Universidad de Gdansk de Polonia, Docente de la Carrera de Pedagogía de los Idiomas Nacionales y Extranjeros de la Universidad Central del Ecuador, Ecuador.

² Máster en Educación Ambiental, Docente de la Carrera de Pedagogía de las Ciencias Experimentales, Química y Biología de la Universidad Central del Ecuador, Ecuador. E-mail: shirleypml407@hotmail.com

³ Máster en Nuevas Tecnologías Aplicadas a la Educación, Docente de la Carrera de Pedagogía en Ciencias Experimentales: Informática de la Universidad Central del Ecuador, Ecuador.

INTRODUCCIÓN

El presente estudio tiene como objetivo relacionar las variables de campo y arena en el desempeño real de un mercado, con la finalidad de deconstruir el modelo clásico de mercado.

La economía presenta en la actualidad graves problemas como el desempleo y una producción excedentaria que no han sido resueltos por el mecanismo de mercado, aunque este teóricamente tiende al equilibrio, son los denominados fallos de mercado, para los cuales la intervención del Estado se hace necesaria, rompiendo los principios de mismo y evidenciando la obsolescencia.

El surgimiento de cuestionamientos al modelo clásico de mercado desde la antropología permite construir propuestas innovadoras para una comprensión más acabada de los mercados en espacios periféricos como el Ecuador. Para este cometido, el presente análisis echa mano de una revisión de conceptos básicos de mercado, y su puesta en escena para su validez a través de una etnografía de “mercado de animales”.

MÉTODOS

La investigación es tipo exploratoria y se presentan en tres partes: en la primera se realiza una crítica conceptual al diagrama de flujo circular del funcionamiento cuasi perfecto del mercado, y se muestra sus limitaciones y la posibilidad de evidenciar la construcción histórica del mismo. En una segunda parte, se analiza los conceptos de campo y arena desde donde surgen 13 categorías dicotómicas que permiten analizar la multicausalidad de los factores presentes en un mercado específico. Para finalmente basado en la etnografía de un mercado de animales de Otavalo, evidenciar el comportamiento de las variables propuestas por Castaingts (2004).

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

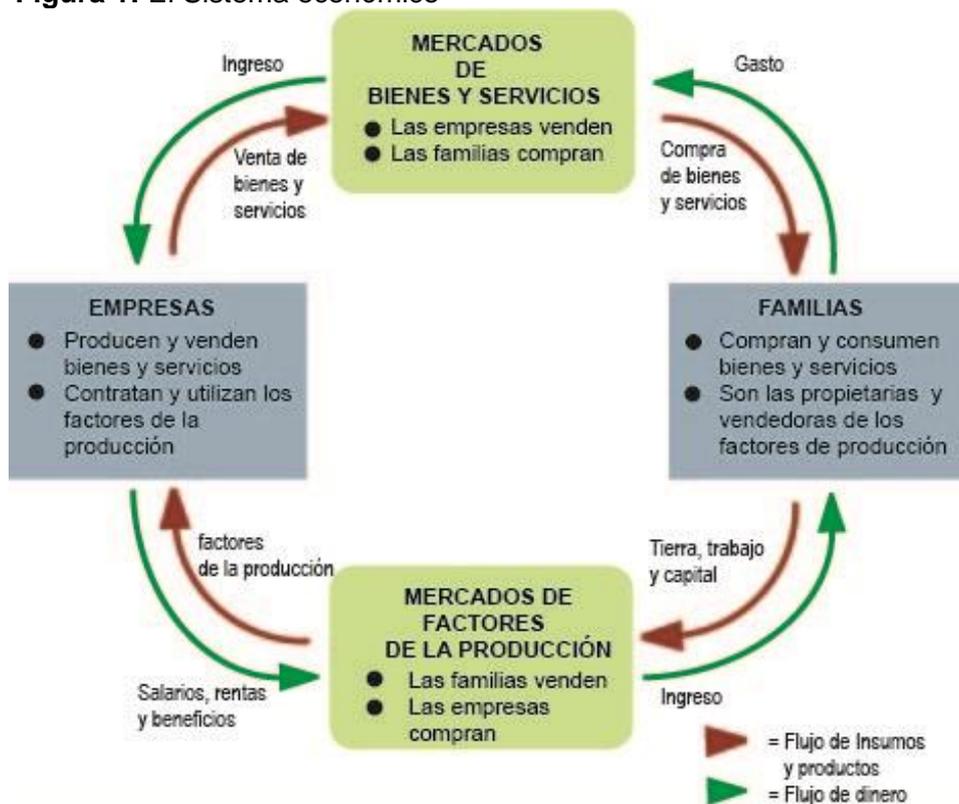
1. Más allá de la noción clásica de “mercado”

