

Grosso, Juan Carlos y Jorge Silva Riquer (comps.), *Mercados e historia*, Instituto Mora, México, 1994, 318 pp. (Antologías Universitarias).

I

El interés que ha suscitado entre los historiadores de distintas latitudes el estudio de la formación del mercado interno, los ha llevado a replantear el concepto de mercado, que ha sido manejado casi exclusivamente por la economía. Terrenos en que la historia ha incursionado, aplicando algunas herramientas y técnicas de la ciencia económica al estudio de los procesos históricos de los intercambios comerciales. Las propuestas metodológicas usadas para la interpretación del problema, se han originado en el empleo de nuevas fuentes documentales de carácter fiscal, como el generado por el sistema alcabalariorio que funcionó a lo largo del periodo colonial y siglo XIX para el caso de México. El uso de esta fuente ha sido criticado como material idóneo para explicar la formación del mercado interno. Sin embargo los primeros resultados han puesto a discusión su utilidad y arrojado luz sobre el problema del mercado. Razones por las cuales, los progresos en la historia económica son lentos, pero firmes.

Dar a conocer parte de estas metodologías y avances en la investigación sobre mercados, es la finalidad de la presentación que hacen Grosso y Silva Riquer en *Mercados e historia*, que forma parte de la colección Antologías Universitarias, editada por el Instituto Mora. Se trata de una obra de

consulta integrada por nueve artículos propositivos en torno al problema de la formación del mercado interno. Los primeros cuatro son de carácter teórico y metodológico, que plantean el problema desde la perspectiva europea y cuyas propuestas e hipótesis han sido tratadas nuevamente por la historiografía latinoamericana, la mexicana en particular, para explicar y rebatir algunas ideas sobre la formación tardía de un mercado interno y el estancamiento económico.

Los siguientes cinco trabajos son ejemplos de estudios de caso que abordan la cuestión del mercado interno colonial del espacio peruano, del valle de Toluca y Puebla. Los planteamientos de estas investigaciones tienen como eje rector la producción y en forma paralela la comercialización, con lo cual llegan a trazar rutas y flujos comerciales, lazos de conexión e interrelación entre diferentes regiones, etcétera.

Los trabajos están reunidos en tres apartados: 1) teórico-metodológico, 2) historiografía latinoamericana y 3) historiografía mexicana.

La selección y presentación de estos estudios no es algo fortuito, los compiladores de este libro partieron de un objetivo: motivar al lector universitario a replantear el problema de la composición e integración del mercado interno nacional, y al mismo tiempo dar cuenta de algunas conclusiones preliminares sobre el tema, logradas a través del manejo de fuentes fiscales.

Aunque los trabajos reunidos son densos en información, constituyen una buena guía para comenzar a interesarnos y sumergirnos en las aguas de la historia económica.

II

La llamada historia económica, que se encuentra todavía en proceso de construcción, tropieza con una serie de prejuicios: no es la historia noble [...] Sea o no sea noble, o menos noble que otra, la historia económica no deja por ello de plantear todos los problemas inherentes a nuestro oficio: es la historia íntegra de los hombres, contemplada desde cierto punto de vista. Es a la vez la historia de los que son considerados como sus grandes actores [...], la historia de los grandes acontecimientos, la historia de la coyuntura y de las crisis y, finalmente, la historia masiva y estructural que evoluciona lentamente a lo largo de amplios periodos.

F. Braudel, *La dinámica del capitalismo*, 1986.

Noble o no, los progresos en la historia económica han aportado elementos explicativos sobre el problema del mercado, entendido como la “relación entre oferta y demanda, o entre comprador y vendedor y oferente y demandante”,¹ dando lugar a la llamada economía de mercado, enmarcado en diferentes tiempos y espacios. Lo que nos ha demostrado que su desarrollo y crecimiento obedece, en parte, a factores geográficos, políticos, culturales, etc., que han influido de alguna forma en su expansión e importancia y al mismo tiempo en su decadencia.

¹ Aníbal B. Arcondo, “La noción de mercado en economía y su utilización en historia”, en Juan Carlos Grosso y Jorge Silva Riquier, *Mercados e historia*, Instituto Mora, México, 1994, p. 20.

Las interrogantes en torno a la formación del mercado interno están siendo respondidas conforme avanzan las investigaciones llevadas a cabo en diferentes latitudes del planeta, partiendo en su mayoría de un enfoque regional. De esta forma se logra entender y explicar los diferentes mecanismos en que se desenvuelve la vida económica de una sociedad en particular, teniendo como hilo conductor los intercambios comerciales.

La exploración que hace el historiador de la documentación de archivos municipales y nacionales, le ha permitido descubrir o redescubrir fuentes documentales que por su complejidad o estado de ordenación habían sido ignoradas o poco trabajadas, sobre todo aquellos documentos de contenido meramente cuantitativo. Su examen e interpretación han arrojado luz sobre la formación y dinámica del mercado.

Algunas de estas nuevas y no tan nuevas hipótesis sobre esa problemática han centrado su estudio en el ámbito regional, lo que ha revelado aspectos muy importantes sobre la integración y/o desintegración de un mercado regional a otro nacional.

III

Todo lo que queda fuera del mercado no tiene sino un valor de uso, mientras que todo lo que traspasa su estrecha puerta adquiere un valor de intercambio.

