

ETNICIDAD Y ECONOMÍA EN EL PERÚ*

Ludwig Huber

DOCUMENTO DE TRABAJO N° 83

*Este artículo resume algunos resultados de un proyecto sobre redes sociales y desarrollo socioeconómico en el Perú, a cargo de la Universidad Libre de Berlín y financiado por la Deutsche Forschungsgemeinschaft. Participaron Jürgen Golte, Andreas Steinhilber y Ludwig Huber.

Serie: Antropología 11

© IEP ediciones

Horacio Urteaga 694, Lima 11

☎ 432-3070 / 424-4856 / 431-6603

Fax [51 1] 432-4981

E-mail: iepedit@iep.org.pe

ISSN 1022-0356 (Documento de Trabajo IEP)

ISSN 1022-0364 (Serie Antropología)

Impreso en el Perú

Abril de 1997

HUBER, Ludwig

Etnicidad y economía en el Perú.- - Lima: IEP, 1997.- - (Documento de Trabajo, 83. Serie Antropología, 11)

ESTRATIFICACIÓN SOCIAL/ETNICIDAD/ECONOMÍA/GLOBALIZACIÓN/
DESARROLLO ECONÓMICO Y SOCIAL/MIGRACIÓN/SOCIOLOGÍA/
ANTROPOLOGÍA/PERÚ/

WD/05.01.01/A/11

CONTENIDO

“FACTORÍA GLOBAL” E IDENTIDADES LOCALES	6
ECONOMÍAS ÉTNICAS EN EL PERÚ	10
LÍMITES	17
AMBIGÜEDADES	19
EL FUTURO	21
BIBLIOGRAFÍA	24

CINCUENTA AÑOS DE migración han cambiado el rostro del Perú. No solamente han transformado un país rural en uno eminentemente urbano, sino que, a la vez, han resquebrajado un orden de estratificación social acuñado en la época colonial y basado en criterios étnico-culturales. Los descendientes de los invasores europeos dominaban las posiciones claves, tanto económicas como político-administrativas, incluyendo el Estado, mientras que las mayorías nativas carecían de los derechos fundamentales de ciudadanía.

Este orden social se ha vuelto obsoleto. Es evidente la incapacidad del Estado de mantener las prerrogativas de la clase social que lo había utilizado como instrumento de coerción extraeconómica frente a la población indígena; es evidente también su incapacidad de establecer por cuenta propia —en vista de la ausencia de una burguesía nacional capaz o dispuesta a impulsar el desarrollo del país— un proceso de industrialización preparado para absorber la mano de obra sobrante que desde los años cuarenta afluye a las ciudades.

5

El crecimiento irregular de Lima y las otras urbes principales del país ha motivado interpretaciones diferentes y contradictorias. Se ha hablado del desborde popular, de la sociedad de masas, de la anomia, de la pulverización y hasta de la libanización de la sociedad peruana; se ha estudiado las “cicatrices de la pobreza” y estrategias de sobrevivencia en un contexto de pobreza urbana; pero también se ha descubierto conquistadores de un nuevo mundo, se ha constatado la “conquista del Perú por el indio” y alabado el ingenio de los “nuevos limeños”. A una visión sumamente pesimista se contraponen un cuidadoso optimismo sobre la democratización del país a través de la participación de los migrantes en la vida socioeconómica y política.

Por razones que son materia de las páginas que siguen, me inclino hacia la línea más optimista. No desconozco que la mitad de la población peruana vive en condiciones de extrema pobreza; tampoco soy partícipe de una idealización del “mundo popular”, o de la “demolatría” en palabras de Sartori¹ y soy consciente del peligro de exagerar el aspecto de la integración social, siempre latente en la antropología (Boissevain 1978:9-23). Pero uno

1. “El demólatra habla del ‘pueblo real’; pero acaba, en verdad, haciendo un fetiche de un pueblo ideal situado exactamente fuera de la vista. Aún peor, la demolatría no es necesariamente *demofilia*, amor real y compasión por los pobres, los desheredados, los desamparados. Convertir en fetiche un pueblo ideal va con frecuencia unido a un desprecio general por el pueblo real y existente” (Sartori 1988:46).

no tiene que entregarse a “obsesionados economistas neoliberales y sociólogos autogestionarios” (Favre 1991:48), para comprobar la ligereza de afirmaciones como la de que “los migrantes de los Andes están irremediablemente condenados a sobrevivir en un sector periférico, inorgánico y no integrado de la sociedad, y a engrosar sus pletóricos efectivos” (ibid.: 48-49). Si queremos entender la dinámica de la sociedad peruana, no podemos ignorar la otra cara de la moneda: provincianos que sí han logrado superar la pobreza y la marginación, y con un ingenio y un espíritu emprendedor que todavía pueden ofrecer mucho más.

Basta un paseo por Gamarra, actualmente sin duda el ejemplo más notorio de la “historia de logros, de orden y concierto” que Golte y Adams (1990:19) han constatado en su estudio sobre migrantes en Lima. Hay que observar bien por cierto para advertir detrás de la anarquía callejera y del gentío en las galerías, el movimiento anual de 800 millones de dólares que la convierten en uno de los sectores más dinámicos de la economía peruana (Ponce Monteza 1994:103).

La gran mayoría de sus protagonistas son migrantes del interior del país, que aprovechan de su trasfondo cultural para luchar, con éxito, espacios en el mercado capitalista. Son campesinos expulsados de sus tierras por la presión demográfica, la falta de perspectiva, la miseria; pero que a contrapelo del fatalismo casi patológico del campesinado, postulado en un sinnúmero de estudios sobre modernización, han progresado con un espíritu empresarial único en la historia del Perú. A su manera, son la expresión de un nuevo orden: tanto nacional, en la medida en que han mermado la estructura de clases tradicional, como global, en cuanto son parte de la pequeña burguesía empresarial y del pluralismo cultural que muchos autores asocian con el nuevo sistema mundial (Blim 1992; Friedman 1994; Featherstone 1995; Lash y Urry 1987; Piore y Sabel 1984).

“FACTORÍA GLOBAL” E IDENTIDADES LOCALES

El mundo se está convirtiendo en una “factoría global”. El mercado capitalista mundial con su modo de producción industrial y sus formas específicas de consumo ha alcanzado las regiones más remotas del planeta. La derogación de barreras para el comercio internacional, los nuevos medios de transporte y la evolución de la tecnología de comunicación, han forjado un sistema mundial donde el proceso de producción está cada vez más dividido entre diversas naciones. Para mencionar sólo un ejemplo, los componentes de un Ford Escort comprado en Europa, están fabricados y montados en 15 naciones de tres continentes (Gereffi 1989:97).

Esta globalización, se supone, implica el desarrollo de una cultura global, rechazada y temida a veces en vista de largas épocas de hegemonía occidental; nociones como “imperialismo cultural”, “Macdonaldización”, “Coca-colonización” u “occidentoxificación” vienen a la mente (Nederveen Pie-

terse y Parekh 1995:11). Sin embargo, al menos en los últimos diez o veinte años, este proceso se ha vuelto mucho más complejo; es una de las paradojas de nuestro tiempo, junto con la globalización del mercado capitalista por doquier. Para algunos, vivimos en “el tiempo de las [neo-]tribus” (Maffesoli 1996; Maybury-Lewis 1992) y Huntington vaticina el “choque entre las culturas” como el próximo campo de batalla; “limpiezas étnicas” —horrible neologismo— y Bosnia o Ruanda parecen darle la razón.

Evidentemente, la noción de la globalización puede ser desacertada en cuanto insinúa la integración homogénea de diferentes regiones y estratos sociales en el mercado mundial. La evidencia, más bien, indica la simultaneidad de procesos integrativos y fraccionantes — o el “glocalismo”, otro neologismo compuesto de las palabras “globalismo” y “localismo”.² En fin,

“... todos estamos en el patio trasero de todos los otros. Por lo tanto, una consecuencia paradójica del proceso de globalización... no es producir homogeneidad, sino habituarnos a una diversidad más grande, a la extensa gama de culturas locales” (Feather-stone 1995:86).

Esta expresión de la diversidad cultural, es decir la creciente auto-conciencia de las diferentes culturas del mundo, corresponde al desvanecimiento de la hegemonía occidental. Ya no es posible concebir procesos globales en términos de dominación de un solo centro sobre las periferias; ésta es la época de la transición hacia el policentrismo en un contexto de alta interacción.

Sobre todo Japón, y más tarde también los “tigres” asiáticos, han realizado su propio proyecto de modernidad. Las características del desarrollo económico en estos países, talladas en su trasfondo cultural, ponen en tela de juicio las interpretaciones acostumbradas sobre la supuesta racionalidad aséptica y deshumanizada del capitalismo. El desnudamiento cultural que acompañaría su desenvolvimiento, pronosticado por Max Weber a comienzos del siglo, era, a su manera, ciencia ficción. Pero aún así, sólo los economistas neoclásicos más recalcitrantes pueden negar el mérito de Weber en relacionar las características socioculturales de un grupo con su manera de emprender actividades económicas.

