

SISTEMAS DE MERCADOS Y ESTRUCTURA SOCIAL EN LA CHINA RURAL

G. William Skinner - Cornell University*

PRIMERA PARTE

En este trabajo¹ presento una descripción parcial y análisis preliminar del sistema de mercados rurales en la China. Este tema, que ha sido descuidado, tiene una importancia que trasciende ampliamente el ámbito de la economía política. Para los antropólogos reviste interés porque las estructuras de mercados del tipo que aquí se describen para la China, parecerían ser características de todo el tipo de civilización conocido como sociedad "campesina" o "tradicional agraria". En las sociedades complejas que pertenecen a esta importante clase, las estructuras de mercado ineludiblemente determinan la organización social local y constituyen uno de los mecanismos fundamentales para integrar un gran número de comunidades campesinas al sistema social único que es la sociedad total. El caso de la China parecería ser estratégico para el estudio comparativo de los mercados campesinos en sociedades tradicionales agrarias, porque la tarea de integración que allí se realizó fue singularmente vasta; porque la longevidad y estabilidad excepcional de la sociedad china hizo posible que en muchas regiones, el sistema de mercados se desarrollara hasta alcanzar su madurez total antes del comienzo de la modernización; y también porque la documentación que existe sobre los mercados de la China durante varios siglos, proporciona un material muy rico para el estudio del desarrollo sistémico, es decir de la transformación dentro de una tradición.

El estudio de los sistemas de mercados rurales también permite un valioso enfoque para dilucidar los cambios de un sistema tradicional, es decir, aquellos que auguran las transformaciones de una sociedad agraria tradicional a una sociedad industrial moderna.

Los cambios fundamentales en la distribución de los mercados y en los patrones de conducta que rigen las operaciones del mercado proporcionan un indicador sensible del progreso de la modernización. En consecuencia, es necesario estudiar atentamente el sistema de mercados rurales durante cada uno de los períodos en que se puede dividir la historia moderna de la China, sin exceptuar la época comunista contemporánea. Durante la última década el tema ha adquirido una importancia adicional debido a la relación que puede demostrarse entre las unidades de colectivización y los sistemas de mercados. Uno de mis propósitos en este artículo, es indicar que una interpretación adecuada de los sucesos en el campo de la China, a partir de 1949, tiene que basarse en un análisis previo del sistema de mercados campesinos premodernos.

Aunque la literatura científica sobre los mercados locales de la China es relativamente escasa,² hay abundante materia prima que puede utilizarse para el análisis. Miles de fang-chih, los nomenclátos geográficos que se preparan localmente para los hsien y otras unidades administrativas, proporcionan una información muy detallada sobre los mercados locales y muchas veces sobre el proceso mismo de compra-venta. Estas y otras fuentes documentales tradicionales fueron complementadas durante la época de transición precomunista por descripciones de observadores extranjeros, noticias publicadas por diarios locales, datos sin procesar recogidos en diversas encuestas y hasta por algo de trabajo de campo académico. El recurso más fecundo para el estudio de los mercados rurales de la China continental, tanto antes como después de 1949, lo constituye el gran número de informantes potenciales del continente que ahora viven en Formosa, Hong Kong y en países de ultramar, personas que participaron durante años en los sistemas de mercados a los que pertenecían los poblados donde ellos habían vivido. Los datos del presente trabajo provienen de mi trabajo de campo en Szechwan durante los años 1949-50,³ de una serie de entrevistas intensivas con un grupo de informantes emigrados a los Estados Unidos, Hong Kong y Singapur, de muchos fang-chih y de diversos trabajos publicados⁴. A pesar de todo considero que no he agotado las fuentes potenciales y por lo tanto este trabajo no constituye un tratamiento exhaustivo del tema.

El trabajo está dividido en varias partes. En ésta, la primera, está centrada al estudio de la estructura de los sistemas de mercado y el análisis es básicamente sincrónico. [**La segunda parte, que trata sobre los diversos aspectos del cambio, fue publicado en *The Journal of Asian Studies* Vol. XXIV, N° 2. Febrero 1965]

La primera empieza con una consideración de dos materias preliminares: los diferentes tipos de mercados y los principios que rigen la determinación de los días de mercado. En las secciones subsiguientes se describen la estructuras de mercado, primeramente como sistemas espaciales y económicos y luego como sistemas sociales y culturales.

MERCADOS Y LUGARES CENTRALES

Los lugares centrales, término genérico para designar las ciudades, pueblos y otras poblaciones nucleadas que tienen funciones de servicios centrales pueden clasificarse en muchas formas. El enfoque aquí adoptado sigue los lineamientos de Christaller y Losch.⁵ Siguiendo la tradición analítica iniciada por estos científicos, es posible tipificar a un centro determinado según la posición que ocupa en sistemas espaciales entrelazados, dentro de los cuales la función económica está asociada al nivel jerárquico.⁶ Puede señalarse que la regularidad en las jerarquías de los centros y la correspondencia en la alineación de la función con la posición sistemática se ven acrecentadas, o son el resultado de un estado de "entropía" perdurable muchas fuerzas que actúan sobre el sistema de los centros de diversas maneras y a lo largo de muchos siglos.⁷ Sea como fuere, en el caso de la China al término de su larga y relativamente estable época imperial, se pueden analizar los centros fácilmente, partiendo del supuesto de que la función económica de un poblado está consistentemente relacionada con la posición que ocupa dentro de los sistemas de mercados, los que a su vez se encuentran dispuestos en un orden jerárquico regular.

En la campiña china se encuentran poblaciones de una sorprendente diversidad. Comenzaré este intento clasificándolos en categorías significativas, considerando un pueblo de mercado corriente un tipo de centro que parece haber existido en todas las regiones de la China agraria premoderna.

Para fines de la época tradicional los mercados chinos habían proliferado en tal forma y estaban distribuidos de tal manera que cada familia rural tenía acceso a por lo menos uno de ellos. Se los consideraba indispensables, tanto como una fuente de bienes y servicios necesarios que no existían en la comunidad de la aldea como para la salida de la producción local. Designo con el término "común" [standard] al tipo de mercado rural que satisfacía todas las necesidades comerciales de la familia campesina; lo que la familia producía pero no consumía normalmente era vendido allí, y lo que consumía pero no producía también era comprado allí. El mercado común proveía lo necesario para el intercambio de los bienes que se producían en la zona dependiente de dicho mercado, pero lo que es más importante, era el punto de partida de la corriente ascendente de productos agrícolas y artículos de artesanía hacia los niveles más altos del sistema de mercados, como así también el punto final de la corriente descendente de artículos importados destinados al consumo de los campesinos. En el presente trabajo se designa "pueblo de mercado común" al poblado donde funciona un mercado común (que al mismo tiempo no sea mercado de nivel más alto).

Los patrones de poblamiento que se encuentran debajo del nivel del pueblo de mercado común varían de una región a otra. Las aldeas nucleadas son comunes en la mayor parte de China rural y en muchas zonas constituyen el único tipo de poblado inferior al pueblo con mercado común. Sin embargo, en algunas zonas existen determinadas "aldeas" donde funciona un tipo de mercado que aquí designaré como "menor". El mercado menor, conocido vulgarmente como el "mercado de hortalizas" se especializa en el intercambio horizontal de bienes producidos por los campesinos. En él, normalmente no existen muchos artículos de primera necesidad, y prácticamente no se ofrece ningún servicio ni productos importados. Su importancia como punto de entrada para los bienes producidos localmente al sistema de mercado más amplio, es insignificante. La existencia esporádica de los mercados menores en la China rural, lo limitado de sus funciones, y su posición periférica con respecto a los sistemas de mercado más amplios me han llevado a considerarlos como algo separado de la escala jerárquica normal de los centros —como un tipo de transición que en la mayoría de los casos puede considerarse como un mercado común incipiente. Como no da lugar a confusión, utilizo el término "mercado menor" para referirme tanto al mercado como el poblado en el cual está ubicado.

En otras partes de la China, cuyo ejemplo más destacado es la cuenca del Szechwan, no existen ni aldeas nucleadas ni mercados secundarios. Los campesinos viven en granjas dispersas o en grupos de granjas, y los únicos nódulos en el panorama económico,- inferiores al pueblo con mercado común son los pequeños grupos de tiendas conocidas como yao-tien (literalmente "pequeñas tiendas"). Sin embargo, no debe exagerarse el carácter excepcional de la ecología humana en la cuenca del Szechwan. Las unidades de vivienda que se encuentran dispersas en la campiña del Szechwan forman grupos naturales, cada uno de los cuales está centrado en un t'u-ti miao (santuario del dios-tierra), a los que se puede designar "aldeas dispersas". Cuando se los considera como sistemas sociales, tanto las aldeas dispersas del Szechwan como las aldeas nucleadas que son más frecuentes en el resto del país pueden designarse "comunidades de aldeas".

El yao-tien que existe en forma esporádica en el distrito del Szechwan en algunos casos es simplemente el "almacén general" de la aldea dispersa, y por lo tanto el equivalente del grupo de tiendas que se encuentra comúnmente en las aldeas nucleadas de mayor tamaño en el resto de la China. Otros yao-tien —particularmente aquellos formados por varias tiendas y situados en los cruceros de caminos equidistantes de dos o tres otros pueblos con mercado— son los equivalentes funcionales de los mercados secundarios que existen en otras partes de la China. Es posible verlos como mercados comunes incipientes, y realmente varios ejemplos de mercados comunes que, según la memoria de mis informantes del Szechwan, habían existido durante corto tiempo habían surgido a partir de yao-tien.

Se advierte que la terminología aquí sugerida limita el término "aldea" a las poblaciones nucleadas donde no funciona un mercado⁸. "Comunidad de aldeas" es un término más incluyente para designar sistemas sociales compuestos por viviendas, ya sean estas nucleadas o dispersas, y no implica ningún tipo de mercado. No se propone ningún término genérico para los mercados secundarios ni para el yao-tien, que son intermedios y de transición entre las comunidades de aldeas y los pueblos donde funciona un mercado común. En la terminología aquí utilizada los "pueblos de mercado" están limitados a tres tipos de centros que ocupan posiciones contiguas en el sistema jerárquico de centros económicos; cada uno de los tres corresponde a un tipo de mercado. Ya se ha caracterizado al mercado común o corriente, que es el que ocupa el nivel inferior. En orden ascendente, se designan aquí como "mercado intermedio" y "mercado central" a los otros dos tipos. Para comenzar con el último de los nombrados, el mercado central generalmente está situado en un lugar estratégico de la red de transportes y cumple importantes funciones mayoristas. Sus instalaciones están diseñadas para recibir artículos importados y distribuirlos dentro de su zona dependiente, y por otra parte para reunir los productos locales y exportarlos a otros mercados centrales o centros urbanos de nivel superior. En cuanto al mercado intermedio, será suficiente mencionar aquí que este mercado simplemente ocupa una posición intermedia en ambos sentidos de la corriente vertical de bienes y servicios. En la terminología que presentamos aquí se designa "pueblo de mercado intermedio" al poblado donde funciona un mercado intermedio (pero no también un mercado de nivel superior). El "pueblo de mercado central" se define de igual manera.

Resulta complicado hacer una tipología de los lugares centrales de los rangos superiores de la jerarquía de la China tradicional, debido a la distinción que se puede hacer entre centros económicos "naturales" y centros administrativos "artificiales". En China, el concepto de urbanismo siempre ha estado íntimamente relacionado al yamen y a la muralla.⁹ Desde el punto de vista tradicional chino, una verdadera ciudad (ch'eng) es la sede amurallada de un hsien (distrito), fu (prefectura) o scheng (provincia).¹⁰ Dada la estructura jerárquica del sistema administrativo imperial es virtualmente automática una tipología tripartita de los lugares de centros administrativos. Pero, ¿cuál es la relación entre esta jerarquía de lugares centrales según función económica?

Se puede dar dos respuestas extremas y fáciles. Una asevera que las dos series de lugares centrales pueden estar relacionadas; la otra, que son independientes. Ambas posiciones son defendidas en la literatura escolástica y, creo yo, ambas están equivocadas. Efectivamente, Chang Sen-dou da la primera respuesta.¹¹ Su tipología de los lugares centrales de bajo nivel se deriva del pionero trabajo de campo de C. K. Yang. Después de analizar los mercados encontrados en el hsien

de Tsou-p'ing, Shantung, Yang propuso tres tipos de lugares centrales, equivalentes a aquellos que he denominado: mercados menores, pueblos de mercado común y pueblos de mercado intermedio.¹² El hsien en cuestión no incluía ningún mercado de nivel superior y la sede del hsien había sido clasificada, con mucha propiedad, como pueblo de mercado intermedio. Luego Chang aceptó el ejemplo de C. K. Yang como típico y procedió a evacuar la capital distrital, la jerarquía administrativa, con el pueblo de mercado intermedio de la jerarquía económica.¹³ En su influyente revisión crítica de estudios sobre los lugares centrales,¹⁴ Berry y Pred llegan a la conclusión de que el artículo de Chang ha identificado la "jerarquía clásica" de los lugares centrales de la China tradicional y cita una desordenada tipología que injerta a capitales administrativas de nivel superior a una serie de lugares centrales de nivel inferior, dentro de la jerarquía económica.

Fei Hsiao-t'ung presenta la segunda de las dos respuestas extremas posibles.¹⁵ Según el análisis de Fei, hay dos tipos de centros urbanos que tienen que mantenerse analíticamente diferenciados: el pueblo de guarnición y el pueblo de mercado. Estos difieren en el tipo de asentamiento, "aspecto" y función. Las primeras son poblaciones amuralladas, impuestas artificialmente desde arriba sobre el paisaje y están ubicadas de acuerdo a consideraciones de defensa; y desempeñan funciones administrativas. Los pueblos de mercado, por el contrario, no están amurallados (en el mejor de los casos están protegidos por baluartes mucho menos sustanciales, no construidos como obra pública), crecen naturalmente en el paisaje y están ubicados en estrecha relación con las redes de transportes; desempeñan funciones comerciales. Para apoyar su punto de vista, Fei anota que la variación del tamaño de ambos tipos se superponen en buena medida, habiendo muchos pueblos de mercado que superan a guarniciones cercanas tanto en población como en movimiento.¹⁶

Si bien los pueblos de mercado y de guarnición de Fei representan útiles construcciones heurísticas, él se equivoca al sugerir que las sedes de los hsien y otros centros administrativos no tienen normalmente funciones comerciales. Toda ciudad de hsien que he estudiado en este sentido mantiene al menos a un mercado y puede ser clasificada como un tipo dado de lugar central de acuerdo a la posición dentro de un sistema de mercado. Al mismo tiempo debemos concordar con Fei, en que tanto los centros administrativos como los pueblos de mercado, no administrativos se encuentran al mismo nivel jerárquico de lugares económicos centrales y, en lo que a esto respecta, Chang ha cometido un error simplista.

El error está bien ilustrado por la referencia al área estudiada por C. K. Yang, la autoridad de Chang sobre los pueblos de mercado. Se puede demostrar fácilmente que el Tsou-p'ing, sede del hsien y pueblo de mercado intermedio, es económicamente dependiente de Chou-ts'un, un pueblo de mercado central sin status en la jerarquía administrativa. El Chou-ts'un es administrativamente inferior a la sede del hsien en el que se encuentra (Ch'ang-shan), mientras que en términos económicos en Ch'ang-shan, al igual que Tsou-p'ing, sólo mantiene un mercado intermedio que es dependiente del mercado central de Chou-ts'un.¹⁷ Otro ejemplo ilustrativo comparable es el de Chuchou, un puerto fluvial en el hsien de Hsiang-t'an, Hunan, que es también un pueblo de mercado central, sin status dentro de la jerarquía administrativa. En 1949 el hsien de Hua-yang, Szechwan — para tomar otro ejemplo pertinente— incluía no menos de ocho pueblos de mercado intermedio y un pueblo de mercado central, de los cuales ninguno era la sede del hsien.

La medida en que dos series jerárquicas de centros administrativos y económicos se superponen o coinciden solamente puede ser determinada —me parece— mediante un análisis de las estructuras de mercado de una región dada. Las clasificaciones resultantes de los lugares centrales de la región, de acuerdo con sus funciones y posición económicas dentro de los sistemas de mercado, pueden luego ser comparadas con el status administrativo de cada centro. No he hecho esto con ninguna minuciosidad, pero un análisis de las estructuras de mercado de diversas regiones muy dispersas de China me lleva a colocar los lugares centrales a dos niveles por encima de aquel del pueblo de mercado central y a presentar algunas generalizaciones. La terminología y la tipología que aquí proponemos pueden ser resumida de la siguiente manera:

Tipo de lugar central	Tipo de mercado	Territorio dependiente máximo
[Mercado menor]	[Mercado menor]	[Área de mercado menor]
Pueblo de mercado común	Mercado común	Área de mercado común
Pueblo de mercado intermedio	Mercado intermedio	Área de mercado intermedio
Pueblo de mercado central	Mercado central	Área de mercado central
Ciudad local	Ver nota 18	Área de comercio de la ciudad
Ciudad regional	Ver nota 18 ¹⁸	Área del comercio de la región

Mi análisis preliminar sugiere que sólo una minoría de pueblos de mercado intermedio sirven de capitales de hsien o de unidades administrativas de nivel superior, mientras que una clara mayoría de los lugares centrales de los tres niveles máximos tienen este status administrativo. Los centros urbanos que servían de sedes administrativas de los hsien (no así de fu o sheng) durante el Ch'ing tardío, tendían a ser pueblos de mercado intermedio o central, con mayor frecuencia los últimos. Las capitales prefecturales tendían a ser o bien pueblos de mercado central, o ciudades locales, mientras que la mayoría de las capitales provinciales tendrían que ser clasificadas en la jerarquía superior de los lugares centrales, ya sea como ciudades locales o regionales.

En general, a medida que se asciende por esta tipología jerárquica, desde un tipo de centro al inmediatamente superior, el número de familias aumenta¹⁸ mientras que el porcentaje de la fuerza laboral dedicado a la agricultura disminuye. Adicionalmente, a medida que se avanza desde la aldea al pueblo con mercado central, hay mayor probabilidad que cada nuevo tipo de centro se encuentre amurallado y mantenga el culto a ch'eng-huang, la deidad urbana por excelencia. El pueblo de mercado intermedio típico se encuentra por lo menos parcialmente amurallado y tiene un santuario a ch'eng-huang. En la época tradicional, los pueblos donde funcionaba un mercado central y las ciudades, generalmente estaban totalmente amuralladas y tenían un templo dedicado a ch'eng-huang; y esto sucedía aún en aquellos centros que no tenían una posición administrativa formal. De este modo, la posición dentro de la tipología jerárquica de los centros generalmente se correlaciona con el urbanismo, ya se lo defina en función de las variables que utiliza el sociólogo urbano, o en los términos de sentido común del neófito chino.¹⁹

PERIODICIDAD Y PROGRAMACIÓN DE LOS DÍAS DE MERCADO

En la China Ch'ing, al igual que en la mayoría de las sociedades agrarias tradicionales, los mercados rurales normalmente eran periódicos y no permanentes: se reunían a un intervalo de varios días. Esta característica de los mercados rurales tradicionales puede comprenderse desde diversos puntos de vista.

Para el productor o el comerciante, la periodicidad de los mercados está vinculada con la movilidad de las "firmas" individuales. El arquetipo de la firma móvil en la China es el mercachifle ambulante que transporta sus mercancías de un mercado a otro, utilizando una larga vara. Pero igualmente típicos de los mercados rurales tradicionales son los artesanos y los que hacen composturas que también se desplazan de un lugar a otro llevando con ellos sus "talleres", como así también otros ambulantes que ofrecen servicios de todo tipo desde la escritura de cartas hasta la adivinanza. ¿Cuál es el motivo por el que son ambulantes? Fundamentalmente, porque la demanda total del área que depende de cada mercado rural no es suficiente para proporcionar al empresario una ganancia que le permita sobrevivir. El empresario reabasteciéndose a intervalos periódicos puede satisfacer la demanda de diferentes áreas de mercados y con ello logra ganar lo necesario para supervivir.²⁰ Desde el punto de vista del empresario ambulante, la periodicidad del mercado tiene la ventaja de concentrar la demanda para su producto en lugares restringidos durante ciertos días específicos. Cuando un grupo de mercados conexos funcionan según un calendario periódico (como opuesto al diario) coordinado, él puede ingeniárselas para estar en-cada uno de los pueblos del circuito el día que estos tienen su mercado.

