

ECUADOR

Debate

CONSEJO EDITORIAL

José Sánchez-Parga, Alberto Acosta, José Laso Ribadeneira,
Simón Espinosa, Diego Cornejo Menacho, Manuel Chiriboga,
Fredy Rivera Vélez, Jaime Borja Torres, Marco Romero.

Francisco Rhon Dávila: Director
Director Ejecutivo del CAAP
José Sánchez-Parga: Primer Director 1982-1991
Fredy Rivera Vélez: Editor
Margarita Guachamín: Asistente General

ECUADOR DEBATE

Es una publicación periódica del **Centro Andino de Acción Popular CAAP**, que aparece tres veces al año. La información que se publica es canalizada por los miembros del Consejo Editorial. Las opiniones y comentarios expresados en nuestras páginas son de exclusiva responsabilidad de quien los suscribe y no, necesariamente, de ECUADOR DEBATE.

SUSCRIPCIONES

Valor anual, tres números:

EXTERIOR: US\$. 30

ECUADOR: US\$. 6

EJEMPLAR SUELTO: EXTERIOR US\$. 12

EJEMPLAR SUELTO: ECUADOR US\$. 2

ECUADOR DEBATE

Apartado Aéreo 17-15-173 B, Quito - Ecuador

Fax: (593-2) 568452

e-mail: Caap1@Caap.org.ec

Redacción: Diego Martín de Utreras 733 y Selva Alegre, Quito.

Se autoriza la reproducción total y parcial de nuestra información, siempre y cuando se cite expresamente como fuente a ECUADOR DEBATE.

PORTADA

Magenta Diseño Gráfico

DIAGRAMACION

Martha Vinueza

IMPRESION

Albazul Offset



ISSN-1012-1498

Quito-Ecuador, diciembre del 2001

PRESENTACION / 3-4

COYUNTURA

Economía ecuatoriana y tendencias recesivas de la economía mundial / 5-18

Wilma Salgado Tamayo

Terrorismo y antiterrorismo del orden global / 19-36

J. Sánchez-Parga

¿Y después del 11 de septiembre, Nueva York? / 37-40

Anibal Quijano

Conflictividad socio-política: Julio-octubre del 2001 / 41-46

TEMA CENTRAL

Globalización y transmigración / 47-58

Hernán Rodas Martínez

Desde Nueva York a Madrid: tendencias en la migración ecuatoriana / 59-84

Brad D. Jokisch

La diáspora del comercio otavaleño: Capital social y empresa transnacional / 85-110

David Kyle

Radiografía de los primeros inmigrantes ecuatorianos en Murcia (España) / 111-126

Antonio García Nieto Gómez-Guillamón

Los niños de las remesas y traumas de la globalización / 127-154

Jason Pribilsky

Transformando los pueblos: La migración internacional

y el impacto social al nivel comunitario / 155-174

Emily Walmsley

Ecuatorianos en España: historia de una inmigración reciente / 175-188

Emilio J. Gómez Ciriano

DEBATE AGRARIO

Gitanos, magrebíes, ecuatorianos: una segmentación étnica
del mercado de trabajo en el campo murciano (España) / 189-200

Andrés Pedreño Canovas

Consideraciones sobre la migración rural: diáspora, mitimaes / 201-210

Carlos Pérez

ANALISIS

Una agenda social para la integración andina / 211-232

Francisco Pareja Cucalón

CRITICA BIBLIOGRAFICA

No quisimos soltar el agua. Formas de resistencia indígena
y continuidad étnica en una comunidad ecuatoriana: 1960-1965 / 233-236

Ursula Poeschel-Renz

Comentarios: Emilia Ferraro

La diáspora del comercio otavaleño: Capital social y empresa transnacional*

David Kyle**

Cómo un grupo de "campesinos" de un contexto rural en los Andes emprendió una próspera economía étnica y en el proceso incorporó no solo su propia producción de artesanías sino también la de otros grupos indígenas de toda América Latina, es una historia sorprendente en sí misma; pero también una historia con lecciones sociológicas concernientes a lo que se necesita para "lograrlo" como un movimiento de base empresarial transnacional en los noventa

La experiencia de inmigración contemporánea -entre los recién llegados a los Estados Unidos- ¿provee las semillas esenciales para una empresa migrante transnacional y una nueva avenida para escapar al trabajo asalariado de bajo nivel?. ¿Es el acceso del inmigrante al 'capital social' de un grupo la base primaria para esta nueva oportunidad económica? Para responder estas preguntas, presento, en este trabajo, una visión histórica del desarrollo de una diáspora de comercio transnacional en el grupo étnico de los Otavaleños Quichua-hablantes, del norte del Ecuador.¹

Esta región es bien conocida por el tejido de prendas tradicionales así como

la elaboración de artesanías para turistas por "campesinos" dueños de propiedades pequeñas, conocidos como Otavaleños. En una comunidad de alrededor de 2000 habitantes (Peguiche), encontré que los migrantes viajaban de ida y vuelta por lo menos a veinte y tres países, con un período promedio de estadía afuera de menos de un año (Kyle, en proceso). En el curso de la comercialización externa de sus propios productos y de aquellos de otros grupos indígenas, los Otavaleños han labrado un nicho en el mercado global para artesanías de bajo costo manufacturadas por mano de obra familiar, utilizando tecnologías de escala pre-industrial e industrial.

* Traducción del inglés al castellano por Consuelo Fernández Salvador. Antropóloga

** Asistente de profesor de sociología de la Universidad de California en Davis.

1 Mi estudio de la construcción histórica y las estructuras sociales contemporáneas de la migración económica transnacional se basó en casi dos años (1990-93) de investigación etnográfica y de encuesta en cuatro comunidades rurales en Otavalo y la región del Azuay que envía obreros, una región que también se caracteriza por altos niveles de migración transnacional entre las comunidades y la ciudad de Nueva York (Kyle, por publicarse)

Si se encuentra que "el capital social", una metáfora para un tipo de "bien público" que reduce una gama de costos a través de una red social que se basa en la confianza, se encuentra que es suficiente para iniciar una empresa migrante, éste podría ser un descubrimiento con implicaciones importantes a nivel de elaboración de políticas; podría marcar el inicio de un nuevo periodo de viabilidad para la economía migrante (transnacional) y el poder político. El éxito de un gran número de Otavaleños en su búsqueda de mercados globales indica que los retratos estereotipados de grupos débiles de "bajo nivel" en la "periferia" siguiendo un guión asignado a ellos por el "centro", necesita ser modificado.

Cómo un grupo de "campesinos" de un contexto rural en los Andes emprendió una próspera economía étnica y en el proceso incorporó no solo su propia producción de artesanías sino también la de otros grupos indígenas de toda América Latina, es una historia sorprendente en sí misma; pero también una historia con lecciones sociológicas concernientes a lo que se necesita para "lograrlo" como un movimiento de base empresarial transnacional en los noventa. Este caso de empresarios transnacionales migrantes es especialmente notable por su excepcionalidad: la mayor parte de ecuatorianos que se convierten en migrantes transnacionales no son negociantes. Los obreros transnacionales de otras regiones ecuatorianas representan ahora una de las más grandes poblaciones de inmigrantes indocumentados en la ciudad de Nueva York (Warren 1995).

Por ejemplo, unos pocos cientos de kilómetros al sur, la provincia del Azuay es también el lugar de niveles altos de migración económica transnacional. Los azuayos, sin embargo, emigran especialmente a la ciudad de Nueva York utilizando los "comerciantes de migración" profesionales y a medio tiempo (Kyle 1995), quienes proveen una gama de servicios legales y clandestinos para facilitar la migración indocumentada a los Estados Unidos. El propósito establecido para muchos de estos campesinos "mestizos", involucrados en agricultura y artesanías en su país, es el de ahorrar el suficiente capital financiero para comenzar un negocio pequeño en el Ecuador. Algunos migrantes que han regresado han intentado iniciar un negocio en el Azuay pero encuentran que éste no es rentable y estimulante, comparado con el trabajo asalariado y el medio cultural de Nueva York. Excepto por los comerciantes de migración, algunos de los cuales se aprovechan de la debilidad del estatus legal del migrante (cobrando generalmente intereses de usura sobre los costos de los trámites de contrabando de entre 8 y 10 mil dólares), pocos "trabajadores regulares" se convierten en empresarios transnacionales (Kyle, en proceso). Así, aunque el objetivo de los migrantes azuayos es el de trabajar para ellos mismos, su realidad es similar a aquella que se ha discutido mucho en la literatura sobre migración transnacional en la que ni el "aquí" ni el "ahí" proveen un conjunto completo de "bienes" económicos, sociales, culturales y políticos (por ejemplo, en este volumen: Smith y Guarnizo 1998).

En contraste, la empresa Otavaleña y la industria rural en la que se basa, representa un caso de “transnacionalismo” empresarial, como los co-editores de este volumen lo definen (actividades transnacionales que son regulares o que se relacionan ocupacionalmente). Alejandro Portes ha utilizado repetidamente el caso de Otavalo para ilustrar su tipología de capital social (Portes and Sensenbrenner 1993; Portes 1995), y los crecientes niveles de negocios transnacionales (1996a; 1996b; 1997a; 1997b). Este uso prominente del caso de Otavalo puede justificarse ya que ilustra que las corporaciones transnacionales no son las únicas que pueden tomar ventaja de las oportunidades económicas distribuidas alrededor del planeta en virtud de sus grandes presupuestos y poder organizacional. Frente a esto, la pregunta es: ¿cómo pudo un grupo indígena del “Tercer Mundo” ahorrar el suficiente capital financiero para comenzar tal cantidad de empresas *transnacionales*? Pero, como veremos, la pregunta más apropiada es: ¿qué clases de recursos *no-financieros* (sociales, políticos) estaban dados para ofrecer a *algunos* Otavaleños un incentivo para convertirse en comerciantes independientes, y de hecho la *expectativa* de que alcanzarían el éxito en una escala global? Por lo tanto, la noción del “capital social” se convierte en un concepto muy apropiado para examinar en el caso Otavaleño. Al intentar “mirar a través de” el detalle histórico del comercio Otavaleño para examinar algunas dimensiones sociológicas (capital social) podríamos determinar de mejor manera si este caso tiene una más amplia aplicación a otros grupos. Esto es, ¿Otavalo representa la

vanguardia de un “transnacionalismo de base” en expansión utilizando el “capital social”? ¿O es el “Parque Jurásico” de un tipo de institución económica transnacional que Philip Curtin documentó como “una de las instituciones humanas más comunes...(que) terminó con la venida de la era industrial (1984, p.3)? El observa que, “las comunidades de comerciantes viviendo entre extranjeros en redes asociadas se encuentran en cada continente y hacia atrás en el tiempo hasta el comienzo de la vida urbana” (1984, p. 3; ver también Cohen 1997). Lejos de ser comerciantes de alto nivel, la mayoría de estas comunidades eran muchas veces estigmatizadas por las sociedades agrarias como “parias” extranjeras, un mal necesario para el comercio. Si Otavalo es representativo de una forma antigua, ¿por qué ha resurgido esta forma ahora y de una manera tan notable?