«El capitalismo liberal fue la respuesta inicial del hombre al reto de la revolución industrial. A fin de usar maquinarias complejas y potentes, transformamos la economía humana en un sistema de mercados autorregulados y permitimos que esta extraña innovación modelara nuestros pensamientos y nuestros valores. Hemos sido reducidos a la impotencia por la herencia de una economía de mercado que transmite concepciones simplistas sobre la función y el papel del sistema económico en la sociedad» (Polanyi, 2013, p. 51). La cita de Polanyi muestra categóricamente que la “sociedad de mercado” es una categoría profundamente histórica y no como un elemento connatural de la naturaleza humana. En otras palabras, como afirma Naredo «El trabajo, como categoría homogénea, se afianzó allá por el siglo XVIII junto con la noción unificada de riqueza, de producción y la propia idea de sistema económico para dar lugar a una disciplina nueva: la economía» (Naredo, 2001, p. 36). Desde esta perspectiva se analizará la noción clásica de mercado expresada por Mankiw (1998).

El concepto de mercado es uno de los elementos básicos en lo que constituye el análisis económico. Los economistas con la finalidad de simplificar

los intercambios entre los diversos agentes de la sociedad, utilizan el “diagrama del flujo circular”. En este modelo, «la economía tiene dos tipos de agentes que toman decisiones: hogares y empresas. Las empresas producen bienes y servicios utilizando diversos factores, como trabajo, tierra y capital (edificios y máquinas)» (Mankiw, 1998, p. 17). Éstos se denominan factores de producción. Los hogares poseen los factores de producción y consumen todos los bienes y servicios que producen las empresas. El sistema económico como presenta el diagrama de flujo circular es una abstracción de la realidad que la simplifica al punto de ordenarlo alrededor de cuatro componentes: agentes, funciones, mercados y flujos.

Figura 1: El Sistema económico



Fuente: Mankiw, Gregory, (1998). Principios de economía. MCGRAW HILL (pp: 17)

Si bien este modelo tiene la ventaja de englobar un tema tan complejo en un solo esquema, deja de lado la complejidad que supone este proceso, con lo que se debe estar alerta, demasiada simplificación puede resultar un despropósito sobre todo para influir en la realidad con miras a transformarla.

Desde una perspectiva empírica el mercado se simplifica y se demanda un bien o un servicio, o se lo ofrece, el individuo puede tener varios roles: los mencionados en el esquema del “flujo circular” representados en las familias y en las empresas, así como un tercer rol: ser intermediario e incluso un cuarto rol: el de observador.

Otro elemento concomitante que está presente es el objeto de la transacción, que pueden ser bienes y/o servicios, pero además dones o información. El observador, que no se encuentra en el anterior esquema, tiene un papel importante al obtener información que luego la puede utilizar al ocupar

el lugar del comprador o vendedor. El objeto de la transacción, el bien material o trascendental, tiene valores subjetivos que se pueden analizar desde varias perspectivas. Tomando en cuenta estos elementos, lo primordial es definir algunos conceptos entre ellos: mercancía y mercado.

Si observamos la mercancía, nos damos cuenta de que ella presenta dos características la una denominada valor de uso y el otro valor de cambio. La primera según Marx hace referencia a que «la utilidad de un objeto lo convierte en valor de uso. Pero esta utilidad de los objetos no flota en el aire. Es algo que está condicionado por las cualidades materiales de la mercancía y que no puede existir sin ellas. Lo que constituye un valor de uso o un bien es, por tanto, la materialidad de la mercancía misma, el hierro, el trigo, el diamante, etc» (Marx, 2005, p. 23). En segundo lugar, la mercancía es un objeto capaz de intercambiarse con otros objetos, con otras mercancías; ella es capaz de comprar otras mercancías. Como define Marx «el valor de cambio aparece como la relación cuantitativa, la proporción en que se cambian valores de uso de una clase por valores de uso de otra» (Marx, 2005, p. 4).