Lo difuso de los roles económicos en la China Tradicional es también relevante en este sentido, ya que una firma que es al mismo tiempo productora y comerciante encuentra ventajosa la periodicidad, aún en los casos en que exploten un solo mercado. Aquí también al concentrar la demanda en ciertos días específicos, la periodicidad del mercado permite a estos empresarios combinar la venta con la producción en una forma muy eficiente. Estas ventajas aparecen no sólo para el artesano que tiene una tienda en el pueblo donde funciona el mercado, sino también para el campesino que tiene su industria doméstica y también para el ama de casa quien ocasionalmente tiene huevos para vender. Cada uno de estos productores es su propio vendedor.

Desde el punto de vista del consumidor, la periodicidad de los mercados es como un recurso para reducir la distancia que tiene que viajar para conseguir los bienes y servicios necesarios. Comencemos por mencionar el carácter limitado de las necesidades de la familia campesina promedio. La pobreza general, la ética que acentúa la frugalidad y las pautas de consumo tradicionales, todas colaboran para una determinación mínima de las necesidades de subsistencia de la familia campesina. Más aún, para satisfacer la mayor parte de estas necesidades no se veían obligados a recurrir al mercado, ya que la familia campesina producía (o recibía como pago en especie) gran parte de lo que consumía, la autosuficiencia era una virtud. En estas circunstancias, ninguna familia necesitaba ir al mercado todos los días, y se requería un elevado número de familias para sostener un mercado diario. En la mayoría de las zonas agrícolas de China, especialmente con anterioridad al siglo XVIII cuando la densidad de la población rural no era muy alta, el número de familias requerido para sostener un mercado diario hubiera significado la formación de áreas

dependientes de un solo mercado tan grande que los aldeanos que vivían en la periferia no hubieran podido ir al mercado y regresar a sus casas en un día. Sin embargo, si el mercado funcionaba sólo cada tres o cinco días, se podía lograr un nivel de demanda viable con sólo incluir dentro de su radio de dependencia a un tercio o una quinta parte de las aldeas. Por lo tanto, cuando el mercado es periódico en vez de diario los pueblos con mercados pueden estar más densamente distribuidos sobre el terreno para que hasta los aldeanos más alejados puedan caminar al mercado en un tiempo razonable.²¹ Aún en los casos en que el número de familias que vive dentro del área de un mercado aumenta hasta el punto en que existe una demanda suficiente como para justificar el funcionamiento diario del mercado, este cambio no ofrece grandes ventajas al campesino consumidor ya que las necesidades de su hogar son tales que la mejor manera de satisfacerlas es visitando el mercado una vez cada cinco o seis días.

Independientemente de la manera en que se explique la periodicidad de los mercados tradicionales, se observará que el nivel de desarrollo del transporte es una variable crucial. El problema de la distancia es lo que limita tanto el área de demanda de la empresa como el área que depende de un mercado. Así, en el último análisis, la periodicidad de los mercados en las sociedades agrarias tradicionales es función del estado relativamente primitivo del transporte.

En la mayoría de las sociedades agrarias tradicionales uno de los principales ritmos de vida está definido por las pulsaciones de la actividad económica que se producen al converger en los mercados rurales las firmas y los consumidores móviles. En la "semana" de mercado, así como muchos otros ciclos temporales que regulan la actividad humana dentro de cualquier sociedad, puede ser convenientemente dicotomizada en ya sea natural o artificial. Los ciclos del primer tipo²² están ligados al movimiento de los cuerpos celestes, siendo ejemplos obvios el mes lunar y las diversas estaciones del año solar. Los ciclos del segundo tipo son unidades de determinado número de días que se repiten sin tomar ninguna consideración de los calendarios regidos por el movimiento del sol o de la luna; cuando no son artificiales desde su origen, han sido liberados del ciclo natural que les dio nacimiento, como el mes occidental. La mayoría de las sociedades agrícolas tradicionales tienen sólo un sistema de programa de mercado, regulado por ciclos de uno u otro tipo. Como ejemplos típicos de ciclo artificial tenemos la semana de mercado de cinco días de la Java tradicional y la semana de mercado de siete días de la Inglaterra feudal, mientras que la semana de mercado de diez días de Tokugawa, Japón es un ejemplo de ritmos de mercado atados a un ciclo natural, en este caso el mes lunar. En la China prevalecen ambos tipos de semana de mercado, cada uno en una diversidad de versiones.

Una revisión del inventario total de los ciclos temporales de corto plazo²³ de la China facilitará nuestra exposición. Para comenzar, había dos ciclos del tipo de los que se repiten completamente independientes del sol o de la luna. Uno, el *hsün* ("década"), tiene una duración de diez días, cada uno de los cuales se denomina según uno de los diez *kan* ("tallos") que tienen una secuencia fija. El otro tiene una duración de doce días, estando el ciclo similarmente definido por la secuencia fija de los doce *chih* ("ramas"). Los tallos y las ramas han sido usados permanentemente desde el período Shang para la cuenta de los días²⁴ y los almanaques hechos para los campesinos chinos hasta el día de hoy indican el "tallo" y la "rama" de cada día del calendario lunar. Otro ciclo disponible de gran antigüedad es el de las veinticuatro quincenas solares (*chieh-ch'i*) en que se divide el año tropical.

El comienzo de cada quincena, todas las cuales llevan los nombres tradicionales referentes al ciclo de estaciones del norte, también está indicado en los almanaques que se encuentran en todas partes de la China rural. Estas fechas quincenales indican los puntos fijos del año solar, que el campesino necesita para regular el ciclo estacional de las actividades agrícolas.

El resto de los ciclos de corto plazo del inventario tradicional chino está en relación con el mes lunar. Debido a que la lunación o el mes sinódico no tiene una relación funcional con la rotación de la tierra —en promedio tienen una duración de 29.53 días— el mes lunar no puede repetirse indefinidamente con exactamente el mismo número de días. En la China se ha convenido en alternar meses de 29 días con meses de 30 días, aunque a la larga los meses de 30 días se presentan con una frecuencia ligeramente mayor. Bajo estas circunstancias es claro que ninguna subdivisión del mes lunar puede repetirse continuamente con el mismo número de días; los ritmos de mercado atados al mes lunar son irregulares por definición.

Las dos subdivisiones convencionales del mes chino que tienen importancia aquí son la década lunar, para el que también se emplea el término de hsün, y la quincena lunar. Los tres hsün lunares comienzan el 1°, el 11 y el 21 de cada mes lunar, respectivamente. En el caso de meses de 29 días, el tercer hsün pierde un día. La primera quincena lunar, que va desde el 1° hasta el 14 inclusive de cada mes lunar, es siempre más corta que la segunda, que tiene una duración de 15 ó 16 días.²⁵

Resumiendo, los ciclos tradicionales a los que se puede relacionar los programas de mercado son: el hsün o década lunar (con un promedio de 9.84 días); el hsün independiente (de diez días); el ciclo duodenario independiente (12 días); la quincena lunar (con un promedio de 14.765 días); y la quincena solar (con un promedio de 15.218 días).²⁶ De todos estos, el hsün independiente parece ser el único que no se emplea en la China, como base para programas de mercado.²⁷

Los dos ciclos más importantes en los sistemas de programación chinos son aquellos basados en los hsün lunares y en el ciclo duodenario. Empezaré con el último, por su regularidad y relativa simpleza. Ofrece tres sistemas regulares que resultan en semanas de mercado de doce, seis y tres días. El programa de mercado con una semana regular de 12 días, por supuesto está designado por uno de los doce chih (ramas); el de seis días, por dos chih, y el de tres días, por cuatro. El sistema de programación que resulta en la semana de seis días está conformado por seis diferentes programas. Estos son:

tzu-wu	(los días 1° y 7° del ciclo)
ch'ou-wei	(2° – 8°)
yin-shen	(3° – 9°)
mao-yu	(4° – 10°)
ch'en-hsü	(5° – 11°)
ssu-hai	(6° – 12°)

Los programas regulares de tres días en realidad son combinaciones de dos programas de seis días: o bien tzu-wu y mao-yu, ch'ou-wei y ch'en-hsü o yin-shen y ssu-hai. De esta manera, en las regiones en que son normales las semanas de mercado de tres días, hay sólo tres diferentes programas para la distribución entre los diversos mercados.

Los tres sistemas de programación basados en el ciclo duodenario están generalizados a lo largo de una franja que corre por, todo del sur de China, ancha hacia el oeste y estrechándose hacia el este. La línea que separa a los mercados de programación duodenaria de aquellos otros del norte (con programas basados en los hsün lunares) corre a través del gancho noreste de Yunnan, casi biseciona Kweichow, atravieza el extremo noreste de Kwangsi y termina en Kwangtung. Con algunas excepciones de poca importancia, el área de programación duodenaria parece estar limitada a las cuencas superiores de los sistemas fluviales de Hsi (Oeste) y de Hung (Rojo).²⁸ (Los mercados en las llanuras río abajo y en los deltas de ambos ríos, en Kwangtung y en Tonkin, tienen programas basados en los hsün lunares). En general, en el área de programas duodenarios, la periodicidad de los mercados se vuelve cada vez más frecuente conforme uno se desplaza de oeste a este. Los programas de mercado de doce días parecen ser bastante raros y los únicos casos que conozco se dan Tunan²⁹. Los programas- de seis días son por lejos los más comunes en Yunan y en Kweichow en general. Los programas de tres días se encuentran sólo ocasionalmente en el oeste, especialmente en torno a las ciudades; y con más frecuencia en el este;³⁰ programas de mercado basados en el ciclo duodenario se dan muy esporádicamente fuera de las provincias mencionadas.³¹

En todo el resto de la China están generalizados los sistemas de programación del tipo del hsün lunar. En esta familia hay tres sistemas de programación estrechamente vinculados —que proporcionan uno, dos y cuatro días, de mercado por década— paralelos al conjunto ya descrito, que proporcionan uno, dos y cuatro días de mercado por duodeno. Todos los programas basados en los hsün lunares son designados mencionándose la de mercado de sólo el primero de los tres hsün del mes lunar. De esta manera, un "mercado de 3" se reúne los días 3, 13 y 23 del mes lunar; un "mercado de 3-8", los días 3, 8, 13, 18, 23 y 28 del mes lunar. El sistema de programación de dos días por hsün que permite un intervalo parejo de los días de mercado se designa de la siguiente manera: 1-6, 2-1, 3-8, 4-9 y 5-10. Todos los programas, menos el último, proporcionan seis días de mercado por mes lunar. Estos se pueden combinar de manera que formen varios programas de cuatro-por-hsün, de la siguiente manera:³²

1-3-6-8
 2-4-7-9
 3-5-8-10
 1-4-6-9
 2-5-7-10
 [1-3-6-8]

Estos programas ofrecen once o doce días de mercado por mes lunar.

Los programas de uno-por-hsün se dan muy infrecuentemente en la China.³³ Los mercados rurales con tales programas están limitados en su gran mayoría a remotos valles de las montañas y a lugares muy periféricos tales como el extremo de la península de Shantung.³⁴ Los programas de dos-por-hsün por el contrario, son los más difundidos en toda la China. Con la posible excepción de Kwangsi, ninguna de las dieciocho provincias carece de ejemplos y a lo ancho y largo de la mayoría del norte de la China, estos programas están generalizados. Los programas de cuatro-por-hsün son frecuentemente empleados por los mercados intermedios y centrales, en áreas en que los mercados comunes siguen programas de dos-por-hsün.

1-4-7
 2-5-8
 3-6-9
 4-7-10
 1-5-8
 2-6-9
 3-7-10
 1-4-8
 2-5-9
 3-6-10
 [1-4-7]

El otro miembro importante de la familia de sistemas de programación de los hsün lunares proporciona tres días de mercado por década. Consiste de los siguientes programas:

Se puede mostrar que los tres primeros programas más 4-7-10 ó 3-6-10 no sólo proporcionan la máxima regularidad en el espaciamento de los días de mercado, sino también la distribución más eficiente de los programas de mercado en el campo. Este sistema es general en la cuenca de Szechwan, en las llanuras principales y en las cuencas del sudeste de China, en las áreas circundantes a los centros urbanos importantes de la China central y aisladamente en otros lugares. Las áreas de programas de tres-por-hsün se presentan constantemente, como "islas" o "continentes" dentro de un mar de mercados de dos-por-hsün.

Ya se ha indicado que los sistemas de programación que sólo ofrecen un día de mercado a cada diez o doce no son frecuentes en la China. Las semanas "quincenales" de mercado —más largas aún— son correspondientemente menos frecuentes. Sólo he encontrado un hsien — Fen-shan, Taiwan, justo antes de ocupación japonesa— del que se me ha informado de programas de un día por quincena solar.³⁵ En lo que se refiere a la quincena lunar, sólo puedo citar dos casos: los "grandes mercados" que se desarrollaban en los años 1930 los días 2 y 16 del mes lunar en las

partes inmediatamente interiores de las entradas norte y sur de Ta-li una sede de hsien en Tunnan; y el mercado que se estaba estableciendo en 1961 en los días 1- y 15 del mes lunar en Ting-ssuch'iao, una ciudad en el hsien de Hsien-ning, Hupeh.³⁶

Queda por describir el conjunto de sistemas de programación: los de mercado interdiario, diario y de dos veces por día. Estos tres sistemas constituyen un grupo estrechamente relacionado, comparable a los dos grupos de programas descritos arriba, que proporcionan uno, dos o cuatro días de mercado por década o duodeno. En cada una de estas familias de sistemas de programación, el segundo es el resultado de la duplicación del primero, y el tercero una duplicación del segundo. Si bien no es convencional el considerar a los mercados diarios de ningún tipo como periódicos, mis fuentes chinas no me dejan alternativa. La pulsación de la actividad del mercado no desaparece simplemente porque el lapso de la periodicidad del mercado se vuelve más corto que el ciclo diurno. Respecto a esto debe indicarse que los mercados rurales chinos rara vez duran todo el día; generalmente son sólo de algunas horas, algunos mercados se desarrollan por la tarde o hacia la hora del crepúsculo —y casi siempre están especificados como tales en los periódicos murales— pero la gran mayoría de los mercados rurales son matutinos, no requiriéndose de especificación en éste sentido. De esta manera, el decir que un mercado tiene un programa- de cada seis días no quiere decir que esté en "sesión" una sexta parte del tiempo, sino que en cada período de seis días se dedica algunas horas de la mañana al mercado. De igual manera, un mercado de programa diario no está en "sesión" continuamente, si no sólo durante dos o tres horas cada mañana (o, en algunos casos, en la tarde o anochecer). Los mercados que funcionan dos veces por día son aquellos que tienen dos pulsaciones de actividad mercantil cada día: una por la mañana y otra por la tarde o al anochecer. El lapso de su ciclo periódico se encuentra simplemente al extremo opuesto de aquel de los mercados quincenales de Ta-li. Cuando un mercado se vuelve "continuo" en el sentido que usamos aquí, entonces es que ha ocurrido un cambio cualitativo que pone al centro económico fuera del enfoque, no sólo de los mercados periódicos, sino también de la economía tradicional.

Los mercados interdiarios son llamados tan (impar) o shuang (par), lo que quiere decir que se desarrollan en los días pares o impares del raes lunar. De esta manera, al finalizar un mes de 29 días, los mercados impares se llevan a cabo en dos días consecutivos y los mercados pares tienen un intervalo de dos días. Los programas de mercado interdiario se han generalizado sólo en áreas "pequeñas densamente pobladas y o bien altamente urbanizadas o comercializadas. Ejemplos de estos son la llanura entre Ningpo y Tz'u-ch'i —sede de hsien— en Chekiang; una parte del llano de Chengtu, al oeste y al sur de la ciudad; y una región del norte de Honan, entre An-yag y el Río Amarillo. Los mercados diarios y las dos veces por día están limitados en su mayor parte a las ciudades y pueblos de mercado central.

La distribución espacial de los programas de mercado en los tiempos modernos sugiere insistentemente que el conjunto de programas más antiguo de la China —aquel adoptado originalmente por los antiguos en el valle de Huang— era el sistema de uno-por-hsün y que en el sudoeste el sistema de uno-por duodeno fue anterior. Se puede suponer que conforme se desarrollaron las estructuras de mercado, primero los mercados de nivel más alto y luego los mercados comunes "duplicaron" su frecuencia, añadiendo un nuevo día de mercado; con el correr del tiempo estos programas de dos-por-hsün y dos-por-duodeno pasaron a ser los sistemas más

comunes de la China rural.³⁷ En una etapa aún posterior parece que los mercados de más alto nivel en las áreas en desarrollo duplicaron nuevamente sus frecuencias.

La duplicación es el medio más ventajoso de aumentar la frecuencia de los días de mercado, puesto que no requiere de una ruptura del programa viejo: simplemente se añade nuevos días a los existentes. Esto explica el hecho de que en el suroeste nunca se presentan programas de tres-por-duodeno (es decir, semanas de mercado de cuatro días), a pesar de que el ciclo duodenario evidentemente los permite. La semana de mercado de 12 días puede ser reducida a la mitad, a una semana de seis días y luego nuevamente a una de tres días, mediante el simple proceso de añadir nuevos días al programa antiguo. Pero cambiar de una semana de mercado de seis días a una de cuatro días (es decir de un programa de 2 a 3-por-duodeno), necesariamente implica una pérdida disruptiva de continuidad. Esto nos debe explicar por qué, de entre todos los ciclos de mercado posibles con lapsos de uno a seis días, el único que está totalmente ausente en la China es la semana de cuatro días: la facilidad de duplicar, además de la perfecta regularidad de su resultado impedían la innovación de la semana de cuatro días dentro del ciclo duodenario. Y dada la modalidad del hsün, un programa que resulte en una mayoría de semanas de cuatro días no es ni siquiera posible.

Pero, ¿qué es lo que explica la gran frecuencia de los programas de tres-por-hsün? ¿Es que los factores que impiden los programas de tres-por-duodeno no deberían también impedir su contraparte en la familia de los hsün lunares? Yo creo que la diferencia emana de la irregularidad inherente de los programas de cuatro-por-hsün. La segunda duplicación de la frecuencia dentro del ciclo duodenario resulta en semanas de mercado de tres días, perfectamente regulares; pero la segunda duplicación dentro del ciclo de los hsün lunares da como resultado lapsos muy irregulares, con semanas de mercado de dos y tres días alternativamente. Como veremos más abajo, cuando un mercado intermedio duplica su frecuencia a cuatro-por-hsün, en realidad sólo ha establecido un segundo programa de dos por-hsün, para satisfacer a sus dos mercados funcionales (aunque no espacialmente) diferenciados: uno que sirve al sistema de mercado común y otro al sistema de mercado intermedio. De esta manera, debido a la especialización funcional de los días de mercado, la irregularidad de este programa de "cuatro-por-hsün" no presenta ningún problema. Pero la situación es bastante diferente en el caso de un mercado común de dos-por-hsün que quiera aumentar la frecuencia de sus días de mercado, puesto que no habiendo ninguna diferenciación funcional, la gran irregularidad en el distanciamiento de los días de mercado ocasiona serios problemas. Si bien el distanciamiento establecido por los programas de tres-por-hsün deja que desear, en éste sentido es notoriamente superior al sistema de cuatro-por-hsün³⁸. Esta ventaja va unida a otra que favorece al sistema de tres-por-hsün; las presiones que llevan la necesidad de una mayor frecuencia de los días de mercado van creciendo gradualmente y se puede suponer que las autoridades de mercado de dos-por-hsün, al reaccionar a estas presiones, favorecerían al aumento en 50% requerido por un programa de tres-por-hsün al aumento de 100% que implicaría el programa de cuatro-por-hsün. Una vez que los programas de tres-por-hsün se establecen en un área determinada, las desventajas de cambiar un programa de dos- a tres-por-hsün pierden importancia puesto que los nuevos mercados comunes pueden adoptar los programas de tres-por-hsün desde su comienzo.

LAS ESTRUCTURAS DE MERCADO COMO SISTEMAS ESPACIALES Y ECONÓMICOS

Cualquier intento para comprender la dimensión social o económica de las estructuras del mercado implica ineludiblemente ciertos supuestos sobre sus características espaciales. Por lo tanto, uno de los motivos por los cuales se analizan estas estructuras como sistemas espaciales es para explicar los supuestos que sustentan las observaciones que presentaré sobre la economía política y la sociología del mercado. Otro motivo para hacerlo es a fin de facilitar el estudio del cambio, ya que la naturaleza del cambio sistemático —ya sea tradicional o moderno— sólo se torna aparente cuando se ordenan espacialmente los datos correspondientes.