Antes de regresar al caso de Otavalo y el del “capital social” es importante notar la novedosa tipología del “capital social” de Portes y cómo se relaciona con la región en cuestión. Su acercamiento al capital social, que ha sido definido originalmente por Coleman como un “bien público” utilizado como una herramienta deductiva (1988), busca el evitar su mal uso como una taquigrafía de variables exógenas cargadas de valor en modelos culturales exteriores de desarrollo económico y civismo político (Inglehart 1990; Putnam 1993; para una crítica de esta literatura, ver Jackman y Miller 1998). Portes construye su tipología sobre la visión de que incluso las acciones y resultados económicos contemporáneos se encuentran “implantados” íntimamente entre las relaciones

sociales (Lowenthal 1975; Granovetter 1985). También ha sensibilizado el sub-campo de la sociología económica al papel del "capital social" enfrentado por Janus: "...la sociabilidad es una calle de dos vías y los recursos obtenidos de los miembros de la comunidad y los miembros de las redes sociales, a pesar de que parecen "gratis", llevan costos escondidos" (1995, p.14). Por ejemplo, al esbozar los resultados positivos del "capital social" migrante en la empresa transnacional, Portes utiliza un ejemplo Otavaleño (1996^a; 1996b; 1997^a; 1997b). Sin embargo, los empresarios Otavaleños también ejemplifican "el lado negativo del capital social":

En los Andes del Ecuador, muchos hombres de negocios con éxito son Protestantes (o "Evangélicos", como se los conoce localmente) en lugar de Católicos ...al cambiar religiones, estos empresarios dejaron una cantidad de obligaciones de los jefes de familia (hombres) asociadas con la Iglesia Católica. El Evangélico convertido se transforma, en cierto sentido, en un "extraño" en su propia comunidad, lo que le aísla de las demandas de apoyo de otros sobre la base de las normas Católicas. Para estos hombres, el capital social se da a un precio demasiado alto (Portes y Landolt 1996, p. 21).

Al usar el mismo grupo para ilustrar los efectos opuestos del capital social, no es claro si Portes está sugiriendo que, al final, el capital social tiene una importancia secundaria para la empresa transnacional, debe ser atenuada a veces, o es crucial para la fase inicial del comercio transnacional, pero no una vez que el empresario tiene el suficien-

te momento financiero. Esta última posibilidad es plausible a nivel individual pero parecería reducir la naturaleza "pública" del bien una vez que el empresario se ha retirado de la comunidad (aislado socialmente).

Ahora podemos volver hacia algunas de las características primarias históricas del caso de Otavalo con atención sobre la singularidad o similitud histórica de la región comparada a otras regiones rurales del "Tercer Mundo". En el siguiente análisis, me concentro sobre todo en la heterogeneidad económica y social de la etnia Otavaleña y sus singulares relaciones sociales y políticas con gente de fuera, quienes generalmente los miran a ellos como especiales pero homogéneamente "indios". Luego discuto brevemente las implicaciones del caso de Otavalo para el rol del "capital social" en la empresa transnacional "de base".

El desarrollo de la diáspora comercial Otavaleña

El cantón de Otavalo, en la provincia de Imbabura, ha sido descrito por sucesivos visitantes, como uno de los valles más hermosos de América del Sur, situado a 9200 pies sobre el nivel del mar y a solo sesenta y cinco millas al norte de Quito. La belleza física y la fertilidad de la región han tenido un rol significativo en cada período histórico, desde los planes Incas de hacer de éste un "segundo Cuzco" hasta el turismo de los tiempos modernos, de lo cual los Otavaleños se han beneficiado mucho. En el centro del cantón de Otavalo se encuentra la ciudad de Otavalo (con una población estimada de 18.000). tra

dicionalmente poblado por mestizos locales, aunque recientemente se ha convertido en el destino de un número creciente de indígenas inmigrantes desde el campo. Meisch estima que hay aproximadamente 60.000 Otavaleños habitando setenta y cinco comunidades que rodean la ciudad de Otavalo (1997, p.9). Estas parcialidades van desde pequeñas comunidades aisladas con pocas familias dispersas hasta poblaciones nucleadas de una centena de familias. Mientras que algunas comunidades indígenas disfrutaban de extensiones de tierra relativamente grandes, la mayoría se caracterizan por los minifundios, o lotes mínimos de terreno que no son suficientes para mantener una familia.

Dados los propósitos y los límites de este artículo, me centraré en el siglo más reciente de crecimiento extraordinario en una economía étnica *transnacional*. Sin embargo, la historia de por qué y cómo los indígenas Otavaleños han adquirido su lugar singularmente positivo en el universo social y económico en la colonia y el período temprano de la República es tal vez más significativo para su éxito de ahora. Por ejemplo, en contraste con la gran mayoría de "indios" trabajando para las típicamente brutales élites coloniales, una porción de comunidades Otavaleñas (no todas) fueron escogidas como las tejedoras de prendas, directamente para la corona española, y de ellas se decía que eran descendientes de la realeza Inca. Aunque todavía estaban sujetas a muchos abusos, estas comunidades "especiales" también se beneficiaron enormemente de las reformas. La mayoría de las comunidades otavaleñas, compar-

tiendo la misma vestimenta, lengua y tradiciones, no eran tejedores sino agricultores rurales. Dada esta división por modos de producción y por las relaciones con las estructuras de poder, combinados con la competencia intensa sobre la mejor tierra (Parsons 1945; Buitrón 1947; Salomon 1981 (1973), las relaciones entre poblaciones han sido históricamente ásperas y chauvinistas.

La identidad colonial de los Otavaleños de "especiales" y "limpios" permaneció hasta mediados de 1800 y se estableció para la época en que Hassaurek, un viajero extranjero, visitó la región: "Hay una idea general en Quito de que los Indios de Otavalo...son más guapos y más limpios que (los otros)...pero yo no he podido descubrir ninguna base para tal opinión." (1967 (1867), pp. 157-58). En el contexto de la estructura social Andina tipo-casta, heredada del período colonial en la que la sociedad dominante continuaba impuntando cualidades subhumanas a los "indios", es importante considerar el rol de las élites, motivadas políticamente, en el refuerzo, si no en la creación, de la identidad Otavaleña como la excepción que prueba la regla (del atraso indígena). Blanca Muratorio ha demostrado cómo esta reputación pre-existente fue realizada y embellecida todavía más por las élites nacionalistas a finales del siglo XIX, a quien ella llama "productores de imágenes" en su intento de representar la cara del Ecuador en la celebración del cuarto centenario del descubrimiento de Colón, celebrado en Madrid en 1892. Al analizar documentos internos del "Comité Organizador del Ecuador", Muratorio nos permite una mirada poco

común sobre la representación estratégica de la etnicidad que la élite maneja en su intento de construir un mito legitimante basado en la "gran ficción" del mestizaje, o una nación de sangre mezclada (1993, p.24). Las élites comerciales de la costa (quienes se encontraban en medio del boom de exportación del cacao), intentaron tomar su lugar en la mesa de las naciones "civilizadas" demostrando el pasado "noble" y "aristocrático" del mestizaje Ecuatoriano:

En contraste con los Incas históricos, la imagen de los Otavaleños está diseñada para representar el futuro. En el esquema de progreso del siglo XIX, los Otavaleños simbolizan para los autores, lo que los Indios podrían y deberán convertirse si se permite que el proceso de civilizarlos tome su curso "natural". Esta percepción positiva de los Otavaleños, que hace de ellos la "imagen molde" de los Indios de la sierra hasta estos días, fue fabricada muy temprano (p. 28).

Las razones expuestas, señaladas por el comité organizador del centenario, para escoger a los Otavaleños sintetizan su imagen acumulativa hasta ese punto y anticipa la versión congelada de su reputación empresarial contemporánea:

En contraste (con los "salvajes de la Amazonia"), a pesar de que los Indios Otavaleños no son "puros", de acuerdo al Sr. Pallares, ellos son "excepcionales" por sus "facciones correctas" su "estatura sobre el promedio" y "sus formas vigorosas", características que supuestamente han "preservado" de sus ancestros "Caras". Además son "inteligentes, trabajadores, sobrios, de buenas mane-

ras y acostumbrados a la limpieza y al orden".* Más importante, sin embargo, los Otavaleños tienen "habilidades especiales" como sus "danzas de San Juan"...la pequeña suma que se cobrará por este espectáculo podría "incluso ayudar a pagar todos los gastos incurridos en el transporte y alojamiento de los mismos Indios" (p. 25).