Casi un siglo después, el redescubrimiento de lo que Berger (1987) llama “cultura económica”, muestra que aún en los países más desarrollados existen enlaces suficientes entre la estructura económica y los valores socioculturales para ofrecer constelaciones distintivas y singulares. Esto significa que en el mundo moderno (y más aún en el postmoderno; véase Lash y Urry 1987 y 1994) una sola categoría de capitalismo ya no deja entender las múltiples facetas que éste puede asumir. En vez de limitarse al acostumbrado análisis de clase, cualquier concepto de cultura económica tendría

2. Quizás la expresión más elocuente del “glocalismo” sea la declaración de la omnipresente Coca Cola: “No somos multi-nacional, somos multi-local” (D. Morley: “Where the global meets the local: Notes from the sitting room”, *Screen* 32 (1), citado en Featherstone 1995:118).

que, en las palabras de Berger, “explorar las matrices o contextos sociales, políticos y culturales dentro de los cuales determinados procesos económicos acontecen” (1987:7). Es un reconocimiento tardío —y merecido también— de la obra de Polanyi, cuya tesis de la “inserción” (*embeddedness*) de la economía en las relaciones sociales es nuevamente uno de los temas centrales de la sociología y antropología económicas (Granovetter 1985).

Para analizar procesos económicos, entonces, sería necesario estudiar de qué manera están impulsados y regulados por la cultura; siempre tomando en cuenta, sin embargo, que “cultura no es una influencia tipo ‘una-vez-por-todas’, sino un proceso continuo, permanentemente construido y reconstruido por interacción. No solamente forma a sus miembros, sino también es formada por ellos” (ibíd.:486). La cultura “no es tanto una explicación universal subyacente, sino algo que a su vez tiene que ser explicado” (Clegg y Redding 1990:18); y para poder hablar de una cultura económica, ciertas prácticas del proceso económico tendrían que volverse rutinarias y así desarrollar características estructurales y sistemáticas; tendrían que expresarse en normas, prácticas y relaciones sociales regularizadas. Es a través del análisis de estas características estructurales y sistemáticas que los atributos de una cultura económica pueden ser señalados (Clegg, Higgins y Spiby 1990:32).

88

En el Perú, el contexto sociocultural, “lecho” de los incidentes económicos a través de los últimos siglos, tiene sus orígenes en la época colonial. La conquista convirtió al país en una sociedad multicultural con estamentos sociales separados: vencedores y vencidos, cuya relación fue caracterizada por lo que Calderón, Ottone y Hopenhayn (1996:22-23) llaman la “dialéctica de la negación”.³ Conceptos como “sociedad dual” (Bourricaud 1989) o “sociedad plural” (Fuenzalida Vollmar 1991), que tratan de especificar esta realidad, exageran sin duda el grado de autonomía de los diferentes segmentos de la sociedad y omiten el enlazamiento de sus instituciones políticas, sociales y económicas.⁴ El colonialismo interno que en el Perú surge con la conquista tiene, sin embargo, sus particularidades. Las características de la producción agrícola en los Andes, con una productividad sumamente baja, impidieron que los conquistadores, portadores del poder político, se conviertan también en los organizadores de la producción. El régimen económico quedó básicamente rentista, lo que permitió a los campesinos-nativos mantener un “nivel relativamente alto de autonomía y autodeterminación en la organización de la economía, así como también formas de coope-

3. “[L]a dialéctica de la negación... se remonta al fenómeno de la conquista y de la evangelización, y se prolonga por toda nuestra historia bajo la forma de la negación del *otro*: ese otro que puede ser mujer, indio, negro, campesino o marginal urbano. ...La dialéctica de la negación contiene muchos pliegues. Desde el lado del descubridor, el conquistador, el evangelizador, el colonizador, el criollo y, finalmente, el blanco, la negación parte de un doble movimiento: de una parte se *diferencia* al otro respecto de sí mismo, y enseguida se lo *desvaloriza* y se lo sitúa jerárquicamente del lado del pecado, el error o la ignorancia” (ibíd.; subrayado en el original).

4. Para una crítica del concepto “sociedad plural”, acuñado por Furnivall en sus trabajos sobre Indonesia, véase Jenkins 1986.

ración propias que tenían sus orígenes en épocas prehispánicas” (Golte 1995:139).

La organización de la producción en la agricultura andina requiere de un contexto social capaz de ordenar, con estabilidad y previsión, grupos de trabajo cuyo tamaño, tareas y ámbito podrían cambiar diariamente. Ello supone a la vez estabilidad y flexibilidad en las relaciones sociales que, en sus diferentes formas de reciprocidad como *ayni* o *minka*, tienen un aspecto muy personal. La adversidad de sus condiciones de vida, además, permite sólo la supervivencia aprovechando al máximo la mano de obra disponible (Golte 1980), de modo que el trabajo se convierte en la médula de la existencia social, más allá del ámbito netamente económico. Ello, a su vez, supone una ética concomitante; es evidente, comprobado mil veces durante nuestro trabajo de campo, que la ética de trabajo en el mundo andino, y más tarde entre los migrantes, penetra todos los aspectos de la vida. El trabajo se convierte en una “actividad cultural, más que en una simple actividad económica” (Joyce 1987:1).⁵

El trabajo que en otras palabras, “aprovisiona tanto identidades como aprovisiona pan para la mesa” (Friedland y Robertson 1990:25), sigue siendo la médula de la vida social entre los campesinos andinos cuando empiezan a afluir a las ciudades y forman lo que habitualmente se llama el “sector informal” de la economía peruana. Es parte del acervo cultural que traen de sus pueblos de origen, al igual que las formas de la reciprocidad que saben acomodar a su nuevo ámbito, pues también en su condición de migrantes confían en lo que más conocen: la solidez y previsibilidad de relaciones personales con parientes, paisanos, coétnicos. Estamos frente a “redes trasplantadas” (Tilly 1990), en este caso del contexto rural al contexto urbano.

Albó (1991) ha llamado la atención sobre las “nuevas organizaciones que se fundan directa o indirectamente en la identidad étnica” (ibíd.:299), surgidas en los últimos años en todos los países andinos —menos en el Perú que se “desborda y margina” (ibíd.:320). Sin embargo, Degregori, con razón, opina que se trata “tal vez... de distintas formas a través de las cuales se expresa el factor étnico” (1993:377), es decir como una “máscara de confrontación” y que por lo tanto, la “conquista” de la sociedad peruana —y el idioma un tanto bélico de las publicaciones sobre el tema no es gratuito— por la población indígena, es más perceptible en el campo económico que en el político. Y por razones que vamos a explicar más adelante, es más perceptible a nivel local que a nivel nacional, a pesar de las discriminaciones sufridas por el color de su piel:

5. Algo parecido ha sido observado por Rodgers para los pioneros de Estados Unidos en el siglo pasado: “La premisa central de la ética de trabajo fue que el trabajo era el centro de la vida moral. El trabajo hizo útil a los hombres en un mundo de escasez económica. Mantuvo alejadas las dudas y tentaciones del ocio, abrió el camino hacia la fortuna y el prestigio merecidos y permitió que la voluntad y habilidad se impongan sobre el mundo material” (D. Rodgers, *The Work Ethic in Industrial America 1850-1920*, Londres, University of Chicago Press, 1978:14, citado en Moorhouse 1987:241).

“Usted sabe, toda la gente en Puno, o sea los criollos, los residentes, los muchachos de allá pues, se burlaban de nosotros. Éramos despreciados, se reían de nosotros. ...Generalmente los criollos al ver una cara quemadita se rien y encima, tú dime, que los papás de los otros chicos son policías, médicos, profesores y nuestros papás no son nada, simples campesinos, ¡te das cuenta! Hay mucha diferencia. Nosotros hemos sufrido muchas humillaciones”.⁶

Sin embargo, las poblaciones indígenas en el Perú no buscan superar esta discriminación a través de soluciones separatistas o militantes —el fracaso de todos los proyectos armados desde 1965, Sendero Luminoso y MRTA inclusive, lo demuestra con toda claridad—, sino a través de la integración social, siendo el mercado el factor integrativo por excelencia (Golte 1995). Es allí donde se eslabonan la factoría global y las identidades locales: cuando —por decir— migrantes puneños fabrican polos “Adidas” o chompas marca “Laura Ashley” en Gamarra, con etiquetas plagiadas importadas del Brasil. O en el caso de aquel provinciano quien quiso imitar los famosos jeans “Wrangler”. Leyó mal y puso “Vrangler”, pero como se vendían, no importaba; más bien ¡acababa de crear su propia marca!

