



## Sentido y valor de los mercados costeros de lugar en Chile: desentrañando la opacidad de la economía


### Meaning and value of local coastal markets in Chile: unravelling economic opacity


Gonzalo Saavedra Gallo<sup>1</sup>  <https://orcid.org/0000-0002-8360-4939>

Álvaro Bello Maldonado<sup>2</sup>  <https://orcid.org/0000-0002-7493-2519>

Asunción Díaz Álvarez<sup>3</sup>  <https://orcid.org/0000-0001-7118-444X>

Javiera Luco Busto<sup>4</sup>  <https://orcid.org/0009-0007-3664-8836>

<sup>1</sup>Universidad Austral de Chile, Valdivia. Centro de Investigación Dinámica de Ecosistemas Marinos de Altas Latitudes, IDEAL, Valdivia, CHILE.  [gonzalo.saavedra@uach.cl](mailto:gonzalo.saavedra@uach.cl)

<sup>2</sup>Universidad de la Frontera, Temuco, CHILE.  [alvaro.bello@ufro.cl](mailto:alvaro.bello@ufro.cl)

<sup>3</sup>Universidad Austral de Chile, Valdivia, CHILE.  [asudiaz@gmail.com](mailto:asudiaz@gmail.com)

<sup>4</sup>Conversa Chile, Santiago, CHILE.  [javieraluco@gmail.com](mailto:javieraluco@gmail.com)

#### Resumen

En este artículo se analizan las dinámicas configurativas de la vida social de cinco mercados costeros de lugar (MCL) en el litoral chileno (Calbuco, Puerto Montt, Valdivia, Valparaíso y Tongoy). Basándonos en una aproximación metodológica de tipo etnográfica, evidenciamos, desde un encuadre semántico-narrativo, que los mercados localizados -en este caso los MCL- son opacos en tanto vida económica y de comunidad. La opacidad es condición de lo social, no obstante, en su trasfondo se revelan sentidos profundos que testimonian y retratan en parte la complejidad de los mercados como lugares de comercio, sustento, proyectos de vida y movilidad social, lugares donde la individualidad se entreteje necesariamente en la comunidad. Nuestras conclusiones revelan que los MCL son espacios que desbordan los sentidos ortodoxos que reducen la economía (y los propios mercados) a interacciones de agentes individuales motivados por la racionalidad de costes y beneficios. En contrapartida, a contrapelo de este reduccionismo instrumental, advertimos que los mercados situados o localizados son espacios de notable potencial para repensar, imaginar, construir y co-construir los territorios (costeros, en nuestro análisis) desde la experiencia colectiva.

**Palabras clave:** mercados locales, economías costeras, modos de vida, movilidad social.

#### Abstract

This article analyses the structural dynamics of social life at five local coastal markets (LCMs) on the Chilean coast (Calbuco, Puerto Montt, Valdivia, Valparaiso and Tongoy). In a semantic narrative framework, we use ethnographic methodology to demonstrate the opacity of local markets—particularly LCMs—in terms of economic and community life. Opacity is a social condition. However, the background reveals profound significance that bears witness to and partially portrays the complexity of markets as places of business, livelihood, life projects and social mobility, where individuality is necessarily intertwined with the community. Our conclusions show that these LCMs go beyond the orthodox definitions that reduce the economy (and the markets themselves) to cost-benefit-motivated interactions between individual agents. Instead, markets go against the grain of this instrumental reductionism and offer remarkable potential for re-thinking, imagining, constructing and co-constructing areas (coastal areas in our analysis) based on collective experience.

**Keywords:** local markets, coastal economies, livelihoods, social mobility.

Recibido: 12 abril 2023 | Aceptado: 27 noviembre 2023.



## Introducción. El territorio-mercado

Recurriendo a un enfoque económico-cultural, donde la producción, el intercambio, circulación y el consumo se admiten simbólicamente condicionados (Appelbaum, 2005; Godelier, 2014; Gudeman, 2001), exploramos la relación de cinco territorios bordemarinos chilenos, de base pesquero-artesanal, con mercados locales emplazados en su entorno. En particular, buscamos desentrañar y revelar los sentidos, significaciones y representaciones atribuidas a estos espacios por comerciantes y productores-comerciantes que allí confluyen. Debemos destacar, de entrada, dos cualidades muy importantes. La primera es que estos mercados no se limitan a su localización específica, pues sus dinámicas de intercambio también ocurren en el territorio. La segunda es que estos territorios se articulan a demandas nacionales e internacionales, de modo que el análisis de la relación entre economías litorales y mercados locales estará siempre condicionado por las otras escalas del mercado. En este marco fenoménico -procurando una comprensión amplia de su dinamismo- proponemos la noción de territorio-mercado. Sostenemos que esta relación ha sido temporalmente persistente y variable, pero también compleja y opaca. Su persistencia ha sido documentada de forma genérica, al menos desde el siglo XIX (Couyoumdjian, 2009; Guarda, 1965); su variabilidad entronca en las fluctuaciones históricas y estacionales de la demanda de pescados, mariscos y de otros productos, local, nacional e internacional; su opacidad deriva de una sociabilidad económica profundamente arraigada y de una institucionalidad escasamente investigada.

En la zona sur nos situamos en los mercados locales-tradicionales de Calbuco, Puerto Montt y Valdivia, en el centro del país en Valparaíso y en el centro-norte en Tongoy (Figura 1). Estos mercados se encuentran emplazados en áreas de notable importancia pesquero-artesanal, ciertamente diversas y ancladas en historias diferenciadas, no obstante, con patrones identitarios y económico-culturales comunes.

Calbuco ha sido desde tiempos prehispánicos un importante nodo de confluencia de productos marinos y bordemarinos, en principio asociado a las poblaciones nativas, en particular canoeras que habitaron los archipiélagos del mar interior y luego como un espacio de intercambio desde tiempos coloniales (Munita et al., 2011; Urbina, 2009, 2011), con un relevante desarrollo de la industria conservera de mariscos durante todo el siglo XX (Caro, 2018; Muñoz y Saavedra, 2022). En la actualidad, el archipiélago de Calbuco continúa siendo un importante polo de actividad económica vinculado a la extracción de productos del mar y a la agricultura a escala familiar, con un evidente dinamismo de mercados locales y de articulaciones a mercados de exportación, tanto de productos de pesca artesanal, industrial y de acuicultura. Este escenario, histórica y etnográficamente, es similar al que encontramos en Puerto Montt, principal nodo de confluencia de la actividad pesquera, acuícola y bordemarina en general de todo el sur-austral de Chile. Dado su estratégico

emplazamiento territorial, a partir de mediados del siglo XIX (Carrasco, 2018), con la fundación de la ciudad, ocurre un progresivo desarrollo de infraestructura urbana, luego portuaria e industrial, constituyéndose desde los años 1990 en el principal polígono del desarrollo de la acuicultura empresarial (de mitílicos y salmónidos) a nivel nacional. No obstante, al igual que en Calbuco, los mercados tradicionales -Angelmó y Presidente Ibáñez- persisten como espacios de abastecimiento local, con una notable presencia de productos bordemarinos de los territorios cercanos a Puerto Montt, incluyendo Calbuco y Chiloé.

En un contexto distinto, con un importante dinamismo turístico, la Feria Fluvial de Valdivia concentra un activo comercio local de productos marinos y agrícolas. Su actual emplazamiento en la costanera de la ciudad, data de principios del siglo XX cuando se construye, entre 1913 y 1914, el malecón fluvial en un histórico punto de confluencia comercial de productos provenientes de diversos puntos de la cuenca del río Valdivia y de los poblados del interior (Almonacid, 2020; Olivares et al., 2023). Posteriormente fue destruido durante el terremoto de 1960, y desde los años 80 se ha consolidado como un lugar de referencia para vender y comprar productos del mar, algunos extraídos en otras latitudes y demandados localmente. Es lo que ocurre con productos como la reineta o la merluza austral, presentes no solo en Valdivia sino en diversos mercados de la costa chilena. Precisamente, es la condición que mejor define hoy en día a la Caleta Portales de Valparaíso. Este es uno de los principales nodos de comercialización de productos del mar en la costa central de Chile y referencia para el abastecimiento de merluza común en el Gran Valparaíso, probablemente la pesquería de mayor consumo en la zona y una de las pocas que aún es posible extraer en este litoral. Esta caleta, que en realidad es el principal mercado de productos del mar y punto de desembarque de la costa central, fue fundada en 1928 cuando la antigua caleta Jaime - ubicada en la parte más céntrica del borde costero de la ciudad- fue trasladada a su actual emplazamiento frente al cerro Placeres. Más que en cualquier otro mercado, en nuestros registros Caleta Portales concentra un importante abastecimiento de pesquerías desembarcadas en diversos puntos de la costa chilena, incluyendo salmones, merluza austral, sierra y mariscos provenientes del sur, así como especies abundantes en la zona norte, tales como machas, ostiones, palometa o atunes, entre otros.

Finalmente, en el nodo de mercado costero emplazado más al norte del territorio, nos situamos en Tongoy. Similar a la Feria Fluvial de Valdivia por su identidad turística y su importancia culinaria como lugar de abastecimiento de restaurantes, este mercado puede remontarse a los tiempos de la explotación de los minerales de cobre en Tamaya, cuyo apogeo se inicia en la década de 1830. En este marco tuvo lugar la habilitación del puerto en 1839, marcando el ulterior crecimiento y desarrollo económico del poblado (Martínez Díaz, 1859). Este auge económico implicó, muy probablemente, una mayor demanda de alimentos para una población en permanente crecimiento, y con ello la mayor explotación de los recursos marinos de la zona, los que eran conocidos y consumidos desde tiempos coloniales (Solano

Asta-Buruaga, 1899). En las últimas décadas del siglo XX, Tongoy, como otras localidades costeras de la región de Coquimbo, adquiere y consolida una relevancia como poblado turístico, muy demandado por veraneantes que valoran sus playas y sus productos marinos típicos, entre ellos el ostión del norte cuyo auge acuícola -tanto para exportación como para consumo local y nacional- ha sido notable a partir de los años 90 (Uriarte, 2008).

De los cinco mercados y ferias donde realizamos nuestra investigación, es en Calbuco el espacio donde más densa ha sido nuestra descripción etnográfica. La razón es bastante obvia pues el archipiélago de Calbuco ha sido parte de nuestras investigaciones desde fines de 2011. Es precisamente el lugar -tanto espacial como cultural e identitario- que tiene esa feria en el archipiélago, el que nos ha llevado a proponer la idea de territorio-mercado. Este concepto, que en cierto modo -aunque sin esa denominación- está presente en algunos trabajos clásicos (Bohanan y Dalton, 1962; Geertz, 1978; Malinowski y De la Fuente, 2005; Mintz, 1982), nos permite señalar una consideración fundamental: el arraigo ideo-material de los mercados locales en la vida social de los lugares. Por cierto, que los cinco mercados aludidos son muy distintos entre sí, las diferencias estriban también en sus anclajes territoriales, no obstante con particularidades, en todos encontramos esa condición de arraigo.

El sábado en la mañana es un día especial. En cualquier época del año la costanera de Calbuco estará atiborrada de gente, prácticamente en toda la avenida -en una de sus calles se despliegan los puestos de venta de verduras, hortalizas, mariscos, pescados, comidas típicas (asado, ceviches, empanadas, milcaos, chapaleles, etc.), conservería artesanal, alimentos envasados industriales, utensilios de cocina, artículos de ferretería, entre otros. En el pequeño bandejón central se suceden vendedores de ropa usada y de todo tipo de objetos de reciclaje doméstico. Es un espacio colorido, pintoresco, aparentemente caótico, lleno de vida y muchedumbre. Hacia el sureste es posible ver la cadena montañosa e imponentes los volcanes Calbuco, Yates y Corcovado, inconfundible por su afilada cima nevada. Más cerca se desdibujan en la bruma de la mañana algunas islas del archipiélago, Puluqui, Tabón, Quenu. Todos los sábados del año confluyen en la feria y en los mercados tradicionales productores y comerciantes de las 14 islas, sectores, pueblos y comunidades para ofertar precisamente los productos que allí se extraen y cosechan. Es por ello, que la feria es en muchos sentidos un retrato que sintetiza los territorios, pero que sobre todo los expresa a través de su generosa abundancia de mariscos y hortalizas, de lo típico, de lo que es propio de este sistema de producción local. Pero esta no es cualquier feria, esta es de productos marinos y bordemarinos, y es allí, en esa condición, donde enraíza territorio y mercado.