Esas dos características de la mercancía no son producto de la imaginación del autor de “El Capital”; ellas son fácilmente observables por cualquiera de nosotros. La mercancía es un *valor de uso* por su capacidad de satisfacer necesidades; es un *valor de cambio* (o tiene valor de cambio) por su capacidad de comprar sus similares. Así, «podemos decir en este momento que la mercancía es valor de uso y es valor de cambio; es la unidad de esos dos aspectos» (Carcanholo, s/f, p. 4).

Relacionando las dos características de la mercancía. El valor de uso de las mercancías no aparece directamente en la equidad o ecuación ya que no es una cantidad sino una cualidad. Es decir, está abstraído a la hora del intercambio. El valor de uso aparece indirectamente, como lo que justifica para cada agente el intercambio, lo que lo hace racional. Un poseedor de bienes sólo va a vender su(s) bien(es) si no necesita de su uso y, en cambio, sí necesita de uno o varios bienes que otro poseedor oferta en el mercado. Así, el valor de cambio no puede existir sin su valor de uso, pero pueden existir bienes que, al no ser intercambiados, es decir, al no ser mercancías poseen valor de uso pero no valor de cambio.

Así es como se establecieron los tres dogmas de la sociedad de mercado «el trabajo debía encontrar su propio precio en el mercado; el dinero debía ser proporcionado por un mecanismo autorregulado; las mercancías debían ser libres para circular de un país a otro sin tener en cuenta las consecuencias» (Polanyi, 2013, p. 51).

Se pueden realizar algunas críticas sustantivas a este determinismo económico, como por ejemplo, el sobredimensionar el hambre y la ganancia como los únicos factores que explican el determinismo de la economía en la sociedad, y que no toman en cuenta otras variables sociales como: la costumbre y la tradición, los deberes públicos y compromisos privados, preceptos religiosos, entre otros. Este determinismo hizo creer que las relaciones sociales están incorporadas en el sistema económico y no viceversa.

Este determinismo del funcionamiento del mercado, no permite identificar el desarrollo histórico de los mercados y las transformaciones que surgen al interior de ellos, pero tampoco posibilita analizar los cambios que suceden en los mercados contemporáneos. En otras palabras, este esquema reduce las

complejidades históricas y contemporáneas a simples ecuaciones en donde desaparecen las distintas relaciones entre los actores en el contexto económico.

El mercado definido desde la economía, es cualquier conjunto de transacciones de procesos o acuerdos de intercambio de bienes o servicios entre individuos o asociaciones de individuos. El mercado no hace referencia directa al lucro o a las empresas, sino simplemente al acuerdo mutuo en el marco de las transacciones. Estas pueden tener como partícipes a individuos, empresas, cooperativas, ONG, entre otros.

El mercado es, también, el ambiente social (o virtual) que propicia las condiciones para el intercambio. En otras palabras, debe interpretarse como la institución u organización social a través de la cual los ofertantes (productores, vendedores) y demandantes (consumidores o compradores) de un determinado tipo de bien o de servicio, entran en estrecha relación comercial a fin de realizar abundantes transacciones comerciales.

Los primeros mercados de la historia funcionaban mediante el trueque. Tras la aparición del dinero, se empezaron a desarrollar códigos de comercio que, en última instancia, dieron lugar a las modernas empresas nacionales e internacionales. A medida que la producción aumentaba, las comunicaciones y los intermediarios empezaron a desempeñar un papel más importante en los mercados.

El enfoque que presenta el artículo de campo y arena de Teillery, «viene a salvar esta especie de artilugio para enriquecerlo en el análisis por medio de categorías que se establecen desde la antropología, lo que muestra el amplio espectro que supone este proceso» (2004, p. 109). Con este enfoque interdisciplinar se puede integrar aspectos que son de suma importancia y que salen a la luz al considerarlos con este prisma.

De hecho, el realizar este análisis, da un giro en la concepción del problema económico como tal, en varios aspectos comenzando por el número de mercados que básicamente es considerado uno solo y por lo tanto abre caminos para las soluciones que puedan plantearse. Esta visión, considero más acercada a la realidad. Pretendo en este breve artículo utilizar estas categorías para describir en el marco de una etnografía del mercado autóctono del pueblo Otavalo.