F. Braudel, *La dinámica*, p. 24.

Históricamente, ¿a partir de qué momento se puede hablar de mercado regional y cuándo de mercado nacio-

nal? Se ha dicho que existe mercado cuando hay una economía de intercambio no equivalente, entre el productor y el consumidor. Emilio Sereni plantea que el mercado ideal es aquel en que el precio de venta de la producción nacional, colocado en el mercado, es igual a su costo de elaboración, predominando en este caso el intercambio equivalente, como única forma de los intercambios mercantiles.

A través de la lente de este modelo teórico, Sereni nos propone una forma de medir el grado de desarrollo mercantil alcanzado en una región y al mismo tiempo su vinculación a un mercado nacional. Hablar de esto último puede resultar apresurado y riesgoso, si se sigue con la idea de la formación del mercado nacional a partir del desarrollo de los transportes y las comunicaciones, refiriéndose, por lo general, a los ferrocarriles. Este argumento ha sido rebatido a partir de las nuevas investigaciones. Así lo demuestran Ramón Garrabou y Jesús Sanz Fernández para el caso español del siglo XIX, y proponen que “el mercado interior no surgió a partir del ferrocarril sino al contrario: el ferrocarril se construyó, precisamente, por la presión que ejercieron aquellos sectores de la economía española, y entre ellos los agricultores castellanos, que a mediados del siglo pasado necesitaban reducir los costos del transporte”.²

Antes del ferrocarril, el enlace de los diferentes mercados se hizo a través del transporte de las mercaderías a

lomo de mula, formándose una red de rutas de interconexión entre los diferentes centros de producción y consumo. Hubo algunos puntos de conexión que lograron especializarse en la crianza de mulas para cargar y trasladar las mercancías. Fue el caso de la región de Loja, que fue “abastecedora de medios de transporte y lugar de tránsito obligatorio” en el circuito formado por la antigua provincia de Cuenca con el norte de Perú, según nos refiere Silvia Palomeque.³ La presencia o ausencia de medios de transporte y de tiro para la siembra, agilizó o frenó el comercio y la producción regionales, como ocurrió para algunas zonas de la intendencia de México en el siglo XVIII, como lo indican algunos informes de subdelegados, que “hablan de una decadencia del comercio regional, provocada por la falta de mulas y asimismo de una baja en la producción indígena por la falta de animales de tiro para la siembra”.⁴ Esto nos da cuenta de lo compleja que puede ser la composición de un mercado regional.

Por otro lado, la corta o larga vida de un mercado regional pudo obedecer a las características de su producción, misma que fue el eje de integración de todo un espacio geográfico, como fue el caso de la minería. Assadourian⁵ analiza la integración del espacio colo-

³ S. Palomeque, “Loja en el mercado intercolonial”, *ibid.*, p. 208.

⁴ M. Menegus Bornemann, “Economía y comunidades indígenas: la supresión del sistema de reparto de mercancías en la intendencia de México, 1786-1810”, *ibid.*, p. 243.

⁵ C. Sempat Assadourian, “Integración y desintegración regional en el espacio colonial. Un enfoque histórico”, *ibid.*

² R. Garrabou y J. Sanz Fernández, “La formación del mercado interior en la España del siglo XIX”, *ibid.*, p. 136.

nial peruano del siglo XVII, constituido a partir del auge minero potosino, que incidió en el desarrollo e integración de varias economías regionales, adquiriendo características muy particulares, como "su alto grado de autosuficiencia económica y su máximo nivel de integración regional".

Para Sereni, la articulación y existencia de un mercado nacional, reside en el grado de desarrollo mercantil alcanzado por cada una de las regiones geográficas que conforman el territorio nacional, conectadas en una sola red comercial, donde predomina el intercambio equivalente como la única forma de los intercambios comerciales. Modelo teórico a partir del cual Sereni pretende explicar el grado de integración mercantil alcanzado en Italia en el siglo XIX, demostrando que la formación del mercado nacional es producto de todo un proceso de larga duración y no inmediato o, como se ha dicho, a partir del desarrollo de las comunicaciones y los transportes.

IV

La incorporación de nuevas fuentes documentales al estudio de los mercados, como las alcabalas, han revelado datos interesantes sobre la composición y los mecanismos integradores y desintegradores del mercado regional. Nos dan cuenta del tráfico mercantil, de sus valores y volúmenes, de sus protagonistas y sobre todo, nos permiten delinear los vínculos y redes comerciales de una región.

Tomando como fuente de análisis la información contenida en los libros

de alcabalas de la Real Aduana de Potosí, desde 1779 hasta 1810, Enrique Tandeter⁶ y su equipo logran reconstruir la dinámica de la economía minera del mercado de Potosí a fines del siglo XVIII. La fusión de los datos albalatorios con la explicación del mercado, también fue utilizada por Grosso y Garavaglia para conocer la mecánica del mercado de Tepeaca, tomando como año promedio de estudio, 1792.

Los resultados obtenidos del manejo de los registros sobre alcabalas han complementado el umbral explicativo sobre la problemática de la formación y evolución del mercado regional. La riqueza de la fuente aún tiene mucho que decir al respecto, todo depende del interrogatorio que se le haga y lo que se quiera obtener. Para el caso de México, los estudios sobre mercados regionales de los siglos XVIII y XIX, todavía en proceso de investigación y discusión, han atestiguado las diferencias regionales en cuanto a su desarrollo e integración. A medida que avancen las investigaciones, se irá aclarando el panorama de la formación del mercado interno.

J. Jesús López Martínez
CONACYT/INSTITUTO MORA

⁶ E. Tandeter y otros, "El mercado de Potosí a fines del siglo XVIII", *ibid.*