La feria y los mercados de Calbuco -o en el norte, el mercado costero de Tongoy- constituyen lo que en la literatura antropológica se denomina mercados locales, por otro lado, mercados como Presidente Ibáñez en Puerto Montt, la Feria fluvial en Valdivia o Caleta Portales en Valparaíso podrían clasificarse como mercados regionales (Malinowski y De la

Fuente, 2005; Molina y García, 2007), es decir, aquellos nodos donde confluyen productos y productores de diversos territorios locales y no necesariamente derivados de la red de mercados locales. No obstante, al margen de la articulación entre tipos de mercados, en todos los casos observamos la confluencia territorial, de tal manera que los mercados costeros se anclan en la vida social de un lugar y en sus tradiciones. Siguiendo a David Graeber (2018), cabe sostener que en la identidad mercado-territorio es posible observar las expresiones de la vida social y, particularmente, del trabajo en tanto acciones humanas que proveen y plasman sus sentidos en los productos, pero también -como veremos luego- en la vida económica y colectiva del mercado. En ello reside el valor, es producto de la acción -del conjunto de acciones- con sentido, siendo el intercambio solo un momento particular de su realización y de su flujo (que también ocurre como acción).

Y si de esconder vidas se trata, la próxima imagen es grandiosa. Y da cuenta de toda la diversidad de oficios y actividades productivas familiares. Cochayuyo, pan de luche; chaitun, papas, ajos, hortalizas y verduras varias, frambuesas frescas; huevos de colores, queso; chanco ahumado y longaniza; pan, tortilla, chapalele, papa rallada estrujada para los milkaos. Esta todo ahí. Todo el trabajo familiar y los recursos a los que los habitantes de las islas acceden, toda la crianza de animales, la recolección de campo y mar, la pequeña agricultura, el procesamiento a pequeña escala. (Registro etnográfico, Javiera Luco, enero 2023, Feria de Calbuco)

Lo que observamos en Calbuco, es más o menos similar en los otros cuatro mercados, pero con diferencias notables. Por una parte, existen diferencias geográficas evidentes; por otra, hay diferencias de escala (local y regional, al menos), pero también de tipo económico-cultural. Es decir, los concomitantes ideo-simbólicos que en uno y en otro espacio realizan el valor (Bird-David, 2004), derivan de procesos histórico-identitarios particulares.

El posicionamiento territorial de estos mercados en los espacios pesquero-artesanales en Chile, su desarrollo y prosperidad, podría significar una importante contribución a la sustentabilidad de los ecosistemas del espacio pesquero-artesanal y de las zonas costeras en general. En efecto, diversos estudios señalan que las relaciones de los sistemas productivos locales (basados en el aprovechamiento de recursos naturales) y los mercados, presuponen consecuencias y dinámicas diferenciadas. Por una parte, una vinculación intensa y sostenida con los mercados globales e incluso nacionales, en el segmento de las grandes empresas, implica una mayor presión sobre los ecosistemas y consecuentemente un incremento en su deterioro (Comas d' Argemir, 1998; Harvey, 2011, Hinkelammert, 2001), en especial debido a las formas de articulación de la pesca a pequeña escala a las cadenas globales de distribución (Purcell et al., 2017). Pero, por otra parte, frecuentemente se sostiene que los mercados localizados y las cadenas cortas son potencialmente virtuosos/as para las economías rurales (Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura [FAO], 2017; Ranaboldo y Arosio, 2014; Torres-Salcido y Roble-Pensado, 2010), implicando, entre otros beneficios, una mayor retención de valor en los territorios, el fortalecimiento de las

redes de cooperación, el desarrollo de la creatividad alimentaria, el incremento de la confianza intersubjetiva y una menor presión extractiva-erosiva sobre los ecosistemas. En contraste, las tendencias objetivas de la economía chilena a escala regional y local, revelan la prevalencia de lógicas de exportación y/o de derivación hacia grandes mercados nacionales, predominando dinámicas de cadena larga, basadas por lo general, en altos volúmenes y bajos precios. Y esto no es casual, pues el diseño de la política económica en Chile supone las funciones de un Estado que gerencia el despliegue del mercado (Harvey, 2007), situándose como sostuvo Foucault (2009), el segundo en la base del primero. Las consecuencias de dichas tendencias y de este diseño son, evidentemente, inversas a las que cabría esperar en un hipotético escenario de estrecha vinculación entre sistemas productivos locales y mercados localizados. Es decir, se advierte una creciente erosión de la capacidad reproductiva de los ecosistemas litorales, una fragmentación de las redes de cooperación y, tal vez lo más inquietante según nuestros registros, un marcado pesimismo de los actores del espacio pesquero-artesanal y bordemarino respecto de su futuro.

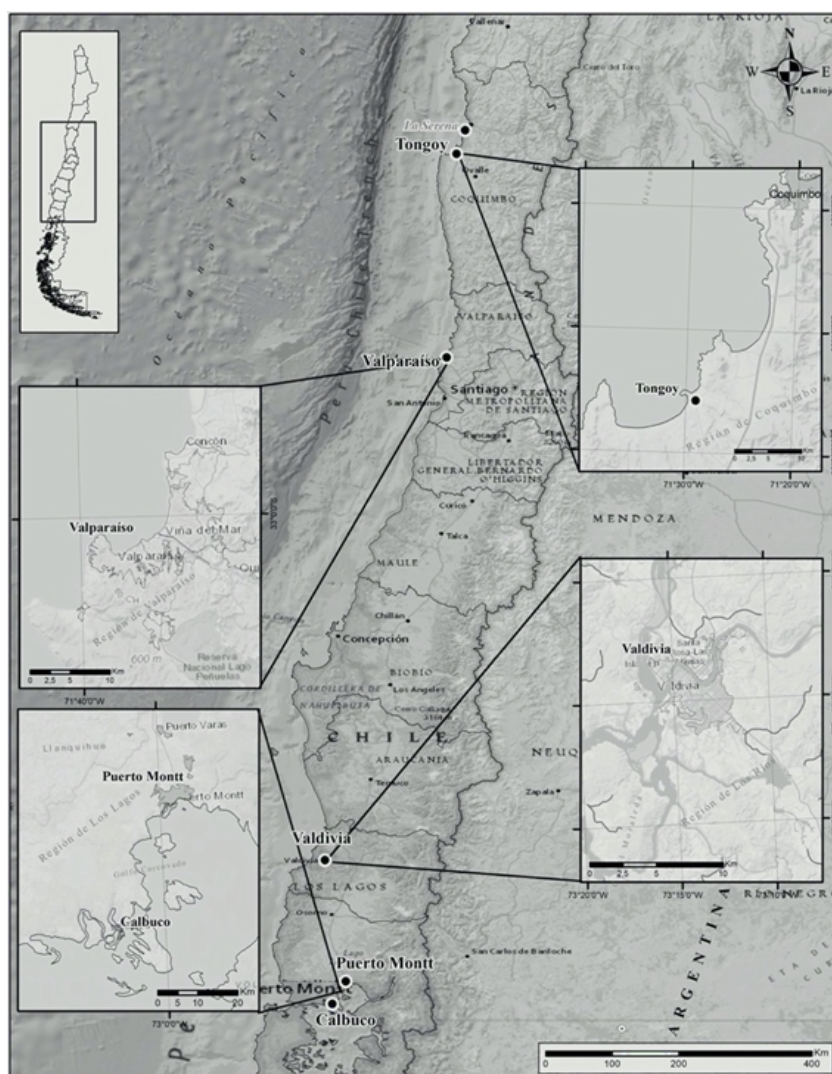


Figura 1. Mapa de ubicación regional de Mercados Costeros de Lugar en Chile (Fuente: Elaborado por Zamir Bugueño).

Sin embargo, esto no es sencillo pues la pregunta evidencia una problemática que a nuestro juicio es particularmente compleja. Y es que en general las relaciones en el espacio económico tienden a ser opacas. Esto es lo que Godelier (1990, 2014) ha puesto de manifiesto en sus investigaciones históricas y etnográficas, es decir, habría un ámbito interno y profundo en nuestras relaciones, del cual no somos conscientes. Esta premisa, comporta una trama de relaciones e implicaciones donde los actores del territorio poseen información limitada sobre la cadena de valor o sobre el ciclo de comercialización y consumo que, en un sentido convencional, se despliega entre el productor/extractor y el consumidor; pero también un limitado acceso reflexivo a las lógicas internas que amalgaman esas relaciones. Ahora bien, aun cuando nuestro punto de partida reside en una premisa atribuible al marxismo estructuralista, ello no nos impide reconocer sus limitaciones; las cuales, a nuestro juicio, reportan ciertas claves interpretativas respecto de las cualidades reflexivas manifiestas -es decir, conscientes- entre los actores locales de estos mercados. Una perspectiva de contraste es la que nos propone Graeber (2018) al problematizar esta opacidad como expresión de una política del valor centrada, por una parte, en los sistemas de precios (reducida al intercambio) y, por otra, como registro crítico de lo anterior, en un marco de análisis dialéctico de tradición marxista que revela los mecanismos de apropiación de excedentes propios del capitalismo, aunque no exclusivos del mismo. En contrapartida, como ya fue indicado, el autor explora alternativas en orden a redefinir el concepto de valor en la trama de las acciones sociales que lo producen y contextualizan. Conviene remarcar que para Graeber la acción humana autoconsciente -no coyuntural, sino latente y persistente- es una condición de todo orden social, no solo constitutiva del valor, sino además transgresora de eso que podríamos denominar sistema de valores. Sostiene el autor que “toda acción creativa es revolucionaria en algún grado, pero para serlo en grado significativo debe cambiar esa estructura mayor en la que está incorporada” (Graeber, 2018, p. 367). En otros términos, como alguna vez planteó Sahlins (1988), lo estructural es condición del acontecimiento y viceversa.

En este artículo nos centramos en dos dimensiones ideo-simbólicas de los mercados costeros, por un lado, en el sentido de los mercados locales (incluyendo sus acepciones abstractas y deslocalizadas), por otro, en los valores no pecuniarios de los productos que se transan en dichos espacios y que, como señalamos, derivan de la acción humana como expresión estructural de la vida social. Lo anterior, desde el punto de vista de los comerciantes y productores-comerciantes -de especies bordemarinas-, es decir, actores situados en el nodo que articula a productores y consumidores, sin perjuicio de otras intermediaciones que enlazan las múltiples transacciones que comportan.

## **Sobre la opacidad de la economía, una perspectiva antropológica sobre los mercados**

En un sentido convencional y restringido el mercado es un espacio institucionalizado donde rige el intercambio, “es un lugar de reunión para la realización del trueque o la compra-venta” (Polanyi, 2003, p. 105). Según Polanyi el intercambio es uno de los tres principios integrativos de la economía, siendo predominante en toda sociedad que organice su economía a partir del mercado. Su institucionalización es variable, admitiendo tres expresiones históricas: el mercado local, el mercado interno o nacional y el mercado externo (cuya forma moderna tardía es el mercado internacional globalizado). Estas tres escalas tienen directa relación con el alcance territorial de los intercambios. En este sentido, aun sin parecerlo, el mercado global tiene frecuentemente una presencia local, esto también vale para los mercados nacionales. En el caso de la pesca artesanal, su articulación exportadora revela que sus dinámicas aparentemente locales están fuertemente enlazadas a lógicas extraterritoriales (Crona et al., 2016; Macías y Saavedra, 2021; Purcell et al., 2017), tendencia aún más evidente si observamos los flujos productivos y de mercado que desde la segunda mitad del siglo XX han caracterizado a la pesca industrial (Aguirre et al., 2018). Cabe consignar, por cierto, que estas tres expresiones del mercado son coexistentes, no obstante, sus dinámicas y su lugar en la sociedad se articulan y, en cierto modo, se subordinan al mercado global. Sin embargo, este esquema -local, nacional y global- debe concebirse con cautela, pues la clave del mercado estriba en el principio integrador y no tanto en sus expresiones históricas e institucionales (por más relevantes que sean). Si bien el intercambio constituye el principio de integración en todo tipo de mercados, se trata de una noción problemática, pues implica significaciones y sentidos diversos, según cómo se realice y desde donde se defina. Autores como Gudeman (1990, 2001) y Applbaum (2005) sostienen que las institucionalizaciones de la economía, incluyendo las formas del intercambio y comercio, se encuadran -aunque no exclusivamente- en modelos inscriptos en contenidos simbólico-culturales particulares.

Evidentemente, si admitimos este tipo de condicionamientos y una formulación del valor no limitada al intercambio -como sostiene Graeber- y sobre todo a la formación de un sistema de precios, estaremos visibilizando la dimensión temporal e histórica no solo de los mercados, sino también de la propia economía. En un texto póstumo denominado “Antropologie économique”, Bourdieu (2023) propone que se trata de superar, por un lado, el reduccionismo atomista del mercado deshistorizado en la acción racional de unos agentes que participan en el intercambio basado en ese sistema de precios, y, por otro lado, aquel que concibe al mercado solo como lugar (market place) donde ocurre el intercambio.