Al analizar la lógica de las élites comerciales nacionales para escoger a los Otavaleños, Muratorio observa que era precisamente su mercadeabilidad económica y política, en el contexto ideológico de la democracia liberal y las economías intervencionistas, lo que reforzó todos los elementos que eran parte de su reputación colectiva. Al resaltar estas cualidades 'mercadeables' en sus 'nobles' primitivos, los 'productores de imágenes' nacionalistas, subrayaron el 'orden natural' de la economía mientras obscurecían las desigualdades sociales sobre la que ésta se basaba (p.30).

A pesar de que todavía tomaría unas décadas para que el enclave de la economía Otavaleña avance a grandes pasos directamente en el mercadeo internacional, vemos que algunas de las características centrales del resurgimiento económico actual se dieron ya a finales del siglo XIX: 1) una identidad étnica positiva íntimamente vinculada a una reputación comercial de siglos (que es 'muy ejecutiva'); 2) una capacidad productiva independiente parcialmente ligada a la economía de mercado; 3) una reciente escasez de tierra y sus efectos inflacionarios; y 4) la incapacidad de las élites blanco-mestizas en sus intentos de industrializar la producción de tela para competir directamente con los

productos baratos importados de Inglaterra. Este último punto, pienso yo, es crucial; si los dueños de haciendas locales se hubieran industrializado con éxito utilizando mano de obra local (las mismas comunidades tradicionales de tejedores), no hubiera sido probable que los Otavaleños ganasen el mismo grado de independencia económica de la que disfrutaron durante el siguiente siglo.

La diáspora comercial transnacional: 1917-presente

Al enfatizar el rol de la acción humana, en el contexto histórico de la extraordinariamente positiva reputación de un grupo, tres eventos importantes dieron forma al desarrollo de la diáspora comercial transnacional de Otavalo durante el siglo XX: 1) la introducción, en 1917, del tejido de 'paño inglés' en el mercado urbano, un avance tecnológico apoyado por gente de fuera con redes sociales urbanas; 2) la gira cultural 'de buena voluntad' de Rosa Lema (la principal informante de la antropóloga Elsie Clews Parson en 1945) a las Naciones Unidas en 1949, lo que extendió las redes sociales urbanas, elevó el interés internacional en la región, y estableció el escenario para un período de modernización indígena; y c) la apertura tanto de la 'Plaza de los Ponchos' para los turistas en Otavalo y la pavimentación de la Carretera Panamericana en 1973, lo cual marcó el período actual de comercialización global. Estos tres puntos pueden ser vistos como la maduración del período previo en el que una gama de recursos financieros, culturales y sociales se desarrollaron. Como vere-

mos, la noción de un 'capital social' emergente, basado en una interacción social regular y en la confianza, caracterizaron un recurso importante para los tejedores profesionales y comerciantes, que podía ser activado con gente de fuera, *extraños* importantes, pero no con gente de la misma etnia, quienes son considerados, en gran medida, como la competencia.

Elsie Clews Parsons, en su clásica etnografía sobre Peguche menciona, en una nota al pie de página, lo que para la mayoría de los estudiosos de los Otavaleños se considera como el comienzo de la era moderna de la estrategia económica contemporánea de los Otavaleños de producir textiles de especialidad a precios bajos; ella describe una entrevista con el señor Uribe, el yerno de los dueños de la hacienda 'Cusin' cerca de Otavalo (que todavía existe):

Me dijo que en su matrimonio en 1917, su futura suegra le había ofrecido un poncho hermosamente tejido por José Cajas (de Quinchuqui), y se le ocurrió montar un telar español para José Cajas, proveerle de muestras de casimir para imitar y proporcionarle un mercado en Quito (1945, p.25, fn. 67).

Collier y Buitrón también añaden a la historia: '(El Señor Uribe) estaba encantado. Ahora no tenía que mandar a traer desde Londres el material para sus ternos. Les contó a sus amigos. Ellos también ordenaron tela. El tejedor original compartió las órdenes con un amigo, y de esa forma se estableció la base para una nueva empresa.' (p. 160).

José pasó sus habilidades -y su 'mercado de Quito'- a sus descendientes, quienes todavía eran prominentes

tejedores-comerciantes en el pueblo de Quinchuquí en los años 60 (Salomon 1981 (1973)). Cuando Parsons visitó a 'Don José', su hijo, Antonio, a quien le había enseñado como tejer paño se encontraba en Colombia por un año 'enseñando a tejer paño' (p.26). Parsons continúa en el cuerpo de su texto a describir cómo el uso del telar español para tejer casimir (paño) seguramente se extendió al vecino Peguche a través del matrimonio del sobrino nieto de José Cajas con una mujer de Peguche, en donde los recién casados se instalaron. La importancia de esta sutil narración solo puede apreciarse desde el punto de vista de haber presenciado, décadas después, el éxito permanente de la estrategia descubierta por el Señor Uribe y José Cajas; en lugar de tratar de competir con 'prendas para el diario' barata y consistente por ser hecha en fábrica, los tejedores comerciales Otavaleños se especializarían en duplicar telas especiales, tales como el paño o casimir importado, el cual podrían vender a menor precio mientras se aprovechaban de cualquier innovación de baja tecnología que mejoraría la producción, sin perturbar la organización de un modo de producción basado en la familia.

Lo que emerge de la etnografía de Parsons, basada en algunos meses de investigación de campo en Peguche en 1940 y 1941, es un grupo indígena en la angustia de la transición de una economía de agricultura-artesanías a una economía étnica 'en proceso de modernización' exhibiendo el clásico espíritu empresarial de innovación práctica en la producción y la comercialización. Para mediados de los años 40, los patrones pre-existentes de especialización de

los pueblos en artesanías que había existido por siglos, empezaron a tomar una estructura más bien de clase a medida que aquellas comunidades que atravesaban una 'revolución industrial' respondiendo a los mercados externos, rápidamente comenzaban a prosperar, proporcionándoles la posibilidad de comprar todavía más tierra y telares. Más importante aún, algunas poblaciones, especialmente Peguche, estaban produciendo para el mercado urbano mestizo mientras que las otras comunidades producían textiles utilizados especialmente por los Indios, aunque todavía exportaban a otras regiones del Ecuador. Notablemente, ninguno de los vendedores locales de textiles en los mercados semanales era 'blanco' (Parson 1945, p.30). En contraste con los tejedores y comerciantes de aquellas poblaciones cerca de Otavalo, tales como Peguche, las comunidades más rurales con vínculos cercanos a la hacienda eran evidentemente menos independientes en lo económico.

A finales de los años 40 comerciantes Otavaleños itinerantes comercializaban textiles tanto 'Indios' como 'europeos' en todo el Ecuador y afuera. Los comerciantes Otavaleños se estaban convirtiendo ya en accesorios en ciudades de todo el Ecuador y a lo largo de la costa norte Caribeña, donde 'se paran en las galerías de edificios con mucho movimiento o en las plazas, exhibiendo rollos de paños Indios a los transeúntes' y exhibiendo 'iniciativa y coraje en las empresas comerciales' (Collier y Buitrón 1949, pp. 164-65). Rosa Lema, la informante principal de Parsons, era parte de esta clase comercial emergente. Parsons describe la cantidad de 'visitantes' a la

casa de Rosa los cuales habían sido contratados para cardar e hilar, o que ofrecían lana en varios estados de procesamiento: 'Rosa y José ofrecen un buen número de pequeños trabajos de tejido a sus vecinos que no tenían tanto éxito' (p. 159). En efecto, '(Rosa) y su esposo venden una parte considerable de la producción de textiles de Peguche' (p.150).

El estatus de los Lemas también les proporcionaba la oportunidad de mantener a dos sirvientes, una pareja de casados, a quienes se les trataba 'más como' 'parientes pobres' que como sirvientes' (p. 163), a pesar de que esa práctica en otras familias indias no era común en ese entonces. También era evidente por la conducta de Rosa que ella era de un estatus social superior a la de sus vecinos y ciertamente a aquellos de las poblaciones rurales; 'Rosita tiene un sentido embrionario de clase, y no sería difícil que ella pensara que es una dama Inca, si supiera algo acerca de los Incas o de una sociedad India estratificada en clases' (p. 163). Una característica de esta nueva clase comerciante, que Rosa Lema personifica,² era la previsión y la habilidad de moverse en los círculos 'blancos' y cultivar contactos urbanos que serían de utilidad en el futuro. Estos círculos incluían no solamente los contactos comerciales en Quito o Bogotá y los europeos viviendo en el Ecuador, sino también miembros importantes de la jerarquía de la Iglesia. El cultivar tanto los contactos económicos como los aliados políticos era cru-

cial para la formación de esta clase independiente.

El estudio de Parsons no introdujo solamente la vida Otavaleña a los lectores norteamericanos, sino que, indirectamente, la antropóloga introdujo el mundo a los Otavaleños, especialmente a Rosa Lema. Finalmente, Rosa hizo tres viajes 'diplomáticos' a los Estados Unidos, incluyendo uno acompañado por el Presidente del Ecuador, Galo Plaza. La etnografía de Parsons no solo hizo famosa a Rosa sino que también resaltó las características coloridas de Otavalo, a pesar de que el turismo hacia la región era todavía mínimo en los años 40. Este interés en el turismo fue luego realizado por la publicación de Collier y Buitrón de un hermoso tributo fotográfico a la región, *The Awakening Valley* (El Valle del Amanecer), reforzando el interés internacional en Otavalo. Su enfoque sobre la sociedad Otavaleña era similar a los temas históricos que representaban a los Otavaleños como especiales entre otros grupos indios, aunque con un nuevo giro; mientras los autores observan que los Otavaleños eran uno de los pocos grupos indígenas que pudieron retener independencia del control de la hacienda, se minimiza su pasado 'noble' en favor de un presente ahistórico y un futuro imaginado:

Desde la conquista española los Indios han trabajado en servidumbre, robada su libertad, en una vida de una penosa desesperanza. Aun ahora el patrón ha cambiado poco...Pero en el valle de

2 Miembros de su familia son todavía comerciantes prominentes; ahora ella vive en una casa en un buen barrio en Quito, con empleados.