Para exponer proposiciones significativas sobre las estructuras del mercado como sistemas espaciales será necesario recurrir a modelos simples. El supuesto más radical, al que se postuló para su construcción es que el terreno en cuestión es una planicie isotrópica en la cual se encuentran recursos de todo tipo uniformemente distribuidos. Observaciones teóricas basadas en una geometría perfecta y en una economía política aceptablemente sólida señalan que, cuando se postula un supuesto de este tipo, los pueblos con mercados deberían estar distribuidos sobre el terreno conforme a una red isométrica, como si estuvieran en los vértices de triángulos equiláteros dispuestos en forma tal que llenen los espacios. Teóricamente, también, el área de servicio de cada mercado debería aproximarse a un hexágono regular.³⁹ Estas probabilidades se dan en cualquier parte del mundo —ni la geometría ni la economía política son características de la China— y por lo tanto no tiene particular importancia consignar que en seis zonas de la China donde tuve la oportunidad de poner a prueba la proposición, la mayoría de los pueblos con mercado tienen exactamente otros seis pueblos con mercado como vecinos inmediatos, y por lo tanto un área de mercado hexagonal, aunque distorsionada por características topográficas.⁴⁰

¿Pero las áreas hexagonales de los mercados comunes son discretas? ¿Es decir, las zonas se superponen generalmente? ¿O si encajan al igual que las baldosas de cerámica hexagonales? ¿Acaso ciertos aldeanos no se encuentran en el límite entre dos hexágonos, orientados hacia más de un mercado común? En este sentido, Martin Yang, el primer científico social que delineó un mapa y describió un sistema de mercado común de la China, dice lo siguiente: "En general, aunque no existen líneas de demarcación precisas, cada pueblo con mercado tiene un área precisa y reconocible, y considera como sus principales clientes a los habitantes de determinadas aldeas; a su vez los aldeanos lo consideran como su pueblo".⁴¹ Mis investigaciones en Szechwan me hacen concordar totalmente; no tuve mayor problema para determinar los límites del área de mercado común que estaba estudiando; los campesinos de esta zona efectuaban gran parte de sus compras en Kao-tien-tzu, el pueblo con mercado común de referencia -y lo consideraban como su mercado.⁴² Como señalé en la segunda parte de este artículo, existen razones teóricas para explicar que si se establecen nuevas aldeas en un área de mercado común ésta atravesará una fase durante la cual un pequeño número de las aldeas recientemente establecidas se encontrarán situadas a igual distancia de dos o tres mercados, pero en situaciones estables no existe ninguna razón teórica para rechazar el supuesto de que son discretos, lo que se encuentra apoyado por pruebas empíricas.⁴³

Si se supone que en el caso ideal las áreas del mercado común son discretas, hexagonales y esparcidas con aldeas a intervalos regulares, entonces los principios geométricos requieren de un

número integral de anillos completos de aldeas alrededor del pueblo, ya sea un anillo (de 6 aldeas) o dos anillos (uno de 6 y uno de 12) o tres anillos (uno de 6, otro de 12 y el tercero de 18), o todavía más. ¿Cuál de estos modelos es el que mejor se adapta el caso chino?

Las pruebas empíricas señalan claramente al modelo de dos anillos con su total de 18 aldeas. No se trata de que todas las áreas de los mercados comunes conocidos tienen que tener aproximadamente 18 aldeas. Mi afirmación está basada más bien en el descubrimiento que en cualquier segmento de tamaño apreciable del terreno chino el cociente entre aldeas y mercados comunes da un promedio de muy cerca de 18, y el hecho que la variación en el cociente puede ser explicado en forma satisfactoria con un modelo desarrollista que se desplaza desde un equilibrio de 18-aldeas-por-mercado a otro —pero no mediante modelos que proponen un equilibrio estable de 6 ó 36 aldeas por mercado (para los datos relativos al segundo punto es necesario aguardar la segunda parte; en este momento sólo puedo citar promedios seleccionados). En la década de 1870, el número promedio de aldeas por mercado rural era de 17.9 en Hsiang-shan hsien y 19.2 en Ch'ü-chiang hsien, ambos en Kwangtung.⁴⁴ El estudio de campo clásico sobre el sistema de mercados rurales de la China—el de C.K. Yang, realizado en Tsou-p'ing- hasien, Shantung en la década de 1930—señala 21.4 aldeas por cada mercado común y de nivel más alto.⁴⁵ El yin hsien t'ung-chih,⁴⁶ recopilado en 1937, que constituye uno de los ejemplos más destacados de la erudición de los gaceteros chinos, ofrece datos detallados que dan un promedio de 20.1 aldeas para cada uno de sus 82 mercados periódicos. Sólo pude encontrar registros contemporáneos sobre el número de mercados y de aldeas existentes en un área realmente vasta en el caso de Kwangtung- durante la década de 1890;⁴⁷ en esa época el cociente entre aldeas y mercados rurales para la provincia en conjunto era de 19.6.

Entonces, nuestro modelo que está diagramado en la Figura 1 como el esquema fundamental, muestra una zona de mercado hexagonal con el pueblo con mercado en el centro, rodeado por un anillo interior de seis aldeas y uno exterior de 12 aldeas. Tal como se da empíricamente, el modelo requiere seis caminos principales que irradian desde el pueblo hacia afuera.

Estos caminos son las arterias y venas de un sistema económico cuyo corazón es el pueblo de mercado en el centro. Cada día de mercado en las primeras horas de la mañana regularmente pasan por estos senderos por lo menos uno de cada cinco adultos que viven en el conjunto de aldeas dependientes. En T'ai-t'ou, la aldea descrita por Martin Yang, “algún miembro de casi todas las familias de la aldea se dirige al pueblo el día de mercado”,⁴⁸ mientras que en Luts'un, la aldea de Y'unnan estudiaba por Peí y Chang "...por lo menos uno de cada familia iba cada día de mercado".⁴⁹

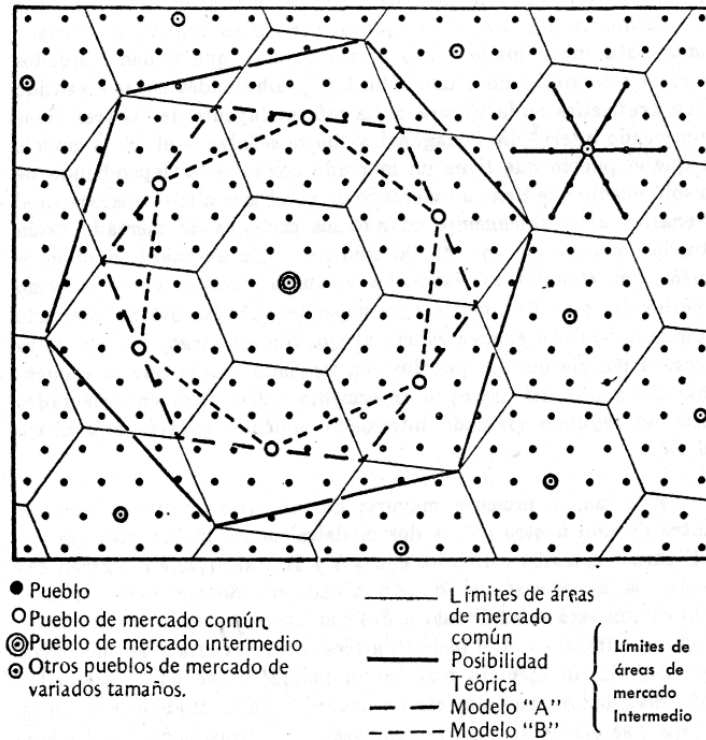


Figura 1. Un modelo de las áreas de mercado común como sistema espacial y estable, junto con tres posibles modelos de áreas de mercado intermedio.

Durante las pocas horas de mercado, las escasas instalaciones del pueblo típico donde funciona un mercado común se ven colmadas, hasta que la corriente de aldeanos que viene al pueblo cambia de sentido. La mayor parte de esos pueblos tienen una sola calle y no tienen un asiento definido para el mercado. En su lugar hay una serie de pequeños mercados, uno para cada producto. El mercado de granos puede funcionar en el patio del templo, el mercado de cerdos en el límite del pueblo, mientras que cada uno de los diferentes renglones de productos marchitables y de pequeña artesanía que se producen localmente son expuestos habitualmente a lo largo de la calle principal. Aunque en cualquier mercado común la mayor parte de los vendedores son ambulantes, el pueblo donde funciona un mercado común tiene generalmente un mínimo de instalaciones permanentes. Estas típicamente incluyen —además de las casas de té, tabernas y comedores, todos ellos de gran importancia social— una o dos tiendas que venden combustible, en general para las lámparas de aceite, tiendas de incienso y velas (que venden los artículos esenciales para el culto religioso) y por lo menos algunos otros que ofrecen artículos como telares, agujas e hilo, escobas, jabón, tabaco y fósforos. En los pueblos con mercado común normalmente también existen varios artesanos, incluyendo generalmente a herreros, fabricantes de ataúdes, carpinteros y los fabricantes de efigies de papel para ser quemadas en ceremonias religiosas. En estos pueblos también pueden existir unos pocos talleres bastante rústicos para elaborar los productos locales.

El mercado común funciona en primer término para que el campesino intercambie lo que produce por lo que necesita. El campesino no sólo necesita artículos de los tipos anteriormente

mencionados, sino también requiere los servicios del afilador de herramientas y del castrador de ganado, de médicos y "artistas dentales", especialistas religiosos y sortilegos, peluqueros y ocasionalmente hasta amanuenses. Aunque muchos de estos servicios no se encuentran todos los días en que funciona el mercado, los ambulantes que los proveen visitan ocasionalmente cada mercado común.

El sistema de mercado común tiene también una modesta dimensión financiera. Las tiendas del pueblo otorgan crédito a los clientes habituales. Determinados tenderos y terratenientes prestan dinero a los campesinos y las transacciones pueden llevarse a cabo en el pueblo el día de mercado. Las sociedades de crédito rotatorio del campesino también generalmente se constituyen en las casas de té el día de mercado y por ello están limitadas a los aldeanos que están dentro del sistema.⁵⁰ Adicionalmente, algunos terratenientes tienen una oficina en el pueblo que en los días de mercado cobran el alquiler pagados por los inquilinos.⁵¹

En cuanto al transporte, las comunidades aldeanas normalmente incluyen a unos pocos campesinos sin tierra, como se los designa generalmente, cuyos servicios pueden alquilarse como culis de transporte. (No sólo la élite local sino también el estrato del campesinado que es enteramente "respetable" evitan efectuar trabajos manuales públicos, como es llevar o acarrear productos voluminosos). Estos cargadores por lo general acarrear los artículos a lo largo de los caminos hacia las aldeas que integran un área de mercado, y por lo tanto constituyen otro elemento de la estructura del mercado común concebido como un sistema espacial-económico.

Mientras que la actividad que define el sistema de mercado común funciona de acuerdo con la semana de mercado, no debe pensarse que su estructura no tiene manifestación alguna en el intervalo de tiempo que existe entre los días de mercado. Es durante lo que en Szechwan se conoce familiarmente con el nombre de "días fríos" que se cumplen con las obligaciones contraídas en el día "caliente" de mercado, y éstos también refuerzan y son una expresión del sistema total. Los granos que se vendieron en el mercado se llevarán al comprador el día siguiente. Los Hsiao fanzu (pequeños comisionistas) se averiguan durante el día de mercado de cuáles son los campesinos que tienen maní para vender y durante los "días fríos" visitan sus granjas para hacerles ofertas. Los peluqueros se dirigen por los caminos a las aldeas a cortar el cabello de los miembros de aquellas familias que se lo encargaron en el mercado. También es posible que se contrate en el mercado a carpinteros, herreros y otros artesanos para trabajar en los hogares de las aldeas. Todas estas transacciones ocurren dentro del sistema que fue definido desde el principio como el área comercial del mercado común.

De lo que ya se ha descrito surge claramente que el sistema de mercado común, cuando se lo examina en términos espaciales y económicos, es sólo un subsistema de una estructura mayor. En particular, hay un movimiento regular tanto de bienes como de empresas móviles entre el pueblo con mercado común y los pueblos donde funcionan mercados intermedios o de nivel aún más alto, a los que están inmediatamente ligados. Uso el plural porque en general el mercado común está subordinado a dos o tres pueblos que tienen mercados de nivel más alto y no a uno sólo. Las posibilidades en este sentido están graneadas en la Figura 1. La más incluyente de las tres áreas de mercado intermedio hexagonales que se señalan —el único modelo en que el pueblo que tiene un

mercado común está dependiendo de un solo pueblo que tiene un mercado de nivel más alto— aparece en el escenario chino únicamente cuando los sistemas de mercado están situados en algo así como un callejón sin salida en cuanto a su topografía. Por ejemplo, los mercados comunes situados en el extremo superior de los valles montañosos dependen únicamente del mercado intermedio que se encuentra río abajo. Sin embargo, aún en estos casos, es posible que los pueblos con mercado común que se encuentran río abajo del mercado intermedio estén también orientados hacia un segundo mercado intermedio ubicado todavía más abajo del río.

En China, la inmensa mayoría de los casos empíricos encajan dentro de uno u otro de los dos modelos menos incluyentes que en la Figura 1 han sido rotulados como A y B, o si no se encuentran entre ambos. En el caso del Modelo A cada pueblo que tiene un mercado común está subordinado a dos pueblos que tienen mercados de nivel más alto, y en el Modelo B, a tres. En la Figura 2 se encuentra representado un ejemplo real de un paisaje chino cuyos mercados están distribuidos básicamente de acuerdo con el Modelo A, y en la Figura 3 se ofrece un modelo comparable que encaja dentro del Modelo B. Ambas figuras tienen como objetivos señalar la relación que existe entre la "realidad" espacial tal como figura en los mapas convencionales y los modelos gráficos del tipo utilizado en este trabajo.

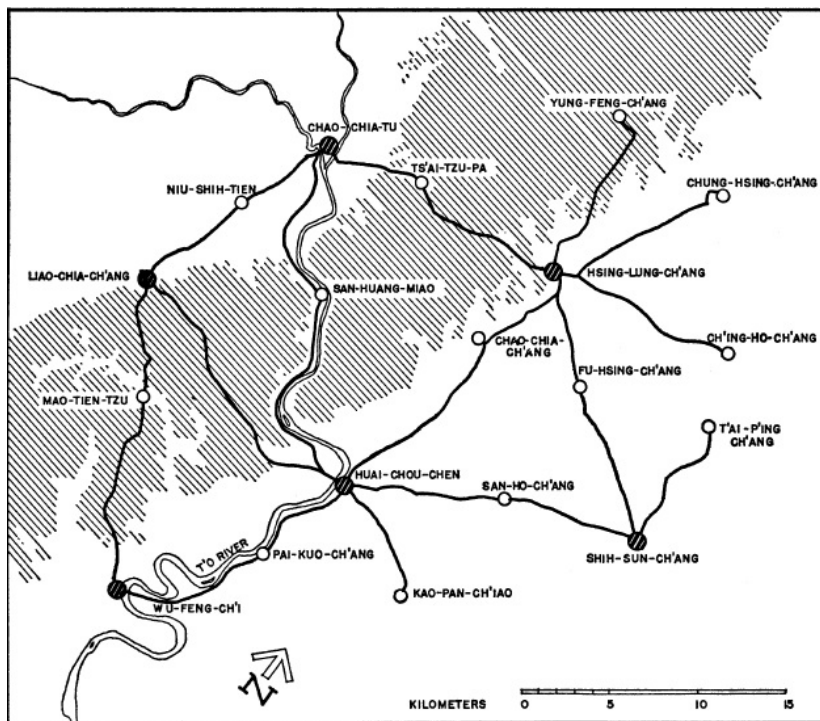


Figura 2. Una porción del panorama económico en Szechwan que se aproxima al modelo A en la distribución de sus pueblos de mercado.

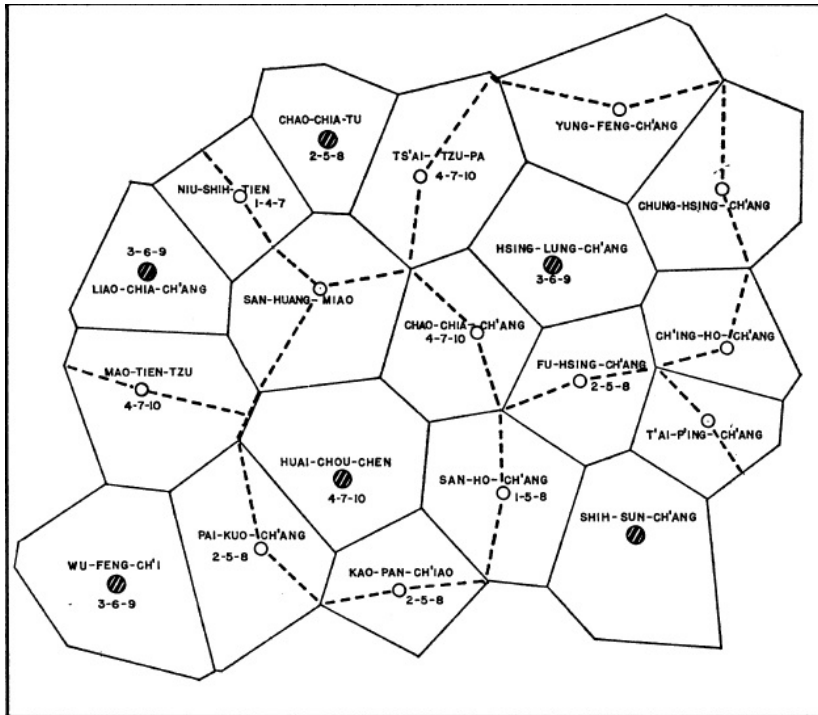


Figura 2.1. Los 19 pueblos de mercado mostrados se encuentran entre 35 y 90 Kms. al noreste de Chengtu. Cinco mercados (Yung-feng-ch'ang, Chung-hsing-ch'ang, Ching-ho-ch'ang, T'ai-p'ing-ch'ang y Shih-sun-ch'ang) están en Chung-chiang hsien, y los 14 restantes en Chin-t'ang hsien. Las montañas son parte de la cadena L'ung-ch'üan. Los caminos señalados son aquellos que conectan los pueblos de mercado común con pueblos de jerarquía superior.

Figura 2.2. Primera abstracción del mismo panorama mostrando las áreas de mercado comunes y las intermedias.

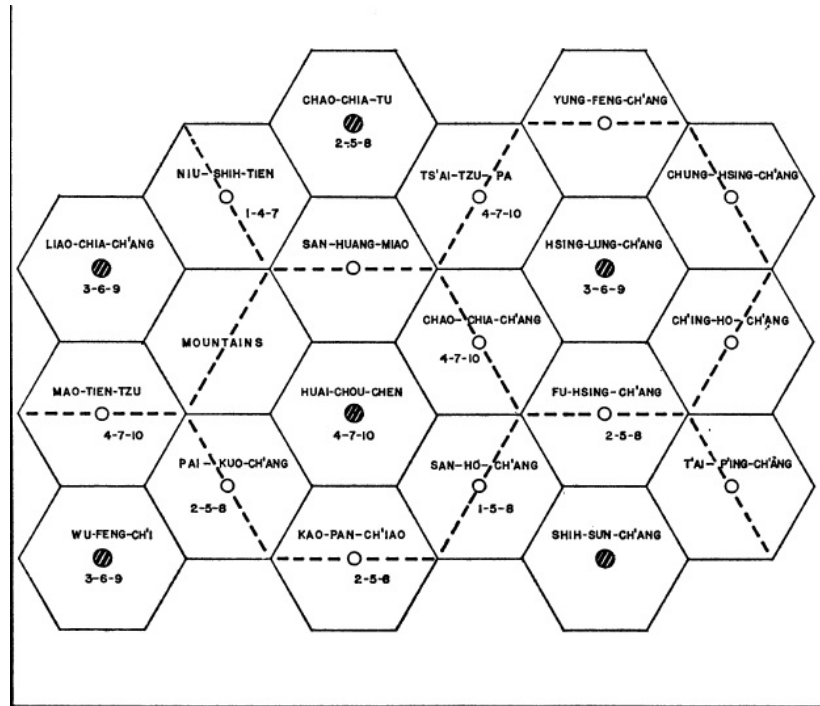


Figura 2.3. Lo mismo reducido a una forma diagramática. Comparar con el modelo A en figura 1.