Se puede sostener, entonces, que el mercado está condicionado por sus contextos socio-históricos y socio-territoriales, pero también cabe deducir que es ubicuo y está en movilidad. Esto es así, entre otras cosas, porque los intercambios pueden ocurrir en cualquier lugar y en



cualquier momento. De hecho, ocurren en múltiples espacios (en un negocio de barrio, en un supermercado, en una feria, en la playa, en los muelles, en el mar, etc.). Lo que sostienen autores como Braudel (2008) o el mismo Polanyi (2009), es que los mercados locales - originalmente periféricos y poco influyentes en economías más bien autárquicas- fueron los primeros lugares situados donde ocurrieron y se institucionalizaron los intercambios, pero, como describe Braudel, tuvieron diversas formas, no eran del todo estables o permanentes. Las ferias itinerantes del Mediterráneo en los siglos XV y XVI son ejemplo de ello, de un mercado en movilidad. Vamos a decir entonces, que el mercado no se define exclusivamente a partir de un principio integrador, el intercambio, y que asimismo la localización, una de sus expresiones o posibilidades. De tal modo que para definir el mercado debemos pensar en los diversos espacios y lugares donde ocurre el intercambio, pero también la vida económica en su expresión más compleja, refrendamos entonces la idea de territorios-mercado. Esto es, por ejemplo, lo que Sahlins ha hecho en sus estudios sobre el comercio primitivo en Nueva Guinea (Sahlins, 1977) o bien, lo que Malinowski anticipa en la etnografía sobre el Kula y sus itinerarios en las islas Trobriand (Malinowski, 2001). Por ello, merece la pena tener en cuenta lo que proponen Appadurai (1986) y Kopytoff (1986) sobre el mercado (y la economía) como flujo y trayectoria, es decir, en una perspectiva de ubicuidad y latencia. Dicho sintéticamente, el mercado está y fluye donde ocurren los intercambios y la vida social de la economía.

### **El mercado y la economía como cultura**

Al margen de sus expresiones históricas, los condicionantes de los procesos económicos son múltiples y operan tanto a nivel normativo-organizacional, como a nivel ideo-simbólico. Los enfoques de economía cultural darán aún más relevancia a los concomitantes simbólicos de la economía (Bird-David, 2004), ya sea en el marco de los principios aquí reseñados, como en las expresiones particulares de la cadena de valor (Appadurai, 1986). O, como sostiene Gudeman (2001), los principios y las relaciones convencionalmente económicas (como las predominantes en la economía de mercado) se hibridan en modelos locales, cuyos repertorios simbólicos tienen sentido en las cosmovisiones situadas. En efecto, las economías locales, los intercambios, los mercados costeros de lugar o las áreas donde se intersectan, suponen arquitecturas impuras y heterogéneas. Diversas investigaciones sobre economías tradicionales, indígenas o campesinas así lo refrendan (Calva, 1988; Comaroff y Comaroff, 2011; García Canclini, 1990; Gudeman, 2008 [citado en Applbaum, 2005]; Gudeman y Rivera, 1990), resultando cada vez más difícil una distinción cabal entre unas racionalidades y otras, pues los procesos de intersección cultural implican la hibridación de las lógicas económicas. Esto no significa renunciar al reconocimiento de contenidos y expresiones identitarias peculiares, condicionantes, en este caso, de los intercambios y de las expresiones territoriales del mercado.

En efecto, desde enfoques contemporáneos -por ejemplo, sobre los mercados populares latinoamericanos- cabe admitir lógicas heteróclitas y composiciones heterogéneas.

“Economías barrocas” (Gago, 2015), espacios promiscuos, de múltiples capas, de coexistencia de sentidos, que expresan un abigarramiento de tiempo, de lógicas económicas que conviven en su particularidad, “espacios donde la razón neoliberal, que en general es entendida como una norma de puro calculo mercantil, es a la vez apropiada, arruinada, transformada y relanzada, por aquellos que supuestamente son sus víctimas” (Gago, 2015, p. 335). Es lo que la autora observa, tal cual retrato latinoamericano, en el mercado boliviano “La Salada” en Buenos Aires, donde ocurren dinámicas de resistencia a la explotación y desposesión, coexistiendo con la lógica del cálculo.

### **La espacialidad de los mercados costeros de lugar**

En la sociedad contemporánea los mercados funcionan interrelacionados y subordinados a su escala global. Ahora bien, lo que cabe preguntarse es en qué medida la dinámica o el potencial de los mercados localizados puede ofrecer una vida económica distinta a los sistemas pesquero-artesanales o bordemarinos en Chile. Con Braudel (1989, 2008) y Polanyi (2009), expresamos la imagen de sociedades interconectadas donde el mercado es ante todo movilidad, pero también integración, del mismo modo que lo son las sociedades contemporáneas e incluso las que ha descrito la antropología. Conviene no olvidar que, fuera de las aludidas aportaciones de la antropología al análisis diferencial de la economía, existe una respetable tradición etnográfica sobre mercados localizados y circuitos de intercambio. Lo interesante en estos registros, no estriba solo en constatar cómo los principios integrativos son relativizados en sus contextos, sino además en observar cómo -en esquemas territoriales de mercados y circulación de mercancías- un conjunto de sociedades aseguran la reproducción de su vida material. Entre otros, destaquemos las notas de Geertz (1978) en Sefrou (Marruecos) en los años 1960, revelando cómo el intercambio está sujeto al regateo y a la distancia en la relación social; los registros de Bohannan y Dalton (1962) sobre mercados africanos, subrayando su importancia como articuladores del territorio y como lugares de encuentro condicionados por funciones políticas y religiosas, y no solo comerciales; en una línea similar, el reseñado trabajo de Malinowski y De la Fuente (2005) en Oaxaca; los informes de Mintz (1982) sobre economías campesinas y su articulación a mercados internos (incluidos los “de plaza”) y mundiales en El Caribe y Mesoamérica; las investigaciones de Sahlins (1977) sobre las formas del comercio en Papúa Nueva Guinea, donde la ecología litoral y “la cultura” son decisivas en la oferta y la demanda; o, muy atinentes para nosotros, los estudios de Bestor (2004) en el Tsukiji fish market de Tokio como confluencia de múltiples cadenas locales/globales, donde las intermediaciones también son de orden simbólico. En fin, es incuestionable la potencialidad del análisis antropológico de los sistemas económicos y de sus expresiones institucionales y socio-espaciales.

## La dimensión global y neoliberal de la economía

Es evidente que si el mercado se define a partir de un principio económico elemental (el intercambio), las relaciones comerciales hacen del mercado una entidad ubicua y no sólo localizada. Pero, por otra parte, la ficción de un mercado autorregulado (Polanyi, 2003) es en realidad la ficción de una economía desarraigada o desincrustada de cualquier otra institución o relación social que no sea aquella que se inscribe en ese intercambio, gobernado por la ley de la oferta y la demanda (Block, 2003), cuya expresión más nítida es la que observamos en el neoliberalismo (Stiglitz, 2003). Lo anterior presupone además que el lugar del Estado en la economía es limitado, gerencial e incluso empresarial (Harvey, 2011), pero asimismo es fundamental, pues provee el marco jurídico-institucional para su funcionamiento (Foucault, 2009). Este es el retrato del Chile contemporáneo y es precisamente lo que observamos en los cinco espacios litorales seleccionados -con más o menos énfasis. Conviene recordar aquí el concepto de “articulación” en el pensamiento marxista (Comas d’ Argemir, 1998), referido a la vinculación asimétrica y subordinada de las economías locales al “modo de producción capitalista”. Sin recurrir a estas nomenclaturas, sostenemos que las sociedades locales se articulan al mercado global (y nacional) y es en esa articulación donde advertimos un proceso ambientalmente erosivo, expresado en la sobreexplotación de las especies y en el deterioro de los ecosistemas marinos. Es lo que Hinkelammert denominó “racionalidad fragmentaria”, es decir, aquella que no tiene en cuenta la capacidad reproductiva del ecosistema y se orienta instrumentalmente al crecimiento económico, contraponiéndose a las racionalidades reproductivas, o sea, aquellas que definen sus límites sin poner en riesgo al ambiente (Hinkelammert, 2001; Hinkelammert y Mora, 2005). Es evidente que la “economía de mercado” fundada en los dogmas neoliberales, se consagra en una racionalidad esencialmente fragmentaria.

El orden neoliberal no se define solo a partir del lugar del mercado en la sociedad (respecto del estado), asegurando el libre despliegue de los intercambios, o como sostiene Hayek (2002), entendiendo la libertad como libertad de mercado y por lo tanto, modulando todas las posibles libertades sociales a dicho principio. El neoliberalismo es también un proceso cultural que transforma a la sociedad en su dimensión subjetiva e intersubjetiva (Harvey, 2011), en su forma relacional reconfigurando el sentido de nuestra existencia (Dardot y Laval, 2013). Esto no es banal en el caso chileno, pues la configuración del “sujeto neoliberal” (Laval, 2015), es consustancial al proceso de reformas estructurales (Lavín, 1987; Larraín, 2001), de tal manera que nos parece insoslayable suponer que esa subjetivación - retratada, por ejemplo, en el emprendedor- también está presente en espacios locales altamente constreñidos por las dinámicas del mercado en tanto principio organizador de lo social. Nuestros resultados permiten dimensionar narrativa y etnográficamente hasta qué punto la subjetividad neoliberal y las acepciones más ortodoxas del mercado son social y

culturalmente relativas, siendo imprescindible la problematización de sus matices a través de lo que aquí exponemos como sentidos y valores en los mercados costeros de lugar.

## Sentido y valor en los mercados costeros de lugar en Chile

Nuestra aproximación a la noción de sentido deriva de la tradición hermenéutica, particularmente de su formulación en el campo de la antropología, donde articula con los análisis simbólicos o de significaciones. En este marco, procuramos un momento comprensivo centrado en lo que Geertz denominó el punto de vista del nativo (Geertz, 1983), con énfasis en las textualizaciones, las narrativas y en los espacios conversacionales (Gudeman y Rivera, 1990) con el objeto de comprender el sentido y los significados que para estos actores tienen los mercados y los productos que allí se comercializan.

Bajo este encuadre, sostendremos que la vida social está arraigada en tramas o redes de significaciones que se superponen (Geertz, 2000) y se estructuran prescriptiva y performativamente (Sahlins, 1988) y que son parcialmente desentrañables a partir de momentos reflexivos, aquellos donde los actores locales son capaces de poner sus posiciones en perspectiva y pensar conscientemente en esas configuraciones. Esto puede admitirse, siguiendo a Godelier (1990, 2014), como una activación reflexiva que ocurre en la dimensión ideacional de la vida social. Eso sí, convengamos que a diferencia de lo que cabría sostener a partir de un enfoque centrado exclusivamente en la cuestión simbólico-hermenéutica, con Godelier nos situamos en una perspectiva que concibe esta dimensión ideacional-amalgamada en la materialidad, a la que aparentemente provee de sentido. En este marco, obviamente, la idea de mercado o de productos del mar implican necesariamente materialidades inmersas en relaciones de producción y/o relaciones sociales, las cuales son configurativas de dicha materialidad.

La noción de valor se sitúa en esta misma perspectiva, aunque incorpora otros elementos. Acorde a un enfoque antropológico, por ejemplo, estructuralista, el valor es relacional y simbólico pero, como sostiene Graeber (2018), las cosas intercambiadas no tienen valor en sí mismas, o el quid de la cuestión no reside en ello, pues sus atributos o cualidades (por ejemplo, textura, sabor, propiedades nutricionales, etc.) adquieren valor solo en relación con otras cosas o productos, pero fundamentalmente a partir de complejas tramas de acciones culturalmente condicionadas donde el valor se realiza socialmente.

El enfoque de los sistemas alimentarios localizados (Sanz-Cañada y Muchnik, 2016; Torres-Salcido, 2019) ha puesto el foco en las cualidades intrínsecas de los alimentos, por ejemplo, nutricionales y proteicas, u organolépticas, referidas a los aspectos sensoriales; pero también desentrañando y evidenciando los sellos identitarios de tipo territorial incrustados en los productos de la tierra o del mar. La tipicidad de los alimentos deriva de ambas cualidades, incluyendo los *know-how* implicados en su elaboración, anclados en prácticas y

oficios históricamente configurados. En este contexto, para el caso que aquí analizamos, los sentidos del mercado y los valores no pecuniarios de los productos implican este tipo de atributos, permitiendo dimensionar parte de su complejidad antropológica.