2. El campo y arena del mercado

El término “campo” y “arena” propuestos a la manera de Víctor Turner adquiere importancia en el análisis del mercado, de hecho el autor presenta al “campo” como un conjunto de relaciones resultado de tres elementos: valores, significados y recursos entre actores que pueden orientarse a la competencia por premios y/o recursos escasos, a un interés en salvaguardar una distribución particular de recursos y a mantener un orden normativo (Turner, 1974).

Dentro del concepto de campo se incluye la idea de confrontación entre un poder monolítico y un conjunto de alternativas subversivas. Se agrega al mismo la noción de procesos flojamente integrados en donde pueden darse formas persistentes en las que partiendo de principios de acción discrepantes se llegan a reglas incompatibles.

El campo trae consigo la existencia de tensiones y conlleva una relación entre el conflicto y la cooperación, del campo político se transmuta a la arena, las tensiones y movimientos de las sociedades que no dejan de moverse conllevan al surgimiento de las arenas sociales. Los enfrentamientos de los actores políticos se dan en la arena política dentro del campo político. La arena no es producto del instinto sino modelos y metáforas que los actores llevan en sus cabezas. El drama surge si los conflictos normales tienden a desbordarlos del campo social (Teillery, 2004).

La matriz básica del artículo analiza trece (13) variables dicotómicas:

- a. Intercambios que implican reciprocidad o que son gratuitos, enmarcados en el análisis económico encontramos únicamente a los mercantiles, lo que ya amplía el análisis;
- b. Intercambios simétricos o asimétricos, de bastante presencia en este mercado,
- c. Intercambios cooperativos y no cooperativos, se espera que los actores ganen lo máximo posible y se repartan de manera equitativa, lo que es bastante improbable, aquí podríamos pensar en aspectos que están fuera del precio y entrar en la categoría de valor. Por ejemplo, un señor llegó al mercado para vender sus animales de la granja, y decía, solo les vendo por necesidad. No se observa colaboración entre los agentes.
- d. Intercambios de bienes reales y simbólicos, específicamente se trata de bienes reales.
- e. Intercambios mercantiles y no mercantiles, están determinados por los primeros, de tipo pecuniario.
- f. Por el tipo de mercado podría presentarse la ocasión para intercambiar en especie, es decir una animal por otro, dando lugar al trueque.
- g. Reciprocidad inmediata y mediata, el pago es de contado, luego del regateo se produce la paga para que el bien pase a su nuevo dueño.
- h. Pago en especie o en sumisión. A menos que se encuentren personas conocidas que puedan establecer un nexo posterior, las transacciones piden pago en especie.
- i. Hay intercambio entre seres humanos, es el único posible en este mercado, con una parcial intervención de parte del estado. En el mercado no hay intercambio de dones,
- j. Los dones son una relación obligatoria aunque a veces pueden ser voluntarios. En los procesos mercantiles se deben distinguir los circuitos de las mercancías
- k. Circuitos mercantiles se presenta el circuito dinero – mercancía – dinero.
- l. Distingue los procesos puros de aquellos en los que interviene algún tipo de corrupción.
- m. Enmarca este proceso dentro de los que son mercados formales e informales, clasificándose este mercado dentro de los segundos.

Los intercambios mercantiles son los que tienen lugar en el mercado, siempre implican reciprocidad; sin embargo se distinguen intercambios mercantiles y no mercantiles pudiendo ser estos segundos gratuitos.

La asimetría se puede ver claramente en todos sus componentes, tanto en lo que se refiere a poder, riqueza y estatus; los agentes económicos que forman parte del mercado de Otavalo presentan una heterogeneidad que salta a la vista. Me queda la duda en relación a la sujeción política de la que habla el

autor como mecanismo de compensación por parte de los actores que se manejan en el campo asimétrico.

El caso de la caja de Edgeworth es un modelo de juego cooperativo, no ejemplifica el juego no cooperativo; el tema de la eficiencia es distinto a desear que la contraparte no adquiera beneficios o incluso tenga perjuicios, considero una interpretación errónea.

En el contexto actual de propiedad intelectual por medio de patentes, es procedente tomar en cuenta el intercambio de bienes simbólicos más allá de los bienes reales; como es el caso de las medicinas que ofrecen los laboratorios y que de alguna manera protegen la copia de las fórmulas.