ECONOMÍAS ÉTNICAS EN EL PERÚ

10

El perfil de los empresarios-migrantes peruanos se parece mucho al de las empresas pequeñas y medianas que en la literatura sociológica se ha venido a llamar “economía étnica”. El fundamento empírico de esta literatura está constituido principalmente por minorías étnicas inmigrantes en países europeos y Estados Unidos. Estos grupos se distinguen por una alta presencia en moderados negocios independientes; algunos autores se refieren a ellos —por su actividad comercial y por su relativo éxito— como “minorías intermediarias” (*middleman minorities*) (Bonacich 1973; Light 1979; Bonacich y Modell 1980).⁷

En términos pragmáticos, el logro de estos grupos está relacionado con su disposición a trabajar largas jornadas con bajos márgenes de ganancia y su confianza en la mano de obra familiar. Visto desde una perspectiva más amplia, sus actividades económicas son consideradas en función a las características socioculturales del grupo.

Lo destacado en las economías étnicas sería lo que Waldinger, Aldrich y Ward (1990:33) llaman la “dimensión subcultural de la etnicidad” — es decir, las estructuras sociales a través de las cuales miembros de un grupo

6. Cita tomada de una entrevista de Camilo León Castro con un migrante puneño en Caquetá. Agradezco a Camilo por habernos proporcionado esta valiosa historia de vida.

7. “...un conjunto de minorías étnicas y raciales, incluyendo los judíos en Europa y los chinos en el sureste de Asia, comparten una posición comparable en las estructuras sociales de las sociedades en que residen. Estos grupos —llamados minorías intermediarias— ocupan posiciones ‘medianas’ antes que posiciones en el fondo de la escala social, donde más habitualmente encontramos minorías étnicas y raciales” (Bonacich y Modell 1980:13).

étnico están enlazados mutuamente, y las formas como estas estructuras sociales son utilizadas. En la mayoría de los casos, los “recursos étnicos” aprovechables en las iniciativas económicas incluyen factores predefinidos, como por ejemplo ciertos atributos culturales y determinadas formas para movilizar recursos a través de redes sociales (Boissevain, Blaschke y otros 1990:132).

Puesto que los recursos étnicos son disponibles para todos los integrantes del grupo, las estrategias de los empresarios individuales son similares. Por ejemplo, si el grupo se caracteriza por una sólida estructura familiar, los individuos se servirán de ella en el negocio; buscarán un nicho donde la familia pueda ser un medio efectivo para actuar. Si, como es el caso de los migrantes andinos, el pasado rural del grupo estuvo marcado por instituciones sociales “altamente organizadas con reglas de parentesco, de obligaciones mutuas y de clientelaje” (Golte 1995:142), utilizarán dichas instituciones cuando ingresan al mercado. En otras palabras, los esfuerzos económicos se encuentran altamente —pero de ningún modo exclusivamente— determinados por el trasfondo cultural del conjunto, sin ser necesariamente coordinados; se trata de una serie de decisiones paralelas que empujan al grupo hacia un determinado nicho económico.

Una estrategia étnica se desarrolla, entonces, sin coordinación consciente y centralizada, siempre y cuando los empresarios étnicos tengan acceso a recursos socioculturales que los distingan de otros empresarios. No todos los integrantes de un grupo, ni siquiera la mayoría, forman necesariamente parte de su respectiva economía étnica, que no debe confundirse con un enclave étnico (Werbner 1984:171).

Por lo general, el trabajo para coétnicos es considerado como una manera de inversión para aprender las reglas del negocio que facilitaría más tarde la independización, originándose de esta manera una “cadena empresarial” (ibíd.:187). Como los vínculos son múltiples y la relación entre dueños de medios de producción y trabajadores es multifuncional, la estructura de las empresas es determinada más por criterios étnicos y de parentesco que por intereses de clase, como lo exponen Bonacich y Modell (1980:74) en su estudio sobre japoneses en EE.UU.:

“Los trabajadores-familiares japoneses se consideraban no como empleados en el sentido estrecho, sino más bien como gente que tienen un interés personal en el futuro de la empresa. Se identificaron con la empresa y sus metas y no vieron ningún conflicto entre sus intereses y los de la gerencia. Hasta trabajadores asalariados japoneses no se vieron en un conflicto de clase con los dueños, que muchas veces los trataron como miembros de la familia. Por lo general, ellos se prepararon para entrar también al pequeño negocio, utilizando el período de trabajo asalariado como aprendizaje”.

Muchas veces, el punto de partida para empresarios étnicos es una desventaja estructural en el mercado de trabajo (Light 1979). Tratándose de inmigrantes, sus oportunidades se ven trabadas por una variedad de obstá-

culos: pobre dominio del idioma, capacidades inadecuadas o inapropiadas y, a menudo, discriminación racial; todos factores que dejan como única salida el autoempleo. Influyen, entonces, tanto desventajas estructurales como ventajas particulares en la formación de economías étnicas:

“... migrantes pueden ser vulnerables y oprimidos, pero, porque pueden hacer efectivo relaciones de reciprocidad y apoyo, también pueden crear recursos que compensan la dureza del ambiente que encuentran. ...[L]as estructuras sociales de la comunidad migrante engendran organizaciones, tanto informales como formales, en un contexto que de otra manera podría tender hacia la anomia. ... Estos recursos organizacionales pueden dar a los migrantes una ventaja frente a los nativos en caso que las instituciones que normalmente conectan los individuos con organizaciones son subdesarrollados y/o funcionan mal” (Waldinger, Aldrich y Ward 1990:35).

Ahora bien, existen sin duda una serie de coincidencias entre las economías étnicas de migrantes en los países industrializados y las economías de migrantes andinos en Lima, Arequipa o Trujillo. Primero, no nos dejemos engañar por la diferencia entre *minorías* étnicas en Europa o EEUU y *mayorías* andinas en el Perú (Murra 1984). Estas mayorías, de cierta manera, son imaginarias dada la autopercepción localista de los indígenas; otro legado, por cierto, de la época colonial.⁸

12

Por otro lado, el colonialismo interno y la fracción del país en estamentos sociales se manifestaron en la construcción del “otro” —el indio— totalmente ajeno a la cultura dominante. Degregori (1984:19) es muy claro sobre la experiencia migratoria de los pobladores andinos:

“... para los migrantes que salen de las zonas andinas, sobre todo quechuas y aymaras, la experiencia migratoria se confunde casi con la emigración, con salir de un país para ir a otro. Es llegar prácticamente a un mundo nuevo; porque, por lo menos hasta las décadas del cincuenta y sesenta, el Perú era un país fragmentado, definido como archipiélago, como país dual, como nación en formación, etc., es decir, sin un ‘nosotros’ compartido por todos. Por tanto, no es una simple mudanza, sino una experiencia cultural que marca profundamente a aquellos que hacen el viaje. Para el quechua que viene de Quispicanchis a Lima, la distancia es tal vez mayor que para el inmigrante italiano o polaco que llegaba a Estados Unidos a principios de siglo” .

La discriminación de los migrantes andinos en el mercado de trabajo se puede advertir fácilmente hojeando los avisos clasificados en los diarios donde abundan las exigencias de “buena presencia” — es decir piel blanca.

8. “Cancelada una estructura política e ideológica encargada de sancionar su separación colonial frente a los colonizadores, y desaparecidos los nervios que permitieron la articulación económica del espacio colonial, la población indígena fue arrinconada al interior de sus pueblos o permaneció cautiva dentro de las haciendas. ...Esta dispersión e incomunicación redujo el horizonte en la conciencia de la población indígena sobre su propia situación. Probablemente los indios, que no sólo no eran ‘peruanos’, dejaron también de percibirse como indios, como quechuas o como aymaras, para asumir una conciencia parroquial. ‘Yo soy de tal pueblo’ o ‘de tal hacienda’ es seguramente la expresión que mejor traduce esta situación” (Bonilla 1988:95).

Últimamente, esta discriminación también fue comprobada con rigor científico por dos economistas del Banco Mundial (MacIsaac y Patrinos 1995).

A estas desventajas estructurales, sin embargo, los migrantes contraponen lo suyo: su acervo cultural, es decir ciertos conocimientos que pueden explotar, una alta flexibilidad para adaptarse al mercado urbano y sobre todo la solidez de redes sociales —su capital social⁹— y una impresionante ética de trabajo.

La forma como los migrantes andinos utilizan los recursos étnicos puede tomar diferentes expresiones; la más común es sin duda el traslado de las redes sociales premigratorias al contexto urbano, las “redes trasplantadas” de Tilly mencionadas líneas arriba.