Por lo tanto, un mercado común normalmente está relacionado con dos o tres sistemas de mercado intermedios en lugar de con uno solo. Este hecho señala una diferencia fundamental entre el sistema de mercado común por un lado, y los sistemas de mercado intermedio y de nivel más alto por el otro. Mientras que el primero es básicamente discreto en cuanto a la inclusión o exclusión de los poblados componentes, los segundos no lo son. Mientras que el modelo de equilibrio estable del área de mercado común muestra que no existen aldeas en los límites (7 los modelos de transición muestran sólo una pequeña parte de las aldeas en el límite) el modelo corriente del área de mercado intermedio muestra que todos los pueblos con mercado común que están en los límites equidistantes de dos o tres pueblos con mercados de nivel más alto. En la práctica, aunque la superposición territorial de los sistemas de mercados intermedios no es grande, tiene importancia en el sentido de que, fuera del núcleo mismo, todos los nódulos primarios dentro del sistema normalmente no son exclusivos del mismo.

Una característica notable del sistema de mercado intermedio se refiere a la distribución de los días de mercado dentro del mismo. Por lo general, en la literatura sobre la periodicidad de los mercados de la China se considera que los días se distribuyen entre los mercados simplemente en forma tal que cada uno de ellos comparta el mismo día con el menor número posible de vecinos. Como por ejemplo, Spéncer⁵² señaló, el propósito del ajuste sería para que los aldeanos tuvieran un mercado abierto a su alcance casi todos los días y para reducir la competencia entre los mercados vecinos. Sin embargo, no sólo los campesinos no necesitan ni desean ir al mercado con más frecuencia de la que le ofrece su mercado común más próximo sino que, adicionalmente, se puede

demostrar que las fechas de mercado no se distribuyen tan simplemente como lo afirma o sugiere la literatura. Más bien, su distribución ha sido diseñada para minimizar el conflicto entre las fechas en que funciona un mercado común dado y las fechas de los mercados de nivel más alto a los cuales este está orientado; las fechas de los mercados comunes vecinos no tienen mayor importancia. En otras palabras, a medida que se establecen nuevos mercados comunes, se elegirán para ellos fechas que minimicen el conflicto con los mercados intermedios vecinos, independientemente de las fechas en que funcionan los mercados comunes vecinos.

Se puede ilustrar este punto haciendo referencia al caso de Chuan-p'eng-ssu, un mercado establecido en el reino de Kuang-hsu en Chin-t'ang hsien, Szechwan.⁵³ Cuando se estableció existían cuatro mercados que eran vecinos inmediatos, los que funcionaban en las siguientes fechas 1-4-7 al oeste; 2-5-8 al noroeste; 3-6-9 al este y 1-5-8 al sur. De conformidad con el principio de conflicto mínimo con todos los vecinos, el nuevo mercado debería haber adoptado las fechas 3-6-10 ó 4-7-10; cuando menos debería haber evitado cualquier frecuencia que incluyera al 5 y al 8. Pero el nuevo mercado eligió las fechas 2-5-8, por el simple motivo que los pueblos al oeste (1-4-7) y al este (3-6-9) tenían mercados intermedios hacia los cuales también estaría orientado el nuevo mercado, mientras que los pueblos que tenían los días 2-5-8 y 1-5-8 eran pueblos con mercados comunes con los cuales el recién establecido mantendría lazos comerciales mínimos.

Como resultado de este principio regulador, los mercados comunes que son vecinos muchas veces funcionan los mismos días (obsérvese en la Fig. 3.2 que Lai-chia-tien, Kao-tien-tzu y Hsintien-tzu tienen los mismos días, 3-6-9), mientras que los mercados intermedios generalmente no tienen conflictos de fecha con ninguno de los mercados comunes que dependen de ellos. Esto significa que, por ejemplo, en zonas donde la frecuencia de reunión es de 3 por hsün, cuando el mercado intermedio funciona el 1-4-7 ó 4-7-10, entonces los seis mercados comunes dependientes deben compartir las dos únicas frecuencias armónicas restantes: 2-5-8 y 3-6-9. Esta situación se ilustra en el sistema de mercado intermedio cuyo centro es Chung-ho chen (Fig. 3.2)⁵⁴

En la Figura 1 se observará que las áreas de mercado intermedio incluyen no sólo partes de las áreas de mercado común de todos los pueblos dependientes que tienen un mercado común, sino también un área de mercado común completa en el centro. Esto indica el importante hecho de que un pueblo con mercado intermedio funciona no sólo como el núcleo del sistema de mercado intermedio, más amplio, sino también de un sistema de mercado común más pequeño.⁵⁵ Tal como dice C.K. Tang (p. 14) el pueblo donde se reúne un mercado intermedio ". . . generalmente tiene dos áreas de servicio una primaria que incluye las aldeas más próximas que concurren en forma regular, o por lo menos frecuentemente al mercado y una secundaria que incluye las aldeas que se encuentran más distantes cuyos habitantes sólo vienen al mercado en forma ocasional en busca de artículos que tienen dificultad de encontrar en sus propios mercados. (comunes)".⁵⁶

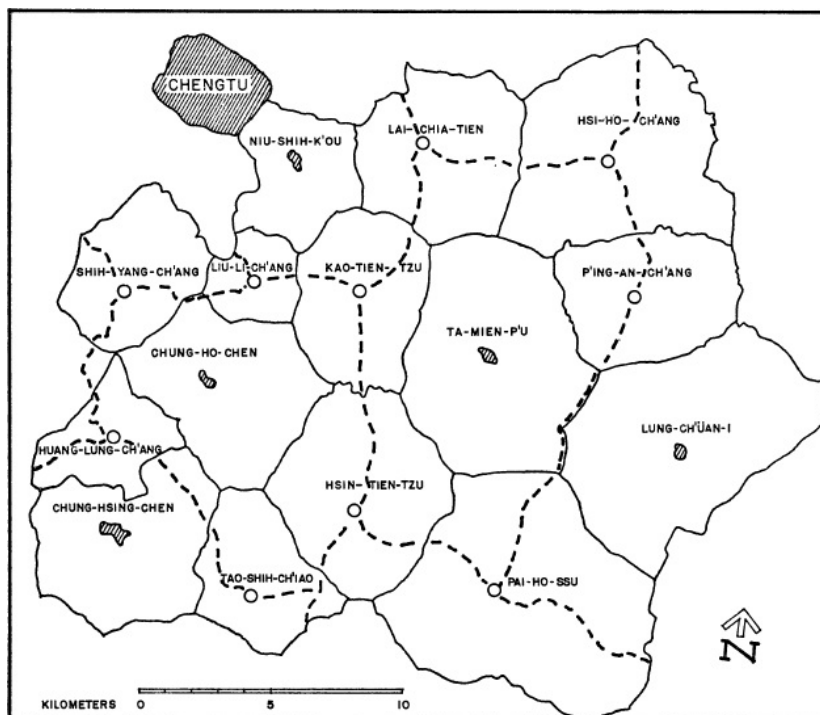


Figura 3. Una parte del panorama económico de Szechwan que se aproxima al modelo B en cuanto a la distribución de los pueblos con mercado.

Figura 3.1. Los 15 pueblos con mercado que figuran se encuentran al sudeste de Chengtu dentro de un radio de 25 Kms. Tres mercados (P'ing-anch'ang, Lung-ch'üan-i y Pai-ho-ssu) están en Chien-yang hsien, los otros 12 en Hua-yang hsien. El terreno varía de llano a montañoso; Lung-ch'üan-i está situado en las colinas occidentales de la cadena montañosa de Lung-ch'üan-i. Los límites entre las áreas de mercado son aproximados.

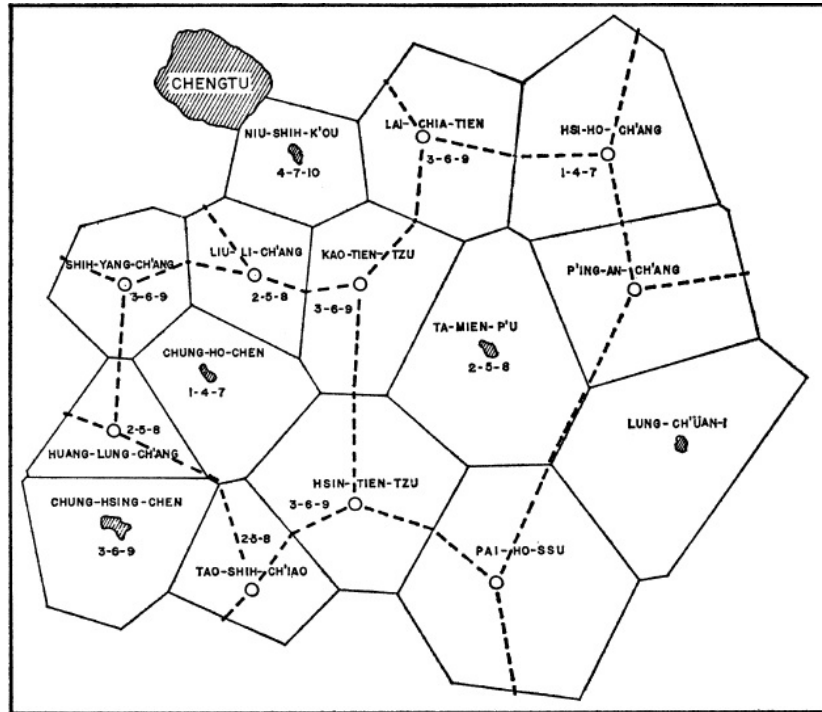


Figura 3.2. Primera abstracción del mismo paisaje donde se indican las áreas de mercado común e intermedio teóricas.

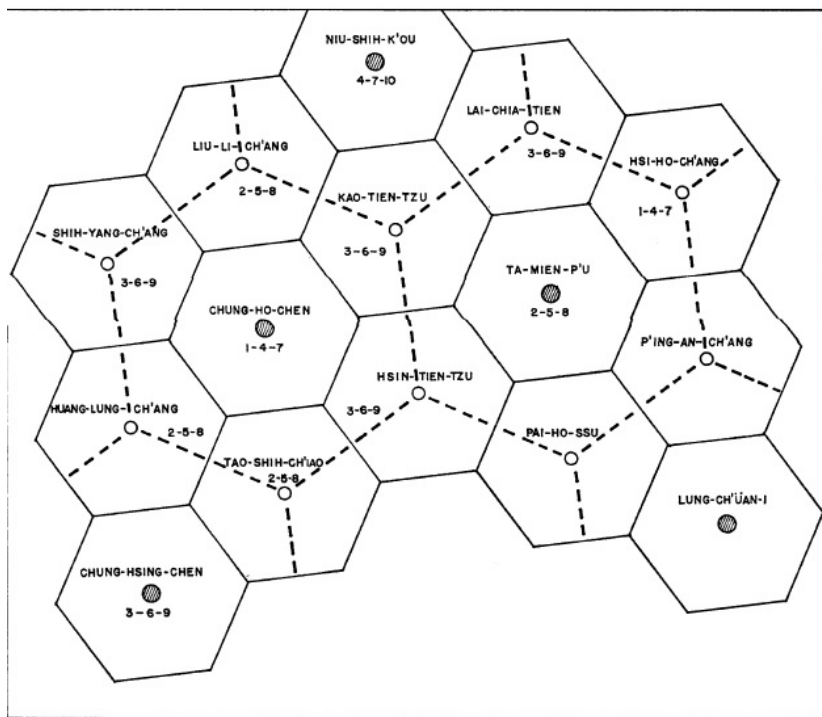


Figura 3.3. El mismo paisaje graficado. Compárese con el modelo B graficado en la figura 1.

Este doble status del pueblo de mercado intermedio con no poca frecuencia se refleja en el programa de los días de mercado del pueblo. En todas las áreas de la China en que están generalizados los programas de dos-por-hsün, muchos de los pueblos de mercado intermedio tienen un programa doble, con un grupo de dos días (digamos 1-6) llamado hsiao-chi ("pequeño mercado") y el otro (digamos 3-8) llamado ta-chi ("gran mercado")⁵⁷. En estos casos, el mercado funciona como mercado común en los días de hsiao-chi y como mercado intermedio en los días de ta-chi. De esta manera, mientras que los programas de los mercados comunes dependientes de tales mercados intermedios no deben interferir con el programa de ta-chi de éstos, no trae ninguna consecuencia si coinciden con los días de mercado de su hsiao-chi, Un ejemplo de esto lo encontramos en el chen K'ai-p'ing en el chou Luán a comienzos del siglo pasado. Este pueblo tenía su mercado "grande" según un programa de 5-10, el cual no estaba interferido por ninguno de los mercados circundantes, pero su mercado "chico" era conforme a un programa 2-7, que también era seguido por los mercados comunes de dos pueblos vecinos.⁵⁸ Mientras que la irregularidad de los programas de cuatro-por-hsün sería desventajosa para un mercado común, en el caso de un mercado intermedio como el del chen K'ai-p'ing la irregularidad del programa, doble es menos aparente puesto que cada uno de los programas regulares de dos-por-hsün sirve a un mercado funcionalmente distinto.

En general, como indican los ejemplos arriba mencionados, cuando el sistema de programación de un mercado de nivel superior difiere de aquel de sus mercados comunes dependientes, el programa del mercado de nivel superior es el más frecuente.⁵⁹ A excepción de uno, todos los casos que conozco en que lo contrario es cierto son urbanos y pueden ser explicados en términos de una completa diferenciación de la función jerárquica por la cual los mercados intermedios no son también mercados comunes.⁶⁰

He insistido en el hecho de que dentro de los sistemas de mercados intermedios los programas están distribuidos de tal manera, que una de las posibilidades normalmente está monopolizada por el mercado intermedio. De hecho esta distribución puede ser tomada como evidencia circunstancial de que un grupo dado de mercados constituyen un sistema genuino. ¿Por qué se evita siempre el conflicto entre los días en que funciona el mercado común y los días del mercado intermedio? Obviamente, no tiene por objeto fundamental adaptarse a la comodidad del campesino. Como lo destaca la cita del estudio realizado por C.K. Yang, los campesinos concurren al mercado intermedio sólo ocasionalmente—para hacer compras fuera de lo común, para obtener algún servicio que los campesinos usualmente no requieren, para solicitar crédito en escala extraordinaria, o para asistir al festival religioso anual. Durante los tres meses que viví con una familia campesina típica en Szechwan cuya granja estaba situada a tres li [medida de distancia] de Kao-tien-tzu, un pueblo donde había mercado y a cinco li de Niu-shih-k'ou, donde existía otro mercado, entre el jefe de familia y su mujer fueron 46 veces al primero de los nombrados que era su mercado común y sólo tres veces al segundo, su mercado intermedio. En todo caso, el campesino podría satisfacer las necesidades para las cuales requiere del mercado intermedio cualesquiera fueran los días en que este funcionara con tal que en cada hsün o período de doce días el mercado intermedio funcionara un día que no entrara en conflicto con el horario de su mercado común.

En el caso de la élite local la situación era un poco diferente. Todo lo que los separaba del campesino los estimulaba a concurrir al mercado intermedio. Sabían leer y en el mercado

intermedio, a diferencia del mercado común, podrían comprar libros y todo lo necesario para escribir.⁶¹ Su estilo de vida si bien no era muy elevado al menos era urbano y, de tiempo en tiempo necesitaban adquirir determinados alimentos, artículos de decoración, o telas finas, todo lo cual constituiría un mero capricho para el campesino y por lo tanto no existía en el mercado común. Se trataba de hombres bastante adinerados y el pueblo donde se reunía el mercado intermedio les ofrecía muchas más oportunidades para prestar dinero y hacer inversiones de las que existían en sus pueblos con mercado común. Asimismo eran hombres que tenían tiempo libre y sólo en los mercados intermedios o de alto nivel existían casas de té y tabernas especialmente equipadas para satisfacer los ratos libres de estos hombres. En resumen, mientras que las necesidades ordinarias de los campesinos eran satisfechas por el mercado común, las de la élite local sólo lo eran por el mercado intermedio.

Si a la élite local le resultaba muy ventajosa la cuidadosa armonía que reinaba entre los días en que funcionaba el mercado intermedio y aquellos en que se reunían los mercados comunes que dependían del anterior, para muchos de los comerciantes locales esto era una necesidad vital. Una elevada proporción de las "firmas móviles" de la China rural tenían su circuito limitado en un solo sistema de mercado intermedio; su sede se encontraba en el pueblo donde funcionaba el mercado intermedio y necesitaban regresar allí periódicamente para dejar lo que habían comprado, para reabastecerse de los artículos que vendían y simplemente para descansar con sus familias.

Una referencia a la Figura 3.3 puede ilustrar cuan conveniente era para los intereses de los empresarios ambulantes el horario exclusivo del mercado intermedio. Tomemos el caso del sistema cuyo centro es Chun-ho chen. Un circuito típico requeriría que el itinerante atendiera al mercado intermedio en su día, el 19 del mes lunar; el día 2 en Huan-lung-ch'ang, el 3 Shih-yang-ch'ang y de retorno a Chung-ho chen para ir a aquel mercado que funciona el día 4; el día 5 irá a Liu-li ch'ang, el 6 a Kao-tien-tzu y de regreso al pueblo central para el día de mercado que es el 7; luego a Tao-shih-ch'iao el 8, a Hsin-tien-tzu el 9 y de regreso a Chung-ho chen el 10 para descansar un día antes de entrar en el mercado del pueblo el 11. Así, durante cada hsün lunar el comerciante ambulante completa un circuito completo durante el cual tiene tres días de mercado en el mercado intermedio y un día de mercado en cada uno de los seis mercados comunes dependientes. Este tipo de circuito es característico de aquellos proveedores de servicios para los que existe una demanda limitada entre el campesinado (digamos, el "artista dental" o el escribiente de cartas), artesanos que fabrican objetos que por lo general no existen en las tiendas de los pueblos que tienen un mercado común, buhoneros con artículos importados de los mercados centrales o fabricados en el pueblo donde funciona un mercado intermedio y agentes de compra, a los cuales nos referiremos con más detalle enseguida.

Los sistemas centrales también son recorridos por ambulantes, especialmente por aquellos cuyos productos o servicios tienen poca demanda o que son de tal naturaleza que resulta indeseable su oferta demasiado frecuente en un mismo pueblo de mercado como por ejemplo vendedores de medicinas patentadas o relatores de historias. Hay varios modelos espaciales posibles de sistemas de mercado centrales. Hay cuatro modelos que parecen ser los empleados más comúnmente por los casos empíricos chinos: dos que implican el Modelo A de los sistemas de mercado intermedios y dos que implican los subsistemas del Modelo B. Estos se encuentran diagramados en la Figura 4.

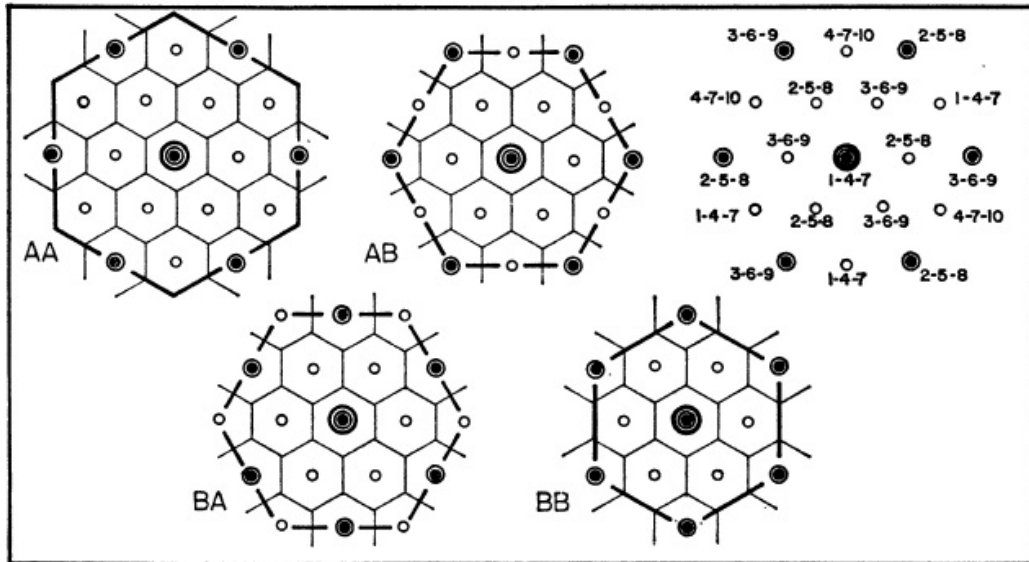


Figura 4. Cuatro modelos espaciales centrales de mercado. En el centro de cada modelo está un pueblo central con mercado. Los círculos redondos representan los pueblos de mercado común mientras los círculos con un punto negro al centro alrededor de las 4 figuras representan los pueblos con mercado intermedio. Las aldeas no están representadas gráficamente. Cuando los mercados de todo nivel están distribuidos consistentemente de acuerdo al modelo A o el modelo B, los resultados son los sistemas como se muestra en AA o BB, respectivamente. Sistemas como AB y BA incluye una mezcla de dos modelos de distribución.