Otavalo se ha dado un despertar, un milagro de renacimiento cultural. Los Indios de Otavalo se están levantando en una oleada de vitalidad que está rompiendo las ataduras de su pobreza tradicional, convirtiéndolos en una sociedad de ciudadanos prósperos e independientes. El surgimiento de los Indios de Otavalo es una historia única. Sin embargo los Indios del Valle del Amanecer no son diferentes de otros Indios...La suya es una historia de gente simple, una historia de fortaleza diaria, habilidad, alegría, y fe (p.2).

Esta historia poética moral engloba la narrativa central de relaciones públicas utilizada para atraer a turistas en las próximas décadas -los turistas ansiosos de presenciar no solamente otro grupo indígena colorido vendiendo chucherías (adornos) sino un milagro económico y social, y por lo tanto contribuyendo al 'milagro económico'-; actualmente, justo antes de entrar a la ciudad de Otavalo, una gran cartelera con la leyenda *El Valle del Amanecer*, que fue colocada por líderes urbano mestizos, saluda a los visitantes.

Durante los veinte y tres años siguientes al viaje de Rosa Lema a los Estados Unidos y la publicación de los libros de Parsons, y Collier y Buitrón, los cambios económicos y sociales que habían ocurrido en el período previo continuaron intensificándose, especialmente el crecimiento de una clase comerciante en el contexto de expansión de las oportunidades sociales y educativas. Este período de 'modernización' se debió tanto a los intereses internos de la nueva clase comerciante Otavaleña, especialmente al deseo de alcanzar más

educación, como a las reformas promulgadas por el gobierno nacional.

Sin embargo, un cambio importante en la producción y comercialización de los textiles indígenas también ocurrió en este período, aunque uno construido sobre patrones anteriores: en lugar de copiar paño inglés, los Otavaleños comenzaron conscientemente a moldear la producción en relación al creciente mercado local para turistas y el deseo de artesanías nativas en el exterior. Para los años 60 estaba claro que la principal cualidad no era su habilidad de tejer y suplir una demanda pre-existente, sino más bien su amplia identidad cultural como un 'Otro' exótico, algo que se podía vender -de la misma manera que lo que los 'productores de imágenes' de 1892 habían tenido en mente-. Una vez más, esta transición exitosa fue promovida y asesorada por admiradores de fuera con la suma, esta vez, de ayuda extranjera. Esta nueva clase de demanda 'moderna' por lo que podría llamarse 'ropa primitiva' (ver Torgovnick 1990) puede tener la llave para conectar la diáspora comercial Otavaleña con las diásporas comerciales pre-industriales descritas por Curtin (1984); mientras el capitalismo industrial y los mercados altamente organizados ya no necesitan 'intermediarios culturales' multilingües transnacionales, los nuevos bienes culturales del 'capitalismo avanzado no pueden separarse de sus productores porque es la misma 'identidad extraña' (autenticidad primitiva) de éstos la que les da valor. Esto no quiere decir que los intermediarios extranjeros o 'compradores' no puedan beneficiarse (de acuerdo a Curtin esto es parte del desenlace de

acuerdos comerciales) al conectar una sobre-oferta y una demanda emergente.

En 1960 el sociólogo Andrew Pearse encontró que algunos cientos de Otavaleños conectados con el comercio textil se habían establecido ya en la ciudad de Otavalo, 'escapando así la división de estamentos (estatus social) de la sociedad' (Pearse 1975, p.193); también encontró que la economía local se basa en gran escala en la 'producción pre-industrial' y en un 'intercambio interno con movimiento' (p. 189). Pearse observa que la economía indígena era todo menos estática, pero que exhibe en su lugar 'un proceso dinámico de desgaste mientras el campesinado desesperadamente busca nuevas oportunidades de vida y pasa a las últimas etapas de la reducción en la proporción de recursos' (p.190). En otras palabras, mientras el tamaño promedio de las tenencias de tierra había sido ahora drásticamente reducido en aquellas poblaciones más cercanas a la ciudad de Otavalo, se volvió imperativo el asegurar la supervivencia de la industria del tejido. Para unas pocas comunidades, la industria rural del tejido ya no era solamente un suplemento a la agricultura sino más bien a la inversa. De hecho, era la única vía para ganar dinero sin perturbar completamente la organización de la familia y la cultura de la comunidad, al menos durante este período. Pearse también ofrece el siguiente reporte sobre los orígenes y desarrollo de la impresionante, aunque todavía limitada comercialización internacional de textiles, indicando la magnitud a la que tal negocio había progresado desde el viaje de Rosa Lema en 1949:

La gente de Peguche son tejedores de ponchos que habían sido vendidos localmente pero que habían tomado el sabor del mercado nacional e internacional, y se descubrió una amplia demanda potencial. La comercialización, en este caso, no se desarrolló por la gente de Otavalo. Los hombres de Quinchuquí, la parcialidad vecina, eran tan pobres en tierra como la gente de Peguche...y se ganaban la vida como carniceros itinerantes...Al percibir la existencia de un mercado de clase alta para los bienes de lana tejidos a mano, comenzaron a comprar textiles de la gente de Peguche para vender en la capital y luego en otros países, llegando a Río de Janeiro, Santiago y Nueva York, donde su llamativo vestido campesino y su trenza le daban una marca distintiva a sus mercancías (p. 195).

De principal interés es su mención de los viajes para vender más allá de América del Sur. A este ambiente dinámico llegaron una serie de actividades en los años 60, iniciadas por gente de fuera y que beneficiaron directamente a la industria Otavaleña artesanal. El primer cambio importante vino en 1964 con la reforma agraria y la abolición final del sistema de *huasipungo* del peonaje de endeudamiento *de facto*. El efecto de estas reformas era ofrecer más disponibilidad de tierra tanto a los Otavaleños de hacienda como a los que no estaban vinculados a ésta. Tal vez el cambio más importante ocurrió cuando las agencias internacionales de desarrollo y los coleccionistas privados comenzaron a asistir directamente a los tejedores y comerciantes Otavaleños. Ya en 1954, un artista holandés, financiado por las Naciones Unidas, había dictado

un taller sobre tejido de tapices a cuarenta Indios de las montañas, incluyen los Otavaleños; los textiles hechos sobre tapiz ahora forman una gran parte del comercio turístico (Mesich 1997). Cuando el todavía joven Cuerpo de Paz de los Estados Unidos llegó a mediados de los años 60 no tuvo que buscar una actividad productiva para iniciar, como es frecuente el caso; simplemente intentaron modernizar la economía de exportación pre-existente y en pleno movimiento. De acuerdo a Lawrence Carpenter, un antiguo miembro del Cuerpo de Paz que después se convirtió en un notable lingüista de la región Andina:

...el Cuerpo de Paz estableció un taller de artesanías en cooperativa e intentó instituir escuelas bilingües. Asesoraban a los tejedores sobre las preferencias de diseño de los compradores extranjeros y les alentaban a experimentar con nuevos diseños. Se introducían conscientemente revistas de modas populares occidentales para demostrar tanto el estilo como la técnica en el labor de punto y en el tejido (D'Armico, p. 42).

A comienzos de los años 70, el Cuerpo de Paz introducía diseños extranjeros a los tejedores en todo el Ecuador. Sin embargo, fueron los Otavaleños quienes pudieron incorporar la más amplia variedad de diseños para el mejor efecto, con su ansia de producir lo que se estaba vendiendo, como lo evidencia el siguiente recuento:

Originalmente, los tapices Salasacas (un grupo indígena en la sierra sur del Ecuador) hacían uso de los diseños tradicionales...Sin embargo, el Cuerpo de Paz ha introducido motivos Pre-Colombinos de varias regiones del Ecuador, así como

diseños Jíbaros (amazónicos) y Navajos. Los tapices basados en los dibujos de M.C. Escher se introdujeron por John Ortman, un voluntario del Cuerpo de Paz. En años recientes los hábiles Otavaleños comenzaron a copiar los tapices Salasacas, que ahora venden en el mercado de Otavalo (Meisch 1987, p. 292).

Los 'diseños Escher' se refieren al artista holandés conocido por su diseño gráfico basado en ilusiones ópticas relacionadas con el tiempo y el espacio - motivos que encajaban con la imagen de lo primordial que se tenía sobre la sociedad Otavaleña. Los voluntarios del Cuerpo de Paz introdujeron diseños de grupos indígenas de América del Norte y América Central, tales como los Pueblo y los Maya. Fue también durante este período que la famosa coleccionista húngara Olga Fisch empleó Otavaleños en su taller, utilizando diseños y técnicas que sus empleados luego continuarían como productores independientes. Tal vez lo que mejor caracterizaba esta nueva fase de la economía de exportación indígena no era tanto las nuevas tecnologías y los diseños mismos sino más bien la orientación general del aparato productivo hacia los nichos en el mercado y la producción flexible. Los tejedores y comerciantes se volvieron muy perspicaces no solo en cuanto a lo que se vendería sino a lo que se vendería ese año, una tendencia que continuaría intensificándose durante los próximos veinte años.

A finales de los años 60, las familias de tejedores-comerciantes tenían 'colonias' importantes en ciudades extranjeras y hacían viajes temporales para vender algo considerado normal Basado

en su trabajo de campo durante este período en Otavalo, Salomon escribe, 'Ahora los comerciantes de textiles de Otavalo, pulcramente vestidos con pantalones y camisas blancas bajo ponchos grises o azules, con sombreros de ala ancha sobre largas trenzas, viajan tan lejos como a la Argentina, Colombia, Panamá, y hasta Miami en el circuito de la economía de tejidos...' (p.420). Además, los intermediarios Otavaleños ahora eran dueños de algunos almacenes de artesanías en Quito. Era evidente para entonces que una estructura interna de clase se estaba volviendo más pronunciada aun cuando el tejido para exportación se estaba expandiendo por la región.