En Gamarra, para ilustrarlo con un ejemplo, donde se confecciona y distribuye telas y prendas de vestir para el mercado nacional, tenemos a los migrantes de la comunidad aymara hablante Ollaraya en la provincia de Yunguyo, departamento de Puno. Su historia como empresarios confeccionistas en Lima comenzó en la década del sesenta, cuando algunos jóvenes se aventuraron a venir, después de primeras experiencias migratorias en Tacna y Bolivia. Después de trabajar algunos años en construcción, donde también laboraban sus paisanos que habían migrado antes, uno de ellos trajo telas y casacas de Bolivia para venderlas en Lima. En una irrupción de curiosidad y espíritu emprendedor, desarmó una casaca y la copió mal, por cierto, pero aún así se vendía (“... casaca descuadrada, pero así salía, oye ...”).¹⁰

Poco a poco se iba perfeccionando y cada fin de semana salió a vender a Huancayo. En la medida que su negocio creció, necesitaba más capital y mano de obra; es allí cuando entran sus amigos y paisanos. Ellos se quedan hasta que piensan haber aprendido lo suficiente para independizarse y poner su propio taller. Se instalan en el cerro El Pino donde pronto se desarrolla una intensa actividad de confección en cada vez más talleres, pues cada uno iba incorporando a familiares y parientes llegados de Ollaraya. Ellos a su vez, después de haber conseguido los conocimientos necesarios y algunos ahorros, igualmente se independizan. He aquí una cadena empresarial.

Evidentemente, son las redes familiares y coétnicas las que constituyen la fuerza motriz durante todo ese proceso de aprendizaje e independización. Pero no queda ahí: la trascendencia de las redes étnicas sobrepasa el límite de la simple formación de nuevas empresas. Cuando los ollarayenses final-

9. Sobre “capital social” que consiste en relaciones sociales y, al igual que el capital económico y el capital humano, puede facilitar procesos económicos, véase Coleman (1988), Bourdieu (1986), Burt (1993) y Lomnitz y Pérez-Lizaur (1988).

10. Quizás este empiricismo sea el secreto del éxito de los pioneros en Gamarra; un migrante ayacuchano lo resume así: “...cómprate esa casaca cueste lo que cueste, y sácale [el molde], pláncchale bonito, y te va a dar exacto esa prenda. Pero eso sí: una vez o dos veces vas a perder a esa prenda, pero tú mismo tienes que darte cuenta de que te vas a perfeccionar, vas a aprender con una casaca malograda, pero vas a entrar a la onda. Así nomás es”.

mente entran a Gamarra, lo hacen a lo grande: compran su terreno y construyen —en *mingas* y aprovechándose de sus conocimientos adquiridos cuando trabajaban en construcción civil— su propia galería con ocho pisos y un promedio de 17 tiendas en cada piso. Todos los socios menos dos, un cuzqueño y un ayacuchano que se habían ganado su confianza, son del mismo pueblo. El relato del presidente de la Galería San Miguel demuestra la importancia del origen común:

“Luego pasaron por acá y vieron este corralón y decidimos comprarlo, pero *no nos comprendíamos con los demás, eran de otras partes del Perú*. Hicimos una relación de los que podían comprar, más o menos 10 ó 12 personas; *todos éramos puneños, porque sabíamos entre nosotros quiénes eran buenos y cumplidores*, entre jóvenes y viejos. ...Así que lo compramos, y estábamos compitiendo con Guizado quien quería comprarla también, pero finalmente el dueño al parecer se encariñó con nosotros y nos la vendió” (subrayado nuestro).

Si bien aquí se observa ya una selección entre los coétnicos (los “cumplidores”) y aunque con el tiempo los caminos se bifurcan, sobre todo en la segunda generación que en buena parte tiene estudios superiores y una visión empresarial mucho más exigente, la importancia de los lazos étnicos no se pierde. La prueba es el esfuerzo común de fundar una financiera (EPYME), basada en la participación de los socios de la Galería San Miguel, es decir en ollarayenses (“porque nosotros no nos engañamos entre nosotros”). Aunque habría que incluir otros socios para reunir los 600,000 nuevos soles previstos (con la posibilidad de que Cofide triplique el monto), los migrantes de Ollaraya utilizan sus lazos étnicos hasta ahora — en este caso para conseguir los créditos necesarios para ampliar sus negocios.

Es evidente la excepcional importancia que tiene la confianza en las iniciativas económicas de los migrantes. El rol de la confianza en la economía, étnica o no, a su vez asentada en una cultura compartida, es hoy en día indiscutido; el mismo Francis Fukuyama ha dedicado últimamente un voluminoso libro al tema.¹¹

Aparte de la confianza, sin embargo, hay otro aspecto importante relacionado con la cultura y el contorno social del individuo que influye en procesos económicos: la motivación. Como bien observa Boissevain (1984:36): “Diferentes metas de la vida pueden... influir en los esfuerzos invertidos en trabajo; estas metas, en gran medida, son condicionadas culturalmente”. En este sentido, las redes sociales de un actor, elemento fundamental en su afán de conseguir sus metas de la vida, son indicadores simultáneos de *oportunidades* y *motivaciones* empresariales (Burt 1993:91).

La motivación de las poblaciones andinas para “seguir adelante”, su

11. “... la eficiencia económica más grande no fue necesariamente lograda por individuos racionales egoístas, sino más bien por grupos de individuos que, debido a una comunidad moral preexistente, son capaces de trabajar eficazmente en conjunto” (Fukuyama 1995:21).

“mito del progreso” (Degregori 1986), tiene muchas expresiones: movimientos sociales por tierra, educación, trabajo, vivienda, derechos ciudadanos (ibíd. 1991:107) por un lado; su “cultura empresarial” (Golte 1993: 12) por el otro. Es allí donde el trabajo obtiene su dimensión cultural y se demuestra que las economías son, más que nada, creaciones humanas.

La otra cara de la ética de trabajo es la austeridad en el consumo. Las utilidades que las pequeñas empresas rinden son reinvertidas casi en su totalidad, fuese directamente en infraestructura productiva o indirectamente en la formación de los hijos. La gran mayoría de los empresarios-migrantes quieren que sus hijos se profesionalicen, que “sean otros”, que superen la economía empírica de sus padres y le den una estampa más profesional. Es por ello que entre la segunda generación de los “otros empresarios” (Adams y Valdivia 1991) encontramos ya un alto porcentaje con estudios superiores. Casi nulo, en cambio, es el gasto en bienes de prestigio o lujo.

Existen estudios antropológicos que recalcan el aspecto simbólico del uso de bienes (por ejemplo, Appadurai 1986) —conforme al *habitus* de Bourdieu que corresponde a un “estilo de vida”. Según ellos, el consumo —que alguien llamó un “lenguaje social”— no sólo satisface necesidades de la subsistencia, sino a la vez marca diferencias entre grupos (Douglas 1992; Douglas e Isherwood 1980); es decir, hay una “conexión explícita entre auto-identificación y consumo” (Friedman 1994:104) que expresa identidades y deslindes. Creo que la moderación en el consumo de los empresario-migrantes andinos también tiene su aspecto simbólico, pues marca la diferencia entre los estamentos sociales estereotipados, es decir entre “provincianos” y “limeños”, entre “gente serrana... trabajadora” y “criollos... sobrados y flojos, charlatanes y abusivos” (véase Golte y Adams 1990:88 para más testimonios de esta naturaleza).

La ética de trabajo y la austeridad han motivado algunas alusiones a la ética protestante del clásico estudio de Weber (Golte y Adams 1990: 16, 88; Franco 1990:210; Neyra 1993:47). En la argumentación de Weber, la aparición del capitalismo moderno occidental se debe esencialmente a una “*Weltanschauung*” (visión de mundo), es decir la filosofía moral del calvinismo. Swidler (1986), sin embargo, ha llamado la atención sobre las debilidades de explicaciones culturalistas centradas en valores y visiones del mundo. Como expone, la cultura “no es un sistema unificado que empuja la acción hacia una dirección consistente” (ibíd.:277); la cultura, más bien, debe ser entendida como una “caja de herramientas” o un repertorio (ibíd.), es decir un conjunto de hábitos y destrezas que utilizan las personas para construir sus estrategias de acción.

Un ejemplo de cómo la cultura está utilizada como “herramienta” demuestra otra comunidad aymara hablante de las orillas del Titicaca que se ha instalado en el Trébol de Caquetá en Lima, comercializando insumos para la producción de calzado. Utilizan sus fiestas religiosas, ritos de pasaje y relaciones de compradrazgo para pasar informaciones, instalar mecanis-

mos informales de crédito u otras formas de cooperación, o simplemente para la acumulación de capital.¹²

“En Caquetá la cooperación parece existir en el ámbito de la información económica, la organización de un sistema administrativo común y formas de ‘crédito’ emparentadas con rituales de transición. Sobre esto último es interesante saber que en un ‘corte de pelo’ los padres de la criatura pueden llegar a obtener tanto dinero como para comprar ‘un combisito’: más de US\$ 10,000 según el número y tipo de lazos sociales que hayan logrado conformar” (León Castro s.f.).