## Método y materiales

Nuestros resultados se basan en trabajos de campo realizados durante 2021 y 2022 en cinco mercados costeros de lugar: feria de Calbuco (que incluye sector costanera y sector La Vega); mercado Presidente Ibáñez de Puerto Montt; Feria fluvial de Valdivia; mercado de Caleta Portales de Valparaíso (que incluyó sectores de El Túnel y la explanada) y mercado de Tongoy. Etnográficamente, se aplicaron estrategias conversacionales (Gudeman y Rivera, 1990) y dialógico-reflexivas (Clifford, 1991; Rabinow, 1992). Para entrevistas, cuestionarios y grupos de conversación se aplicaron criterios de muestra estructural (Montañés, 2013), procurando representatividad cualitativa, considerando sexo, actividad productiva y comercial, entre otros. El análisis de información que a continuación presentamos deriva principalmente de observaciones de campo, 5 grupos de conversación y de 60 entrevistas semiestructuradas, 12 en cada mercado, todas aplicadas a comerciantes de productos bordemarinos, incluyendo en algunos casos a productores-comerciantes.

En cada uno de estos espacios seleccionamos un mercado costero de lugar, los que, junto a las redes de intercambio territorial, constituyeron el foco etnográfico de la investigación. Cada uno corresponde a mercados diferentes, pero relevantes como puntos de confluencia de territorios pesquero-artesanales. Los criterios de selección fueron los siguientes: 1) importancia pesquero-artesanal del territorio en cuanto a volúmenes de desembarques, los que debían ser relevantes a nivel regional y/o nacional; 2) vinculación comercial con todas las escalas del mercado; 3) tradición y/o identidad pesquero artesanal; 4) existencia de mercado costero de lugar.

El peso de cada uno de esos criterios fue variable en la selección, esto se debió a que, aun cuando debían cumplirse, requerían aportar perfiles diferenciados. Calbuco es uno de los principales centros de actividad bentónica en el sur-austral de Chile, históricamente sus flotas de pesca artesanal se han vinculado con Chiloé y Aysén, asimismo, es un importante nodo de la industria conservera de marisco blanco (Caro, 2018). Por otro lado, la feria de Calbuco se instala todos los sábados del año en la costanera de la ciudad (la comuna tiene cerca de 37.000 habitantes) confluendo en ella productos de las economías bordemarinas de las 14 islas que conforman el archipiélago (Saavedra y Navarro, 2019). Puerto Montt es el nodo de confluencia de productos marinos y bordemarinos -industriales y artesanales- más importante del sur de Chile (280.000 habs.), la feria Presidente Ibáñez se encuentra emplazada en un sector popular de la ciudad, donde la concurrencia de turistas es escasa. La costa valdiviana también es un importante polo de actividad pesquero-artesanal y semi-

industrial en el sur de Chile, entre otras pesquerías importantes destacan la sierra, el bacalao, la jibia y, a nivel bentónico, el loco y las algas. En el caso del bacalao, el loco, la jibia y las algas (luga negra), el encadenamiento post primera venta es empresarial e industrial, con alta demanda de exportación. A nivel de mercados localizados, la Feria Fluvial de Valdivia -cuyos orígenes se pueden remontar a la época colonial (Guarda, 1965, 2001)- constituye un importante atractivo turístico de la ciudad (que supera los 155.000 habs.), y al mismo tiempo un importante espacio permanente (funciona todos los días del año) de venta de productos marinos, muy concurrido durante los fines de semana (Figura 2). Incluso es posible encontrar productos provenientes de toda la costa del sur de Chile (Mac-Gregor, 2020). Valparaíso y el mercado de caleta Portales -fundado en 1929- constituyen un caso peculiar. Por un lado, se trata de un espacio marino-costero altamente urbanizado (el Gran Valparaíso alcanza los 950.000 habs.) y también sobreexplotado; pero, por otro lado, confluyen allí desembarques provenientes de latitudes pesquero- artesanales tan diversas y distantes como Puerto Montt, Los Vilos, Tongoy y Coquimbo, y por supuesto recursos del mar de Valparaíso (Figura 3). Es decir, tal como ocurre en la Feria Fluvial de Valdivia -a una escala mayor- la caleta Portales es un espacio de vinculación pesquero-artesanal translocal. En este caso, no obstante, centramos nuestro trabajo etnográfico en los espacios pesquero-artesanales de Valparaíso. El quinto espacio es el mercado de la caleta de Tongoy. A diferencia de los anteriores este es un mercado particularmente orientado al turismo, inmerso en una localidad pequeña (que no supera los 6.000 habs.) tradicionalmente dedicada a la pesca artesanal y a las actividades propias de un balneario que recibe una importante cantidad de visitantes en verano. Tongoy es uno de los principales centros de cultivos acuícolas del norte chico, allí se produce el famoso ostión del norte (Kluger et al., 2019), pero también se extraen cotizados productos pesquero-artesanales (machas, locos, piures, jibia, entre otros).



**Figura 2.** Locales de venta de productos marinos, Feria Fluvial, Valdivia (Fuente: G. Saavedra).



**Figura 3.** Venta de productos marinos, explanada de Caleta Portales, Valparaíso (Fuente: G. Saavedra).

En un registro estrictamente antropológico, hemos sistematizado un conjunto de testimonios narrados en los espacios de interacción etnográfica en orden a explorar o profundizar en el sentido de los mercados. En este contexto, desde el punto de vista de los actores locales - comerciantes y locatarios- sistematizamos tipos de respuestas o visiones frente dos temáticas: respecto del sentido o significado del mercado, concretamente bajo la pregunta ¿qué es este mercado [o feria] para Usted?, y en relación con el otro valor del mercado fuera del económico, bajo una segunda pregunta especificada como ¿qué otro valor, aparte del valor en dinero o típicamente económico, tiene este mercado [o feria] para Usted?

## Sobre los sentidos de los mercados costeros de lugar en Chile

### Los mercados como fuente de movilidad social y sustento de la vida material

De forma recurrente las narrativas asociadas al mercado se refieren predominantemente al sustento. Considerando que se aplicaron instrumentos en mercados o ferias territorialmente diferenciados, es posible sostener que este es un contenido transversal. Si bien se trata de sentidos diferenciados (sustento y movilidad social), en el siguiente relato ambos se superponen en un mismo eje de referencia:

Para la gente de acá, es su sustento. Aquí he visto trabajadores que tienen hijos profesionales... hijos estudiando en la universidad, o sea, es su sustento de día a día, pero no solamente por ir avanzando el día, sino que es por lograr que sus hijos sean profesionales... hay muchos casos que acá tienen hijos profesionales y eso es admirable. (Mario, comerciante de mariscos, Feria Presidente Ibáñez, Puerto Montt, octubre 2021).

En Calbuco, el testimonio de Alicia -vendedora de mariscos y pescados frescos y congelados, además de hortalizas y verduras en el mercado de La Vega- coincide con la apreciación anterior, añadiendo un elemento que también es remarcado con frecuencia: la dimensión de la vida familiar y de las relaciones de parentesco en los mercados:

Para mí es toda mi vida, porque de esto hice mi casa, crié a mis hijos, les di estudios... ahora les estoy ayudando... para mis nietos, para que estudien y este mercado es como todo, es [un] entorno familiar, todo significa entorno familiar, ¿por qué? A mi hija la puse acá por cocinería, eso significa que todo el producto que me queda a mí, yo se lo paso ella para que ella lo venda. (La Vega, Calbuco, noviembre 2021)

Andrea nos dice algo similar en Tongoy, más de mil kilómetros hacia el norte del país. Ella también vende mariscos en el mercado del balneario. Respecto de Calbuco y Puerto Montt, este es un espacio que, como se indicó más arriba, tiene una fuerte orientación al turismo, complementando la producción de ostiones y machas que se distribuyen en mercados nacionales e internacionales.

Yo crecí en este lugar como persona, esto fue como una escuela para mí, es como mi casa esto me dio para el estudio de mis hijos, esto me dio de comer, esto me dio para todo, para mi casita, para todas las cosas... ¿qué más le puedo agradecer a mi trabajo? (Mercado costero de Tongoy, enero 2022)

Estos testimonios, en este eje discursivo, evidencian la intersección de al menos dos planos reflexivos bastante nítidos. Por una parte, la idea de sustento en tanto fuente de ingresos, es decir, el mercado como espacio que permite sostenidamente en el tiempo -y por lo general en el marco de historias de familia- la reproducción de la vida material -en un registro sustantivo convencional (Polanyi, 2009). Y por otra parte, una narrativa de



movilidad social -que tiene diversas expresiones- centrada en las hijas y los hijos, patente en los dos primeros testimonios. Se advierte aquí cómo el espacio-mercado, localizado y cotidiano, provee una cierta estabilidad en las dinámicas familiares, económicas y relacionales, en cuanto expectativas de realización de proyectos vitales compartidos. Si el primer plano reflexivo modula la idea de sustento, donde la economía es una forma o estrategia de aprovisionamiento; en el segundo plano lo que está en el trasfondo es el futuro, como proceso esperanzador de construcción colectiva (Appadurai, 2015; Contreras, 2021).

Como planteamos más arriba, los mercados costeros de lugar constituyen expresiones territoriales de vidas económicas cuya localización implica y se caracteriza por notables articulaciones en las otras escalas de la economía -por ejemplo, mercados regionales, nacionales e internacionales o globales- y, en ese marco, también ensamblan en otros ámbitos como el político, religioso, educacional o social en general. Siendo parte de sistemas territoriales más complejos y diferenciados entre sí, observamos una cierta coincidencia con otros actores del espacio costero. Por ejemplo, en el contexto de conversaciones abiertas con familias de pescadores artesanales en las áreas litorales de los mercados (poblados y caletas), es frecuente aludir por parte de las personas que trabajan para que sus hijos e hijas “no pasen por lo que nosotros tuvimos que pasar”, “porque este es un trabajo muy sacrificado”. Lo anterior, en nuestra experiencia etnográfica, ha sido muy recurrente en zonas de pesca artesanal. Ciertamente encontramos el mismo tipo de testimonios entre comerciantes de productos del mar y locatarios de los mercados. Lo que nos comenta Brenda, exdirigente del mercado “el túnel” en la caleta Portales de Valparaíso, nos resulta elocuente y representativo:

Estamos quedando pocos... los chiquillos de nosotros no van a seguir en lo mismo. Por ejemplo, mi hija es una profesional, todo lo que yo he trabajado se lo di a ella, y ese trabajo es bien digno, pero ella me dice: ‘mamá tú me diste una profesión y esa profesión la voy a ejercer... y los hijos de mis compañeros de trabajo están en la misma, ¿Quién va a seguir después de nosotros?, ¿si no son nuestros hijos quien va a seguir? Ahí va a quedar... si yo trabajé mucho fue para que mi hija tuviera su profesión, para que no fuera lo que fui yo, para que no tuviera lo que yo tuve que pasar en mi niñez y en mi juventud, porque ese trabajo es difícil, es pesado. (Caleta Portales, Valparaíso, julio 2022)

En principio, ni la movilidad social ni la fuente de sustento constituyen sentidos exclusivos de los mercados costeros de lugar, cualquier trabajo o espacio productivo podrían atribuirlos. Pero sí parece relevante constatar que dos sentidos “positivos” contrastan con un tercer sentido de negación proyectada: nuestro sustento y lo que nos ha permitido (o permitirá) educar a nuestros hijos es algo que no quiero para ellos (o ellas). En el trasfondo simbólico de lo aquí retratado hay un momento sacrificial: pasamos frío, es pesado, es duro, “es sacrificado”. Es una síntesis de la vida, de unas biografías sociales, pero no cualquier vida o biografía, pues también hay aquí un momento identitario y que condiciona la reflexión sobre lo vivido. Es el sacrificado oficio de quien trabaja en un mercado o en una feria vendiendo pescados o mariscos, fileteando, desconchando, e incluso -como luego veremos-

pescando en el mar y luego comerciando los productos. Hay también un segundo contrasentido o ambivalencia: somos felices en este oficio, nos gusta estar en la feria (donde ocurre la vida social), o en el mar, donde somos libres, pero no lo queremos para nuestras hijas.

### **Los mercados como espacios del bienestar humano y comunalidad**

Si la movilidad social y el sustento de la vida material son los sentidos más recurrentes en los testimonios y en las conversaciones con las personas que comercian en los mercados costeros, la dimensión subjetiva tiene expresiones en valores tales como la felicidad, la libertad, el bienestar o -aunque parezca redundante- el sentido de la vida. En la noción de vida social es donde posiblemente cristalizan dichos valores, este es un tipo de declaración que también es muy frecuente. Es lo que nos dice Juan Carlos en Presidente Ibáñez, para quien la feria representa “de partida, el sustento para cada hogar” y aparte de eso, [te permite] “salir de la rutina diaria”, o Nora en Calbuco, destacando que de la feria valora especialmente “el cariño..., como tener el cariño, [pero] también puede ser un espacio de distracción, de tener contacto con la demás gente, un espacio de comunicación y un medio para que yo tenga dinero para mis gastos”. Dayana, en la Feria Fluvial de Valdivia alude -aunque de forma indirecta- a la idea de comunidad, de espacio social solidario (en el sentido durkhemiano del término): “aquí es como una familia, porque nos vemos todos los días..., todos preocupados uno del otro, si uno no vino en dos, tres días, al tiro empezamos a averiguar ¿y por qué no viene?, ¿qué le pasó?, ¿estará enfermo?”.