Mercados de un sistema AB son mostrados en la parte de arriba a la derecha con adición de programas 3-por-hsün días de mercado.

Los circuitos pueden ser ilustrados empleando el modelo A B y programas de tres-por-hsün, como arriba a la derecha en Fig. 4. Siguiendo rutas triangulares que los llevarán de vuelta al mercado central dejando un día libre del programa de éste, el ambulante puede lograr una cobertura completa en cuatro hsün (39-40 días). Durante este período, él habrá pasado seis días de mercado regularmente distanciados en el mercado central, dos días de mercado en cada uno de los seis mercados intermedios, dos días de mercado en cada uno de los mercados comunes que no pertenecen a ningún otro sistema de mercado central y un día en cada uno de los seis mercados comunes que también pertenecen a otro sistema de mercado central. Son raros los sistemas de mercado centrales, en que los programas están perfectamente sincronizados, como en este ejemplo hipotético. Pero parece ser generalmente cierto que el programa de ta-chi de un mercado central es normalmente evitado por los otros mercados dentro del sistema de mercado central, Chou-tsun, el importante pueblo de mercado de Shantung que ha sido citado antes en otros contextos, nos ofrece un ejemplo. A comienzos del siglo XIX, su programa de ta-chi, 4-9, era seguido por sólo un mercado más en todo el hsien, y éste se encontraba en el lejano norte, muy posiblemente fuera del sistema de mercado máximo de Chou-ts'un.⁶²

Algunos ambulantes, altamente especializados y relativamente pocos en número, recorren los mercados de todo el sistema de comercio de una ciudad local o regional y también pueden

encontrarse comerciantes ambulantes que deliberadamente "trabajan" un determinado número de sistemas de mercados adyacentes, para obtener provecho de las diferencias de precios existentes entre ellos. En todo caso, en general la firma móvil es mucho más importante para los sistemas de mercado intermedios que para los sistemas más grandes de niveles superiores. La proporción de comerciantes ambulantes, en comparación con los fijos, en los días de mercado decrece constantemente, conforme uno se desplaza de un pueblo de mercado común hacia los lugares centrales de cada nivel superior en la jerarquía económica.

Observemos ahora el conjunto de sistemas de mercados y examinaremos primeramente la corriente descendiente de mercaderías. Los productos exóticos que se envían al pueblo donde funciona el mercado central, y los otros bienes que allí se producen, se distribuyen, en parte, a través del mismo mercado central; otra parte por medio de los vendedores ambulantes que circulan por los mercados intermedios y los mercados comunes que existen en todo el sistema de mercado central; y otra parte se asigna a las firmas que existen en los seis pueblos que tienen mercados intermedios. Una distribución igual rige para la mercadería recibida por las firmas de cada uno de los pueblos que tienen mercado intermedio, como así también para los artículos que allí se producen: es decir, una parte por medio del mismo mercado intermedio, otra parte por medio de los Tendedores ambulantes que circulan entre los mercados comunes que existen dentro del sistema de mercado intermedio, y otra parte por medio de firmas que existen en los pueblos que tienen mercados comunes. Las firmas que reciben los artículos en esta corriente descendente son, en el caso de los pueblos que tienen un mercado común, principalmente pequeñas tiendas; en el caso de pueblos con mercado intermedio, incluyen a los distribuidores que abastecen a los vendedores ambulantes así como también a los establecimientos de venta al por mayor y al por menor,⁶³ y en el caso de pueblos que tienen un mercado central incluye principalmente vendedores mayoristas que tienen depósitos. La mercadería que consume el campesinado o que es necesaria para el pequeño artesano fluye en forma descendente por todo el sistema; los bienes de consumo para la élite local y los suministros para los artesanos no descienden más allá del nivel del mercado intermedio; mientras que los bienes de consumo que interesan principalmente a la élite burocrática, junto con los suministros industriales, normalmente no descienden más allá del pueblo que tiene un mercado central.

El flujo ascendente por el sistema de mercado comienza cuando el campesino vende su producto en el mercado común, ya sea a los consumidores locales o a los comerciantes que tienen su base en ese mercado quienes procesan y acumulan el producto o directamente a compradores que pertenecen a mercados de nivel más alto y que visitan el mercado común. Los agentes de compra y los compradores independientes que visitan los mercados comunes pertenecen a pueblos que tienen mercado intermedio o central; los que visitan los mercados intermedios provienen de ciudades vecinas como también de pueblos que tienen mercado central. Ya sea que las firmas compradoras sean casas comerciales o industrias que elaboran o utilizan los productos locales como insumo estos son conducidos a través del sistema de mercado a centros cada vez más altos.

Amano⁶⁴, que ha estudiado los mercados en diversos pueblos en Hopei y Shantung, establece claramente que hay una jerarquía de arreglos de créditos que corre paralela al sistema jerárquico de distribución y de cobro y que las "firmas móviles" no sólo trabajaban a crédito, sino que también

participaban en el flujo vertical de productos en ambas direcciones. Un ambulante fan-tzu por ejemplo, que en primera instancia trabajaba como comprador para un comerciante de productos locales en el pueblo de mercado intermedio podía al mismo tiempo comerciar con productos comprados con un préstamo otorgado por el comerciante; y conforme iba recorriendo los mercados comunes, tanto vendía bienes diversos, como compraba los productos locales.

La investigación de Yamame sobre los pueblos de mercado de Shantung sugiere que la diferenciación entre mercados menores y comunes por un lado, y los mercados intermedios y centrales, por otro, era fundamental, al menos durante el período Ch'ing, en cuanto al rol del gobierno. Los mercados de nivel inferior hsiao-chi (en la terminología común) sólo albergaban a pequeños comerciantes sin licencia, eran auto-regulados y decidían por sí mismos los impuestos. Los mercados intermedios y los de nivel superior (ta-chi) por el contrario estaban oficialmente registrados, sus firmas comerciales tenían licencia del tesoro provincial y se cobraban impuestos de mercado, como fuente de ingresos oficiales.⁶⁵ La pregunta sobre si la diferenciación entre mercados kuan (regulados) e i (libres) es propia de Shantung y sobre cuán estrechamente corresponde a la dicotomía entre mercados menores comunes y los de nivel superior, permanece sin aclaración. Pero es razonable la hipótesis de que en épocas tradicionales era más posible que las transacciones de un mercado dado fueran reguladas y fiscalizadas por funcionarios burocráticos tanto mayor fuera su posición funcional dentro de la jerarquía de los lugares centrales.

La asociación entre el grado de regulación externa y tipo de mercado muestra ciertas similitudes entre mercadeo y administración en China tradicional. Ambos eran sistemas jerárquicos en el cual la unidad territorial era mayor en cada nivel ascendente. También, en ambos los limitados recursos burocráticos se concentraban en los niveles superiores: sistemas por debajo del mercado -central, como también aquellos sistemas administrativos por debajo del hsien estaban sujetos al control burocrático sólo en forma atenuada.

Al reflexionar sobre su importancia para interpretar la sociedad china como un sistema total, se debe diferenciar el sistema de mercados del sistema administrativo. Indudablemente, ambos eran sistemas jerárquicos en los cuales la unidad territorial correspondiente era mayor en cada nivel ascendente. Y en los dos, los escasos recursos burocráticos estaban concentrados en los niveles más altos: los sistemas de mercado inferiores al mercado central al igual que los sistemas administrativos por debajo del hsien, estaban sujetos a controles burocráticos sólo en forma muy atenuada.

Sin embargo, existe una diferencia fundamental en cuanto a la forma en que cada una de las dos estructuras se encontraba articulada. Por definición, las unidades administrativas son discretas a todo nivel; cada unidad de nivel inferior pertenece a una sola unidad en cada nivel ascendente de la estructura. Por el contrario, los sistemas de mercado son discretos sólo en el nivel inferior, y cada sistema de nivel bajo está típicamente orientado hacia dos o tres sistemas en cada nivel ascendente. Como consecuencia de esto, las estructuras de mercado, a diferencia de las estructuras administrativas, tienen forma de redes interconectadas. La participación conjunta de los mercados comunes en dos o tres sistemas de mercados intermedios, de los mercados intermedios en dos o tres sistemas de mercado central y así sucesivamente, es precisamente lo que articula y une las pequeñas

economías locales centradas en cada pueblo donde funciona un mercado con las estructuras económicas regionales en primer término, y eventualmente con la economía única de toda la sociedad. Por lo tanto, en la China tradicional el sistema de mercados tenía una importancia para la integración societal que igualaba y sobrepasaba —lo que simultáneamente reforzaba y completaba— a la del sistema administrativo.

Sin embargo, la complejidad del conjunto no debe ser interpretada en el sentido que el sistema de mercados era monolítico o tenía una estructura muy compacta. No sólo no existía un vértice económico, análogo a la capital administrativa, sino que el flujo de productos que definía la estructura, raramente era muy intenso si lo juzgamos con un criterio moderno. Más aún, tal como veremos en la próxima sección, cada uno de los subsistemas de mercado común que componían el sistema, perduraba dentro de una subcultura propia.

LAS ESTRUCTURAS DE MERCADO COMO SISTEMAS SOCIALES

Los sistemas de mercados chinos tienen no sólo una dimensión económica sino también una importante dimensión social. En particular, el sistema de mercado común es una unidad cuya importancia social para el campesinado y para las relaciones de los campesinos con otros grupos merece ser objeto de preferente atención. Para acentuar mi objetivo en esta sección, en adelante lo designaré comunidad de mercado común. Considero que existen razones suficientes para tratar de analizar este tipo de comunidad no sólo como una estructura social intermedia sino también como una unidad portadora de cultura —el lugar donde se gesta la "pequeña tradición" de Redfield, en el caso Chino.⁶⁶

El trabajo antropológico que se ha realizado sobre la sociedad china al haber centrado su atención casi exclusivamente en la aldea, ha distorsionado, con excepción de muy pocos casos, la realidad de la estructura social rural. En la medida en que puede decirse que el campesino chino vive en un mundo con un contenido propio, ese mundo no está constituido por la aldea sino por la comunidad centrada en un mercado común. Voy a demostrar que el campo social real del campesino no está delimitado por los horizontes geográficos de su aldea sino más bien por los límites del área dependiente de un mercado común.

Podemos empezar por preguntar cuál es el tamaño normal de esta área y cuántas personas incluye generalmente la comunidad. Para evitar las dilaciones que se producen cuando se incluyen muchos ejemplos, presento una serie de estimados que incluyen y compatibilizan todos los datos que tenía en mi poder sobre casos empíricos relacionados. El cuadro I, basado en un modelo gráfico simple, señala el hecho evidente, aunque no por ello menos importante, de que el tamaño de las áreas dependientes de un mercado común varía inversamente a la densidad de la población. En las regiones donde la población no es densa, las áreas dependientes del mercado deben ser grandes para poder incluir una demanda suficiente para sostener el mercado; en las regiones densamente pobladas son pequeñas. El cuadro también revela la existencia de una relación no necesariamente prevista por el sentido común, a saber, que la población media de las comunidades de mercado aumenta junto con la densidad de la población sólo hasta alcanzar cierto punto. Cuando la densidad se eleva a más de 325 personas por kilómetro cuadrado —y cuando el área servida por un mercado

común tiene de 27 kilómetros cuadrados— la población media de los sistemas de mercado comienza a declinar. Para comprender cabalmente el motivo por el cual las áreas de mercado llegan a ser tan pequeñas como lo son las zonas densamente pobladas es necesario esperar hasta el análisis del cambio que se presenta en otra publicación, pero no hay nada misterioso en el tipo de relación que muestra el cuadro I entre la población y el área de los sistemas de mercado. Dado que a medida que uno se desplaza desde las zonas de población densa a las de población más densa se produce una disminución gradual en el tamaño que del área de servicio de un mercado; es evidente que eventualmente se llegará a un punto en el cual áreas más pequeñas ya no podrán sostener poblaciones agrarias cada vez mayores. En la China agraria⁶⁷ al término del período republicano, ese punto se encontraba dentro de los límites de una densidad de 300-350.

Las áreas de mercado de gran tamaño, es decir de 150 kilómetros cuadrados o más (en la parte superior del cuadro) existen únicamente en las regiones montañosas y en las áridas zonas situadas en la periferia de la China agrícola, donde la población no está densamente distribuida en un terreno generalmente inhóspito. Sólo en esas regiones existen en forma regular comunidades de mercado que tienen tan sólo 3,000 personas. En el otro extremo, las áreas de mercado muy pequeñas, es decir de 15 kilómetros cuadrados o menos (parte inferior del cuadro) existen únicamente en las llanuras que son excepcionalmente fértiles, situadas típicamente en las áreas cercanas a centros urbanos mayores. La distribución según tamaño de áreas de los mercados comunes en China rural puede resumirse de la siguiente forma:

Proporción del total de comunidades de mercado común	Tamaño de las áreas medias (Km²)	Densidad (Personas por Km.²)
5%	158 o más	19 o menos
15%	97-157	20-59
60%	30-96	60-299
15%	16-29	300-499
5%	15	500- y más

Entonces vemos que la mayoría de las áreas que dependen de un mercado común tienen un tamaño tal que permiten al aldeano más alejado llegar caminando al mismo con facilidad —entre 3.4 y 6.1 kilómetros.⁶⁸ En el caso modal (ver pie del cuadro I) las áreas de los mercados tienen un tamaño algo mayor que 50 kilómetros cuadrados, los pueblos que tienen mercados se encuentran a menos de ocho kilómetros de distancia entre ellos, y la distancia máxima que debe caminarsse al pueblo es de aproximadamente 4.5 kilómetros. La población promedio (la media) de la comunidad servida por un mercado común es de algo más que 7,000 personas.

Por lo tanto, es evidente que aun en el caso de una comunidad típica 1,500 hogares en más o menos 18 aldeas, distribuidas en una extensión de 50 kilómetros cuadrados no nos encontramos frente a un grupo primario estructurado mediante lazos de gran intimidad o intensidad. Por otra parte, la poca costumbre que tienen los estudiosos de China de considerar a los sistemas de mercado

como comunidades y dado el volumen de la literatura al respecto resulta muy fácil perder de vista el objetivo principal. Permítaseme ejemplificar con la comunidad cuyo centro era Kao-tien-tzu, el pueblo donde funcionaba el mercado común que estudié en Szechwan. En los años 1949-50 su población era de 2,500 familias, es decir que era un sistema atípicamente grande.⁶⁹ ¿En qué el campesino medio reconocía y menos aún conocía a los miembros de tantas familias?

Si el Sr. Lin, el campesino de 45 años de edad con el cual yo vivía, puede ser considerado típico, entonces la respuesta es sí. Ya que el Sr. Lin intercambiaba un saludo, que consistía en una inclinación de cabeza, con casi todos los adultos pertenecientes a todas las partes del sistema de mercado.⁷⁰ Más aún, podía identificar y describir a las principales familias de la élite de la comunidad que vivían en cualquiera de las aldeas dispersas. Conocía detalles sobre las familias campesinas que vivían en el otro lado del pueblo donde funcionaba el mercado que ningún norteamericano sabría —como tampoco le interesaría saber— sobre sus vecinos inmediatos. Los conocimientos que tenía el Sr. Lin sobre la vida social de la comunidad del mercado de Kao-tien-tzu eran más impresionantes tal vez, que los del trabajador agrícola con quien compartía su granja o los del culi transportista que acarrea sus mandarinas al mercado, pero eran insignificantes comparados con la profunda sabiduría social de cualquier despreocupado caballero de la élite local de la comunidad. El terrateniente de largos ropajes podría saludar con su cabeza a sólo unos pocos favorecidos, pero reconocía a todos aquellos con quien se cruzaba camino al mercado y parecía tener en su cabeza un archivo completo sobre cada uno de ellos.

¿En qué medida esto nos puede sorprender? En la comunidad del mercado de Kao-tien-tzu el campesino medio a los 50 años de edad, había concurrido a su mercado común en más de 3,000 oportunidades. Un promedio de por lo menos mil veces se cruzaba en las calles con el representante masculino de una de cada dos familias de esa comunidad.⁷¹

Le compraba a vendedores campesinos cuyos hogares se encontraban en varios lugares de la comarca, y más aún, en las casas de té, se relacionaba y socializaba con otros campesinos que provenían de comunidades aldeanas muy distintas a la de él. Y el campesino no era el único que estaba allí ya que en Kao-tien-tzu había una casa de té para todos; eran muy pocas las personas que concurrían al mercado y no pasaban por los menos una hora en una o dos lugares del té. Los códigos de hospitalidad y sociabilidad funcionaban en forma tal que cualquier miembro de la comunidad que entraba por la puerta rápidamente era invitado por alguno de los que estaban sentados en las mesas. Una hora pasada en una casa de té necesariamente aumentaba el círculo de conocidos de una persona y además profundizaba sus conocimientos sociales sobre otras partes de la comunidad.

CUADRO I. Área y población promedio de las comunidades de Mercado Común, como una función de la densidad de la población; estimados correspondientes a la China Agrícola para 1948.

Densidad: personas por km ² .	Población media	Area prom. en km ²	Distancia media recorrida por aldeano más alejado kms.	Distancia media (kms.) entre ciudades con mercados
10	1850	185	8.44	14.6
20	3160	158	7.80	13.5
30	4080	136.	7.24	12.5
40	4800	120	6.80	11.8
50	5300	106	6.39	11.1
60	5790	96.5	6.09	10.6
70	6160	88.0	5.72	9.91
80	6500	81.3	5.59	9.69
90	6750	75.0	5.37	9.31
100	6980	69.8	5.18	8.98
125	7460	59.7	4.79	8.31
150	7870	52.5	4.50	7.79
175	8050	46.0	4.11	7.12
200	8240	41.2	3.98	6.90
225	8350	37.1	3.78	6.55
250	8570	34.3	3.63	6.30
275	8720	31.7	3.49	6.05
300	8850	29.5	3.37	5.84
325	8870	27.3	3.24	5.62
350	8790	25.1	3.11	5.39
375	8660	23.1	2.98	5.17
400	8640	21.6	2.88	5.00
450	8100	18.0	2.63	4.56
500	7850	15.7	2.46	4.26
550	7320	13.3	2.26	3.92
600	7140	11.9	2.14	3.71
650	6760	10.4	2.00	3.47
700	6370	9.1	1.87	3.24

Promedio de China agrícola:

111 7140 64.4

Caso Modal:

150 7870 52.5 4.50 7.79

EXPLICACIÓN CORRESPONDIENTE AL CUADRO I

La curva que representa gráficamente la relación entre el tamaño del área del mercado común y la densidad de la población se acerca más a los ejes de las ordenadas y las abscisas cuanto más mercantil es la zona. La curva específica de la que se tomaron las cifras para las áreas promedio que figuran en el cuadro, fue construida para representar la situación de una economía agraria mercantilizada en el grado en que lo estaba la de la China agrícola en 1948. Su perfil ha sido obtenido con los datos correspondientes a 76 hsiens del sur y sudeste de Szechwan, pero se la ubicó un poco más cerca de los ejes de acuerdo con los puntos marcados en un gráfico a partir de los casos conocidos de hsiens más mercantilizados de lo que estaban cualquiera de los Szechwan en 1948. Es necesario esperar hasta la Segunda Parte de este trabajo donde se trata la mercantilización y modernización para la justificación de estos procedimientos (ver p. 65 para referencia).

La penúltima columna ha sido calculada a partir de las áreas promedio según la siguiente fórmula para hexágono (es decir del área $A = 2.598a^2$, donde A es el área del hexágono, es decir del área de servicio del mercado común) y a es la distancia desde su centro a uno de los seis vértices (es decir, la distancia a recorrer desde el punto más distante dentro del área). La última columna ha sido calculada de acuerdo con la fórmula $b = a \sqrt{3}$, donde b es la distancia entre el centro de dos hexágonos regulares contiguos.