Este análisis se extiende para todos los servicios que se clasificarían dentro de los bienes simbólicos, cuya característica es que quien los recibe acrecienta su haber en tanto que quien lo ofrece no se desprende de nada: no así con los bienes reales cuya distinción nos hace ver como al ofrecerlo deja de ser poseído por su propietario para pasar a manos de quien lo demanda o adquiere.

Aparentemente en el intercambio mercantil hay una independencia recíproca, dado que entre quien compra y quien vende no se da una relación posterior sino que se resuelve al momento del intercambio con el hecho de la aceptación del precio; En el acto del don, categoría de campo y arena no mercantil, se presupone un lazo social posterior entre donante y quien recibe el don.

Hay circunstancias que propician el surgimiento de intercambio de dones en economías precarias en que la mercantilización tiene límites; crisis o desastres naturales hacen que las personas se vean obligadas a recurrir a ofrecer y aceptar bienes materiales en la forma de dones, en las que cobra mayor importancia la satisfacción de necesidades antes que el lucro.

El intercambio de bienes reales bajo la forma de mercancía tiene su pago inmediato con un precio establecido, o con un crédito que mide el costo del dinero en el tiempo; no así los intercambios de dones cuya prioridad es la de llenar un requerimiento sin importar el postergar su pago, que en el inicio ni siquiera se espera, puede venir en un futuro, creando con ello un capital social entre las personas que intervienen como donantes y receptores.

Se habla del intercambio mercantil que se realiza en términos de una equivalencia socialmente aceptada, lo que nos remonta a la discusión sobre la teoría del valor, y el trabajo socialmente necesario para producir una mercancía. Con la globalización los precios sufren el impacto de una serie de factores exógenos a las economías domésticas, que difícilmente se puede decir que responda únicamente a dicha equivalencia.

Puede decirse que el mercado de Otavalo por algunas de sus características como el sistema de ventas y la competencia entre los involucrados se clasifica dentro del mercado informal.

En resumen, con estos 13 elementos se forma una matriz que tiene muchas variantes. En términos matemáticos, si cada elemento mencionado sólo tiene dos posibilidades (reciprocidad o gratuidad, mercantil o no mercantil, cooperativo no cooperativo, etcétera), el número de posibilidades sería 213, es decir, que habría 8,192 tipos posibles de mercados, ya que cada uno de ellos representa una transformación dentro de un grupo de transformaciones de 4,096 posibilidades. Esto no quiere decir que exista tal número de campos sociales de intercambios ni que todos ellos hayan estado presentes en la

historia, pero sí señala con claridad que *usar la palabra mercado como si fuese una sola cosa* implica un error muy grave.

3. Una mirada al mercado de animales de Otavalo

El mercado de animales está situado a un costado de la ciudad de Otavalo. Hay mucho movimiento, los comerciantes llegan con la mercadería y se ubican en todas las calles. Al pasar un puente hay un espacio abierto, el piso es de tierra e irregular, hay una parte que tiene una pequeña colina para luego descender, llama la atención un cercado de alambre, al interior de este también hay animales igual que afuera. Hay muchas personas, hombres y mujeres quienes los tienen atados con cuerdas para evitar que estos escapen. Es una feria libre, en donde los oferentes y demandantes se encuentran y realizan las transacciones de compra y venta.

Figura 2: El Mercado de Animales de Otavalo



Fuente: Otavalo en día de mercado. (2012). Recuperado de <http://www.elrincondesele.com/otavalo-en-dia-de-mercado-1>.

Las asimetrías están presentes en todas partes, saltan a la vista. Hay personas que están de pie junto a los animales que ofrecen, a quienes por su aspecto y por la cantidad de animales que poseen, se les puede calificar de pudientes, en contraste con otras personas humildes que apenas si tienen un par de animales domésticos.

Según, Teillery «estas asimetrías crean sujeción política» (2004, p. 121). Por ejemplo: relaciono con la señora que quiere comprar cerdos (son 12) y el dueño que quiere venderlos; ella paga un precio menor al que su dueño pide, y además ella quiere comprarlos al menudeo. El solo los vende a todos o a ninguno. La señora persigue, literalmente al señor, quien se adelanta tratando de encontrar clientes que satisfagan sus requerimientos.