Lo anterior también es patente en Tongoy, uno de los espacios donde advertimos que las escalas del mercado local, nacional e internacional tienen un lugar muy preponderante, y donde la prosperidad parece tener cabida en cada una de ellas. En un grupo de conversación realizado con comerciantes y productores de ostiones, locos y machas, notamos que el valor de compartir espacios (de producción y venta) y proyectos (productivos y organizacionales o de gestión), o el valor de “trabajar juntos”, de “reírnos”, de “pasarle aquí”, etc., es significativo. Las hortaliceras de El Dao en Calbuco, parte de la comunidad indígena mapuche-huilliche Aduen, nos explican que “se gana mucho más vendiendo los productos en el mercado” Presidente Ibáñez de Puerto Montt, “pero igual nos reunimos todos los jueves para vender aquí en la ruca, porque nos podemos ver, estar juntas, compartir”.

En cada uno de estos casos, aun considerando las diferencias nítidas entre unos espacios y otros, la realización de lo común o la comunalidad constituyen ejes estructurantes de la vida social de las personas en los mercados. Sin idealizar los valores colectivos, pues se trata de espacios donde las motivaciones individuales son centrales (“el dinero para mis gastos”), y a partir de eso los proyectos de prosperidad personal, especialmente en registros familiares (la idea de movilidad social ancla en ello, sin duda alguna), no es posible advertir el sentido de estos mercados al margen de lo colectivo. Si bien el mercado localizado es en cierto modo

la extensión del hogar, donde ocurren y se reproducen las dinámicas familiares, nuestros registros etnográficos permiten constatar expresiones territoriales más allá de las relaciones de parentesco (al menos de las más estrechas). Es el caso de Calbuco, donde confluyen comerciantes de diferentes sectores del archipiélago y donde se entretajan alianzas y vínculos de colaboración. El denominado sector “La Vega”, por ejemplo, reúne a productores-comerciantes insulares, siendo frecuentes narrativas que denotan la organización entre vecinos para turnos de venta de productos en el mercado o bien para su transporte y distribución desde los nodos insulares. Situaciones similares constatamos en los otros mercados, en Puerto Montt y Valdivia. Aun cuando es una hipótesis por explorar, lo que permiten estos mercados es la realización de una forma de vida social, con evidentes dinámicas de comunidad. Esta no es una ecuación de costes y beneficios convencionales, al estilo ortodoxo, aunque tampoco es la economía íntegramente incrustada en la sociedad. Los matices son diversos, no obstante constatamos, ya más específicamente, que el mercado -no solo en tanto localización- está incrustado en la familia y también en la organización social, por ejemplo, en los sindicatos o en las asociaciones de comerciantes y pescadores.

No hay aquí un conjunto de agentes que operen al margen de esas relaciones, derivan de esos vínculos familiares y confluyen hacia esos vínculos. Las asociaciones indicadas más arriba coexisten con las relaciones familiares, las cuales son fundamentales para las economías locales y se sostienen en un nivel comunitario en el mercado. Sin embargo, en todos ellos se hibridan las lógicas de los mercados como espacios de intercambio, sobre todo monetario. Dicho de otro modo, en los mercados costeros de lugar coexisten las relaciones familiares y comunitarias (evidenciable en organizaciones formales e informales y en prácticas cooperativas) que inciden de manera diferenciada en las lógicas del intercambio monetario.

Complementariamente, en nuestros reportes etnográficos la referencia a vínculos familiares históricos también son frecuentes. Esto, además de refrendar el lugar estructurante de las relaciones de parentesco en los mercados actuales, nos permite advertir que se han entretajido en esas dinámicas a través del tiempo. Por ejemplo, prácticamente en todos los casos cuando hemos preguntado sobre el antes de los mercados las repuestas aludieron a relaciones filiales, es decir, a generaciones de abuelos, padres, madres, tíos, hijos, hijas, sobrinos que en una continuidad temporal han trabajado en los mercados, o que han sido productores y comerciantes de los recursos del mar y del bordemar.

A continuación, presentamos una síntesis de las narrativas más recurrentes sobre el sentido de los mercados costeros para parte de quienes allí trabajan (Tabla 1). En este caso la pregunta alude directamente al sentido que para las personas tienen esos espacios. Las repuestas tipo, como las citadas más arriba, fueron diferenciadas en tres niveles de recurrencia, donde aquellas que están presente en todas -o casi todas- las entrevistas tienen una recurrencia alta; en tanto las que predominan sin estar presente en todas o casi todas fueron definidas

como de mediana recurrencia; por último, aquellas que siendo recurrentes no están presentes en al menos la mitad de las entrevistas/respuestas fueron asignadas a una baja recurrencia.

**Tabla 1.** Síntesis de sentidos sobre mercados costeros de lugar en Chile

Sentido narrado	Concepto	Texto ilustrativo	Recurrencia
Fuente de movilidad social	El MCL como movilidad social es referencia de hijas o hijos que debido a los recursos económicos que reporta la actividad de comercialización acceden a estudiar profesiones que les permiten desempeñar otros trabajos, sin tener que sacrificarse como lo hicieron las generaciones del mercado. También alude al progreso en las formas de vida de las familias.	“Le di estudios a mis hijos, ahora le estoy ayudando a mis hijos para mis nietos, mis nietos para que estudien...” (Alicia, Calbuco).  “Esto me dio para el estudio para mis hijos, esto me dio de comer, esto me dio para todo...”. (Carlos, Tongoy).	Alta
Espacio de sustento	El MCL como sustento se enmarca en la concepción sustantiva de la economía, es decir, como provisión de recursos para la reproducción material de la vida social. También aquí advertimos la vinculación con los territorios (marino-costeros) que proveen los recursos base de ese sustento.	“[Es] el sustento de mi hogar, trabajamos los dos con mi marido lo mismo, por años y gracias a Dios nos mantenemos, mantenemos a nuestro hijo, eso” (Dayana, Valdivia).	Alta
Espacio de comunidad	El MCL como espacio de comunidad implica reconocer que los lugares donde ocurre el intercambio, en tanto espacios estables (ferias y mercados locales), son al mismo tiempo espacios de vida común, espacios cotidianos de relaciones solidarias, donde tienen cabida proyectos colectivos y valores compartidos.	[Es] “un espacio de distracción, de tener contacto con la demás gente, un espacio de comunicación...” (Nora, Calbuco).  “Es como una familia ... todos preocupados uno del otro” (Dayana, Valdivia)	Mediana
Espacio comercial/fuente de ingresos monetarios	El MCL como espacio comercial alude a su sentido convencional moderno, referido a la oferta y demanda, a la compra y venta del producto, a la obtención de ganancias a través del intercambio mediado por el dinero.	“Aparte que es lucrativo, porque como es su negocio de uno, entonces uno lo espera con ansiedad el, el, el día sábado” (Feria Presidente Ibáñez).	Baja

La tabla 1 sintetiza cuatro sentidos que, etnográficamente, se nos presentan nítidos y diferenciados, con una notable recurrencia en la movilidad social. En efecto, se trata de una narrativa que frecuentemente encontramos en espacios de vida económica tradicional y sobre

todo rural. Una narrativa que además entronca con un vector de análisis que también es parte de esta investigación, pero que, por ahora, solo nos limitaremos a esbozar: la pregunta por el futuro de los mercados costeros de lugar y de sus vidas económico-productivas o económico-extractivas asociadas. Aquí cabe preguntarse ¿quiénes serán entonces, en el futuro, los comerciantes de los MCL en Chile?, tal cual nos hicimos la misma pregunta en un proyecto sobre economías de pescadores. Si las nuevas generaciones están saliendo de los sistemas productivos tradicionales, a través de estudios y esfuerzos por estudios, ¿quiénes serán los/as pescadores del futuro?, y valga preguntarse entonces, ¿quiénes proveerán a los mercados?

Mucho más convencional, aunque menos recurrente, es la declaración por el sustento, declaración que además es genérica en su alusión a la reproducción de una forma de vida, o “sistema de vida”, como nos ha dicho recientemente Adriana en la Caleta Portales de Valparaíso: “estos son sistemas de vida”, es decir, “yo vivo de esto”, “esto nos ha dado todo”, “gracias a este trabajo tenemos un buen pasar”, etc., dicho de otro modo, es la base del sustento familiar.

El sentido de comunidad también presupone una menor recurrencia en las entrevistas y en las conversaciones de campo, o bien invocando mayores variaciones. Aquí advertimos al menos tres expresiones diferenciadas: por una parte, el mercado como espacio genérico para compartir con otras personas, incluyendo la actividad comercial y la vida social en general; en segundo lugar, los mercados como espacios de cooperación y amistad, con una serie de atributos subjetivos asociados (como alegría, felicidad, distracción); en tercer lugar, los mercados como espacios de tradición familiar. Esto implica que allí parece reproducirse la continuidad de un oficio que se hereda de generación en generación, incluyendo la persistencia de principios y valores como los aquí reseñados. Como nos cuenta Carlos en Tongoy, “es que en realidad soy nieto de un comerciante, sobrino de comerciante, ...era como algo arraigado”.

Finalmente, aunque predecible, el sentido convencional del mercado, es decir, el mercado como el espacio comercial donde se transan productos por dinero, también es invocado en las reflexiones de las personas. Ahora bien, no se trata del sentido que predomina y esto, desde nuestro punto de vista, sí es interesante. No obstante, suele ser parte de la idea de sustento, como su expresión mediada-monetaria, es lo que nos dice Luis en Tongoy al declarar que “lo mío era ganar plata, lo mío era estar acá”, o lo que nos comenta don Juan en Calbuco, pues “uno ya se gana sus pesitos igual ya uno, igual gana a veces uno gana 70, 80 lucas en el día”.

Investigamos desde un enfoque de dinamismo económico y cultural y por cierto identitario. Como sostienen Sahlins (1988) y en particular Graeber (2018), no hay estaticidad ni determinismo estructural, de tal manera que las identidades de oficio (comerciante de mariscos o pescados, o de productos del bordemar, o recolectora o pescador)

son dinámicas, cambiantes. Pero ese dinamismo identitario tiene arraigos particulares en los territorios porque es allí donde encuentra su fuente de sentido. No es una fuente de sustento, movilidad o comunalidad cualquiera, en realidad es esa fuente particular la que provee el sentido de la vida económica y más específicamente el sentido (biográfico y social) de la vida en el mercado.

## **Sobre el valor no monetario de los productos de los mercados costeros de lugar**

Acorde a la dimensión simbólico-cultural de las mercancías (Appadurai, 1986; Kopytoff, 1986) formulamos la pregunta por el valor no convencional (no monetario) de los productos del mar o de las economías litorales, esto incluye algunos provenientes de la agricultura familiar, especialmente en el sur (Valdivia, Puerto Montt y Calbuco). Nuestro propósito específico era visualizar hasta qué punto algunos productos tenían un componente de tipicidad, es decir, cuyas cualidades y características permitieran definirlos como propios de un territorio o lugar (Vandecandelaere et al, 2010). Evidentemente, de acuerdo con los resultados de nuestras observaciones y entrevistas, el valor de los productos difiere de esquemas exclusivamente convencionales, centrados en el valor monetario o en sentidos instrumentales que podríamos asociar al consumo alimentario. La tendencia en varios interlocutores fue aludir al dinero como medio para el sustento, de modo que el valor destacado de las pesquerías o productos del mar era instrumental, base para la generación de ingresos. El siguiente testimonio nos lo entrega Juan, hijo de un locatario en el mercado presidente Ibáñez de Puerto Montt:

Es la principal entrada de dinero que tienen ellos, es con lo que sobreviven, porque tú sabes que los sectores rurales la gente no trabaja con contratos ni nada... porque nunca impusieron, la gran mayoría, ahora ya no... Los hijos, digamos o nietos, que somos nosotros en este caso, ya trabajamos con imposiciones, pero la gente que se quedó en el sector trabajando, ahí nadie. Es su principal fuente laboral, es su entrada de dinero. (Puerto Montt, octubre 2021)

Se advierte en este relato, además, la diferencia generacional, pero ya no como proyección de futuro sino como retrospectiva de un futuro que ya ocurrió. En cierto modo, se trata de un sentido instrumental que es transversal en la actividad económico-productiva, donde el mercado o la feria como lugar (en el apartado anterior) y lo que allí se comercializa es fuente de ingresos monetarios.