Vamos a detenernos en este punto para señalar ciertas consecuencias estructurales derivadas del hecho de que el campesino tiene un mapa social bastante completo del área servida por su mercado común, al mismo tiempo que el terreno social más allá de la misma está prácticamente inexplorado. Significa que cuando necesita un servicio —ya sea una partera, un sastre o un jornalero— lo buscará principalmente entre las familias que están dentro del sistema, construyéndose así una modesta red de relaciones patrón-oliente, todas las cuales se encuentran incluidas dentro de la comunidad servida por el mercado común. Significa, tal como se señaló en la sección anterior, que un hombre que necesita fondos puede buscarlos mucho más allá de los límites de su propia aldea para constituir una sociedad de crédito rotatorio.

Esto significa también que las nueras tienden a ser escogidas dentro de la comunidad servida por el mercado. Los casamenteros —en Szechwan atendían en ciertas casas de té del pueblo donde funcionaba el-mercado— y las madres de hijos de edad de casarse podían explorar confiadamente toda la comunidad del mercado común en busca de potenciales nueras; ya que es muy raro que sepan lo suficiente sobre las candidatas de familias que no pertenecen al sistema. En resumen, existe una clara tendencia a la endogamia entre los campesinos que pertenecen a la misma comunidad de mercado común. Encontramos una interesante confirmación de este punto en el estudio de Jean Pratt Watts sobre una comunidad aldeana Hakka en los Nuevos Territorios de Hong Kong: La casamentera más activa y exitosa de la aldea era una viuda pudiente que iba con gran frecuencia a un pueblo donde funcionaba su mercado diariamente, Tai Po —donde llevaba la cuenta de todas las jóvenes en edad de casarse que existían dentro de la comunidad más amplia.⁷² Por consiguiente, los arreglos mediante los cuales un linaje tradicionalmente da a sus hijas en casamiento a otro, tienden a estar concentrados dentro de los límites de las comunidades de mercado común, al igual que las alianzas más ad hoc las que pueden no tener un precedente inmediato. Los lazos establecidos entre

los campesinos por el parentesco, por afinidad constituyen otra red que se extiende por toda la comunidad del mercado común y sirve para estructurar al todo.

En cuanto al parentesco agnaticio, tengo la impresión que la comunidad de mercado común desempeña un papel en la estructuración del linaje que puede llegar a solucionar problemas analíticos dificultosos. En la China, tradicionalmente las nuevas aldeas han sido fundadas por una sola familia o por un pequeño grupo de familias relacionadas por el lado paterno. En realidad, las familias de un poblado nuevo de esta naturaleza constituyen una rama del linaje que existe en su aldea de origen, que a menudo no es muy distante. En el curso de varios siglos durante los cuales se ha producido este tipo de segmentación, se ha llegado a la situación en que ciertas zonas rurales de la China son asiento de varios linajes localizados del mismo apellido, todos históricamente emparentados en virtud de ser descendientes de un antepasado común, pero cada uno radicado en una aldea o pueblo con mercado diferente.⁷³ ¿A qué se debe el hecho de que en algunos casos los linajes vecinos locales se perpetúan o adquieren unidad organizativa, mientras que otros agnáticamente emparentados mediante lazos igualmente recientes funcionan como sistemas independientes? Mi opinión es que, como las familias campesinas mantienen un gran intercambio social dentro de su comunidad de mercado común, pero muy poco fuera de ella, es probable que los lazos entre linajes que existen dentro de un solo sistema de mercado se perpetúan mientras que los vínculos entre linajes localizados asentados en, áreas que tienen diferentes mercados comunes tienden a disminuir con el tiempo. En la región de Szechwan donde efectué mis investigaciones, las familias Hakka que se apellidaban Lin estaban muy concentradas en las tres áreas de mercado común que tenían sus centros en Kao-tien-tzu, Lai-chia-tien y Ta-mien-p'u. Sin embargo, las familias de cada una de estas áreas parecían estar organizadas por separado, y tenían su centro de operaciones en las casas de té de los respectivos pueblos donde funcionaban sus mercados. Mizuno señala que en el norte de la China las capillas ancestrales se encuentran generalmente en los pueblos donde funciona el mercado y no en las aldeas.⁷⁴ En consecuencia, es posible que debamos considerar a la comunidad que se encuentra centrada en un mercado común como el asiento del "linaje compuesto".

En relación con esto, debo mencionar otro caso sugestivo. En la comunidad centrada en el mercado común de Kang-wei, Hai-cheng hsien, Fukien, la mayoría de la población pertenece a un solo linaje compuesto. En 1948, el propio mercado estaba controlado por el ta-fang (literalmente "gran rama"), uno de los linajes compuestos asentados en una aldea al norte del pueblo donde funcionaba el mercado. En el mercado de Kan-wei los tres medidores de granos, el agente ganadero y el pesador de cerdos, el jefe de los portadores de palanquín y hasta el jefe de los mendigos pertenecían al ta-fang, y los compradores que eran miembros del ta-fang gozaban de privilegios especiales en el mercado. En este caso la superioridad de la posición social del ta-fang dentro del linaje compuesto se manifestaba claramente dentro del sistema económico de la comunidad del mercado. Parecería que al igual que la rama dominante de un linaje localizado, dadas las circunstancias apropiadas, puede asegurarse el poder supremo dentro de la comunidad aldeana,⁷⁵ el linaje localizado dominante dentro de un linaje compuesto también puede apoderarse del control preponderante dentro de la comunidad centrada en un mercado.⁷⁶

El caso de Kang-wei señala así mismo el hecho que en este estado de cosas es poco probable que

la estructura de poder de una comunidad de mercado común esté divorciada del control del mercado en sí mismo. En Szechwan durante el período republicano las sociedades secretas, conocidas en conjunto como Ko-lao-hui, ejercían el poder supremo en todos los niveles de la sociedad rural y la comunidad centrada en el mercado común no era ninguna excepción. En realidad, era una unidad muy importante, ya que en casi todos los casos las logias de la sociedad estaban constituidas y limitadas a una sola comunidad de mercado común. La comunidad que tenía su mercado común en Kao-tien-tzu tenía dos logias, una "clara" y la otra "turbia"; ambas tenían sus sedes y sus reuniones en casas de té del pueblo. La mayoría de los varones adultos pertenecían a una u otra, y prácticamente todos los días de mercados sus miembros podían hacer negocios con los dignatarios de la logia, a quienes se les podía encontrar también en una casa de té en particular. En Kao-tien-tzu, al igual que en muchos otros pueblos con mercados comunes de la cuenca -del Szechwan, el mercado mismo estaba controlado por una de las logias de la sociedad secreta. Los cargos de medidores de granos, pesadores de cerdos, intermediarios de ganado y otros agentes comisionistas estaban reservados para los miembros de la sociedad, y una parte de los honorarios percibidos por estos agentes era reclamado para los cofres de la logia.

En otras partes de la China, el control del mercado puede encontrarse mucho más disperso entre las diversas aldeas fundadoras. En Shantung, una disposición usual es rotar la responsabilidad del manejo del mercado entre todas las aldeas participantes: durante cada hsün del mes lunar, una o varias aldeas en conjunto se encargan de proporcionar y subsidiar a medidores públicos para que estos presten servicios como intermediarios honrados en forma gratuita. Sin embargo, los ejemplos que menciona C. K. Yang indican que este tipo de control disperso está limitado a los mercados secundarios y a los mercados comunes de menor importancia; en el caso de los mercados intermedios (y aparentemente en algunos de los mercados comunes más importantes) la autoridad tiende a estar concentrada, no sólo porque el control comunal por un número tan elevado de aldeas es imposible sino también porque los honorarios que se perciben por concepto de comisiones en un mercado grande y próspero es un botín demasiado lucrativo como para ser ignorado por aquellos grupos que tienen el poder necesario para apoderarse de él.⁷⁷

Entonces, el mercado en sí mismo constituye uno de los focos de la estructura social dentro de la comunidad de mercado. Otro, de casi igual importancia es el templo principal del pueblo. En primer término, el comité responsable del templo generalmente está constituido no sólo por devotos habitantes del pueblo sino también por los ciudadanos prominentes con tendencias religiosas que viven en las comunidades aldeanas de todo el área servido por el mercado. Sin embargo, la feria anual que se celebra típicamente para conmemorar el día de la fiesta de la principal deidad del templo es un acontecimiento demasiado importante como para dejarlo en manos de los devotos. En Kao-tien-tzu la organización estaba a cargo de un comité compuesto por los principales tenderos y los miembros más influyentes de la élite terrateniente. La unidad de policía local que se constituía para el festival todos los años para controlar a la muchedumbre y dirigir la procesión, estaba formada en 1950 por alrededor de 60 miembros voluntarios, que, incluía a personas pertenecientes a todos los sectores de la comunidad de mercado. Más aún, el dominio terrestre de la misma deidad del templo estaba en correspondencia con el área que abarcaba el mercado común. La estatua de Tun-yüeh, un dignatario burocrático de los infiernos era llevada en procesión cada año por toda la zona de su jurisdicción. La ruta tradicional, que seguía cada uno de los caminos principales que

irradiaban del pueblo, lo llevaba a Hung-men-p'u, Sha-ho-p'u, O-o-tien y Ta-shi-tzu —cada uno de estos eran un yao-tien situado en uno de los vértices del área que dependía del mercado. De esta forma, el festival religioso constituía una reafirmación anual de la extensión territorial de la comunidad y un refuerzo simbólico de su estructura centrada en el pueblo.

La comunidad del mercado común, en cuanto a su entidad discreta, tiene aún otra expresión religiosa de dicho carácter. Grupos de servicio compuestos por devotos participan en los festivales religiosos organizando ofrendas conjuntas al dios que se festeja y participando en la procesión en forma grupal. En la feria anual que se realizó en Kao-tien-tzu en 1950 participaron más de treinta de estos grupos y, exceptuando a tres que eran de Chengtu, cada grupo estaba compuesto únicamente por miembros de una sola comunidad de mercado común, los que pertenecían a comunidades exteriores se identificaban con el nombre del pueblo donde funcionaba el respectivo mercado. Es probable que las hsiang-hui (sociedades de incienso) y las shan-hui (sociedades de montaña) que en épocas tradicionales realizaban peregrinaciones a santuarios sagrados normalmente estuvieran formadas por miembros de la comunidad de mercado común, aunque la burocracia desalentaba la actividad religiosa organizada en gran escala.⁷⁸

Estos ejemplos indican que muchos tipos de asociaciones voluntarias y otros tipos de organizaciones formales —el linaje compuesto, la logia de la sociedad secreta, el comité para organizar la feria anual, la sociedad de servicio religioso— toman la comunidad de mercado común como la unidad de organización.⁷⁹ Dentro de los límites de la comunidad de mercado común también pueden constituirse grupos ocupacionales. En Kao-tien-tzu, una casa de té era el lugar de reunión de una asociación de criadores de animales, otra era el centro de las asociaciones de carpinteros y constructores. Aún otras asociaciones voluntarias, especialmente las vinculadas a la producción agrícola (por ejemplo sociedades de irrigación) si bien no eran co-extensivas de la comunidad de mercado tendían a estar contenidas dentro de la misma.⁸⁰

Queda por mencionar que la comunidad de mercado común es el contexto apropiado para recreación organizada del campesinado. Los mercados comunes y de nivel más alto son los escenarios para los narradores profesionales, compañías de teatro, cantantes ciegos, ,, proveedores de juegos de azar, boxeadores, malabaristas y magos. Estos profesionales no se encuentran en las aldeas como tampoco en los mercados secundarios. De la misma manera en que las posibilidades de recreación que ofrece el día de mercado sirven para aliviar el tedio de la vida rural, la feria del templo es para los aldeanos el sumun del año recreacional.

En la medida en que este análisis ha demostrado la realidad estructural de la comunidad de mercado común, simultáneamente ha aportado una base para evaluar el grado en que dicha comunidad sirve de unidad portadora de cultura. En la literatura se encuentra una serie de vagas generalizaciones sobre la idiosincrasia cultural de las aldeas chinas. Frecuentemente se nos dice que cada aldea tiene su propio dialecto, sus propias especialidades culinarias, su propia versión del sombrero campesino etc. Sin embargo, tengo la impresión que cuando existen diferencias apreciables entre las culturas de aldeas contiguas, se va a descubrir que pertenecen a diferentes comunidades de mercado común. Puede que sea cierto que en la época tradicional el campesino típico veía más a los otros miembros de su aldea que a todos los extraños juntos. Pero al mismo

tiempo, su interacción con los miembros de las otras aldeas que pertenecían a la comunidad de mercado era tan intensa que resulta difícil concebir que pudieran persistir importantes singularidades culturales entre las aldeas que utilizaban el mismo mercado común. Al mismo tiempo, el campesino tenía tan poco intercambio social con personas que no pertenecían a su comunidad de mercado común que parecería inevitable que se desarrollaran características culturales diferentes entre las diferentes comunidades de mercado. En tanto la comunidad de mercado común envolvía toda la vida del campesino, moldeaba también la forma en que la vivía. Y si esa comunidad había perdurado mucho tiempo, necesariamente era portadora de una pequeña tradición propia.

El ejemplo más próximo se refiere a los pesos y medidas vinculados al propio mecanismo de mercado. Si bien estos se encuentran normalizados y controlados dentro de un mercado,⁸¹ existen grandes variaciones de un mercado común a otro. En once mercados investigados en 1932, C. K. Yang encontró diez patrones de medida diferentes para el tou, la medida seca utilizada para dividir los granos. Igualmente el ta-ch'ih ("regla grande") que se usa para medir las telas tejidas en casa, y el ta-ch'eng ("balanza grande") usado para pesar productos voluminosos, variaban dentro de amplios límites de uno a otro mercado.⁸² Osahi Ikuei, en su estudio sobre el mercado de granos a lo largo del ferrocarril Pekin-Hankow, descubrió que los agentes de compra que trabajan desde pueblos con mercado central estaban obligados a llevar tablas de equivalencias para los pesos y medidas utilizados en los diferentes mercados locales del sistema.⁸³ Este tipo de datos señala la relativa independencia y el aislamiento de la comunidad de mercado común como sistema económico— y con ello señala las circunstancias mismas que sustentan la idiosincrasia cultural de cada una de ellas. En un último análisis, las pautas tradicionales del mercado largamente arraigadas son las que explican el hecho —para mencionar un ejemplo típico— que los diseños de punto cruz con los que todas las jóvenes de Szechwan adornan primorosamente los cortinajes de su lecho matrimonial lleven el sello característico de su comunidad de mercado común.

Otro asunto que viene al caso y que es igualmente claro se refiere al folklore religioso, y en este aspecto se pueden recoger muchas ilustraciones del análisis geográfico que hace Grootaers de los templos y el folklore del norte de China.⁸⁴ Así, por ejemplo, uno de los mapas muestra que el culto a Hei Lug, el Dragón Negro, está circunscrito a una sola sección de Wan-ch'üan hsien, Chahar. Observando mapas de esta región en gran escala se ve que esta zona específica, en la cual existen seis templos dedicados a esta deidad, es en realidad el área de mercado común centrada en el pueblo de Chiu-p'u. En la comunidad de mercado de Kao-tien-tzu, las leyendas de Tung-yüeh y su burocracia infernal se destaca en forma preponderante dentro de la idea que tiene el campesino sobre el otro mundo, pero en la cultura religiosa de las comunidades de mercado de los alrededores, esta deidad y su corte no tienen gran importancia.

En el caso del idioma, también se espera encontrar variaciones mínimas dentro de una comunidad de mercado común —debido a la intensa interacción verbal en el mercado— pero algunas diferencias entre diferentes comunidades de mercado. Cuando mis informantes en Szechwan conversaban sobre las peculiaridades idiomáticas de los diferentes mercados, se me ocurrió que la unidad mínima de significado para el geógrafo de dialectos de la China es precisamente el área de servicio del mercado común.

Tengo pocas pruebas sobre las dimensiones sociales de los sistemas de mercados de nivel más alto de la China, pero desearía hacer dos observaciones en este sentido. Parecería evidente que la estructura social China en los niveles bajo e intermedio similar en muchos sentidos a la estructura de mercado descrito en la sección anterior y que, al igual que ella, adopta la forma de una red jerárquica. Permítaseme ilustrar esto utilizando nuevamente el caso de Kao-tien-tzu. Según el Modelo B, este pueblo, sede de un mercado común está orientado hacia tres pueblos donde funcionan mercados de nivel más alto y por lo tanto forma parte de tres sistemas de mercado intermedios distintos (ver Fig. 3.1). Cada uno de estos lazos estructurales tiene sus correspondientes ordenamientos jerárquicos que incluyen una serie de organizaciones sociales diversas. Me limito a consignar un ejemplo de cada uno: (1) Las familias Liao en la comunidad de mercado de Kao-tien-tzu se encuentran, al igual que las apellidadas Lin, organizadas en un linaje compuesto que tiene su centro en el pueblo donde funciona el mercado, pero los Liao consideran que su estructura es meramente una rama del linaje compuesto mucho más incluyente, que tiene su capilla ancestral en Ta-mien-p'u, el pueblo de mercado intermedio que se encuentra al sudeste. (2) El Chih-chung ju yüan ("Capilla de Confucio" — una sociedad de beneficencia) de Kao-tien-tzu mantiene relaciones estrechas con una capilla superior conocida como Chungho ju-yüan situado en Chun-ho chen, el pueblo de mercado intermedio situado al sudoeste. Finalmente (3) permítaseme referirme nuevamente a las logias de las sociedades secretas, las que si bien son básicamente independientes, están sin embargo unidas en federaciones bastante extensas. La logia de Kao-tien-tzu en una de estas federaciones está vinculada, en primer término, con su contraparte en Niu-shih-k'uo, el pueblo de mercado intermedio situado al noroeste.

Debe de señalarse explícitamente que estas organizaciones no están dirigidas y controladas por campesinos sino por los caballeros, y que en general los vínculos entre las organizaciones en los dos niveles son establecidos por los miembros de la élite local o por los comerciantes que tienen intereses comerciales tanto en el pueblo donde funciona el mercado común como en el que funciona el mercado intermedio. Para señalar un dato de igual significación, en Kao-tien-tzu los campesinos que pertenecen a una sociedad secreta son miembros de una u otra logia de su pueblo con mercado común, mientras que los comerciantes y los miembros de la élite local con bastante frecuencia consideran ventajoso pertenecer también a una logia en el pueblo de mercado intermedio más cercano.

Esta observación conduce al segundo punto: en cada nivel jerárquico los sistemas de mercado tienen una importancia característica para las relaciones entre clases. Desde este punto de vista, se puede considerar a la comunidad de mercado común como el lugar propio para la interrelación que puede darse, por un lado entre los pequeños comerciantes y el campesinado y por el otro con la élite local (principalmente a través del mecanismo del control del mercado). Pero su importancia principal es en cuanto concierne a la relación entre el campesinado y la clase acomodada. Mientras que muchas aldeas individuales no podían jactarse de tener familias que eran terratenientes holgados, ausentistas e instruidos, en la época tradicional cada comunidad de mercado común incluía varias familias acomodadas. Y era en el pueblo de mercado donde estas familias elitistas ejercían el "control social". Todo caballero que aspiraba al liderazgo informal, típicamente se establecía en una casa de té específica situada en el pueblo de su mercado común, y generalmente estos líderes durante los días de mercado en las casas de té actuaban como mediadores de las

disputas entre campesinos de diferentes comunidades aldeanas.⁸⁵ Asimismo era en los pueblos con mercado donde los propietarios o sus agentes trataban con los inquilinos y donde los funcionarios de clase alta de la logia secreta tomaban las decisiones políticas que afectaban el bienestar campesino de toda la comunidad.

El concepto de la élite local como intermediaria y comunicante entre el campesino y la élite burocrática es conocido, aunque la terminología pueda parecer algo extraña. Como también lo es la idea del pequeño comerciante actuando como intermediario entre el campesino y los comerciantes de los centros más elevados. Ambos funcionaban como "corredores" (brokers)⁸⁶ que simultáneamente protegían al campesino de un mundo exterior del que desconfiaban y filtraban selectivamente y le transmitían algunos de sus productos —algunos artículos esenciales de origen exótico, edictos imperiales "adaptados" a las condiciones locales, trozos de la gran tradición distorsionados por los narradores o de la ideología de la élite adaptada por los conferenciantes hsian-yüeh.⁸⁷ Aquí, quiero simplemente señalar que estos "corredores" de dos caras —ya fueran culturales, políticos o económicos— funcionaban al nivel del pueblo donde se reunía el mercado común, y no de la aldea. Era la comunidad del mercado común lo que ellos conectaban con o —dependiendo de la perspectiva— aislaban a los campesinos de las instituciones de la sociedad mayor.