Hace poco, una de las asociaciones de migrantes de la comunidad ha comprado un terreno cerca del Trébol de Caquetá por poco menos de dos millones de dólares. Cerrando filas, sin admitir a nadie que no fuera de su pueblo, han superado la oferta de sus competidores en 300,000 dólares. La ira de la presidenta de una asociación contrincante, oriunda de la costa norte que no cuenta con una red étnica como los puneños, marca la diferencia:

“Los puneños son racistas pues, ¿ya? Son racistas, no les gusta que por ejemplo si tú quieres algo, si tú no eres puneña no te toman en cuenta. Tienes que ser del mismo sitio, o si quieres comprar mercadería, entre ellos nomás compran, no les permiten a otras personas comprar nada. ¿Sabes qué son 300,000 dólares más? Eso nos quitaron de la mano... Por eso te digo: los puneños son traicioneros, los puneños son egoístas”.

16

Steinhauf (1991, 1992) ha analizado otro ejemplo que demuestra cómo “la tradición y la costumbre pueden ser innovadoras y adaptables” (Joyce 1987:20): las redes étnicas de larga distancia, surgidas en una extensa historia de migraciones y aprovechadas en su momento para una determinada actividad económica. Los comuneros de Sanka y Colcha, dos comunidades cusqueñas, han migrado desde los años cuarenta a diferentes lugares del país. Cuando los migrantes en Lima empiezan a fabricar textiles, utilizan las colonias de sus paisanos para comercializar sus productos; de esta manera, las relaciones coétnicas van mucho más allá de la bipolaridad pueblo de origen-ciudad como predomina en los estudios sobre migración en el Perú. El compadrazgo, residuo del contexto rural, tiene singular importancia.:

“Uno de nuestros entrevistados, por ejemplo, posee una fábrica textil en Lima. Envía mercadería a distintos lugares (Arequipa, Tacna, Cusco, etc.) donde cuenta con distribuidores, quienes son sus ahijados, también procedentes de Colcha. Los ahijados le garantizan confianza mutua en el negocio, mientras él les asegura trabajo en los sitios mencionados. El mismo fabricante textil de Colcha en Lima envía mercadería a sus cuatro paisanos y compadres residentes en Puerto Ilo. Les deja el producto a precio muy cómodo, incluso algunas veces lo regala, para garantizarles una ‘entrada en tiempos difíciles’. En reciprocidad, los hijos de los compadres, ahijados del fabricante trabajan periódicamente para él en Lima” (Steinhauf 1991:110).

12. Otra vez debo agradecer a Camilo León Castro, quien generosamente nos ha proporcionado información valiosa sobre los migrantes de Caquetá.

Si los fabricantes sankeños y colcheños en Lima utilizan las colonias de migrantes de sus pueblos ya preestablecidas, los artesanos de Monsefú en la costa norte parecen tenerlo todo planificado: migran estratégicamente a lugares claves del país para abrirse mercados. Encontramos colonias de monsefuanos en Chiclayo, esto es obvio porque está apenas a 20 kilómetros del pueblo, pero también en Trujillo, Lima, Arequipa y, en menor escala, en Iquitos y periódicamente en Piura. Todos están dedicados a la comercialización de la artesanía típica norteña: sombreros y canastas de paja, tejidos bordados, artículos de zapote —una madera blanda que permite la elaboración de múltiples objetos de uso y adorno con relativa facilidad— y dulces.

Esta dedicación de los monsefuanos a la artesanía es parte integral de una herencia cultural, transferida de generación a generación a través de los siglos. Hay muchos elementos culturales en común entre los pueblos de la costa norte que revelan una identidad étnica compartida, arraigada en el pasado Schaedel, quien ha recogido las informaciones etnográficas del ingeniero alemán Enrique Brüning, registradas a comienzos del siglo, conjetura sobre una macroetnia tallan-muchik prehispánica y opta por hablar de “toda la cultura indígena sobreviviente como Muchik-Tallan, porque en la actualidad los rasgos étnicos que persisten son más homogéneos entre los dos pueblos, que entre ellos y los criollos” (1988:44). Mientras que los pobladores de Catacaos, célebre comunidad campesina en Piura que también produce artesanía, son descendientes de los tallán, los monsefuanos provienen de los muchik.

Ya en el siglo pasado se hizo famosa su producción de sombreros de paja, de tal modo que por ejemplo en 1873 “el distrito de Monsefú había exportado 10,673 docenas de sombreros” (Gómez y Bazán 1986:113). Hoy en día los monsefuanos no sólo destacan como productores, sino también como comerciantes de artesanía. Desde el destino de su migración, donde por lo general tienen un puesto o una tienda, viajan a las ferias en el interior del país. Es un verdadero trajín, enlazado al calendario de las fiestas más importantes. Una o dos veces al mes, además, van al norte para abastecerse con mercadería, de modo que mantienen estrechas relaciones con su pueblo de origen, pero además con otros pueblos norteños productores de artesanía como Catacaos o Castilla en Piura. Al interior de las redes étnicas entre los monsefuanos hay un flujo constante de mercadería, información y fuerza de trabajo, con el resultado que el comercio de la artesanía norteña hoy en día parece monopolizado por ellos (Steinhauf y Huber 1996).

LÍMITES

Si bien la multiplicación de empresas a través de redes étnicas, como en el caso de los ollarayenses o monsefuanos, es muy común entre los migrantes, hay diferencias y límites de extensión según el trasfondo sociocultural de los actores. Coleman (1988:S103) ha señalado la importancia de la *estructura* social para la constitución del *capital* social que crece con las

“obligaciones pendientes”, es decir relaciones de reciprocidad asimétricas. Es quizás por ello que hayamos encontrado, por ejemplo en Gamarra, diferencias significativas entre migrantes de la sierra sur con sus tradicionales enlazamientos comunales, y migrantes del norte que entran en una manera mucho más individual. Como observación general, podemos constatar que las redes étnicas entre norteños se rompen más fácil y más temprano que las redes étnicas entre migrantes del sur.

Mache, por ejemplo, es un pueblo en la sierra del departamento La Libertad, típica región de campesinos parcelarios sin las estructuras comunales que conocemos en la cordillera central y sureña. El parentesco, sin embargo, como en cualquier sociedad campesina no deja de tener cierta importancia. Ello se muestra tanto entre los machinos en El Porvenir como en Lima.

El Porvenir, distrito perteneciente a la ciudad de Trujillo, ha logrado fama por su producción de calzado. Entre 2,500 y 3,000 pequeños y medianos talleres se encuentran actualmente allí, en su gran mayoría manejados por migrantes de la sierra; además hay una buena cantidad de curtiembres y de tiendas comerciales especializadas en insumos para zapaterías. “Se estima —dicen los autores de un reciente estudio— que en este distrito en cada casa existen entre 1 a 2 personas vinculadas a este sector, de allí que no sea una exageración decir que en El Porvenir en cada casa se hacen zapatos” (CIEPD-Minka 1994:43).

La notoria presencia de los machinos entre los productores de calzado en El Porvenir se debe a los conocimientos adquiridos en la sierra, pues en el pueblo de Mache existían hace varias décadas algunos pequeños talleres que producían zapatos para las vecinas provincias serranas. Cuando se establece y extiende la “escuela trujillana de calzado”, les es fácil acomodarse; vienen con todas sus maquinarias y herramientas y sólo tienen que adaptarse a los gustos de la costa.

La cadena empresarial entre los machinos sigue, hasta la actualidad, el modelo conocido: los migrantes llegan donde un paisano-fabricante ya establecido, aprenden lo necesario, pasan por algunos otros talleres para perfeccionarse y finalmente, se independizan. Pero allí se rompe el hilo. Mientras que en el caso de los puneños en Gamarra y Caquetá hemos visto cómo la cohesión comunal se “capitaliza” más allá de la independización, entre los machinos no hay iniciativas conjuntas que vayan más allá de la instalación del propio taller. Mientras que la estabilidad de las redes entre monsefuanos se debe al control simultáneo de producción y comercialización, los machinos, como todos los productores en El Porvenir, se introducen en un mercado anónimo y altamente riesgoso, con consecuencias nefastas: más de la mitad de nuestros entrevistados —en total unos 50— cayeron al menos una vez en la trampa de intermediarios que se habían ganado su confianza: pagaron la primera entrega al contado, igual la segunda, después aumentaron el pedido pagando la mitad al contado y la mitad a los 15 días, el cuarto pe-

dido ya estaba todo a crédito que se iba acumulando cada vez más. Uno de los productores nos cuenta que: “yo tengo por ejemplo un cuñado, que le deben 20,000, 20,000 soles le debe una señora, y tiene que llevarle zapatos para que le siga pagando”. Otros, los más sinvergüenzas, simplemente se evaporaron. Una cantidad de pequeñas empresas quebraron de esta manera.