Un sentido recurrente en espacios conversacionales de mayor reflexividad alude como concepto general al valor territorial de los productos. Bajo esta referencia se destacan tres aspectos o cualidades identitarias: en primer lugar, la incrustación del territorio, casi siempre mencionada como “producto de la zona”, “lo sacan aquí”, cuyo diferencial estribaría en los atributos positivos que en esa reflexión tiene el lugar. Esto nos conduce a una segunda cualidad: la inocuidad de los productos, es decir, se trataría de un producto confiable, fresco,

de aguas no contaminadas, pero también de un origen conocido por los comerciantes de los mercados. En este caso, la alusión a la inocuidad, no siendo propiamente una cualidad de lo típico, sino de cómo se valora o concibe un alimento o producto que puede ser típico (o no serlo). Si bien esta referencia es selectiva -no es válida para todos los productos ni para todos los mercados- tampoco deja de ser recurrente. En tercer lugar, el trabajo puesto en el producto, tal como nos lo dice Luis en Calbuco:

tiene que haber otro valor en ese producto al que se le dedica tiempo... nosotros no estamos pensando en hacer el salto del canguro. El salto del canguro es que produzcamos hartos porque a la gente no le interesa qué se va a servir, no le interesa; entonces nosotros queremos marcar la diferencia y mostrarle a las personas que lo que se está sirviendo realmente tiene sabor. (Putenío, Calbuco, septiembre 2021)

No es solo la valoración del tiempo de trabajo, sino que es un tipo de tiempo que cabría denominar tiempo reproductivo, es decir, vinculado a los ciclos y ritmos de los recursos y productos que, estando inserto en estos ciclos y ritmos productivos, se vivencia de un modo cotidiano progresivo, propio de los flujos de la naturaleza, contraponiéndose a la producción mercantil masiva, enajenada si lo leemos matizando la tesis de Marx sobre el trabajo asalariado en el capitalismo.

Ciertamente, a la inversa de lo que supone el fetichismo de la mercancía (Marx, 1975), donde el obrero se concibe a sí mismo como ajeno al fruto de su trabajo y donde este es completamente opaco, sino invisible, transmutado en la mercancía, este tipo de expresiones o declaraciones reconocen atributos (incluyendo la subjetividad arraigada en lo producido) que dan cuenta de una consciencia del valor (en plural) y de cómo el trabajo y el territorio (el lugar) son constitutivos de ese valor. Insistimos, se trata de los espacios conversacionales donde alcanzamos mayores niveles dialógicos de reflexividad y donde ciertamente no se dan las condiciones que Marx describe para el trabajo asalariado. Los dos primeros testimonios corresponden a personas entrevistadas en Calbuco (islas Puluqui y Quihua), el tercero emana de un grupo de conversación realizado con productores y comerciantes en Tongoy: “Yo lo he escuchado de algunas personas, llegan personas [y preguntan] ¿lo trabaja usted señora?, y sí pues, si por eso lo vengo a vender, yo lo trabajo, porque esto no tiene ningún químico, [igual] las otras verduras” (Alicia, isla Puluqui, Calbuco, mayo 2022). La segunda reflexión es extensa, pero nos reporta el sentido que alude al valor territorial con particular nitidez conceptual en las palabras de Juan Carlos Cachi (isla Quihua, Calbuco):

Además del valor económico que trae, [está] el valor que uno le da, que es algo que tú produces, que tú lo ves crecer... uno le tiene como un cariño a sus cosas. Es una cosa un tanto extraña, ver crecer tus papas, tus lechugas, hay como una satisfacción en uno. Y eso para mí tiene un valor... porque es un producto tuyo, que tú produces... tú sientes... la satisfacción que la persona que se va a servir una lechuga va a comer algo sano. Que no va a comer algo que venga de, no sé, de tres días de viaje. Entonces, se tiene un valor, es como tu imagen. Y es como la ética que tú tienes, también, de productor... eso,

para mí, tiene un valor también. Es tu identidad, es tu sello. (San Antonio, Calbuco, agosto 2021).

No obstante, lo ya evidenciado -no solo aquí sino en los relatos previos-, la reflexión sobre el valor es útil para conducirnos precisamente al plano de la tipicidad: Es lo que nos dice José en Puerto Montt, asociando la dimensión culinaria a un valor simbólico e histórico-cultural:

O sea, [un valor] cultural, por ejemplo, tradicional... acá, lo tradicional es para la Semana Santa hacer un curanto, en venir a comprar mariscos, ya sea almejas, choros y cholgas es tradición... obviamente le da un valor diferente a los productos y a esos productos en general, que es la cholga, la almeja y el chorito. (Feria Presidente Ibáñez, octubre 2021)

Si bien la tipicidad suele asociarse a determinados productos, tal condición se relaciona frecuentemente con la preparación o transformación de los alimentos: la cholga seca, la sierra ahumada, el luce (algas disecadas), el ceviche, el ostión en concha con limón, etcétera. Como ha sido indicado más arriba, se trata de la acción social, del saber-hacer, incrustado en esos productos. Es reconocer, por una parte, el valor de la tradición culinaria -el curanto, en el caso del sur- y la importancia de ciertos productos que son considerados típicos (ver figura 4). Por otra parte, un valor que hemos denominado inmaterial-territorial y que es muy recurrente como atributo simbólico declarado reflexivamente, pero no necesariamente explícito como cualidad identitaria. Este valor o esta valoración aparece sobre todo en espacios donde advertimos un vínculo estrecho con la producción. Pudimos observar lo aquí señalado en otros resultados donde analizamos el valor en un sentido no convencional (Saavedra y Navarro, 2020).





**Figura 4.** Curanto al hoyo, familia de señora Ester, isla Puluqui, Calbuco (autor: A. Bello)

La Tabla 2 sintetiza los otros valores de los productos que los mercados costeros de lugar relatados por los propios comerciantes. Tal como hicimos el caso anterior (el sentido de los mercados), proponemos -bajo idénticos criterios- establecer una distinción entre alta recurrencia (en todos o casi todos los relatos), mediana recurrencia (en la mayoría sin ser dominantes) y baja recurrencia (presente, significativos, pero no en la mayoría de los relatos).

**Tabla 2.** Síntesis de otros valores de productos bordemarinos en mercados costeros de lugar en Chile

Valor narrado	Conceptualización	Texto ilustrativo	Recurrencia
Valor de lugar	Los productos del mar y los del bordemar son invocados genéricamente como propios de un territorio, siendo ese espacio-territorio o el espacio-lugar el que reporta ese valor al producto. No obstante, también implica valorizar el trabajo que las personas incorporan en los productos.	“A la gente le gusta mucho la merluza de Portales, porque es muy sanita, es durita, a la gente le gusta ver el pescado saltando... eso es muy atrayente para el público” (Adriana, Caleta Portales, Valparaíso).	Alta
Valor de trabajo	Los productos del mar y del bordemar tienen incorporado trabajo o tiempo de trabajo, este valor (derivado de acciones concretas) es reconocido por diversos actores en los MCL o en los flujos de proximidad territorial.	“...que tenga alguna característica que yo al verlo sepa que eso lo están produciendo mujeres campesinas que pertenecen a una comunidad, que está luchando por preservar sus costumbres, de tratar de mantener una vida sana” (Jésica, El Dao, Calbuco).	Alta
Valor simbólico identitario o de tipicidad	Los productos del mar son reconocidos como típicos, presuponiendo un valor simbólico-identitario en sí mismo, pero casi siempre invocando al territorio. No obstante, no es el producto en sí mismo sino la acción humana-social inscripta en ese producto.	“El ostión tiene un valor enorme aquí en lo que es Tongoy... el 70 sino el 80 por ciento del pueblo depende del ostión. Todo en sí es un ciclo que se mueve aquí en Tongoy...” (Ricardo, Tongoy).  “Lo típico de aquí puede ser el chuañe, el milcao, el chaitún, el curanto mismo...” (José, Choque, Calbuco)	Mediana
Valor nutricional/culinario	Los productos del mar tienen un valor en tanto alimento sano y nutritivo. Se destaca en tanto diferencial respecto de otros alimentos.	“...lo que nosotros sacamos y vendemos acá es un alimento sano, nutritivo, que alimenta a la gente que lo necesita, y a un precio accesible” (Héctor, Mercado Caleta Portales, Valparaíso).	Mediana
Valor de inocuidad/pureza	Los productos del mar locales tienen un valor de inocuidad, son alimentos confiables.	“...el cariño [con] que uno lo cultiva, y no teniendo una invasión de productos químicos, yo creo que ese es un valor más allá de lo comercial. Porque no está invadiendo tu salud” (Jesica, El Dao, Calbuco).	Mediana

Complementariamente, sostendremos que los testimonios recopilados expresan estas cualidades en un continuo, de tal manera que estos valores se revelan narrativamente relacionados. En efecto, son todos parte de un entramado social de sentidos y acciones que producen esos sentidos, y que aquí concebimos como valor. Es precisamente lo que advertimos en declaraciones (recurrentes) que integran dos o más de esas cualidades: "...por eso lo vengo a vender, yo lo trabajo, porque esto no tiene ningún químico, [igual] las otras verduras" (Juan Carlos, San Antonio, Calbuco).

La síntesis propuesta en la tabla 2, permite observar dos tipos de valor que luego hemos diferenciado según especificidades registradas en los testimonios más recurrentes. Por una parte, lo que podríamos definir como el valor cultural y social, donde son nítidas las expresiones o invocaciones territoriales o de lugar, pero también la dimensión del trabajo productivo y, por otra parte, aquellas referidas a sus propiedades biológicas y organolépticas, donde es posible diferenciar el valor nutricional y el valor de inocuidad. Ahora bien, en estricto rigor las cinco expresiones podrían admitirse como de tipo cultural y más específicamente con anclaje territorial. En efecto, las narrativas constituyen continuos discursivos con inflexiones más o menos reflexivas, donde es posible reelaborar esa continuidad en la lógica analítica de nuestros interlocutores. Es lo que, por ejemplo, observaríamos en algunas alusiones a los productos típicos de cada mercado. Así, el ostión es característico de Tongoy (es el producto típico), y los es porque en ese lugar, en ese espacio marino-costero, se da y se prepara el ostión, es decir, es "de la zona", ello lo hace confiable, para quienes lo comercializan en los mercados locales (en Tongoy y Coquimbo).

Lo anterior no solo ocurre con los productos típicos en cada mercado y con mayor precisión en cada mercado-territorio, sino con todos los productos locales que cabe asociar o identificar con el territorio o espacio marino costero del lugar, pero que además se despliegan a partir de sus valores en algunas de las 4 escalas del mercado que aquí hemos destacado (local, regional, nacional e internacional). Por ejemplo, la sierra en Valdivia, o la merluza común en Valparaíso son productos de escala local y regional, y sus atribuciones sociales derivan de su reputación en esos mercados. Algo muy distinto a lo que ocurre con el chorito en Puerto Montt y sobre todo con el ostión en Tongoy, ambos presentes en todas las escalas, pero cuya reputación como producto local deriva de su (alta) demanda internacional.

Es evidente, por otro lado, que existen diferencias entre unos y otros espacios. Sostenemos que dichas diferencias, más allá de lo positivamente constatable (por ejemplo, emplazamientos urbanos o rurales, o más o menos turísticos, entre otros), derivan de las particularidades en cuanto a la identidad o anclaje territorial de los mercados, y por supuesto, de lo que Gudeman y Rivera (1990) denominan "modelos locales" de economía, con notables particularidades ideosimbólicas. Es así como resulta patente en los territorios-mercado del sur-austral bordemarino el arraigo al lugar (mucho más que en Valparaíso, por citar un caso de contraste), donde el otro valor de los productos se expresa en el "olor, en el

sabor, en la frescura” -según nos dicen Patricia, María y Miriam en el Dao- y sobre todo “en nuestro trabajo”. Es probable que este tipo de valoraciones, en zonas de integración tierra e intermareal (zona de recolección), constituyan una condición simbólica con matices relevantes respecto de áreas litorales donde el arraigo de la tierra este menos presente o incluso ausente, y por lo tanto el trabajo de las mujeres (y sus experiencias reproductivas alimentarias) sea más limitado.

## Discusión y conclusiones

Los mercados costeros de lugar constituyen espacios de confluencia territorial, persistiendo una larga e inmemorial tradición de intercambios que en algunos casos data de tiempos prehispánicos y en otros de tradiciones más tardías, pero hondamente arraigadas en sus localizaciones y vidas económicas. Nuestros resultados revelan que el mercado en su escala local es simultáneamente un ensamblaje de redes que dan cuenta de localizaciones, deslocalizaciones y flujos permanentes. En este marco, en la formulación de nuestra investigación, propusimos la noción de territorio-mercado, derivando, pero al mismo tiempo ampliando el principio integrador al que Polanyi (2003) recurre para definir el mercado, es decir, el espacio donde ocurre el intercambio.