La esfera social de los pueblos de mercado intermedio⁸⁸ es fundamentalmente un mundo exclusivo de los intermediarios de la sociedad rural. En tanto el sistema de mercado intermedio puede ser considerado una comunidad social, ésta normalmente excluye tanto al campesinado como a la élite burocrática. En las casas de té, tabernas y comedores del pueblo de mercado intermedio, los representantes de la élite local de todo el anillo de comunidades circunvecinas que tienen un mercado común dirigen los asuntos del área más amplia servida por el sistema de mercado intermedio. La situación de los comerciantes, mercaderes y artesanos cuyo mundo comercial está limitado a un sistema de mercado intermedio dado es comparable, ya que tratan sus asuntos intraclases en el pueblo de mercado intermedio. Pero probablemente la relación social más interesante entre las que son características del sistema de mercado intermedio sea la que se refiere a las transacciones interclase entre la élite urbana y los comerciantes del mismo pueblo donde funciona el mercado. Ya que las importantes gestiones por las cuales, por una parte la clase acomodada invierte su capital en préstamos prendarios o de dinero, en la manufactura artesanal y en la actividad comercial del sistema de mercado intermedio y, por la otra, el artesano y el comerciante invierten su capital en tierras agrícolas, es decir, convierten sus ganancias a formas que además acarrearán respetabilidad social —también se realizan en las casas de té o en las residencias en las villas de este nivel.

La importancia de la ciudad que tiene un mercado central en cuanto a las relaciones interclase que allí se dan, se caracteriza por la entrada de otro elemento al campo, la élite burocrática. Puede suponerse que las ciudades de este nivel son no sólo el lugar donde se dan las relaciones intergrupales ya señaladas para los mercados de nivel más bajo, sino también donde los funcionarios burocráticos mantienen conversaciones críticas con los líderes de la clase acomodada (gentry) que existen dentro de su jurisdicción administrativa como con los principales comerciantes del pueblo. Morton Fried al describir la situación en Ch'u hsien, Anhwei, una pequeña capital de

distrito donde funcionaba un mercado central, observa que:

...los propietarios, comerciantes, artesanos y funcionarios exitosos tienden a establecer lazos sociales basados en una igualdad aproximada. Los propietarios ricos se relacionan con comerciantes ricos en vez de con propietarios pobres; los artesanos exitosos prefieren la compañía de comerciantes adinerados a la de otros especialistas indigentes... La conducción de los distintos gremios frecuentemente está en manos de un caballero del pueblo, y la conducción de las federaciones gremiales siempre está en dichas manos.⁸⁹

Con respecto a la exposición que hace Ho Ping-ti sobre las relaciones que existían entre comerciantes y funcionarios burocráticos en el período Ch'ing⁹⁰ se deduce que el panorama descrito por Fried para 1948 no puede ser descartado como una desviación moderna producto de las nuevas fuerzas que entraron en juego en el período republicano.

Cualquier visión de la estructura social china que acentúe los paralelismos que existen con el sistema de mercado articulado debe reconocer la existencia del sistema administrativo en forma creciente a medida que se asciende a niveles más altos. Mi objetivo al ofrecer una visión poco convencional no es discrepar con análisis anteriores que conforme al énfasis de las autoridades académicas chinas presumen la primacía del sistema administrativo. Es más bien para instar al equilibrio —que se reconozca en las futuras investigaciones que la estructura social del nivel medio de la sociedad tradicional china es al mismo tiempo un derivado de y se encuentra cogida en la red de dos sistemas jerárquicos bien característicos— el de la administración, sin lugar a dudas, pero también en el de mercado.

NOTAS

¹ Se preparó una versión preliminar para el Seminario sobre "Procesos de Cambio en la Sociedad China", realizado en Toronto, el 1 y 2 de Noviembre de 1903, organizado por el Subcomité para la Investigación de la Sociedad China del Comité Conjunto sobre China Contemporánea. *Esta traducción al español de Claudio Solari fue publicada en 1974 por la Pontificia Universidad Católica de Perú.

² En relación con la investigación de documentos, Katō Shigeshi fue uno de los iniciadores de este trabajo. Junto con otros tres científicos japoneses comenzaron a explotar científicamente los *fang-chih*: Katō Shigeshi, Shindai ni okeru sonchin no teiki ichi ["Mercados rurales periódicos de la Dinastía Ch'ing"], Tōyō gakuō, XXIII, N° 2, Febrero 1936, 153-204.

Kuramochi Tokuihirō, Shisen no jōshi ["Los Mercados Locales de Szechwan"], Nihon Daigaku Shigakkai kenkyū idō, I, Diciembre 1957, 2-32.

Masui Tsuneo, "Kanton no kyoshi" ["Los Mercados Locales de Kwangtung"] Tōa Ronsō, IV, Mayo 1941, 263-283.

Yamane Yukio, "Min Shin jidai kahoku ni okeru teiki ichi" ["Mercados Periódicos en el norte de la China durante los Períodos Ming y Ch'ing"], Shiron VIII, 1960, 493-504.

Los científicos chinos produjeron dos pequeños escritos sobre los mercados rurales durante las primeras dinastías, para las cuales no existe un nomenclador geográfico contemporáneo:

Ho Ko-en, "T'ang-tai Ling-nan ti hsü-shih" ["Mercados Periódicos en el sur de la China durante la dinastía T'ang"], Shih-huo, V, N° 2, 1937, 35-37. Ch'üan Han-sheng, "Sung-tai Nan-fang ti hsü-shih" ["Mercados Periódicos en el sur de la China durante la Dinastía Sung"], Li-shih yü-yen yen-chiu-so chi-k'an, Academia Sínica, IX 1947, 265-274.

El trabajo de campo sobre los mercados rurales fue iniciado por los sociólogos chinos, Ch'iao Ch'i-ming y Yan Mou-ch'un (Martin Yang), ambos estudiaron sociología rural en la Universidad de Cornell. Fueron los primeros en reconocer la importancia social de los sistemas de mercados. El estudio de campo de C.K. Yang, realizado en 1932-33, continúa siendo un clásico en la materia.

Ch'iao Ch'i-ming, Hsiang-ts'un she-hui-ch'ü hua ti fang-fa ["Métodos para delinear mapas de la comunidad rural"], Chin-ling ta-hsueh, Nung-lin ts'ung-k'an, N° 31, Nanking, Mayo 1926.

Ch'iao Ch'i-ming, Chiang-ning hsien Shun-hua-chen hsiang-ts'un she-hui-ch'ü chih yen-chiu ["Un estudio de la comunidad rural del municipio de Shun-hua, Chiang-ning hsien"], Chin-ling ta-hsueh, Nung-lin ts'ung k'an n.s. N° 23, Nanking, Noviembre 1934.

Yan Ch'ing-k'un (C. K. Yang), Una Economía de Mercado Local del Norte de China, mimeografiado. (Nueva York, Instituto of Pacific Relations, 1944).

Yan Mou-ch'un (Martin Yang), "Una Aldea China: T'ai-t'ou, Provincia de Shantung" (Nueva York, 1945).

Yang Mou-ch'un, "Chung-kuo ti chi-chen-chü yü hsiang-ts'un shech'ü" ["El Área Tradicional del Pueblo sede de un Mercado como una Comunidad Rural Moderna en la China"], She-hui-hsüeh k'an. I, Diciembre de 1963, 23-39.

El trabajo de campo realizado por japoneses en el norte de la China también ha hecho contribuciones a la literatura, los dos trabajos más importantes son:

Chūgoku Nōson Kankō Chōsa Kankōkai, ed., Chūgoku nōson kankō chōsa ["Investigaciones sobre las Costumbres de las Aldeas Chinas"], Tokio, 1952-1958, 6 volúmenes.

Amano Motonosuke, "Nōson no kenshi shijō" ["Mercados Rurales Tradicionales"]; "Nōson shijō no kōeki" ["Mercados Rurales"], Chūgoku nōgyō no shomondai [*Problemas de la Agricultura China*], Tokio, 1953, II, 69-174.

Quedan por mencionar dos estudios de campo sobre los mercados en Szechwan que son muy útiles:

Liao T'ai-ch'u, "The Rape Markets on the Chengfu Plain", *Journal of Farm Economics*, XXVIII, N° 4, Noviembre 1946, 1016-24. J. E. Spencer, "La Feria Aldeana en Szechwan", *Economic Geography*, XVI, N° 1, Enero 190, 48-58.

³ El trabajo de campo fue financiado mediante donaciones del Social Science Research Council y el Viking Fund (actualmente Wenner Gren Foundation).

⁴ Colaboraron en la investigación Stephen M. Olsen y William L. Parish, Jr., Ambos de la Universidad de Cornell. Asimismo, deseo expresar mi reconocimiento por la colaboración que me prestaron Hsiao Chih y John Liu del Union Research Institute de Hong Kong; a Joseph P. L. Jiang, de la Universidad de Singapur y a Yinmaw Kau, Ichikawa Kenjirō, John T. Ma y William John McCoy, Jr. de la Universidad de Cornell.

⁵ Los dos estudios clásicos son: Walter Christaller, *Die zentralen Orte in Süddeutschland*, Jena, 1933. August Losch, *Die räumliche Ordnung der Wirtschaft*, Jena, 1944; las referencias corresponden a la traducción al inglés: *The Economics of Location*, New Haven 1954.

⁶ En este trabajo se introduce una tipología de los centros antes de describir los sistemas únicamente porque resulta más conveniente a la exposición. En realidad el análisis de los sistemas es anterior a la elaboración de una tipología apropiada.

⁷ Esta hipótesis es sólo una ampliación de la teoría enunciada por Berry para explicar el hecho que en ciertas sociedades tradicionales, incluyendo a la China, el tamaño de los centros tiene una distribución basada en su jerarquía. (En una distribución de este tipo el número de casos en cada escalón ascendente que corresponde a un mayor tamaño sigue una progresión regular de pequeño a grande). El hecho de incluir la hipótesis en la teoría no es arriesgado debido "a la demostrada compatibilidad que existe entre los tipos de jerarquía de Christaller-Losch y las distribuciones del tamaño de las ciudades conforme a su importancia". Brian L. Berry, "City Size Distribution and Economic Development", *Economic Development and Cultural Change*, IX, Julio 1961, nota al pie de la página N° 4, correspondiente a las páginas 573 y 582. Ver también Martin J. Beckmann, "City Hierarchies and the Distribution of City Size", *Economic Development and Cultural Change*, VI, Abril 1958, p. 246.

⁸ Sin embargo es bastante común en la literatura general el uso del término "aldea" para referirse a pueblos donde funciona un mercado común. Así Spencer, por ejemplo, utiliza "aldea" en lugar de "pueblo con mercado" en su estudio de Szechwan, aunque requiere de una definición de "aldea", (p. 48), que él mismo admite que no se puede usar para las otras provincias.

⁹ Es casi válido decir que en la China tradicional todo asentamiento que albergaba a un yamen estaba amurallado, pero lo contrario — que todo asentamiento amurallado albergaba a un yamen— no era nunca cierto. En este contexto son especialmente interesantes los *wei* ("población fortaleza") y los *so-ch'eng* ("población guarnición"), categorías oficiales de los pueblos amurallados, los cuales, a diferencia de los *hsien-ch'eng* no tenían jurisdicción sobre el territorio de extramuros. En todo caso, presumo que en estos pueblos el cuartel general del comandante militar también era conocido como un *ya-men*.

¹⁰ Las unidades a nivel de *hsien* también incluyen a los *chou* (departamentos) y a los *t'ing* (subprefectura). los detalles correspondientes al período Ch'ing se pueden encontrar en Ch'ü-Tun-tsu, *Local Government in China under the Ch'ing* (Cambridge, Mass., 1962), 1-7.

¹¹ "Some Aspects of the Urban Geography of the Chinese Hsien Capital", *Annals of the Association of American Geographers*, LI (Marzo 1901), 42-44.

¹² La tipología de C. K. Yang de los mercados chinos es completamente aceptable hasta donde llega. En todo caso, su terminología presenta problemas. A los niveles que denomino "menores" y "comunes", Yang los denomina "básicos" e "intermedios" — términos que se tornan anómalos en regiones con pocos o sin mercados menores

¹³ Chang ilustra su hipótesis con un ejemplo sumamente atípico — el del *hsien* T'un-kuan, Shensi. Su sede distrital es inequívocamente un pueblo de mercado intermedio, pero el *hsien* es anormalmente pequeño, siendo tanto su población, como su área menos de una quinta parte del promedio nacional. Naturalmente, los

hsien de tamaño promedio tienen mayores posibilidades de tener sedes que mantengan mercados centrales.

¹⁴ Brian J. L. Berry and Alian Pred, *Central Place Studies: A Bibliography of Theory and Applications*. Philadelphia, 1961, p. 153.

¹⁵ *China's Gentry: Essays in Rural-Urban Relations* Chicago 1953, Ch. v.

¹⁶ "En la zona del Lago Tai en mi propio distrito natal, Wukiang, el pueblo de guarnición es mucho más pequeño y menos próspero que los pueblos de mercado cercanos, como Chen-tse." p. 103.

¹⁷ El destacado status de Chou-ts'un dentro de la jerarquía de los lugares centrales no puede ser considerado una anomalía resultante de las conexiones de ferrocarril, que este pueblo ha tenido desde comienzos de siglo. Por el contrario, la terminación del ferrocarril ha precipitado el ocaso de la importancia comercial de Chou-ts'un y con el tiempo ha llevado a su dependencia económica de Tsingtao y de Tsinan, los terminales de la vía férrea. El exhaustivo estudio de Armstrong sobre los lugares centrales de Shantung en 1890 ha mostrado claramente que en esa época los *hsien* de Chou-ts'un, Chi-ning (una sede efe *chou*) y Wei eran o bien ciudades locales o regionales dentro de la jerarquía económica de los lugares centrales —con posiciones superiores a las de la capital provincial y de la mayoría de las capitales prefecturales. Más aún, por lo menos cinco pueblos de Shantung, sin status administrativos, pueden ser claramente identificados— en base tal informe de Armstrong — como pueblos de mercado central. Alexander Armstrong, *Shantung*, Shangai 1891, 57-72.

¹⁸ Parece que *dentro de los mismos sistemas* rara vez se dan traslados en el tamaño de los lugares centrales en los diversos niveles. Esto quiere decir que la ciudad local normalmente tendrá más unidades domésticas que cualquiera de los pueblos de mercado central dependiente de ella; cada pueblo de mercado central tiene más unidades domésticas que cualquiera de los pueblos de mercado intermedio dependientes del primera, etc. El *chen* de Chunghsing por ejemplo, un pueblo de mercado central en el *hsien* de Hua-yang, Szechwan, constaba da aproximadamente 2,650 unidades domésticas en 1934. Los pueblos de mercado intermedio dependientes de él eran todos considerablemente más pequeños, con un tamaño que variaba de 360 a 900 unidades domésticas. Los pueblos de mercado intermedio a su vez tenían más unidades domésticas que cualquiera de los pueblos de mercado común dependientes de ellos. Chung-ho-ch'ang, un pueblo de mercado intermedio, — para citar sólo un ejemplo de este nivel,— tenía 900 unidades domésticas en 1934, mientras que sus pueblos de mercado común dependientes fluctuaban entre 50 y 279 unidades domésticas. *Hua-yang hsien chih*, Min-kuo 23 (1934), Ch. I

¹⁹ Más abajo se introducirán algunas otras distinciones entre los tres tipos jerárquicos de pueblos de mercado.

²⁰ Para una discusión sofisticada de este aspecto de la periodicidad del mercado ver James H. Stine, "Temporal Aspect of Tertiary Production Elements in Korea", *Urban Systems and Economic Behaviour*, Forrest R. Petts, Eugene, Oregon, 1902, pp. 68-78.

²¹ Stine (p. 70) consigna este asunto en términos bien concisos: "El consumidor al someterse a la disciplina del tiempo, puede liberarse de la disciplina del espacio".

²² Hago aquí excepción de la más básica de las unidades naturales: el ciclo diario.

²³ Los ciclos más largos tienen importancia sólo para la programación de ferias, como contraposición a los mercados. Desgraciadamente se da el caso de que la literatura inglesa sobre la China frecuentemente emplea "feria" tanto para los mercados periódicos como para los festivales programados de acuerdo con ciclos anuales u otros de larga duración. En el caso de la China por lo menos, se debería normalizar la terminología, puesto que las ferias y los mercados son funcionalmente distintos, la longitud de sus ciclos no se superpone y los chinos mismos hacen una clara distinción conceptual y terminológica entre, ambos. *Hui* o *mlao-hui* ("feria del templo") son términos reservados para la que denominó "ferias", mientras que los "mercados" son denominados con términos que involucran a uno o más de los siguientes: *shih*, *chi*, *hsü* y *ch'ang*. En el norte prevalece *chi* y sus combinaciones; *hsü* y sus combinaciones, en el sudeste; y *ch'ang* y sus combinaciones, en el sudoeste.

²⁴ Joseph Needham, *Science and Civilización in China*, III (Cambridge, 1958), 396. "En el período Shang se los empleaba estrictamente para contar los días. La práctica de emplearlos también para los años no comenzó hasta el final del Antiguo Han".

²⁵ Cornelius Osgood, en p. 88 de *Village Life in Old China* (New York, 1963) cita el caso de un mercado rural especializado de Yunnan, que sugiere que los programas de mercado también podrían estar regidos por los 28 *hsiu* ("mansiones lunares"), segmentos de tipo zodiacal de la bóveda celeste, contra los que se podía medir el movimiento de la luna. (Ver Needham, III, 233-241). Osgood escribe que el pueblo de Ma-chieh "se caracterizaba por su mercado de caballos y ovejas, que se llevaba a cabo en los días de calendario que correspondían a esos animales". Estos se refieren a las denominaciones animales del 17° y 28° *hsiu* y por lo tanto estaría en coordinación con la semana de mercado de seis días que era común en Yunnan. En todo caso, el análisis de éste caso requiere de mayores detalles que los proporcionados por el autor.

²⁶ Todas las cifras tomadas de Needham, III, 390-406.

²⁷ Esto puede significar una singular ironía, pues es bastante posible que el *hsün* artificial se originara como semana de mercado de los antiguos chinos. (Cf. Needham III, 397).

²⁸ Una delimitación definitiva de la distribución de programas duodenarios requeriría de referencias a todos los diccionarios geográficos existentes y/o de entrevistas con informantes de *hsien* cercanos a los límites putativos del área duodenaria. Las generalizaciones tentativas aquí presentadas se basan en datos de mucho menor peso: una pequeña muestra de diccionarios geográficos y el material presentado por Amano (pp. 81-82) referente a la programación de los días de mercado en *hsien* selectos de Yunnan y Kweichow.

²⁹ *Hsien* de Lo-p'ing. Amano, p. 81

³⁰ Shang-lin, Kwangsi, es un ejemplo de *hsien*, todos cuyos mercados siguen programas regulares de tres días de este tipo. Shang-lin *hsien* chih, Kuang-hsü 2 (1876), eh. 4.

³¹ Un ejemplo nos lo ofrece la capital del *chou* Ning-hai, en el promontorio de Shan-tung: cinco mercados dentro de la ciudad e inmediatamente vecinos a esta siguen cinco de los seis posibles programas regulares de seis días (Yamane, p. 500). También es de tomarse en cuenta el curioso caso de dos mercados del *hsien* de T'al-p'ing, Shansi. Sus programas de mercado se dan en fechas del mes lunar, de la siguiente manera: 3-9-15-21-27 y 5-11-17-23-29 (Yamane, p. 500). Los programas de seis días de este tipo tienen que ser o bien una descripción de un programa de mercado regular duodenario de seis días en fecha lunares; o si no, la conversión de tal programa al mes lunar.

³² Los diversos programas de un sistema de programación son presentados en la forma introducida aquí (nótese las series íntegras de cada columna) para indicar su lógica interna y para demostrar que se ha agotado todos los programas del sistema.

³³ John K. Fairbanks Alexander Ecksfein y L. S. Yang en su útil investigación sobre la economía agraria tradicional de la China durante la primera mitad del siglo XIX, indican que eran típicos los mercados con programas de diez días. Esta aseveración es insostenible. "Economic Change in Early Modern China: An Analytic Framework", *Economic Development and Cultural Change*, IX (Octubre 1960) p. 7.