Más suerte tenían los migrantes machinos en Lima, que curiosamente no son zapateros, sino confeccionistas. El primero que entró a esta rama trabajaba en los años sesenta para algunos fabricantes judíos, grupo étnico que en ese tiempo dominaba buena parte del mercado de confecciones en Lima. A la vez puso un taller en su propia casa; es allí donde llegaron sus familiares, sobrinos sobre todo, para aprender. Cuando su taller había crecido lo suficiente, se asoció con los judíos y formaron la empresa “Ibatex” (el señor se apellida Ibáñez) donde inmediatamente colocó a sus familiares. Cuando ellos, uno tras otro, se independizan, se sirven no sólo de los conocimientos ganados cuando trabajaban para su tío y para los judíos, sino también de sus relaciones con los clientes de ellos. Es decir, contrario a sus primos zapateros en El Porvenir contaron desde el inicio con un mercado más o menos seguro, a costa, por cierto, de sus antiguos empleadores. Pero al igual que aquellos, no hacen esfuerzos colectivos más allá de la independización; a lo mucho se dan una mano de vez en cuando, por ejemplo, si tienen pedidos grandes y delegan parte de la producción al taller de un pariente. Pero sobre todo, funcionan como preceptores para sus paisanos que hasta ahora llegan, aprenden y se independizan lo más pronto posible.

19

Una de las empresas que hemos visitado cuenta con un promedio de 50 trabajadores, doce de los cuales son del pueblo de Mache, pero “mayormente no permanecen mucho tiempo acá”. Sus dueños se han independizado en 1987 con dos máquinas; a mediados de 1995, cuando los entrevistamos, valorizaron su taller en unos 200,000 dólares. Confeccionan buenos ternos para las primeras tiendas en Miraflores y tienen su propia marca: “Angelo Maccino”; “o sea le hemos puesto doble c que suene como italiano ...”.

AMBIGÜEDADES

Hemos presentado algunos ejemplos donde la etnicidad aparece como recurso al cual un determinado grupo puede recurrir para buscar el progreso económico. Las redes étnicas no sólo son perfectamente compatibles con la economía de mercado, sino que constituyen mecanismos que permiten competir con éxito en ella y, en ciertas circunstancias, aventajar a las economías presuntamente más “racionales”. El resultado es lo que hemos llamado una economía étnica.

Es tiempo, entonces, para hacer algunas precisiones. Primero, economías étnicas como las que hemos presentado no son la única forma como se establecen los “otros empresarios”. Tanto en El Porvenir como en Gamarra hemos encontrado muchos empresarios que entran en una manera más in-

dividual. Sin embargo, también ellos van creando sus redes, por cierto fuera del ámbito étnico. De todos modos, las relaciones personales tienen una importancia extraordinaria entre los empresarios-migrantes.¹³

Segundo, cuando hablamos de economías étnicas no estamos señalando un ámbito libre de explotación, riñas y recelos. Es un mundo ambiguo, penetrado por lo que Portes y Sensenbrenner (1993) llaman “solidaridad obligada” (*bounded solidarity*) y “confianza exigible” (*enforceable trust*); un mundo de imperativos morales y sanciones intracomunales que influyen en decisiones individuales. La relación compleja entre empresarios y trabajadores coétnicos, por ejemplo, permite a estos últimos reivindicar un trato especial, a veces contraproducente a la economía de la empresa; Portes y Sensenbrenner hablan en este sentido de los “costos de la solidaridad comunal” (ibid.:1338). Un confeccionista de Mache da expresión a esta ambigüedad:

“Trabajar así con los paisanos es un poco pesado. No se les puede decir nada, se molestan, entonces para evitar eso, mejor con particulares. Porque yo he tenido problemas, a veces con los hermanos mismos, no, mi hermana a veces discutía con mi socio, ¿no? entonces evitar estas cosas mejor”.

Pero tampoco puede negarse, pues está de por medio la reputación: la presión social se mezcla con el prestigio. Como dice otro empresario machino, también es “un honor” apoyar a la gente con la cual está ligado por lazos de parentesco y paisanaje. La otra cara de la moneda son rasgos de sobreexplotación como sueldos muy bajos y extensas jornadas, muy comunes en las economías étnicas. En fin, tratamos con relaciones múltiples que influyen —fuese positiva o negativamente, según el punto de vista— en la economía.

¿Cuáles serían entonces las virtudes de las economías étnicas? Creo que lo destacado es que no nos podemos limitar a contemplar ventajas o desventajas individuales; hay que entender el grupo en su integridad. Visto así, podemos constatar que todas estas economías son, en mayor o menor escala, exitosas; lo que, por supuesto, no impide que dentro de los grupos y las redes étnicas existan enormes diferencias sociales. La observación que hace Lehman (1990:98) para “mercados informales” es aplicable para las economías étnicas en general:

“... la red de conexiones familiares o paternalistas es el único medio para conseguir capital, así que la movilidad social está entrelazada con redes. Si uno logra progresar, será en conjunto con colegas, asociados o familiares” .

13. Véase, por ejemplo, los informes de Távora (1993, 1994) sobre El Porvenir.

EL FUTURO

Recapitulemos: basándose en su acervo cultural y sus relaciones étnicas, un buen número de migrantes provincianos en el Perú ha logrado progresar. La situación premigracional en su pueblo y su cultura respectiva influyen en la creación de estas economías.

Ello, sin embargo, no significa que la cultura sea la panacea que soluciona todos los problemas de los migrantes. Aunque la inclusión de la cultura al estudio de procesos económicos evita simplificaciones y generalizaciones inoportunas —como los modelos creados en los laboratorios de economistas neoclásicos, sin molestarse con el trabajo empírico— siempre está latente un cierto peligro de abusar, pues “cuando todas las otras explicaciones fallan, el analista siempre puede tratar de salvar la situación arguyendo que algún grumo amorfo llamado cultura es responsable del fenómeno que él no puede explicar” (Caiden y Wildavsky 1974:xvi).

En vez de considerar unilateralmente la predisposición cultural de los nuevos empresarios para el desarrollo de negocios étnicos —no porque las explicaciones culturalistas sean erróneas, sino porque son incompletas— el modelo adecuado sería un “modelo interactivo... basado en dos dimensiones: estructuras de oportunidad y características del grupo étnico” (Waldinger, Aldrich y Ward 1990:21). Es decir, habría que tomar en cuenta las condiciones del mercado, tanto en el contexto de la sociedad nacional como en procesos globales (Friedman 1994).

Últimamente, Golte ha señalado algunos factores que influyeron en el avance de los “informales” en los años ochenta: un mercado desatendido a causa del aislamiento parcial del mercado mundial, restricciones a la importación y la fuga de capitales a causa de la violencia política, todos factores que contribuyeron a que:

“... la población migrante en su afán emprendedor no se encontraba con un mercado con competidores y productos competitivos, sino en amplia medida con una demanda desatendida, fácilmente satisfecho si se ofrecía algún producto o servicio a bajo costo que cubriera de alguna forma la necesidad” (Golte 1995:144).

La ausencia del Estado es sin duda la característica más saltante que acompañaba el desarrollo de los “otros empresarios” en el Perú. Contrariamente a todas las economías recién industrializadas, donde la intervención del Estado fue decisiva,¹⁴ el Estado peruano ni fomentó ni obstaculizó los sucesos; simplemente no estaba presente. Hasta la actualidad, los empresarios en Gamarra reclaman más atención, sea a través de líneas de crédito,

14. En Corea del Sur, por ejemplo, interviene directamente en la dirección de los *chaebol*, se reserva el monopolio para la autorización de establecer un negocio, el control de precios y el reparto de los créditos indispensables; tampoco duda en aplicar coerción para hacer cumplir sus disposiciones políticas.

fomento de la exportación o protección frente a la competencia internacional en el mercado interno. Si quieren que sus reclamos sean atendidos, tendrían que superar los obstáculos que impiden la articulación de intereses comunes (Grompone 1990, 1991). Una vez más tendrían que “conquistar un nuevo mundo”, a saber el Estado.

Sus posibilidades quizás no son tan remotas como podría parecer. La elección de Fujimori en 1990 fue atribuida en buena medida al voto de los “informales”. Su avance demuestra que su persistencia y la mera presencia numérica obliga a las autoridades a negociar aun cuando la ley está a su favor.

Una vez consolidada la pequeña empresa basada en lazos étnicos, se presentan varias posibilidades para su futuro. La primera y más probable es que se reproduzca. El crecimiento específico de las economías étnicas es diferente a las grandes empresas capitalistas, porque depende de lazos y lealtades personales, de confianza y obligaciones mutuas. Es ineludible que las personas se conozcan bien, de modo que la empresa sólo pueda abarcar el número de personas que el dueño puede conocer lo suficiente para confiar en ellos. Por ello, a menudo estas empresas tienden a separarse y crear nuevas versiones de sí mismas (Bonacich y Modell 1980:32).