Al posicionarnos más allá del eje de la producción, frecuentemente abordado en los estudios de antropología económica para situarnos también en el intercambio y la circulación, el propósito de desentrañar la opacidad de los MCL ha implicado la posibilidad de advertir dinámicas diferenciadas que ocurren también en los flujos y en la deslocalización. Nuestro foco etnográfico, sin embargo, está puesto en los sentidos y valores, tanto de los mercados como de los productos que allí se intercambian y comercian. La opacidad del mercado tiene relación con lo que Godelier (1990) advierte al reconsiderar el esquema de Polanyi, pues los principios integradores que institucionalizan el proceso económico son coexistentes y, podríamos decir, jerárquicos, de tal modo que como ocurre en nuestras sociedades (y en las que hemos investigado) el intercambio monetario es predominante, pero complementario con diversas formas de redistribución y reciprocidad, desde los esquemas igualitarios o generalizados a aquellos asimétricos, marcados por relaciones de poder y prestigio (Sahlins, 1977). Si a este mosaico de expresiones institucionalmente fluidas o normativamente dinámicas, añadimos variables de análisis ideo-simbólico -como el mismo Godelier ha propuesto-, emerge lo que Gudeman (2001) denominó modelos culturales locales. Estos modelos, condicionantes de la vida económica, son en realidad sistemas de valores que particularizan los marcos normativos que regulan la producción, el intercambio, la circulación y el consumo. Es por lo tanto en ese esquema normativo donde observamos, registramos e interpretamos el decurso de la vida económica en el mercado, y es allí donde desentrañamos su opacidad.

Más allá de un sentido abstracto donde se despliegan un conjunto de operaciones financieras en múltiples escalas, territoriales e informacionales, prevaleciendo una lógica ortodoxa-formal de costes y beneficios, advertimos que, en la escala de localización del mercado como lugar, ese sentido ortodoxo -anticipado en nuestra hipótesis de investigación- es largamente desbordado por las formas sociales de la vida económica que ocurren en dichas localizaciones. Pero también, podríamos plantear que el mercado como institución económica desborda el aspecto (sentido) puramente sustantivo, para advertir al menos otros dos sentidos que, aunque relacionados a la idea de sustento, implican otras cualidades; por una parte, el mercado como fuente de movilidad social, algo que -insistiremos en ello- es recurrente en otros espacios de reproducción de la vida material (economías tradicionales o populares), donde podríamos sintetizarlo en declaraciones del tipo: “gracias a este trabajo puedo dar educación a mis hijas e hijos, para que tengan una profesión y no pasen por lo que yo he pasado”. Como fue planteado en la presentación de resultados, este sentido tiene una alta recurrencia en los testimonios recopilados. Ya habíamos subrayado lo que aquí podríamos señalar como una paradoja sobre el futuro, pues al mismo tiempo que se declaran ambos sentidos altamente positivos (el sustento y la movilidad social), se puede entrever la incertidumbre respecto de unas nuevas generaciones ausentes en los mercados del futuro.

Los resultados evidencian que, por otra parte, los MCL son espacios de comunalidad, persistencia o reconfiguración de relaciones comunitarias. No se trata de una idealización, pues lo que observamos es una coexistencia de lógicas propias del mercado en un sentido convencional moderno con formas de sociabilidad más cercanas a las relaciones cara a cara que se desenvuelven ancladas en dinámicas intersubjetivas diádicas, fundamentales o subyacentes a los intercambios monetarios y no monetarios culturalmente modelados. Este tipo de mercados son espacios de sociabilidad, por ejemplo, de cuidados de hijos e hijas, quienes internalizan el oficio del mercado; algo interesante si lo contrastamos con la incertidumbre de unas nuevas generaciones que en el futuro no se proyectan en los MCL. Hay ciertamente un tipo de testimonio que también es recurrente y que matiza dicha incertidumbre: “mi hija [mi hijo] estudió [cosmetología, educación parvularia, enfermería], pero cuando viene o cuando puede me ayuda con el negocio [o sale a pescar conmigo]”. Podríamos decir que estamos ante una incertidumbre de la propia incertidumbre, pues ese matiz implica que no se trata de un futuro clausurado para las nuevas generaciones. Dicho de otro modo, en la valoración reflexiva de lo propio (de lo que ha reportado el sentido de la vida, aun siendo una experiencia de sacrificio) parece residir la limitación de los contenidos de esa incertidumbre, pues siempre se podrá volver a la tradición.

Aun cuando el sentido de la transacción comercial en dinero -y lo que implica como fuente de ingresos- declarativamente no es predominante, podríamos decir que es basal y evidente. Sin embargo, es relevante destacar que incluso este sentido nada tiene que ver con la lógica de acumulación de capital, donde el valor reside en el propio dinero, más bien lo

que advertimos aquí es su instrumentalización como medio para reproducir una forma de vida.

Lo anterior se refleja igualmente en el valor declarado de los productos o de las pesquerías. La pregunta aquí es explícita: ¿qué valores no pecuniarios tienen estos productos? Los cinco valores sistematizados a partir de nuestro registro etnográfico (lugar, trabajo, identitario-tipicidad, culinario-nutricional e inocuidad) nos sitúan en un plano geográfico-antropológico. En los tres primeros, confluyen componentes propiamente geoespaciales con otros nítidamente antropológicos. Por una parte, la alusión al lugar es evidente bajo nomenclaturas tales como “son de aquí”, “son productos de la zona”, “son lo típico de aquí”, ciertamente son referencias que entroncan de forma explícita en los enfoques que desde la geografía (Claval, 2002; Raffestin, 1993) y más tarde desde la antropología (Bello, 2011; Escobar, 2014) establecen la inherencia de las subjetividades y el espacio vivido (Ther, 2012), algo que también tiene sentido admitir en la relación indisoluble y permanente entre en materialidad e idealidad (Godelier, 1990). Aquí parece residir la noción de tipicidad, tal como ha sido invocada en los estudios de los sistemas agroalimentarios localizados (Muchnik et al., 2011; Romano y Rochi, 2006), es decir, básicamente una diferenciación anclada en el territorio, en sus *know-how* y en sus cualidades sociales. Por otra parte, es patente la consciencia de las acciones asociadas a la biografía de los productos (Appadurai, 1986), incluyendo el trabajo humano y la subjetividad del trabajo puesta en la “mercancía”. Tiene sentido entonces, como hace Graeber (2018), sostener que el valor reside y emana de las acciones sociales implicadas (y narradas) en la producción, en la circulación y en el consumo.

A partir de los fundamentos reportados por nuestros interlocutores, el reconocimiento de valores culinario-nutricional y de inocuidad entronca, primero, en la subjetividad de quien sabe dónde y cómo se extrae o produce un alimento bordemarino, incluso siendo parte de ese proceso (“se produce o se sacan de aquí mismo”, “lo cultivamos y los cosechamos con nuestras propias manos”); segundo, esto remite nuevamente al conocimiento del lugar que es territorialmente vivido como propio y que por lo tanto implica confianza; y tercero, en lo que podríamos entender como un acto de fe, es decir, este conocer en donde y el saber-hacer son prueba de su calidad nutricional y de su inocuidad. No obstante, lo anterior no implica ni lo uno ni lo otro. Por una parte, los productos de mar que se comercializan en los mercados locales no son inocuos por defecto. Solo a modo de ejemplo, las condiciones de frío o la trazabilidad -aun estando asociadas a cadenas cortas- tienden a ser opacas; por otra parte, en el caso de los productos agrícolas, estos no suponen de forma predominante prácticas de diferenciación en ese plano (por ejemplo, de agricultura orgánica).

Las capacidades reflexivas e imaginativas, sin duda inherentes en la condición social, implican que sí es posible pensar conscientemente en otras formas de organización de la vida económica. En clave de mercados esto implica otras formas de producir ingresos, pero sobre todo otras formas de producir valor. Esto, no necesariamente significa una correlación

funcional con el sistema de precios asegurando, por ejemplo, una mayor retención de excedentes monetarios en el territorio. Es evidente que la apropiación del valor, entendido en un sentido antropológico amplio -incrustado en la matriz simbólico-identitaria del sistema social-, podría derivar en un proceso de construcción de futuros de mayor prosperidad para los MCL y los territorios-mercado. Esto incluiría, por supuesto, una mayor retención de valor en forma de dinero, aunque no se limita exclusivamente a ello. Sin embargo, parece que esto exige avanzar más allá de la idea del mercado como un simple espacio de intercambio en un sentido ortodoxo, para concebirlo y concebirlos como expresiones más profundas del orden social; es decir, como espacios de vida colectiva, de sociabilidad, de progresión social y de realización personal, donde se comercian e intercambian productos locales y no tan locales, fruto del trabajo humano y de la sustentación del territorio. En muchos sentidos, los mercados costeros de lugar se nos revelan como espacios donde la economía en general y el trabajo en particular son expresiones de formas de vida autoconscientes, o que al menos tienen ese potencial.

La particularidad de los MCL deriva de los productos que allí se comercializan e intercambian. Es en ese tipo de productos y no en otros donde reside el fundamento y la identidad del mercado, en cuanto son expresión de redes territoriales, de prácticas extractivo-productivas, de elaboración y de comercialización (caseros/as, turistas, restaurantes), pero también de vida social y simbólico-cultural. Las relaciones socio-territoriales y los saberes inmersos en estas prácticas configuran el modo de vida de los territorio-mercados costeros, es aquí donde estriba el sustento, la comunalidad y por supuesto el deseo de movilidad social.

## Agradecimientos

Este artículo fue escrito en el marco del proyecto ANID/Fondecyt Regular/1211958 “Sistemas pesquero-artesanales y mercados costeros de lugar en Chile. Una investigación antropológica sobre la opacidad de la economía”, financiado por la Agencia Nacional de Investigación y Desarrollo. Agradecemos a las y los pescadores, productores, comerciantes y clientes de los mercados costeros de Calbuco, Puerto Montt (Presidente Ibáñez), Valdivia (Feria Fluvial), Valparaíso (Caleta Portales) y Tongoy, por su generosidad y por compartir sus testimonios; a nuestro equipo de asistentes de investigación, María Pía Torres, Camila Flores, Paula Espinoza, Juan Carlos Muñoz, Claudio Contreras, Martín Cerda y José Barriga, por su profesionalismo y compromiso; a las y los evaluadores de Estudios Atacameños. Gonzalo Saavedra agradece al Centro IDEAL/FONDAP/15150003.

## Referencias citadas

Aguirre, C., Mondaca, C. y Muñoz, W. (2018). Desarrollismo y capitalismo en espacios marinos. La industrialización de la pesca en Iquique, Norte de Chile. *Interciencia*, 43(9), 611-618.