³⁴ Para ejemplos, ver Amano, p. 72; Kato, p. 21; Yamane, pp. 499-500.

³⁵ *Feng-shan hsien ts'ai-fang ts'e*, Kuang-hsü 20 (1894).

³⁶ C. P. Fitzgerald, *The Tower of Five Glories* (Londres, 1941), p. 56; *Ta kung pao* (18 de febrero de 1961). Tr. al inglés en Survey of the China Mainland Press, No. 2476, p. 1.

³⁷ Los programas de dos-por-*hsün* son normales en la Corea rural moderna. Es posible que los coreanos adoptaran el sistema chino recién después de que los programas de dos-por-*hsün* se hubieran generalizado en el norte de China, pero parece más posible que Corea simplemente pasara por el mismo desarrollo que el norte de China. Los programas de uno-por-*hsün* eran normales en el Japón rural anterior a la modernización, lo que sugiere que los japoneses adoptaron el sistema chino en una época temprana cuando eran comunes los programas de uno-por-*hsün*. El por qué en el Japón nunca se dio la duplicación de los programas, sigue siendo una interesante pregunta.

³⁸ Los programas de tres-por-*hsün* mencionados ofrecen ciclos de mercado, de los cuales poco más de dos tercios son semanas de tres días, siendo el resto semanas de cuatro días. Entonces, la innovación de los programas de tres-por-*hsün* emana directamente del hecho de que 10 es íntegramente divisible sólo entre dos

y cinco y la división entre tres da un producto más cercano a un número íntegro, que la división entre cuatro.

³⁹ Losen, en el Capítulo X prueba la proposición que el hexágono regular es la forma más conveniente para las áreas de mercado. En términos de sentido común, se puede observar que el modelo pertinente tiene dos exigencias. Los mercados deben estar distribuidos en forma tal que (1) el aldeano más alejado en cualquiera de las áreas de mercado no está más o menos alejado que el aldeano más alejado de cualquier otra área, y (2) en cada área de mercado la distancia que tiene que recorrer el aldeano más distante para ir al mercado es mínima. La primera condición significa que todas las áreas de mercado del modelo tienen que ser uniformes en conformación y tamaño. Como todas las partes del terreno deben pertenecer a alguna área de mercado, las únicas posibilidades son los tres polígonos regulares que permiten llenar espacios, es decir, triángulos equiláteros, cuadrados y hexágonos regulares. La segunda condición estipula que cuanto más lados tiene el polígono más eficiente es en este sentido. En otras palabras, a medida que uno se desplaza desde la posición menos ventajosa a la más ventajosa a lo largo del borde de la zona de mercado, la diferencia es máxima para las áreas triangulares, intermedia para las áreas cuadradas y mínima para las áreas hexagonales.

⁴⁰ Sin embargo, vale la pena mencionar este punto ya que el único estudio de los mercados rurales en la China que se refiere a la forma de las zonas de mercado insiste en que ". . .se aproximan a un círculo o a un cuadrado". C. K. Yang, p. 39.

⁴¹ Martin Yang, 1945, p. 190.

⁴² C. K. Yang, p. 39, se refiere a las áreas de mercado de Tsou-p'ing *hsien* como ". . .células económicas, cada una de las cuales. . . tiene sus propios límites de acción..."

⁴³ Ocasionalmente los trabajadores de campo han llegado a conclusiones erróneas en este sentido por no distinguir los mercados comunes de los intermedios. El hecho que los aldeanos concurren a dos mercados diferentes —uno común y uno intermedio— puede ser mal interpretado en el sentido de considerarlo una indicación de ser miembros en dos sistemas de mercados comunes

⁴⁴ *Hsiang-shan hsien chih*, T'ung-chih, 12, 1873, capítulo 5; *Ch'ü-chiang hsien chih*, Kuan-hsü, 6, 1,800; datos copiados en Katō, p. 34.

⁴⁵ Los datos para este cálculo se encuentran en las páginas 5-6.

⁴⁶ *Yü-ti chih*, *ts'e* 3 para aldeas, *ts'e* 7 para mercados.

⁴⁷ Fang chün-i Chang Jen-chün, comp. *Kuang-tung yü-H ch'üan-t'u* [Comprehensive Atlas of Kwang-tung] Cantón, Kuang-hsü, 23, 1897, dos volúmenes.

⁴⁸ Martin Yang, 1945, p. 191.

⁴⁹ Fei Hsiao-t'ung y Chang Chih-i, *Earthbound China*, Chicago, 1945 p. 172. Las familias iban al mercado con menor frecuencia en Yits'un, otra de las aldeas estudiadas por Fei y Chang, pero esta aldea se encuentra en una zona marginal de la China agrícola en la que las áreas de mercado son inmensas. En la próxima sección me referiré con más detalle a este punto.

Spencer (p. 55) estima que en la Cuenca del Szechwan una de cada dos familias se encuentra representada en el mercado, en cualquier fecha del año. Según mi experiencia considero que esta proporción es baja. También debe señalarse que muchas familias están representadas por dos o más miembros.

⁵⁰ Ch'iao, Ch'i-ming, 1934, p. 15. En este estudio de una comunidad de mercado cerca de Nanking, se señala como algo especial la participación interaldeana en las sociedades de crédito rotativo.

⁵¹ "El terrateniente tiene una oficina en el pueblo donde funciona el mercado y se comunica con sus inquilinos los días de mercado". Li Mei-yun, *An Analysis of Social, Economic and Political Conditions in Peng-shan Hsien, Szechwan, China, Looking toward Improvement of Educational Program*, Tesis Doctoral, Universidad de Cornell, 1945, p. 223.

⁵² Pp. 49 (Leyenda de la Figura 1) y 51-52.

⁵³ *Chin-t'ang hsien, chih*, Min-kuo, 10, 1921, cap. 1. Uno de los pueblos de mercado se encuentran en Huan-yang *hsien* las fechas que funciona el mercado se dan en *Hua-yang hsi en chih*, Min-kuo, 23, 1934, cap. 1.

⁵⁴ El sistema de mercado intermedio centrado en Pai-hsü (Shang-lin hsien, Kweichow) constituye un ejemplo equivalente de un hsien donde la frecuencia común es de cuatro días por período de doce días. El sistema de mercado intermedio tiene una frecuencia *yin-shen-ssu-hai* y los cinco mercados comunes dependientes evitan los días de mercado Pai-hsü y comparten entre ellos las dos posibilidades restantes. Para mayor información sobre los horarios de mercado ver *Shang-lin hsien chih*, Kuang-hsü, 2, 1876; los datos han sido copiados por Katō, pp. 26-27

⁵⁵ Todo lo que el campesino puede hacer en su mercado común puede también efectuarlo en su mercado intermedio. Para aquellas aldeas cuyo mercado más cercano está situado en un pueblo que tiene mercado intermedio, este último constituye también su mercado común.

⁵⁶ El lugar que ocupa el mercado intermedio en el sistema de distribución le proporciona determinadas ventajas económicas frente a los mercados comunes vecinos en la competencia por obtener el comercio campesino (es decir del mercado común). Los precios que se pagan por los productos agrícolas locales tienden a ser algo mayores, y los precios cobrados por artículos importados tienden a ser algo más bajos en los mercados intermedios que en los mercados comunes. Por lo tanto se supone que las áreas de servicio de los mercados comunes que están centrados en pueblos que tienen mercados intermedios son más grandes que las áreas vecinales de los mercados comunes que están centradas en pueblos que tienen un mercado común

⁵⁷ Yo sólo he encontrado un caso comparable en áreas de tres-por-*hsün* con programas de mercado doblados, "grandes" y "pequeños": Ts'ai-lang-ch'iao, un mercado intermedio en el *hsien* de Yin, Chekiang, llevaba a cabo su mercado "grande" según un programa de 3-5-8 y su mercado "pequeño" según un programa de 1-7-10. *Yin hsien t'ung-chih*, 1937, *Yü-ti chih*, ts'e 7.

⁵⁸ *Luán chou chih*, Chia-ch'ing 15 (1810), Ch. 2.

⁵⁹ En el caso del *hsien* de Li-ling, Hunan, por ejemplo, en 1948 los mercados con un programa diario incluían a todos los mercados centrales, pero a sólo tres de los diez mercados intermedios y a ninguno de los mercados comunes.

⁶⁰ La única excepción la ofrece el *hsien* de Ta-pu, Kwanfung, en el que los dos mercados intermedios funcionan con programas de dos-por-*hsün*, en contraposición a los programas de tres-por-*hsün* de sus mercados comunes dependientes.

⁶¹ Chang Sen-dou, p. 42, asevera que las librerías de un *hsien* se encuentran sólo en la capital. Puede haber sido cierto que en los tiempos tradicionales normalmente no se pudiera comprar libros en los pueblos de mercado intermedio que no fueran a la vez sede de *hsien*, aunque los pueblos de mercado central que no eran sede de *hsien* —como el caso del *chen* Chung-hsing, *hsien* de Hua-yang Szechwan — si tenían tiendas de libros y papelerías en las épocas tradicionales. En 1949 había libros y útiles de escritorio en todos los pueblos de mercado intermedio del *hsien* de Hua-yang.

⁶² Datos de *Ch'ang-Shan hsien chih*, Chia-ch'ing 6 (1801). El sistema de mercado central centralizado en el *hsien* de Ting, Hopei, nos proporciona otro ejemplo. Sydney D. Gamble, *Ting Hsien* (New York, 1954). En el cuadro 88, p. 284 podemos ver que los programas de dos por-*hsün* que traslapan los días de mercado del mercado central de la ciudad del *hsien* subrepresentados en los mercados de nivel inferior del *hsien*.

⁶³ Cf. C. K. Yang, pp. 32-33: "Sólo cuatro tiendas en Sunchiachen y siete tiendas en la capital del distrito (ambos pueblos con mercados intermedios) realizan unas pocas operaciones al por mayor junto con las operaciones minoristas que constituyen su interés principal.

⁶⁴ En pp. 129 ss. se describen casos particulares en detalle.

⁶⁵ Yamane, p. 502. Antes de 1726, las licencias eran extendidas por cada *hsien* o *chou*.

⁶⁶ Robert Redfield, *Peasant Society and Culture*, Chicago, 1956, p. 70. En el caso de la China puede ser una distorsión menor concebir a la "gran tradición" como unitaria y homogénea, pero la variedad y heterogeneidad de su contraparte dentro del campesinado excluye una idea de este tipo. En lugar de una "pequeña tradición" habían muchas, y aquí me refiero a la tendencia existente de asociar cada una de ellas con una comunidad centrada en un mercado común.

⁶⁷ Tal como se utiliza en el presente trabajo, "China agrícola" se refiere a una zona contigua específicamente delimitada que incluye principalmente lo que se designa como China Propiamente Dicha. La línea que separa la parte agrícola de China de la que no lo es fue trazada siguiendo límites hsien (con fecha de 1958) para incluir dentro de la primera a casi todos los hsien que tenían una densidad de por lo menos 10 habitantes por Km.2. En lugar de un mapa que señale este límite, se puede describir brevemente su curso (en términos de las provincias que existían en 1958) que excluía aproximadamente el tercio norte de Heilungkiang; incluía todo Kirin, Liaoning, Hopei, Shansi y Shensi; incluía una pequeña parte de Mongolia Interior R. A. aproximadamente dos quintas partes de Ningsia R. A., la mayor parte de Kansu, y unos pocos hsien en el extremo oriental de Tsinghai; y excluía las regiones montañosas del oeste de Szechwan y Yunnan. La China Agrícola (incluyendo Hainan, pero no Formosa) comprende 4'180,000 Kms.2, en comparación con 4'159,400 Kms.2, de la China no agrícola (excluyendo Tibet y Chamdo).

En general, la productividad del suelo es tan baja y la población tan poca en lo que aquí se define como la China no-agrícola que en la misma no pueden existir sistemas de mercado del tipo descrito en este trabajo.

En 1958 habían 1,791 unidades al nivel *hsien* en la China agrícola y 260 en la no-agrícola.

⁶⁸ No encuentro validez a la opinión que sostiene que la "distancia caminable" es una *determinante* del tamaño de las áreas de los mercados. C. K. Yang pp. 14-15. Si la distancia entre los pueblos con mercado fuera establecida simplemente para permitir al aldeano más alejado ir caminando a su mercado, hacer allí lo que debe y regresar a su hogar durante las horas diurnas, entonces el tamaño de las áreas del mercado común variaría dentro de límites muy estrechos. En realidad, la mayoría de las áreas servidas por un mercado común en la China son mucho más pequeñas de lo que exigiría la condición de encontrarse a distancia caminable, y en las zonas periféricas de la región agrícola china, estas áreas son tan grandes que sólo el viaje de ida desde las aldeas más alejadas toma más de un día. Este parecería ser el caso de muchas aldeas en las proximidades de Yits'un, en Yunnan, a juzgar por los datos suministrados por Fei Hsiao-t'ung y Chang Ch!h-i, pp. 170-172.

⁶⁹ A fines del período republicano los sistemas de mercado común en el noroeste de Szechwan eran ápticamente grandes porque la región no estaba muy mercantilizada. Ver Parte II (de este artículo).

⁷⁰ Las excepciones estaban limitadas en su mayoría a las familias de los "extraños" que vivían en o cerca de la ruta que pasaba por el límite noreste de la zona de mercado de Kao-tien-tzu. La parte del área servida por el mercado que estaba más próxima a Chengtu, que era el lugar por donde pasaba la ruta, incluía en 1947 aproximadamente 140 chinos de "río abajo", es decir, chinos oriundos de otras provincias y no de Szechwan, la mayoría de los cuales se habían instalado en las inmediaciones de Chengtu durante la segunda guerra mundial entre ellos, aproximadamente 290 szechwaneses cuyo lugar de origen estaba fuera de Hua-yang *hsien*. De estos "extranjeros" unos pocos eran campesinos, algunos tenían tiendas en el *yao-tien* de la ruta, otros jalaban rickshaws o eran culis de transporte que "trabajaban" el sistema de mercado intermedio centrado en Niu-shih-k'ou, y aún otros eran residentes suburbanos que tenían empleos en la ciudad. El Sr. Lin conocía sólo a algunos de estos individuos y no les tenía gran simpatía. Sin embargo, los "extranjeros" que vivían en el pueblo donde funcionaba el mercado representaban otro tipo de problema. En 1947 había 58 individuos de este tipo, que incluía a tenderos y maestros; todos eran de Szechwan y el Sr. Lin conocía a la mayoría de ellos

⁷¹ Esta afirmación toma en cuenta la comparativa estabilidad de la población de la comunidad centrada en el mercado de Kao-tien-tzu, durante generaciones. Los conocimientos sociales adquiridos durante cada día de mercado son acumulativos durante toda la vida en proporción directa a la permanencia de las familias residentes y en proporción inversa a la cantidad de familias que emigran desde o hacia la comunidad de mercado. A fines de la década de 1940, de las familias que componían la comunidad de Kao-tien-tzu, la inmensa mayoría eran descendientes directos de familias que ya vivían allí a principios de siglo; y de las familias nuevas, la mayoría eran producto de la segmentación de familias locales y no de una migración hacia el lugar. Aún en el caso de la pequeña parte del área de mercado por donde pasaba la ruta (descrita en la nota 34 de pie de página), por lo menos el 80% de las familias que vivían allí no incluían ningún miembro nacido fuera del distrito en que vivían en ese momento. En la porción mucho mayor del área del mercado que estaba lejos de la ruta —que incluía a cuatro quintos de la población de la comunidad— más del 95% de todos los hogares estaban formados únicamente por individuos nacidos en el lugar. Cf. G. W. Skinner, "A Study in Miniature of Chinese Population", *Population Studies*, V. Noviembre 1951, 91-103.

⁷² Comunicación personal del 8 de febrero de 1964. Ver también Jeán A. Pratt, "Immigration and Unilineal Descent Groups: A Study of Marriage in a Hakka Village in the New Territories, Hong Kong", *Eastern Anthropologist*, XIII, 1960, 147-158.

⁷³ El Padre Amyot en su descripción del territorio nativo de los chinos en las Filipinas cita varios ejemplos del *hsien* de Chin-chiang, Fukien. Jacques Amyot, S. J., *The Chinese Community of Manila: A Study of Adaptation of Chinese Familism to the Philippines Environment*, Chicago, 1960, pp. 44-52. Después de señalar que las aldeas en las cuales se encuentran localizados los linajes del mismo apellido tienden a estar concentradas en un *hsiang* en particular, Amyot afirma (p. 40): "Según la usanza de esta zona, el término *hsiang* puede designar un complejo de aldeas y caseríos que constituyen algún tipo de unidad, o sino la aldea más importante del complejo del que este deriva su nombre. Generalmente es un pueblo que tiene su mercado".

⁷⁴ Mizuno Kaoru, *Hokushi no noson*, [North China's Villages], Pekin, 1941, p. 171.

⁷⁵ Maurice Freedman, *Lineage Organization in Southeastern China*, Londres, 1958, capítulos 8-9.

⁷⁶ Los mismos *fang-chih* ocasionalmente contienen alguna información sobre el poder que ejerce un linaje dominante en un determinado mercado. Ver, por ejemplo, Kuramochi, p. 25.

⁷⁷ C. K. Yang, pp. 18-20.

⁷⁸ Cf. Hsiao Kung-chuan, *Rural China: Imperial Control in the Nineteenth Century*, Seattle, 1960, pp. 313-14.

⁷⁹ Un relato de 1836 describe el establecimiento de una organización en Ho-nan, una isla cerca de Cantón, que sólo puede ser interpretada como una formalizada estructura dentro de una comunidad de mercado común: "Se han unido 24 aldeas distintas para construir una casa grande para deliberar sobre asuntos generales, la casa va a estar situada en el pueblo donde funciona el mercado". *Chinese Repository*, IV (1830), p. 414. Mencionado en Hsiao, p. 309.

⁸⁰ Hsiao, p. 288-289, 306-308.

⁸¹ Kuramochi, p. 24 y C. K. Yang, pp. 18-19, citan documentos que especifican los pesos y medidas que deben usarse en cada mercado.

⁸² C. K. Yang, pp. 20-21. En este sentido la situación que existía en la Cuenca del Szechwan en fecha tan reciente como 1950 era muy similar.

⁸³ Citado en Amano, p. 156.

⁸⁴ Willem A. Grootaers, "Temples and History of Wan-ch'üan (Chahar), The Geographical Method Applied to Folklore", *Monumenta Sérica*, XIII, 1948, 209-216.

⁸⁵ Li Mei-yun, p. 212.

⁸⁶ Eric Wolf se refiere a esta cualidad de "tener dos caras" de los individuos que servían como "intermediarios" entre los grupos que estaban orientados hacia la comunidad y aquellos que estaban orientados hacia la nación. "Aspects of Group Relations in a Complex Society: México", *American Anthropologist*, LVIII 1956, p. 1076

⁸⁷ La monografía de Hsiao Kung-chuan contiene valiosos detalles sobre las interrelaciones entre los aldeanos campesinos, miembros de la élite local y los funcionarios burocráticos. Muchos de estos datos se analizan en términos de la función intermediaria que cumplía la élite local entre el campesinado y los funcionarios burocráticos. Para el sistema de conferencias *hsiang-yüeh* ver pp. 184-206

⁸⁸ Como se señaló en la sección anterior el pueblo donde funcionaba el mercado intermedio era no sólo el centro de un sistema de mercado intermedio sino también de un sistema de mercado común de menor tamaño, y el pueblo tenía una doble función. Así por ejemplo, el pueblo donde funcionaba el mercado *intermedio* era, por un lado el lugar donde se daban las relaciones interclases entre los campesinos élite local de su área de mercado *común*, y por el otro donde tenían lugar las relaciones entre clases de los comerciantes y la élite local de su sistema de mercado *intermedio*. Sin embargo, es útil mantener los dos niveles de funciones analíticamente separados. Determinada! casas de té y tabernas del pueblo de mercado intermedio eran "zona

prohibida" para el campesinado. Tanto éstas como las sedes de muchas asociaciones deben ser consideradas como instituciones que tienen importancia únicamente para el rol que cumple el pueblo de centro de una comunidad de mercado intermedia.

⁸⁹ Morton H. Fried, *Fabric of Chinese Society*, New York, 1953, pp. 17-18.

⁹⁰ Ho Ping-ti, *The Ladder of Success in Imperial China*, New York, 1962, Capítulo 2.