De hecho, la notable acción humana de los tejedores-comerciantes durante este período debe balancearse con un entendimiento de la estructura social en la que ésta operaba, esto es, una revisión de la estratificación interna socioeconómica del grupo cultural Otavaleño, especialmente a nivel de comunidad. La sociedad Otavaleña se ha centrado históricamente en la comunidad; es en este nivel, en lugar del nivel de grupo (la etnia), que encontramos una buena cantidad de homogeneidad socio-económica e identidad individual. En contraste, alrededor de setenta y cinco comunidades Otavaleñas han tenido diversos caminos de desarrollo, aunque integrados por una lengua y cultura y una identidad de grupo mantenida externamente.

Como Peter Meier observa, 'Mientras los Otavaleños se han mantenido en una mejor situación que aquellos campesinados que, para su reproducción, se encontraban completamente dependientes de los hacendados, ellos no eran

de ninguna manera una masa de productores indiferenciada' (1981, p.20). Ignorando la variación intra-comunal por ahora, durante este período, una comunidad Otavaleña podría ser categorizada por dos dimensiones que la atraviesan: su relación con la hacienda y su relación con el mercado. La primera estaba determinada en gran parte por la ley, mientras que la última, dada la falta de intermediarios externos, estaba determinada por el tipo específico de artesanías producidas en la comunidad. Existen diferencias cualitativas que trascienden un simple continuo de la mezcla comunal de agricultura y artesanías, que generalmente se encuentra entre todos los grupos campesinos.

En contraste con las poblaciones tejedoras tradicionales, consideradas las 'especiales' por más de 400 años, la mayoría de poblaciones Otavaleñas eran comunidades agrícolas *yanapa*, un estatus legal-económico que continuó hasta el término del peonaje (*huasipungo*). La relación *yanapa-hacienda* era social e ideológica así como económica, enttejida muy íntimamente por la reciprocidad y el ritual (Guerrero 1991, pp.162-63). Las festividades tradicionales tales como el cargo, o el *priostazgo*, central en el estatus social de la población y de la masculinidad, incorporaba al dueño de la hacienda como la fuente simbólica central de autoridad comunal. Guerrero observa que la incorporación y el uso de los símbolos e ideología Otavaleña en la vida de hacienda tenían, sin embargo, un significado de un espacio cultural moldeado en gran medida en términos culturales Otavaleños (p.165). Sin embargo, un efecto de tales relaciones era una visión del mundo ra-

dicalmente diferente de aquella de las comunidades *no-yanapa*, una visión del mundo configurada por los límites físicos de la hacienda y el universo social del hacendado y la Iglesia. Tal vez más importante, la experiencia común de la dominación colonial entre los *yanapa* modeló la percepción que cada comunidad tiene de sí misma y su relación con otras comunidades. En este respecto, el ritual, a veces violento, de pelea (*pucará*) entre las comunidades durante el festival regional de San Juan, en el que cada comunidad intenta tomarse la plaza de un pueblo, está cargado simbólicamente de un significado contemporáneo entre los comerciantes transnacionales competitivos.

Aun entre aquellas comunidades y familias que históricamente eran libres del sistema de la hacienda y que habían desarrollado cada vez con más independencia la producción de artesanías desde el término del peonaje en 1964, existían diferencias significativas en las relaciones sociales de producción y comercialización conectadas a una artesanía particular (Meier 1981). En otras palabras, nos estamos concentrando ahora en aquellos grandes números de Otavaleños quienes no son ni *yanaperos* agricultores ni *comerciantes* de clase alta. Meier analizó elegantemente las 'artesanías campesinas' Otavaleñas mientras éstas se organizaban en los años 70; él arguye que el tipo de artesanía o 'rama de producción', no está abierta a todas las comunidades por igual (1981, p. 24), ya que cada artesanía requiere acceso a un tipo particular de recurso (por ejemplo la tatora, el hilo hecho en casa, crédito) que no está disponible para todas las poblaciones. Algunos de estos recur-

sos requerían el acceso a la tierra, otros a las redes sociales (relaciones recíprocas) y otros a los mercados financieros. Más allá de eso, Meier arguye, algunas artesanías, como las tradicionales fajas utilizadas por las mujeres Otavaleñas, tienen un mercado muy limitado comparado con otras artesanías más turísticas, como los sacos tejidos, que se han beneficiado de los esfuerzos pioneros de los comerciantes intermediarios al abrir mercados no solo en Otavalo o Quito sino también en ciudades a través el Hemisferio Occidental y Europa.

Con cada vez más capitalización y mecanización de la producción de artesanías en el valle, se volvió difícil para pequeños productores el competir con grandes compradores de fibras y tintes sintéticos, y telares eléctricos. Para resumir, en los años 70 estaba claro que para sobrevivir en el ambiente cada vez más competitivo de la producción de artesanías en Otavalo, las familias y las comunidades necesitaban más que habilidad para el tejido, ya sea tradicional o moderno; necesitaban acceso a crédito y acceso a los mercados extranjeros, dos recursos interrelacionados que las comunidades históricamente más independientes, 'progresistas', como Peguche, Agato y Quinchuquí (ver Buitrón 1947, p.49), estaban en posición de desarrollar. Así, la combinación de capital cultural y capital financiero, y el capital social con extranjeros poderosos, condujeron a la emergencia de una clase comerciante que ya no estaba atada a sus lotes agrícolas o telares familiares.

Desde cualquier punto de vista, 1973 fue un año vital para los Otavaleños y su industria de tejido para exportación, porque éste trajo un nuevo mer-

cado para turistas y una carretera pavimentada a Quito. A pesar de que Frank Salomon observó en 1973 que la región Otavaleña 'parece cualquier cosa menos un centro de manufactura' debido a lo notable de la 'cultura campesina' ((1973)1981, p. 420), para los 90 los efectos socio-culturales de su base de manufactura eran obvios. Fue durante los años 70 que la mayor parte de la infraestructura del Ecuador se construyó, incluyendo la pavimentación de la carretera Panamericana de Quito por Otavalo, reduciendo así el tiempo de viaje a Quito -y su aeropuerto internacional- a solo dos horas. Cuando el turismo ecuatoriano fue promovido afuera por agencias gubernamentales, los Otavaleños eran, y todavía son, exhibidos prominentemente tanto en folletos nacionales como en folletos y guías de viajes privados. Incluso los gobiernos extranjeros querían ayudar; con el apoyo del gobierno holandés y con intenciones de capturar el creciente mercado turista, se construyó la todavía prominente 'Plaza de Ponchos' en el pueblo de Otavalo, incluyendo algunos quioscos de concreto en los que los vendedores Otavaleños podrían ubicarse semi-permanentemente. A pesar de que los quioscos se rentan por un costo semanal nominal, y están técnicamente abiertos a cualquier vendedor Otavaleño, solamente aquellas familias que estaban ya involucradas en la comercialización de textiles Otavaleños (especialmente las familias ubicadas en Otavalo o en las poblaciones más cercanas a Otavalo) en 1973 podían pagar el costo inicial; aquellas mismas familias han mantenido tenazmente su control sobre los mejores luga-

res al equipar los quioscos cada semana y pasarlos estratégicamente a miembros de la familia (Meisch 1987, p. 154). Así, el 'bien público' de la membresía al grupo incluso en una etnicidad 'comercializable' no tiene comparación con la propiedad privada.

En este punto, se debería enfatizar que la economía Otavaleña de exportación no es un sistema monolítico con un alto nivel de articulación regional, sino que más bien se caracteriza por una cantidad de patrones de producción y de redes de mercado, cada una con una familia de tejedores-comerciantes en su centro de organización. Aun socialmente, el principal mecanismo que articula la región es la economía de mercado misma y las demandas de alcanzar o mantener la posición o el nicho competitivo. El crecimiento de la economía textil orientada hacia el exterior ha sido conducida por fuerzas combinadas de expansión interna con más y más Otavaleños deseando tejer y comercializar, y la necesidad de industrializarse y buscar nuevos mercados como formas de competencia socialmente aceptables entre un número de competidores cada vez más grande. Una de las características más sorprendentes del mercado del sábado es la falta generalizada de cualquier cosa que se acerque a ansiedad o rivalidad de parte de los vendedores. Aun así, su aparente complacencia contrasta con su deseo de innovar e incorporar nuevas tecnologías que produzcan ganancias a través de un ahorro en los costos de producción y servicio eficaz, mas no al tratar de vender más barato que el vecino o de acaparar el mercado. Esto tiene que llevar a una cre-

ciente mecanización del hilado, el tejido y la labor de punto; uno puede caminar en las calles de Otavalo y hasta de comunidades pequeñas y oír el zumbido de las máquinas tejedoras a cualquier hora del día o la noche. Un adolescente Otavaleño que conocí en la 'Avenida de las Américas' en Manhattan, me contó, con mucho entusiasmo, su sueño de ser el primero en importar un telar totalmente computarizado, con la ayuda de un amigo americano en Boston - solamente le faltaban los 50 mil dólares que se necesitaba para comprarlo e importarlo.

El tejido industrializado, utilizando energía eléctrica y las fibras sintéticas, y el incremento en la capacidad productiva que vienen con éste, ha llevado a reestructurar la organización familiar en relación al género y a la migración transnacional: 'El número cada vez mayor de tejedores, en contraste con el equilibrio anterior entre hiladoras (mujeres) y tejedores (hombres), ha producido una notable sobre oferta de textiles, para la que el mercado semanal es inadecuado. Es de esta situación que los artesanos y los comerciantes han visto la necesidad de encontrar nuevos mercados y diversificar la producción, cambiando los patrones de auto-consumo por la satisfacción de una demanda externa, a pesar de que para hacer esto tienen que buscar clientes que no tengan demandas respecto a mantener valores culturales y respetar las tradiciones de la gente (Otavaleña)...' (Jaramillo 1987, p.14).