- Almonacid, F. (2020). Reconstrucción y transformación en la ciudad de Valdivia, 1909-1932. *Historia* 396, 10(1), 1-32.
- Appadurai, A. (1986). *La vida social de las cosas. Perspectiva cultural de las mercancías*. Grijalbo.
- Appadurai, A. (2015). *El futuro como hecho cultural*. Fondo de Cultura Económica.
- Applbaum, K. (2005). The Anthropology of Markets. En J. Carrier (Ed.), *Handbook of Economic Anthropology* (pp. 275-289). Edward Elgar. <https://doi.org/10.4337/9781845423469.00029>
- Banco Central. (2022). *Indicadores de Comercio Exterior. Cuarto trimestre*. <https://bit.ly/4d6vKMr>
- Bello, A. (2011). Espacio y territorio en perspectiva antropológica. El caso de los purhépechas de Nurío y Michoacán en México. *Cuhso*, 21(1), 41-60. <https://doi.org/10.7770/cuhso-v21n1-art119>
- Bestor, T.C. (2004). *Tsukiji: The fish market at the center of the world*. University of California.
- Bird-David, N. (2004). Las economías: una perspectiva económico cultural. *Porik An*, (9), 99-129
- Block, F. (2003). Introducción. En K. Polanyi (Ed.), *La gran transformación. Crítica del liberalismo económico* (pp. 21-41). Fondo de Cultura Económica.
- Bohannan, P. y Dalton, G. (Eds.) (1962) *Introducción. Markets in Africa* (pp.1-26). Northwestern University.
- Braudel, F. (1989). *El Mediterráneo. El espacio y la historia*. Fondo de Cultura Económica.
- Braudel, F. (2008). *El Mediterráneo y el mundo mediterráneo en la época de Felipe II*. Fondo de Cultura Económica.
- Bourdieu, P. (2023). *Antropología económica. Curso en el Collège de France (1992-1993)*. Fondo de Cultura Económica.
- Calva, J.L. (1988). *Los campesinos y su devenir en las economías de mercado*. Siglo XXI.
- Claval, P. (2002). El Enfoque Cultural y las Concepciones Geográficas del Espacio. *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, (34), 21-39.
- Caro, A. (2018). *Calbuco mariscador: desarrollo de la industria conservera calbucana entre las décadas de 1930 y 1980* [Tesis de licenciatura no publicada]. Pontificia Universidad Católica de Valparaíso.
- Carrasco, R. (2018). *Melipulli, astillero principal del Reloncaví 1750-1850. Historia del antiguo Puerto Montt*. Cuatro Colinas.
- Clifford, J. (1991). Sobre la autoridad etnográfica. En C. Reynoso (Comp.), *El surgimiento de la antropología posmoderna* (pp. 141-170). Gedisa.
- Comaroff, J. y Comaroff, J. (2011). *Etnicidad S.A.* Katz.
- Comas D' Argemir, D. (1998). *Antropología económica*. Ariel.
- Contreras, R. (2021). Para una antropología de los sueños humildes. Elementos para trascender el presente etnográfico. *Memória em Rede*, 13(24), 178-207. <https://doi.org/10.15210/rmr.v13i24.20462>



- Couyoumdjian, J. R. (2009). El mar y el paladar: el consumo de pescados y mariscos en Chile desde la independencia hasta 1930. *Historia*, 42(1), 57-107. <https://doi.org/10.4067/S0717-71942009000100002>
- Crona, B. I., Basurto, X., Squires, D., Gelcich, S., Daw, T. M., Khan, A., Havice, E., Chomo, V., Troell, M., Buchary, E.A. y Allison, E. H. (2016). Towards a typology of interactions between small-scale fisheries and global seafood trade. *Marine Policy*, 65, 1-10. <https://doi.org/10.1016/j.marpol.2015.11.016>
- Dardot, P. y Laval, C. (2013). *La nueva razón del mundo. Ensayo sobre la sociedad neoliberal*. Gedisa.
- Escobar, A. (2014). *Territorios de diferencia: lugar, movimientos, vida, redes*. Universidad del Cauca. <https://doi.org/10.2307/j.ctvpv504m>
- Foucault, M. (2009). *Nacimiento de la biopolítica*. Akal.
- Gago, V. (2015). *La razón neoliberal. Economías barrocas y pragmáticas popular*. Traficante de sueños, Tinta Limón.
- García Canclini, N. (1990). *Culturas Híbridas. Estrategias para entrar y salir de la modernidad*. Grijalbo.
- Geertz, C. (1978). The Bazaar Economy: Information and Search in Peasant Marketing. *American Economic Review*, 68(2), 28-32.
- Geertz, C. (1983) *Conocimiento Local*. Paidós.
- Geertz, C. (2000). *La interpretación de las culturas*. Gedisa.
- Godelier, M. (1990). *Lo ideal y lo material*. Taurus.
- Godelier, M. (2014). *En el fundamento de las sociedades humanas. Lo que nos enseña la antropología*. Amorrortu.
- Graeber, D. (2018). *Hacia una teoría antropológica del valor*. Fondo de Cultura Económica.
- Guarda, G. (1965). *Un río y una ciudad de plata: Itinerario histórico de Valdivia*. Universidad Austral de Chile.
- Guarda, G. (2001). *Nueva historia de Valdivia*. Universidad Católica de Chile.
- Gudeman, S. (2001). *The Anthropology of Economy: Community, Market, and Culture*. Blackwell.
- Gudeman, S. y Rivera, A. (1990). *Conversations in Colombia: The Domestic Economy in Life and Text*. Cambridge University. <https://doi.org/10.1017/CBO9780511558009>
- Harvey, D. (2007). *Breve historia del neoliberalismo*. Akal.
- Harvey, D. (2011). *Espacios del capital*. Akal.
- Hayek, F. (2002). *Caminos de servidumbre*. Alianza.
- Hinkelammert, F. (2001). *El nihilismo al desnudo. Los tiempos de la globalización*. Lom
- Hinkelammert, F. y Mora, H. (2005). *Hacia una economía para la vida*. Asociación Departamento Ecueménico de Investigaciones.

- Kopytoff, I. (1986). "La biografía cultural de las cosas: la mercantilización como proceso", En A. Appadurai (Ed.), *La vida social de las cosas. Perspectiva cultural de las mercancías* (pp. 89-122). Grijalbo.
- Kluger, L. C., Taylor, M. H., Wolff, M., Stotz, W. y Mendo, J. (2019). From an open-access fishery to a regulated aquaculture business: the case of the most important Latin American bay scallop (*Argopecten purpuratus*). *Reviews in Aquaculture*, 11(1), 187-203. <https://doi.org/10.1111/raq.12234>
- Larraín, J. (2001). *Identidad chilena*. Lom
- Laval, C. (2015). Antropología del sujeto neoliberal. [Ponencia]. Seminario «Pensar con la Antropología». Laboratorio Sophiapol, Universidad Paris Oeste, Nanterre La Défense.
- Lavín, J. (1987). *La revolución silenciosa*. Zig-Zag.
- Mac-Gregor, B. (2020). *La feria fluvial de Valdivia: etnografía de un espacio económico-cultural en el contexto del capitalismo neoliberal en Chile* [Tesis de Licenciatura no publicada]. Universidad Austral de Chile.
- Macías, A. y Saavedra, G. (2021). Sustainability and immaterial commons: Rentier appropriation and intermediation in the artisanal fishing space of southern Chile. *Journal of Cultural Economy*, 14(2), 209-224. <https://doi.org/10.1080/17530350.2020.1818600>
- Malinowski, B. (2001). *Los argonautas del Pacífico Occidental: comercio y aventura entre los indígenas de la Nueva Guinea Melanésica*. Península.
- Malinowski, B. y De La Fuente, J. (2005). *La economía de un sistema de mercados. Un ensayo de etnografía contemporánea y cambio social en un valle mexicano*. Universidad Iberoamericana.
- Martínez Díaz, P. (1859). Comunicación del gobernador marítimo de Coquimbo don Pedro Martínez Díaz al intendente de la provincia, 6 de mayo de 1854". *Documentos parlamentarios. Discursos de apertura en las sesiones del Congreso, i memoria ministeriales en los últimos tres últimos años del primer quinquenio de la administración Montt (1854-1856)* (Vol. 5, pp. 179-180). Impr. del Ferrocarril.
- Marx, K. (1975). *El capital: crítica de la economía política. El proceso de producción del capital* (Vol. 1) Fondo de Cultura Económica.
- Mintz, S. W. (1982). Sistemas de mercado interno como mecanismos de articulación social. *Nueva Antropología*, 6(19), 11-28.
- Molina, J. L. y García, H. V. (2007). *Invitación a la antropología económica*. Bellaterra.
- Montañés M. (2013). Diseño científico de muestras estructurales. En *Actas del II Congreso Nacional sobre Metodología de la Investigación en Comunicación* (pp. 841-856). Universidad de Valladolid.
- Muchnik, J, Sanz-Cañada, J. y Torres Salcido, G. (2011). Sistemas agroalimentarios localizados: estado de las investigaciones y perspectivas. *Estudios Latinoamericanos (México)*, (27-28), 33-49. <https://doi.org/10.22201/cela.24484946e.2011.27-28.49375>
- Munita, D., Mera, C. R., Arregui, I. y Manneschi, M. (2011). Funebría de grupos canoeros durante el Holoceno tardío en la región de los lagos. El conchal de Yaco Alto- 1, Calbuco, Chile. Cazadores-Recolectores del Cono Sur. *Revista de Arqueología*, 6, 17-41.

- Muñoz, J. C. y Saavedra, G. (2022). Transformaciones económico-culturales en el espacio pesquero chileno: aproximación histórica a la explotación de los recursos bentónicos. *Revista de historia*, 29(2), 569-608. <https://doi.org/10.29393/RH29-35TEMS20035>
- Olivares, H., Muñoz, J.C., Contreras, C. y Correa, C. (2023). *Cataclismo. Memorias de la megacatástrofe de 1960*. Fondo Nacional del Patrimonio Cultural.
- Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura. (2017). *Guía para el desarrollo de mercados de productores Proyecto "Creación de Cadenas Cortas Agroalimentarias en la Ciudad de México"*. Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura.
- Polanyi, K. (2003). *La gran transformación. Crítica del liberalismo económico*. Fondo de Cultura Económica.
- Polanyi, K. (2009). *El sustento del hombre*. Capitán Swing.
- Purcell, S. W., Crona, B. I., Lalavanua, W. y Eriksson, H. (2017). Distribution of economic returns in small-scale fisheries for international markets: A value-chain analysis. *Marine Policy*, 86, 9-16. <https://doi.org/10.1016/j.marpol.2017.09.001>
- Rabinow, P. (1992). *Reflexiones sobre un trabajo de campo en Marruecos*. JUCAR.
- Raffestin, C. (1993). *Por una geografía do poder*. Ática.
- Ranaboldo C. y Arosio, M. (2014). *Vínculos Rural-Urbanos: Cadenas cortas y sistemas alimentarios locales* (Serie Documentos de Trabajo N° 129). Rimisp.
- Rocchi, B. y Romano, D. (2006). *Tipicamente buono: concezioni di qualità lungo la filiera dei prodotti agro-alimentari in Toscana* (Vol. 482). FrancoAngeli.
- Sahlins, M. (1988). *Islas de historia: la muerte del capitán Cook, metáfora, antropología e historia*. Gedisa.
- Sahlins, M. (1977). *Economía de la edad de piedra*. AKAL.
- Saavedra, G. y Navarro, M. (2020). El Sistema de Producción Local en el archipiélago de Calbuco, sur de Chile, y su articulación a los mercados. *Cuadernos Americanos*, 3(169), 71-97.
- Sanz-Cañada J. y Muchnik, J. (2016). Geographies of origin and proximity: approaches to local agro-food systems. *Culture and History, Digital Journal*, 5(1). <https://doi.org/10.3989/chdj.2016.002>
- Solano Asta-Buruaga, F. (1899). *Diccionario geográfico de la República de Chile*, Impr. de F. A. Brockhaus.
- Stiglitz, J. (2003). Prólogo. En K. Polanyi (Ed.), *La gran transformación. Crítica del liberalismo económico* (pp. 9-17). Fondo de Cultura Económica.
- Ther, F. (2012). Antropología del territorio. *Polis (Santiago)*, 11(32), 493-510. <https://doi.org/10.4067/S0718-65682012000200023>
- Torres-Salcido, G. (2019). Alimentación y sistemas agroalimentarios: problemas de la gobernanza territorial. *Cuadernos Americanos*, 3(169), 39-49.

- Torres Salcido, G. y Pensado Leglise, M. (2010). Mercados Públicos Municipales en la Ciudad de México ¿Identidad territorial y capital social para la construcción de Sistemas Agroalimentarios Localizados?. En G. Torres Salcido, J. Sanz Cañada y J. Muchnik, (Eds.), *Territorios rurales. Pobreza, acción colectiva y multifuncionalidad. Claves e interrogantes sobre los sistemas agroalimentarios localizados* (pp.213-249). UNAM.
- Urbina, X. (2011). Análisis histórico-cultural del alerce en la Patagonia Septentrional Occidental, Chiloé, Siglos XVI al XIX. *Magallania*, 39(2), 57-73. <https://doi.org/10.4067/S0718-22442011000200005>
- Urbina, X. (2009). *La frontera de arriba en Chile colonial: interacción hispano-indígena en el territorio entre Valdivia y Chiloé e imaginario de sus bordes geográficos, 1600-1800*. Universitarias de Valparaíso.
- Uriarte, I. (2008). *Estado actual del cultivo de moluscos bivalvos en Chile. Estado actual del cultivo y manejo de moluscos bivalvos y su proyección futura: factores que afectan su sustentabilidad en América Latina (Taller Técnico Regional de la FAO)*. Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura.
- Vandecandelaere, E., Arfini, F., Belletti, G. y Marescoti, A. (2010). *Linking people, places and products. A guide for promoting quality linked to geographical origin and sustainable Geographical Indications*. Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura, SinerGI.

Para citar este artículo bajo norma APA 7a ed.

Saavedra Gallo, G., Bello Maldonado, A., Díaz Álvarez, A., y Luco Busto, J. (2024). Sentido y valor de los mercados costeros de lugar en Chile: desentrañando la opacidad de la economía. *Estudios Atacameños (En línea)*, 70: e5971. <https://doi.org/10.22199/issn.0718-1043-2024-0012>