En un primer nivel están los que llegan y venden directamente, van quedando quienes compran y vuelven a vender ese mismo día, los dedicados a la reventa. Los animales que están dentro del espacio cercado cuentan con una guía. Se conoce que para obtenerla se necesita realizar una inscripción para lo cual uno de los requisitos son las vacunas de los animales, a más de los documentos de los propietarios.

No se conoce con certeza si los animales que están dentro del cerco cumplen con los requisitos, se presenta la sospecha de que hay corrupción

(variable 12), es propicio para esto, no hay control y la necesidad hace que las personas que quieren acceder a ese espacio paguen coima para poder hacerlo.

Las personas que están con sus animales esperan ser abordados por las personas que quieren comprar, estas se acercan y preguntan el precio, luego de tener esa información. Los que ofertan le incentivan a la compra, hablándoles de las virtudes del animal, de su tamaño, edad, peso o lo que potencialmente puede hacer con él. De hecho, en lo que se refiere a los vacunos el macho es más cotizado porque dice *lleva más carne en sus piernas*, la hembra tiene más cebo, a menos que se trate de una vaca lechera cuyo precio es mucho más alto.

El precio de un toro o de una vaca fluctúa entre 400 y 700 dólares, en tanto que una vaca lechera puede costar entre 1000 y 2000 dólares. Entre los animales que están a la venta hay principalmente vacas y toros, terneros, borregos, ovejas, cerdos, y un animal exótico: una vicuña o llama. De los animales pequeños se ven: conejos y cuyes. Hay también gran variedad y cantidad de aves, sobretodo gallinas, se ven en menor cantidad patos.

El esquema de competencia perfecta busca beneficio máximo para sí, según el papel que juega en el mercado, estamos frente a un intercambio no cooperativo (variable 3). Los motivos de compra son diversos: para el consumo personal, como el caso de un señor que salía contento con su adquisición, un cerdo de buen tamaño, por el que pagó 160 dólares, para servirse con la familia el día domingo. Una señora que compró una vaca lechera con su ternera, lo adquirió en 850 dólares, estaba lista para buscar un transporte que lo lleve a su "terrenito". Una pareja de chivos por el que se pagó 120 dólares y cuyo destino es una unidad educativa en Ibarra. El intercambio realizado es mercantil, su pago es de contado (Variable 7), el acto mercantil es voluntario (variable 8).

Se pudo ver de la manera más clara cómo funciona el mecanismo de oferta y demanda al observar a un señor propietario de nueve lechones, pequeños pero bien dotados, los vendía en 60 dólares cada uno, pero tenía sus condiciones particulares, todos o ninguno, como lo repetía: "todo o nada". Una señora que estuvo desde la mañana detrás del señor, fue quien finalmente compró los cerdos, ella ofrecía 50 dólares por cada cerdo. Ambos, oferta y demanda, se pusieron de acuerdo en lo que se puede llamar económicamente precio de equilibrio: 55 dólares. El dueño bajo 5 dólares de su propuesta de 60, y la señora, subió 5 dólares de su propuesta de 50. Llegando al precio que los hizo llevar a cabo la transacción de compra y venta. Esto no fue el final, la señora había comprado para vender, pero esta vez ella los vendía por separado, había una restricción menos, de hecho se acercaban las personas a negociar la compra de cada cerdito. El hecho de que todo mundo necesita intercambios mercantiles para sobrevivir no implica que estos sean obligatorios, es una necesidad no una obligación (variable 9).

Los conejos y los cuyes también eran vendidos en reventa y la persona daba la información que se requería sin ningún celo. Decía que los conejos los compro en 8 dólares y que los vendía en 11 dólares, con lo que se podía deducir fácilmente la ganancia. Era un modelo de competencia perfecta clásico: muchos vendedores, muchos compradores, libre información. De entre los propietarios se pudo conocer los motivos de la venta, uno de ellos, hablaba de que son lindos sus chanchos, que los tiene que vender "solamente porque

necesita”, aduciendo al buen estado de ellos, lo que trasluce el tema de la propiedad como riqueza acumulable; lo mismo cuando se pregunta sobre la utilidad de comprar una llama: “para tener”, es la respuesta.