Esta sobre producción, debido en gran parte a la innovación tecnológica, juega un rol significativo al motivar a los

tejedores-comerciantes a buscar nuevos mercados afuera a través de la migración (temporal) transnacional. En contraste con la aparente camaradería del mercado turístico del sábado, los comerciantes Otavaleños guardan celosamente la información respecto a sus clientes-contacts así como aquella referente a los mejores lugares para vender afuera. Un joven comerciante Otavaleño comentaba que lo que más le sorprendió de la vida en la ciudad de Nueva York -donde una pequeña colonia de algunos cientos de Otavaleños va y viene- era la falta de solidaridad y ayuda mutua entre los miembros de su mismo grupo étnico (Kandell 1993). Haciendo eco de el reconocimiento del 'lado negativo del capital social' de Portes, la confianza en el grupo, *entre Otavaleños*, parecería ser malo para el negocio. Después de todo, mientras que la solidaridad social de los migrantes obreros reduce los costos de vivir afuera, con unas pocas desventajas, el principal capital del empresario transnacional incluye las 'relaciones sociales con la clase alta' - clientes, patrones y parentesco ficticio con extranjeros.

Es en este contexto de relaciones de clase incipientes que se puede entender la reciente actividad económica alrededor de la música 'tradicional' en bares locales y en las calles de ciudades extranjeras. El hacer música no es nada nuevo en el valle: 'El Valle de Imbabura se conoce en el Ecuador de una manera general como un centro musical, pero hasta lo que yo sé, no se han hecho grabaciones de música ejecutada por los Indios, instrumental o cantada' (Parsons 1945, p. 116). Los rituales y fiestas Ota-

valeñas importantes siempre han incluido un acompañamiento musical. Sin embargo, en el medio cultural de los años 60, cuando los grupos indígenas comenzaron a ser valorizados por simpatizantes intelectuales nacionales y extranjeros, el grupo Otavaleño de danza 'Rumiñahui' comenzó a participar en el desfile anual del 'Yamor' en 1968, una celebración Otavaleña que había comenzado a atraer a un creciente número de turistas. Después de una invitación a México por su Primera Dama, otras ofertas surgieron para bailar y tocar en el Ecuador y para la BBC en Inglaterra, en el que el 'Conjunto Peguche' grabó su primer álbum en 1979 (D'Amico 1993, p.171).

Aun así, similar al desarrollo de la moderna industria del tejido, los orígenes indígenas de la música Otavaleña, que tradicionalmente consiste de los 'San Juanitos' que inducen al trance, habían sido transformados en una forma más comercializable para la exportación. A comienzos de 1980, unos pocos grupos musicales locales comenzaron a incorporar otra música e instrumentos andinos de Bolivia y Perú después de que grupos de esos países visitaran Otavalo. Este nuevo género, basado en una visión pan-Andina, concentrada en sí misma alcanzó un punto comercial crucial con el grupo de gran éxito 'Charijayak', un grupo Otavaleño establecido en Barcelona, España. Significativamente, la mayoría de los miembros del grupo habían crecido en España en el enclave Otavaleño (Meisch, comunicación personal). Habían incorporado el género pan-Andino al New Age al mezclar los instrumentos electrónicos y los

estilos populares europeos y norteamericanos. Durante su 'retorno triunfal' a Otavalo en 1987 fueron recibidos por celebridades locales, luciendo su estilo con cabello largo sin trenzas y aretes (Meisch 1997). Se convirtieron, instantáneamente, en modelos culturales y económicos para los jóvenes Otavaleños.

Así como la exportación del paño de Otavalo se presentó como una oportunidad en 1917 durante un período de creciente competencia por tierra (Salomon 1981 (1973)), la creación de música folklórica presentó una oportunidad similar para los jóvenes a finales de los años 80, durante un periodo de intensa competencia en el comercio de artesanías. El crecimiento de grupos musicales que viajaban afuera solo en los últimos cinco años ha sido fenomenal; había tanta gente viajando durante el verano que el agente Otavaleño local de 'diceney Tours' (probablemente un error ortográfico al escribir 'Disney'), se quejó de que no había músicos para tocar en el festival local de San Juan, incluyendo su propio esposo. A pesar de que nadie puede decir cuántos grupos se encuentran afuera, se estima que suman alrededor de un centenar. Dada la habilidad de los grupos de recuperar el precio de su pasaje en un par de meses después de su llegada al extranjero, las agencias de viaje locales algunas veces venden pasajes aéreos internacionales a crédito. Así, la ejecución musical, en contraste con el comercio de artesanías, representa una actividad económica que requiere de poca inversión al comienzo, aparte del tiempo que toma el aprender a tocar un instrumento folkló-

rico y formar un grupo; de hecho, ahora se ve como la única manera de obtener el capital necesario para la economía lucrativa y cada vez más industrializada de las artesanías. Además, el tocar música afuera, y toda la aventura que ello implica, incluyendo las novias americanas y europeas (con quienes algunos se han casado), se ha convertido en una especie de ritual de transición para los hombres Otavaleños. En este sentido, el deseo de viajar ha tomado la característica 'fiebre de migrar' que se encuentra entre otros grupos en los que la migración tradicional obrera prevalece.

Los cambios sociales y económicos que han ocurrido desde la apertura de la Plaza de los Ponchos en 1973, especialmente la gran capitalización de la producción y el auge de la migración masiva transnacional ha llevado a que la sociedad se urbanice, tanto demográfica como culturalmente. Miles de Otavaleños se han mudado a la ciudad de Otavalo en los últimos diez años, llevando modos de vida más urbanos aunque reteniendo su identidad étnica. En parte, esto se ha debido a la imposibilidad de que muchos jóvenes tengan tierra en las comunidades tejedoras densamente pobladas. Sin embargo, mucho del cambio demográfico a la ciudad es un resultado directo del crecimiento de la industria artesanal con su necesidad de mejor infraestructura, incluyendo energía eléctrica, líneas de teléfono privadas, compañías de transporte y envíos y escuelas. En lugar de que la producción se realice de manera puntual para satisfacer el mercado semanal, tanto el tejer como el comercializar se han convertido en actividades diarias.

Los Otavaleños ahora son dueños de aproximadamente noventa y cuatro almacenes de textiles y artesanías en Otavalo (Lynn Meisch, comunicación personal), incluyendo algunos almacenes a lo largo de los restaurantes de turistas que bordean la Plaza de los Ponchos (incluyendo una imitación del 'Hard Rock Café'). Hay tantos Indios que se han trasladado a Otavalo que esto fue tema de un documental en 1993, transmitido en la televisión ecuatoriana nacional, con el nombre de 'La Reconquista de Otavalo'. Tensiones entre los Otavaleños que ascienden y los mestizos que descienden económicamente en Otavalo son viscerales; la inflación de las propiedades causada por la demanda Otavaleña es tan grande que algunos mestizos cuyas familias han vivido en Otavalo por siglos, ahora no pueden comprar una casa.

A pesar de que hay una variación significativa en el grado de aculturación, incluso más comunidades rurales se han convertido en una mezcla de valores tradicionales y urbanos, relacionados directamente con los viajes y las experiencias culturales de algunos de sus habitantes. Un joven Otavaleño de Peguche que había regresado recién de un viaje a Bélgica, luciendo jeans y zapatos de tenis, señaló a un poster de Bob Marley que colgaba en su pared (al lado del de Madonna), y exclamó, 'El es mi Dios'. Para mejorar su vocabulario en inglés, había colocado pequeños carteles con el nombre en inglés de varios objetos en su cuarto. El no está solo en su deseo de ser moderno; algunas fiestas de matrimonios terminan ahora con música para bailar de Jamaica, América del Norte y Europa. Los muchachos

adolescentes Otavaleños de la clase comerciante quienes no han viajado todavía, se pasean por la plaza local del pueblo luciendo atuendos a la última moda de Nueva York, en camionetas resonando con música pop. La educación también ha jugado un rol en orientar a los Otavaleños hacia una visión del mundo alrededor de los centros urbanos en un país donde lo 'rural' y 'campesino' son casi sinónimos de lo 'animal'. Este proceso de urbanización, sin embargo, puede ser caracterizado de mejor manera como 'préstamo cultural' en oposición a 'aculturación'. De hecho, a pesar de que los jóvenes Otavaleños más acaudalados se encuentran participando ahora de una cultura material substancialmente diferente a aquella de sus abuelos, el orgullo consciente de su identidad Otavaleña es más fuerte; su identidad ya no es más ambiguamente 'noble' aunque 'india' dentro de la sociedad ecuatoriana, sino una más bien de renombre mundial.

En la esfera económica, esta habilidad de urbanizar e innovar sin perder la identidad de grupo, ha permitido algunos cambios sorprendentes en la cadena de mercancías de productos indígenas locales y extra-locales. Algunas de las artesanías Otavaleñas 'nativas' son en realidad elaboradas por otros grupos étnicos, incluyendo los sacos tejidos a mano por campesinos azuayos (las mujeres de los obreros migrantes transnacionales que van a Nueva York como se mencionó antes) y las figuras de balsa talladas por los indios Amazónicos. Así, los viajes afuera incluyen no solo oportunidades para vender sino también para comprar los textiles y artesanías indígenas en países como Bolivia, Perú y

Panamá, que luego son comercializadas como propias (la mayoría de las veces) a turistas ingenuos en Otavalo o durante sus viajes a América del Norte y Europa. En este sentido, los Otavaleños se están convirtiendo rápidamente en los principales intermediarios de artesanías nativas de América Latina -incluso el proveer artesanías a destinos turísticos que no tienen poblaciones indígenas coloridas-; un empresario Otavaleño que habla holandés me contó su ingenioso plan para vender figuras amazónicas de balsa de papagayos tropicales a los almacenes de turistas de Aruba (Aruba no tiene 'nativos exóticos'), con la etiqueta, 'hecho en Aruba'.