22

El ejemplo más notable es la pequeña y mediana empresa familiar de los chinos de ultramar. Aunque existen también redes empresariales, sobre todo en Taiwan, no llegan ni aproximadamente a las dimensiones de los conglomerados japoneses o coreanos. Por lo general, la empresa familiar china es dominada por una sola familia que evita administración profesional, confía más bien en la autoridad personal del fundador y se divide en la tercera generación.

La otra posibilidad sería que con el crecimiento, la cohesión étnica se disuelva. En su trabajo sobre japoneses en Estados Unidos, Bonacich y Modell observan que “grupos étnicos muchas veces actúan como grupos de intereses económicos, y cuando cesan de hacerlo, tienden a disolverse” (1980:3-4); de ahí la base económica de la solidaridad étnica. Pero el mismo ejemplo de las empresas chinas demuestra que eso no necesariamente es así; las relaciones étnicas mantienen su vigencia, aunque sí son ampliadas por otras relaciones personales.¹⁵

Ejemplos como las redes étnicas son ampliadas por redes extrafamiliares sin perder su vigencia hemos encontrado entre los artesanos de Monsefú y entre los ollarayenses en Gamarra. Uno de estos últimos, miembro de la segunda generación con estudios universitarios, ha creado un consorcio con

15. Los chinos llaman este hábito de hacer amigos con el propósito de aprovecharse de ellos en sus esfuerzos económicos, costumbre que han convertido en un verdadero arte, *guanxi* (Yang 1989).

la meta de exportar polos a los Estados Unidos; en él no se encuentran paisanos de Ollaraya porque:

“... no tienen una preparación suficiente, ese es el problema. Nosotros hemos tenido una mejor preparatoria, hemos tenido un mejor cambio de opiniones, más diálogo, mucho más contacto con profesionales y somos un grupo decidido a exportar y lo hemos logrado”.

Sin embargo, para integrar el consorcio hay que cumplir con ciertos criterios más allá de la preparación, como son la meta de crecer como empresario y su empeño, es decir si tiene el espíritu de entrega total al trabajo para lograr el crecimiento. Resulta que al tejer nuevas redes de relaciones más allá del entorno familiar y coétnico, esto no ocurre al azar, sino según criterios que también de alguna manera son culturalmente determinados. El aspecto personal, en todo caso, es sobresaliente.

Entre los monsefuanos, las ferias juegan un papel fundamental en la ampliación de las redes. Es allí donde se crean nuevos lazos a través del intercambio de productos entre artesanos de todo el país. Muchas veces, la artesanía de un puesto bien surtido en la Av. Petit Thouars en Miraflores, en el Centro Artesanal de Monsefú o en la Calle Comercio en Catacaos se ha conseguido a través del trueque, y las relaciones correspondientes han sido entabladas en las ferias. Normalmente esas relaciones no tienen la misma consistencia y solidez que entre los mismos paisanos, pero lo que se puede notar cada vez más es cómo se van creando lazos sólidos entre artesanos de diferentes regiones por intermedio del matrimonio. Hemos encontrado matrimonios de monsefuanos con artesanos de Huacho, Cajamarca, Ayacucho, Huancayo e Iquitos.

En fin, aunque hacen falta más estudios, todo indica que las relaciones étnicas y otras redes personales van a tener gran importancia entre los empresarios-migrantes en el Perú por mucho tiempo.¹⁶

16. La importancia de relaciones sociales no se limita a los “otros empresarios”, es decir a los migrantes. Véase Durand (1994) para el empleo de redes sociales entre los “grupos” de los Romero, Nicolini, Brescia, etc.; no obstante, el tamaño y la estructura organizativa de estas empresas evidentemente no corresponde a la definición de la economía como ha sido aplicado aquí.

BIBLIOGRAFÍA

- ADAMS, Norma y Néstor VALDIVIA
1991 *Los otros empresarios. Ética de migrantes y formación de empresas en Lima*, IEP, Lima.
- ALBO, Xavier
1991 “El retorno del indio”, *Revista Andina* 18:299-366.
- APPADURAI, Arjun (ed.)
1986 *The Social Life of Things: Commodities in Cultural Perspective*, Cambridge University Press, Cambridge.
- BERGER, Peter
1987 *The Capitalist Revolution. Fifty Propositions about Prosperity, Equality, and Liberty*, Wildwood House, Aldershot.
- BLIM, Michael
1992 “Introduction: The Emerging Global Factory and Anthropology”, en Frances Abrahamer Rothstein y Michael L. Blim (eds.), *Anthropology and the Global Factory. Studies of the New Industrialization in the Late Twentieth Century*, Bergin & Garvey, Nueva York/Westport/Londres.
- BOISSEVAIN, Jeremy
1978 *Friends of Friends. Networks, Manipulations and Coalitions*, Basil Blackwell, Oxford.
1984 “Small entrepreneurs in contemporary Europe”, en Roger Waldinger, Howard Aldrich y Robin Ward (eds.), *Ethnic Entrepreneurs. Immigrant Business in Industrial Societies*, Sage Publications, Newbury Park/Londres/Nueva Delhi.
- BOISSEVAIN, Jeremy, Jochen BLASCHKE, Hanneke GROTENBREG, Isaac JOSEPH, Ivan LIGHT, Marlene SWAY, Roger WALDINGER y Pnina WERBNER
1990 “Ethnic Entrepreneurs and Ethnic Strategies”, en Roger Waldinger y otros (eds.).
- BONACICH, Edna
1973 “A theory of middleman minorities”, *American Sociological Review* N° 38:583-594.
- BONACICH, Edna y John MODELL
1980 *The Economic Basis of Ethnic Solidarity. Small Business in the Japanese*

American Community, University of California, Berkeley/Los Angeles/Londres.

BONILLA, Heraclio

1988 "Etnía, religión y la cuestión nacional en el área andina", *Indianidad, etnocidio e indigenismo en América Latina*, Instituto Indigenista Interamericano, México.

BOURDIEU, Pierre

1986 "The Forms of Capital", en John G. Richardson (ed.), *Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education*, Greenwood Press, Nueva York.

BOURRICAUD, François

1989 *Poder y sociedad en el Perú*, IEP, Lima.

BURT, Ronald S.

1993 "The Social Structure of Competition", en Richard Swedberg (ed.), *Exploitations in Economic Sociology*, Russell Sage Foundation, Nueva York.

CAIDEN, Naomi y Aaron WILDAVSKY

1974 *Planning and Budgeting in Poor Countries*, Wiley, Nueva York.

CALDERÓN, Fernando, Ernesto OTTONE y Martín HOPENHAYN

1996 "Las dimensiones culturales de la transformación productiva con equidad", *Pretextos* N° 8:7-47.

CIEPD-MINKA

1994 *Conglomerado de calzado en Trujillo-Perú. Una nueva perspectiva de la pequeña empresa*, Fondo Editorial PAMIS-COPEME, Trujillo.

CLEGG, Stewart R., Winton HIGGINS y Tony SPYBEY

1990 "Post-Confucianism', Social Democracy and Economic Culture", en Stewart R. Clegg y S. Gordon Redding (eds.), *Capitalism in Contrasting Cultures*, Walter de Gruyter, Berlín/Nueva York.

CLEGG, Stewart R. y Gordon REDDING

1990 "Introduction: Capitalism in Contrasting Cultures", en Stewart R. Clegg y S. Gordon Redding (eds.).

COLEMAN, James S.

1988 "Social Capital in the Creation of Human Capital", *American Journal of Sociology* N° 94, Suplemento S95-S120.

DEGREGORI, Carlos Iván

1986 "Del mito de Inkari al 'mito' del progreso: poblaciones andinas, cultura e identidad nacional", *Socialismo y Participación* N° 36:49-56.

- 1991 “El aprendiz de brujo y el curandero chino”, en Carlos Iván Degregori y Romeo Grompone, *Demonios y redentores en el nuevo Perú. Una tragedia en dos vueltas*, IEP, Lima.
- 1993 “Identidad étnica, movimientos sociales y participación política en el Perú”, en Alberto Adrianzén y otros, *Democracia, etnicidad y violencia política en los países andinos*, IFEA/IEP, Lima.
- 1994 “Dimensión cultural de la experiencia migratoria”, *Páginas*, Vol. XIX, N° 130:18-29.

DEGREGORI, Carlos, Cecilia BLONDET y Nicolás LYNCH

- 1986 *Conquistadores de un nuevo mundo. De invasores a ciudadanos en San Martín de Porres*, IEP, Lima.

DOUGLAS, Mary

- 1992 “Why do people want goods?”, en Shaun Hargreaves y Angus Ross (eds.), *Understanding the Enterprise Culture. Themes in the Work of Mary Douglas*, Edinburgh University Press, Edinburgo.

DOUGLAS, Mary y Baron ISHERWOOD

- 1980 *The World of Goods*, Penguin, Harmondsworth.

DURAND, Francisco

- 1994 *Business and Politics in Peru. The State and the National Bourgeoisie*, Westview Pres, Boulder/San Francisco/Oxford.