En el mercado de animales se observan de venta bienes como: ropa, utensilios de casa y algunos artículos hechos artesanalmente ya sea de madera o de hierro, así como una variedad de sogas que son utilizadas en la venta de los animales que de otra forma estarían dispersos. También hay un lugar en donde se expende comida preparada. Los animales que están dentro del espacio cercado son más cotizados pues hay la garantía de las vacunas. Aunque definitivamente lo que más opera es el mecanismo de la oferta y demanda con todos y cada uno de sus componentes puestos en acción. El ofertante quiere el mayor precio por su producto y a veces eso está en función de las condiciones del animal, pero en el mercado se decidirá si su precio es antojadizo o no, puede que el precio sea alto, en relación a los precios de quienes están a su alrededor, y ya lo tendrá que ir nivelando, si realmente lo quiere vender.

Para los demandantes el tema es llegar lo más temprano, buscar y comparar hasta conseguir lo que desea: bueno, bonito y barato. Las dos fuerzas confluyen de manera extraordinaria en un ejercicio que da cuenta de los múltiples aspectos que intervienen, como diría Smith, la mano invisible de cada uno de los agentes económicos. La institución estatal que está presente cumple un rol de control, que no afecta mayormente a las transacciones que se realizan.

La clasificación final daría cuenta de este como un mercado informal – aspecto central – varios elementos están en juego: las diferencias en los actores, el sistema de ventas, evasión fiscal, las reglas de formación de precios, y la competencia (variable 13).

Un gran acierto con relación al trabajo de campo: es la hora de llegada para realizar la observación, la gran dificultad se presentó luego de concluir la observación cuando me di cuenta que no todos los allí presentes están para vender directamente, hay una gran cadena de intermediarios, no saque proporción del mercado pertenece a ella. En si las condiciones de investigación requieren de mayor tiempo para conocer más a fondo. Sin embargo esta primera visita da cuenta de cómo se realizar este proceso y se puede palpar este mecanismo del mercado casi en su forma primigenia.

4. A modo de conclusiones

Al utilizar estas categorías en la descripción de este mercado, se toman en cuenta aspectos sociales, y de inicio el análisis se amplía abarcando realidades que el esquema estrictamente económico no permite.

La etnografía permite obtener una descripción que abunda en detalles y que al confrontar con las variables enunciadas trae preguntas que podrán resolverse con una nueva intervención la cual deberá tener objetivos más específicos.

Sin embargo este acercamiento brinda la posibilidad de plantear esta fusión de elementos de ambas disciplinas: la economía y la antropología.

Las etnociencias surgen como respuesta a la necesidad de contextualizar el aprendizaje y los procesos sociales, como tal, el modelo clásico de la economía

de mercado que en parte está llegando a su límite, pide una transformación que integre otros aspectos para su vigencia o actualización.

Con certeza los procesos sociales desbordan a la descripción técnica que realiza la ciencia económica, se enriquece y complementa con las variantes expuestas que profundizan aspectos importantes. Ciertos temas económicos como la eficiencia manejados matemáticamente permiten trazar objetivos y metas que pueden medirse; sin embargo restan el componente social que puede incorporarse gracias a variables cualitativas como las que se enumeran y desarrollan.

La presencia de dones no como bienes materiales, el intercambio mercantil y no mercantil, inclusive los impuestos bajo esta figura toman una relevancia diferente que encauza hacia potenciales soluciones dentro de la problemática del mercado que como categoría urge actualizarse.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Carcanholo, R. (s/f). Obtenido de Mercancía y valor-trabajo: Guía de Lectura de Marx: http://www.lahaine.org/amauta/b2-img/carcanholo_merc.pdf
- Mankiw, G. (1998). Principios de economía. España: Ed. Mac Graw Hill.
- Marx, K. (2005). El Capital tomo I . México: Siglo xxi Editores.
- Naredo, J. M. (2001). Configuración y crisis del mito del trabajo. Archipiélago: Cuadernos de Crítica de la Cultura, 13 - 24.
- Polanyi, K. (2013). Nuestra obsoleta mentalidad del mercado. En Mediterráneo económico (págs. 51 - 61).
- Teillery, J. C. (2004). Los mercados como campos y arenas. Hacia una etnoeconomía de los procesos mercantiles. Alteridades , 109 - 125.
- Turner, V. (1974). Social Dramas and Ritual Metaphors. Dramas, Fields, and Metaphors. Symbolic Action in Human Society, 23 - 59.