Por lo tanto, tenemos la siguiente ironía cultural básica de la base económica de la región -un grupo andino indígena con una economía global de exportación, incorporando la cultura material de otros grupos nativos en su arsenal de comercialización-, mientras permanece confiada en su 'auténtica' identidad cultural. En otras palabras, la mayoría de objetos de turistas tales como sacos, bolsas de mano, bolsos, mochilas, mantas y tapices para colgar se producen localmente utilizando tecnología que va desde el viejo telar ajustado a la espalda hasta las máquinas tejedoras eléctricas, automatizadas y las fibras sintéticas. Aun así, la distinción entre lo local y lo extra-local en Otavalo es borrosa debido a la disposición a incorporar los diseños y productos 'indígenas' más comercializables. Al comparar el mercado peruano indígena frecuentado por turistas con la Plaza de los Ponchos en Otavalo, Lynn Meisch observa: 'Otavalo es un mercado para turistas auténtico e intencional en el que la mayoría

de textiles que se venden no son versiones comercializadas de tejidos Indios tradicionales que se presentan como auténticos, sino que son textiles no-tradicionales hechos con la intención expresa de vender a extranjeros' (1987, p. 154). En otras palabras, las 'artesañas' Otavaleñas son auténticamente inauténticas.

Sería, de hecho, difícil definir lo 'tradicional' en la esfera económica Otavaleña después de 500 años de subyugación por una sociedad euro-céntrica. Más aún, la ironía es que a pesar de que la producción económica Otavaleña ha alcanzado un cenit posmoderno en cuanto a satisfacer a los compradores de recuerdos por el mundo desarrollado, su identidad como grupo socio-cultural no podría ser más fuerte - precisamente porque está atado, en una gran parte, a su reputación empresarial. Es, de hecho, su reputación económica la que siempre ha modelado una parte importante de su identidad interna y externa; este es un 'bien público' único que no puede ser etiquetado apropiadamente como 'capital social', sino más bien como 'capital simbólico', y puede ser activado por Otavaleños no-comerciantes conectados a las comunidades *yanapá*.

Un hilo común atraviesa las dos décadas pasadas de cambio en Otavalo y es la dinámica de su economía política interna. Al observar el proceso de estratificación interna vinculada a las relaciones capitalistas, Salomón hizo una de las preguntas centrales para los Otavaleños y su economía indígena de exportación: '(Puede Otavalo) continuar cambiando las condiciones sociales a gran escala para su propia ventaja, sin

sufrir consecuencias imprevistas que gradualmente tomarán el ritmo y la dirección de un cambio que esté fuera del alcance de sus propios mecanismos de política social?' (1981 (1973), p. 443). Continúa con las siguientes observaciones:

Son ya visibles algunos puntos de tensión...Es cierto que el empleo de pobladores que no tienen mucha tierra como hilanderos, tejedores, o ayudantes en las fincas, por otros Indios, distribuye parte de la riqueza, pero el dominio de unas pocas familias (negociantes) es conspicuo. Si la mayoría de la riqueza que viene de los textiles continúa siendo utilizada para comprar tierra, podría ser que la idea de la herencia partible y el desprecio hacia la ambición, centrales en la ética Otavaleña, no prevalezcan en contra de la dinámica de la propiedad privada... (p. 444).

En otras palabras, sin ningún tipo de amenaza económica o política desde fuera del grupo, a la vista, la única amenaza importante era, y es, la auto-destrucción. Si, de hecho, durante los últimos veinte años, aquellos 'puntos de tensión' se hubiesen convertido en un conflicto de clase, violento y generalizado, entre campesinos semi-proletarios y una clase burguesa rural emergente, el orden social, y por lo tanto, la base económica de la región entera se hubiera visto fuertemente amenazada, si no detenida por completo, debido al capricho y frivolidad de los turistas y los comerciantes extranjeros. En conclusión, los puntos de tensión son evidentes, especialmente entre comunidades que antes habían estado atadas a las haciendas y aquellas que no, y puede, todavía, desembocar en un conflicto de 'clase' más

profundo. Hasta ahora, sin embargo, esto no ha sucedido.

La posibilidad de una situación, en la que nadie gana, de un abierto conflicto político al interior de y entre comunidades Otavaleñas ha determinado un límite tanto sobre el nivel de proletarianización co-étnica y el desarrollo de una clase burguesa rural de dueños de fábricas e intermediarios. Más aún, esta limitación ha moldeado tres de los más importantes desarrollos durante este reciente período. Primero, la emergencia de una burguesía urbana, viviendo en Otavalo, Quito u otras ciudades del extranjero, no ha separado solo físicamente las clases emergentes sino que también utiliza la ambigua cubierta social de las bases urbanas tradicionales blanco-mestizas. Segundo, la importancia de la incorporación de líneas de productos elaborados por otros grupos indígenas y mestizos, dentro y fuera del Ecuador, es más clara cuando se la ve como una alternativa a un incremento en la producción que recaiga sobre las espaldas de compañeros Otavaleños. Esta estrategia no está libre de inconvenientes, porque expone la naturaleza cruda de la comercialización cultural; los *comerciantes* Otavaleños transnacionales no solamente extraen el valor de intercambio de las artesanías elaboradas en el extranjero, sino que también aumentan su valor a través de su asociación con ellas como 'auténticos Indios'. Tercero, y más importante, la rápida incorporación de la música como una nueva mercancía de exportación, de la que algunos hombres jóvenes en algunas comunidades se han apoderado, puede entenderse solamente en el contexto de las crecientes relaciones intra-

étnicas. El hacer música en el extranjero no es, ni una evolución mecánica de las actividades de los *comerciantes*, ni es simplemente la expresión de su orgullo cultural en la 'aldea global'. En primera instancia, el hacer música no es tan lucrativo como el vender artesanías y puede ser una aventura riesgosa tanto física como financieramente. En segunda instancia, es dudoso que tantos hombres jóvenes se encuentren repartidos por todo el mundo, en sus años más importantes de trabajo, por razones de 'expresión cultural'.

Podemos entender que el hacer música en el extranjero, no es una actividad cultural sino una 'artesanía'. La única inversión financiera requerida para esta artesanía (la música) es el crédito para un pasaje aéreo, que ahora se extiende rutinariamente a músicos Otavaleños jóvenes por las agencias de viaje locales. Esto tiene la importante ventaja de mantener independencia de los intermediarios Otavaleños y extranjeros, aún beneficiándose de su positiva identidad global. A diferencia de otras artesanías, ya que las agencias de viaje tienen una lógica de acumulación de capital distinta de la industria artesanal, el crédito por un pasaje aéreo no es el primer paso hacia una total dependencia económica de la agencia. La característica importante es que casi todos los jóvenes identificados como Otavaleños tienen por lo menos una oportunidad de viajar afuera como músicos, ya que ya se cuenta con la habilidad y con la reputación del grupo que permite un alto nivel de confiabilidad de parte de las agencias de viaje y los gobiernos extranjeros que otorgan visas; los mestizos se han quejado de que 'todo lo que nece-

sitas para viajar es una cola de caballo' (D'Amico 1993). Así, cientos de músicos jóvenes que ahora dejan Otavalo recuperan cada año el valor del intercambio de su trabajo y su identidad cultural, lo cual es un desarrollo de eventos extremadamente fortuitos.

Al permitir que algunas de las comunidades más pobres envíen 'representantes' a tierras extranjeras, la música folklórica ha provisto una válvula de escape en toda la región para las potenciales tensiones políticas que surjan de la consolidación de una clase comerciante. También es una 'artesanía' en la que una diáspora del comercio transnacional en sociedades 'post-industriales' se encuentra en una situación de proveer de una manera única. A diferencia de las artesanías 'hechas a mano' alrededor del mundo, los CDs y cassettes - en calidad de mercancía- de música andina que se venden en los centros comerciales, solo aumentan el interés en 'lo real' en lugar de desvalorizar el comercio mismo. Esta no es, sin embargo, una estrategia sin riesgos significativos; como músicos transnacionales son especialmente dependientes de las políticas de inmigración de los países desarrollados, que no han aceptado uniformemente a vendedores en las calles y a músicos. A diferencia de la migración del Azuay, el tocar música y vender artesanía en las calles todos los días no son actividades recomendadas para los migrantes indocumentados. Todavía queda ver si la música se utilizará realmente como un instrumento para una base económica sostenible e inclusiva entre las comunidades Otavaleñas o si finalmente tocará una nota discordante a medida que sus singulares consecuen-

cias socio-culturales retroalimenten la economía étnica de exportación.

El sorprendente éxito económico de los Otavaleños tan raro entre otros grupos indígenas Latinoamericanos, contradice una estratificación interna; no todos los Otavaleños han compartido la prosperidad de la industria local y del comercio internacional, hasta ahora, sino que más bien la mayoría de Otavaleños componen la fuerza laboral interna que está todavía íntimamente conectada a la producción agrícola. Sin embargo, el desarrollo reciente y rápido de la exportación de música andina ha permitido a algunos Otavaleños la potencial oportunidad de un trabajo afuera y la acumulación de capital financiero para otras actividades empresariales. Las explicaciones para el éxito de algunos Otavaleños emprendedores, que señalan tanto hacia sus cualidades y tradiciones pasadas, reales o imaginadas, por un lado, o el análisis económico ahistórico de la industria Otavaleña rural, por el otro, son incompletas. Mientras el reto para los sociólogos de la economía es encontrar el 'punto medio', cualquier explicación elegante sobre la migración transnacional se quedará corta ya que es una actividad social que generalmente es 'sobre-determinada': la gente tiene múltiples incentivos y recursos, algunos universales, otros ideográficos, que les llevan a hacer un viaje tan retador y personalmente transformador. La etnia Otavaleña ha estado por mucho tiempo inmersa en un universo social donde los incentivos para el comercio independiente, incluyendo el interés en ellos por extraños, tanto aquellos que simpatizan como los cínicos, por 500 años, no puede comparar-

se tal vez con ningún otro grupo indígena en América Latina.