FAVRE, Henri

- 1991 “Reforma agraria y etnicidad en el Perú durante el gobierno revolucionario de las Fuerzas Armadas (1968-1980)”, *Cuadernos Americanos* Año 5, Vol. 6, N° 30:23-49.

FEATHERSTONE, Mike

- 1995 *Undoing Culture. Globalization, Postmodernism and Identity*, Sage, Londres/Thousand Oaks/Nueva Delhi.

FRANCO, Carlos

- 1990 “Exploraciones en ‘otra modernidad’: de la migración a la plebe urbana”, en Henrique Urbano (ed.), *Modernidad en los Andes*, Bartolomé de las Casas, Cusco.

FRIEDLAND, Roger y A. F. ROBERTSON

- 1990 “Beyond the Marketplace”, en Roger Friedland y A. F. Robertson (eds.), *Beyond the Marketplace. Rethinking Economy and Society*, Aldine de Gruyter, Nueva York.

FRIEDMAN, Jonathan

- 1994 *Cultural Identity and Global Process*, Sage, Londres/Thousand Oaks/Nueva Delhi.

FUENZALIDA VOLLMAR, Fernando

- 1991 "Sociedad informal, pluralismo étnico y Estado", en Alejandro Toledo y Alain Chanlat (eds.), *Las otras caras de la sociedad informal. Una visión multidisciplinaria*, ESAN/IDE, HEC, Lima.

FUKUYAMA, Francis

- 1995 *Trust: The Social Virtues and the Creation of Prosperity*, Hamish Hamilton, Londres.

GEREFFI, Gary

- 1989 "Development Strategies and the Global Factory", *The Annals of the American Academy of Political and Social Science* 505:92-104.

GOLTE, Jürgen

- 1980 *La racionalidad de la organización andina*, IEP, Lima.
1993 "El Perú y los países ex-socialistas de Europa Central y Oriental", *Argumentos* N° 6:10-13.
1995 "Nuevos actores y culturas antiguas", en Julio Cotler (ed.), *Perú 1964-1994. Economía, sociedad y política*, IEP, Lima.

GOLTE, Jürgen y Norma ADAMS

- 1990 *Los caballos de Troya de los invasores. Estrategias campesina en la conquista de la Gran Lima*, IEP, Lima.

GÓMEZ CUMPA, José e Inés BAZÁN ALFARO

- 1986 Chiclayo y su region en el siglo XIX (mimeo).

GRANOVETTER, Mark

- 1985 "Economic Action and Social Structure: The Problem of Embeddedness", *American Journal of Sociology* 91, N° 3:481-310.

GROMPONE, Romeo

- 1990 "Las lecturas políticas de la informalidad", en Alberto Bustamante, Eliana Chávez, Romeo Grompone, Samuel Machacuay y Gustavo Riofrío, *De marginales a informales*, DESCO, Lima.
1991 *El velero en el viento. Política y sociedad en Lima*, IEP, Lima.

JENKINS, Richard

- 1986 "Social anthropological models of inter-ethnic relations", en John Rex y David Mason (eds.), *Theories of Race and Ethnic Relations*, Cambridge University Press, Cambridge.

JOYCE, Patrick

- 1987 "The historical meanings of work: An introduction", en Patrick Joyce (ed.), *The Historical Meanings of Work*, Cambridge University Press, Cambridge.

- LASH, Scott y John URRY
1987 *The End of Organized Capitalism*, Polity, Cambridge.
1994 *Economies of Signs and Space*, Sage Publications, Londres/Thousand Oaks/Nueva Delhi.
- LEHMAN, David
1990 "Popular Culture and the Informal Economy in Quito and Guadalajara", *The European Journal of Development Research* Vol. 2, N° 1:89-107.
- LEON CASTRO, Camilo
s.f. "Un día en Caquetá", temas de Sociología, PUC (mimeo).
- LIGHT, Iván
1979 "Disadvantaged Minorities in Self-Employment", *International Journal of Comparative Sociology* 20, N° 1-2:31-45.
- LOMNITZ, Larissa y Marisol PÉREZ-LIZAURO
1988 "The Origins of the Mexican Bourgeoisie: Networks as Social Capital", en Thomas Schweizer (ed.), *Netzwerkanalyse. Ethnologische Perspektiven*, Dietrich Reimer Verlag, Berlín.
- MacISAAC, Donna J. y Harty Anthony PATRINOS
1995 "Labour Market Discrimination Against Indigenous People in Peru", *The Journal of Development Studies* Vol. 32, N° 2:218-233.
- MAFFESOLI, Michel
1996 *The Time of the Tribes. The Decline of Individualism in Mass Society*, Sage, Londres/Thousand Oaks/Nueva Delhi.
- MAYBURY-LEWIS, David
1992 *Millenium: Tribal Wisdom and the Modern World*, Viking Penguin, Nueva York.
- MOORHOUSE, H. F.
1987 "The 'work ethic' and 'leisure' activity: the hot rod in post-war America", en Patrick Joyce (ed.), *The Historical Meanings of Work*, Cambridge University Press, Cambridge.
- MURRA, John V.
1984 "The Cultural Future of the Andean Majority", en Stuart Plattner y David Maybury-Lewis (eds.), *The Prospects for Plural Societies*, The American Ethnological Society, Washington.
- NEDERVEEN PIETERSE, Jan y Bhiku PAREKH
1995 "Shifting imaginaries: Decolonization, internal decolonization, post-coloniality", en Jan Nederveen Pieterse y Bhikhu Parekh (eds.), *The*

Decolonization of Imagination. Culture, Knowledge and Power, Zed Books, Londres/Nueva Jersey.

NEYRA, Eloy

- 1993 “‘Cuando no trabajo me da sueño’. Raíz andina de la ética de trabajo”, en TEMPO (Taller de Estudios de las Mentalidades Populares) (eds.), *Los nuevos limeños. Sueños, fervores y caminos en el mundo popular*, SUR/TAFOS, Lima.

PIORE, Michael y Charles SABEL

- 1984 *The Second Industrial Divide: Possibilities for Prosperity*, Basic Books, Nueva York.

PONCE MONTEZA, Carlos Ramón

- 1994 *Gamarra. Formación, estructura y perspectivas*, Fundación Friedrich Ebert, Lima.

PORTES, Alejandro y Julia SENSENBRENNER

- 1993 “Embeddedness and Immigration: Notes on the Social Determinants of Economic Action”, *American Journal of Sociology* 98, N° 6:1320-1350.

SARTORI, Giovanni

- 1988 *Teoría de la democracia*, tomo I: El debate contemporáneo, Alianza Universidad, Madrid.

SCHAEDEL, Richard P.

- 1988 *La etnografía muchik en las fotografías de H. Brüning 1886-1925*, Ediciones Cofide, Lima.

STEINHAUF, Andreas

- 1991 “Diferencias étnicas y redes de larga distancia entre migrantes andinos: el caso de Sanka y Colcha”, *Boletín del Instituto Francés de Estudios Andinos* 20, N° 2:93-114.

- 1992 *Interaktionsnetze als Entwicklungsstrategie. Zur Dynamik sozialer Netzwerke im informellen Sektor Perus*, Lit. Verlag, Muenster/Hamburg.

STEINHAUF, Andreas y Ludwig HUBER

- 1996 “Redes sociales en una economía étnica: los artesanos de la costa norte del Perú”, *Bulletin de l'Institut Français d'Études Andines* (en prensa).

SWIDLER, Ann

- 1986 “Culture in Action: Symbols and Strategies”, *American Sociological Review* N° 51:372-286.

TÁVARA, José L.

1993 “La economía política de los distritos industriales. El caso de El Porvenir”, *Pretextos* N° 5:141-163.

1994 *Cooperando para competir. Redes de producción en la pequeña industria peruana*, DESCO, Lima.

TILLY, Charles

1990 “Transplanted Networks”, en Virginia Yans-McLaughlin (ed.), *Immigration Reconsidered. History, Sociology, and Politics*, Oxford University Press, Nueva York/Oxford.

VINCENT, Joan

1974 “The Structuring of Ethnicity”, *Human Organization* 33:375-379.

WALDINGER, Roger, Howard ALDRICH y Robin WARD

1990 “Opportunities. Group Characteristics, and Strategies”, en Roger Waldinger, Howard Aldrich y Robin Ward (eds.), *Ethnic Entrepreneurs. Immigrant Business in Industrial Societies*, Sage Publications, Newbury Park/Londres/Nueva Delhi.

WERBNER, Pnina

1984 “Business on trust: Pakistan entrepreneurship in the Manchester garment trade”, en Robin Ward y Richard Jenkins (eds.), *Ethnic Communities in Business. Strategies for Economic Survival*, Cambridge University Press, Cambridge/Londres/etc.

YANG, Mayfair Mei-hui

1989 “The Gift Economy and State Power in China”, *Comparative Study of Society and History* 31:25-54.