Otavalo, capital social y empresa

En interés de la brevedad, listo solamente tres puntos interrelacionados que hacen que el caso Otavalo presente una problemática que requiera de una 'explicación del capital social' de la empresa transnacional. 1) La gran mayoría de Otavaleños nunca fueron 'típicos' trabajadores asalariados incluso en sus propias comunidades y, por lo tanto, no se convirtieron en negociantes en base a una experiencia *inmigrante* pre-existente de redes sociales densas y un círculo reactivo de estos contactos. De hecho, el capital social apropiado proviene tanto de las relaciones sociales positivas diádicas con extranjeros como de las redes sociales intra-grupales, aparte de las familias. 2) El récord histórico de cómo una *minoría* de comunidades Otavaleñas se volcaron al comercio de artesanías hacia afuera indica los efectos del 'capital simbólico' inspirado políticamente, el capital financiero y cultural de una élite comerciante con educación (clase), y la 'causalidad acumulada' de la propiedad privada. 3) Algunas diásporas de comercio contemporáneas pueden surgir y decaer por las *mismas* razones que las redes comerciales multi-culturales pasadas lo hicieron; no es lo nuevo del capitalismo global lo que los 'produce', sino que es un fenómeno moldeado por aquellos nichos (raros) que surgen en el mercado en los que la mercancía a ser comercializada debe permanecer 'extraña', diferente, en su *punto de venta*. En un mundo en el que no sabemos ni nos interesa dónde fue

hecha la camisa que llevamos, los comerciantes inter-culturales, en un 'positivismo romántico', pueden encontrar un mercado global. Igualmente, los empresarios migrantes que ofertan bienes y servicios a los obreros transnacionales de su misma etnia, empuñan su oficio no sobre las alas de la tecnología sino más bien sobre la seguridad de su singular rol inter-cultural de establecer puentes entre dos sociedades distintas, o proveer servicios que no pueden ser obtenidos legalmente en el 'mercado abierto' (por ejemplo, 'los comerciantes de migración').

Conclusión

El desarrollo histórico de la empresa Otavaleña transnacional 'de base' sugiere que mientras el 'capital social' brinda una herramienta deductiva útil para entender los resultados económicos que *parecen* ser culturales, esta es una metáfora incompleta; ésta no incluye los recursos sociales inducidos políticamente que son utilizados por élites internas y externas para dividir a propósito los miembros del grupo con el fin de lograr objetivos económicos y políticos. Las 'características especiales' de un grupo étnico (o sub-grupo), incluyendo la 'honradez', pueden entonces ser adornadas y utilizadas instrumentalmente por actores de fuera y por la 'cámara transnacional de comercio' co-étnica, para sus propios fines. Estos tipos de recursos sociales, que no son bienes *públicos*, son susceptibles tanto al uso ingenuo como al abuso cínico de extraños precisamente porque están escondidos bajo la cubierta de una 'comunidad étnica'.

Lo que es fascinante acerca de la reputación histórica y de auto-realización Otavaleña de nobleza e industria comercial es que ha resonado consistentemente con el *Zeitgeist* de la colonización, industrialización, el transnacionalismo del siglo XIX y el 'nuevo' transnacionalismo de ahora. Unos pocos años atrás, un gran cartel de la Aerolínea de Iberia en el centro de Quito mostraba un hombre Otavaleño con su vestido tradicional llevando un bolso con su equipo de golf bajo un brazo; la leyenda decía; 'Yo voy a Europa con Iberia - cuándo vas tú?' (Harrison 1989, pp. 9-13). La implicación para los 'blanco-mestizos' del Ecuador urbano es clara: si este *Indio* puede ir a Europa, tú también puedes. Igualmente, si se asegura que algunos inmigrantes comunes se están convirtiendo en empresarios transnacionales utilizando 'nada más que su capital social', al paso de la nueva era del 'transnacionalismo', entonces sirve para castigar a otros inmigrantes no-empleados y trabajadores nativos por igual.

Agradecimientos

Los fondos para esta investigación fueron donados por el Social Science Research Council y el American Council for Learned Societies. Este artículo está basado en material de lo que será: *Transnational Peasants: New Diasporas from Highland Ecuador* (Campesinos Transnacionales: Nuevas Diásporas de la Sierra Ecuatoriana), Baltimore, MD: Johns Hopkins University Press. Quisiera agradecer a Mary Jackman, Robert Jackman, Ming-cheng Lo y Vicki Smith por sus comentarios y ayuda.

Referencias

- Basch, L., Glick Schiller, N., y Szanton Blanc, C.
1994 *Nations Unbound: Transnational Projects, Postcolonial Predicaments, and Deterritorialized Nation States*. USA: Gordon and Breach.
- Buitrón, A.
1947 'Situación económica y social del indio otavaleño'. *América Indígena*, Vol. 7, pp. 45-67.
- Cohen, R.
1997 *Global Diasporas: An Introduction*. Seattle: University of Washington Press.
- Coleman, J.S.
1988 'Social Capital in the Creation of Human Capital', *American Journal of Sociology*, Vol. 94, pp. S95-S120.
- Collier, J y Buitrón, A.
1949 *The Awakening Valley*, Chicago: University of Chicago Press.
- Curtin, P.
1984 *Cross-Cultural Trade in World History*, Cambridge: Cambridge University Press.
- D'Amico, L.
1991. 'Expressivity and Ethnicity in Otavalo', *Disertación Doctoral*, Indiana University (Antropología).
- Granovetter, M.
1985 Economic action, social structure, and embeddedness, *American Journal of Sociology*, vol 91, pp. 481-510.
- Guerrero, A.
1991 *De la Economía a las Mentalidades*, Quito: Editorial El Conejo.
- Harrison, K.
1989 *Signs, Songs and Memories in the Andes: Translating Quichua Language and Culture*. Austin, TX: University of Texas Press.
- Hassaurek, F.
(1867) 1967 *Four Years Among the Ecuadorians*. Carbondale: Southern Illinois Press.
- Inglehart, R.
1990 *Culture Shift in Advanced Industrial Society*. Princeton, NJ: Princeton University Press.

- Jackman, R.W. y Miller R.A.
1998 'Social Capital and Politics', *Annual Review of Political Science*, vol. 1, pp.47-73.
- Jaramillo Alvarado, P.
1954 *El Indio Ecuatoriano*, Quito: Corporación Nacional (Instituto Otavaleño de Antropología), vol. 11 (Agosto), pp. 11-20.
- Kandell, J.
1993 'Shuttle Capitalism', *Los Angeles Times Magazine* (14 Nov 1995), p. 30.
- Kyle, D.
1995 'The Transnational Peasants: New Diasporas from High Ecuador, Baltimore Migration and Transcommunities from the Ecuadorian Andes', *Disertación Doctoral*, Johns Hopkins University. (en progreso) *Transnational Peasants: New Diasporas from Highland Ecuador*, Baltimore, MD: The Johns Hopkins University Press.
- Lowenthal, M.D.
1975 'The social economy in urban working-class communities', en G.Gappert y H. Rose (eds), *The Social Economy of Cities*, Beverly Hill, CA: Sage Publications, pp. 447-69.
- Meier, P.
1981 'Peasant Crafts in Otavalo: A Study of Economic Development and Social Change in Rural Ecuador', *Disertación Doctoral*, University of Toronto.
- Meisch, L.
1987 *Otavalo: Weaving, Costume, and the Market*, Quito: Ediciones Libri Mundi
1997 'Transnational Communities, Transnational Lives: Coping with Globalization in Otavalo', *Disertación Doctoral*, Stanford University.
1995 'Gringas and Otavaleñas: Changing Tourist Relations', *Annals of Tourism Research*, Vol. 22, No. 2, pp. 441-62.
- Muratorio, B.
1993 'Nationalism and ethnicity: images of Ecuadorian Indians and the Imagemakers at the turn of the century', en J. To land (ed.), *Ethnicity and the State*, New Brunswick, NJ: Transaction.
- Parsons, E.C.
1945 *Peguche: A Study of Andean Indians*, Chicago: Univ. Chicago Press.
- Pearse, A.
1975 *The Latin American Peasant*, Londres: Frank Cass.
- Portes, A.
1995 'Economic Sociology and the Sociology of Immigration: A Conceptual Overview', en A. Portes (ed), *The Economic Sociology of Immigration*, Nueva York: Russell Sage Foundation, pp. 1-41.
1996^a 'Transnational Communities: their emergence and significance in the contemporary world-system', en R.P. Korzeniewicz y W.C. Smith (eds), *Latin America in the World Economy*, Westport, CT: Greenwood Press, Pp. 151-168.
1996b 'Global villagers: the rise of transnational communities', *The American Prospect*, Vol. 25 (marzo-abril), pp. 74-7.
1997^a 'Neoliberalism and the sociology of development: emerging trends and unanticipated facts', *Population and Development Review*, Vol. 23, No. 2., pp. 229-59.
1997b 'Immigration Theory for a New Century: Some Problems and Opportunities', *International Migration Review*, Vol. 31, No. 4, pp. 799-825.
- y Landolt, P.
1996 'The downside of social capital', *The American Prospect*, vol. 26 (mayo junio), pp. 18-22.
- y Sensenbrenner, J.
1993 'Embeddedness and immigration: notes on the determinants of economic action', *American Journal of Sociology*, vol. 98, pp. 1.320-50.
- Putnam, R.D.
1993 *Making Democracy Work: Civic Traditions in Modern Italy*, Princeton, NJ: Princeton University Press.

Salomon, F.

- (1973) 1981 'Weavers of Otavalo', en Whitten (ed), *Cultural Transformations and Ethnicity in Modern Ecuador*, Urbana, IL: University of Illinois Press, pp. 421-49.

Smith, M.P. y Guarnizo, L.E.

- 1998 *Transnationalism from Below*, New Brunswick: Transaction Publishers.

Turgovnick, M.

- 1990 *Gone Primitive: Savage Intellectuals, Mo-*

dern Lives, Chicago, IL: University of Chicago Press.

Warren, R.

- 1995 'Estimates of the Undocumented Immigrant Population Residing in the United States, by Country of Origin and State of Residence', un ensayo presentado a la Population Association of America, San Francisco.