

INTEGRACIONES EMERGENTES E IDENTIDADES POPULARES EN LOS ENSAMBLAJES TRANSNACIONALES DEL COMERCIO POPULAR LATINOAMERICANO

Héctor Parra García¹

(Universidad Nacional Autónoma de México - UNAM)

Resumen

Este artículo tiene por objetivo mostrar el fenómeno de la globalización desde abajo, resaltando las articulaciones y redes que subyacen de los circuitos globales de la producción y comercio popular en Latinoamérica. Sugiriendo algunos conceptos que dilucidan el fenómeno de la globalización popular, mostraremos como el conjunto de prácticas económicas que permiten la integración de redes y nodos de comercio popular trans-nacional en América Latina, responden más a la reproducción de la vida social de los actores que la protagonizan, que a la acumulación vertical e infinita de capital, propias de la globalización hegemónica. A través de un recorrido por la geografía del comercio popular latinoamericano, la investigación muestra la influencia de nuevos elementos culturales que desde la globalización, reeditan los procesos identitarios de integración de los sectores populares latinoamericanos.

Palabras-clave. Globalización desde abajo; integración emergente; identidad popular.

Resumo

Esse artigo tem como objetivo mostrar o fenômeno da globalização a partir de baixo, ressaltando as articulações e redes que subjazem aos circuitos globais da produção e do comércio popular na América Latina. Em sugestão a alguns conceitos que elucidam o fenômeno da globalização popular, mostraremos como o conjunto de práticas econômicas que permitem a integração de redes e nós de comércio popular transnacional na América Latina respondem mais à reprodução da vida social dos atores que nela protagonizam do que à acumulação vertical e infinita de capital, próprias da globalização hegemônica. Por meio de um giro em torno da geografia do comércio popular latino-americano, a pesquisa mostra a influência de novos elementos culturais que, a partir da globalização, reeditam os processos identitários de integração dos setores populares latino-americanos.

Palavras-chave: Globalização a partir de baixo; integração emergente; identidade popular.

¹ Doctorante del Programa de Posgrado en Estudios Latinoamericanos de la UNAM (generación 2016). Especialidad en el campo cultura, procesos identitarios, artísticos y cultura política en América Latina. Investigación doctoral en torno a los procesos de identidad popular de los sectores populares latinoamericanos en el contexto de la globalización desde abajo. Correo: hparra_garcia@hotmail.com

1 Introducción

En las últimas tres décadas han surgido desde los intersticios de la globalización, circuitos inferiores de comercio y producción transnacional que han permitido el acceso de bienes y servicios a amplios sectores populares de la población latinoamericana. Estos nodos y redes de comercio popular - antes consideradas residuales de la economía formalmente planificada - se han consolidado como las vías de acceso al trabajo y el consumo de una parte muy considerable de la población más pobre del mundo.

En parte, la expansión de este lado B de la globalización se debe al sincretismo (mas no la subordinación) de formas tradicionales de comunitarismo y asociacionismo barrial con los patrones de organización del modelo económico neoliberal.

A pesar de su notable y reciente visibilidad, la integración de sectores populares a las redes del consumo global, no es un fenómeno reciente. Desde los años ochenta, desde la disciplina antropológica encontramos categorías como “desborde popular” (MATOS, 1984) que nos refieren a la importancia estructural que supone la organización de la vida popular en la conformación urbana de las metrópolis latinoamericanas. Amplias zonas periféricas de las principales ciudades latinoamericanas se autoconstruyen a partir de organizaciones barriales, valiéndose de instituciones y legitimidades propias, paralelas a la legalidad estatal.

Incluso algunos autores (SUNDARAM, 2009; DOLL y NORDENFLYCH, 2009) nos advierten como lo informal, lo trucho, lo pirata, lejos de representar una copia excepcional del modo de vida occidental, representa el elemento constitutivo de la modernidad de amplios sectores populares en todo el planeta.

En Latinoamérica, esta dimensión de la vida urbana cobra relevancia, a partir de la agencia de diversos sujetos políticos durante los ciclos de protestas y levantamientos populares sudamericanos a principios del siglo XXI. La emergencia de nuevos sectores contestatarios parece reeditar la gramática de las multitudes, complejizando las contradicciones y antagonismos tradicionales de clase.

¿Quiénes son estos actores emergentes de la globalización desde abajo? ¿De qué manera estos sectores se han consolidado a partir de una red transnacional de comercio popular? ¿Cuáles han sido las experiencias y los repertorios culturales con que estos actores logran instituir y legitimar su vida popular, ante la exclusión social del modelo neoliberal?

Esta investigación comenzará por delimitar el marco conceptual al que se recurrirá para dimensionar el problema de investigación. Globalización desde abajo, identidades estratégicas, hábitat popular, ensamblaje popular y política callejera son algunos conceptos a dilucidar, orientando metodológicamente nuestra investigación a la propuesta de “etnografía multifocal” que sugiere George Marcús (2001), como una estrategia de des-localización de la etnografía, incorporando los flujos y movimientos que la globalización imprime en la vida cultural de los sectores populares.

Seguido a ello, mostraremos una breve caracterización de los circuitos inferiores de la producción y el comercio global, mostrando una cartografía mínima de las redes y nodos de comercio popular en América Latina.

Finalmente, apuntaremos algunas claves de lectura para comprender las relaciones entre la globalización desde abajo y la conformación identitaria popular en América Latina.

2 Dimensiones sobre la identidad cultural y la globalización desde abajo en los sectores populares latinoamericanos

Por cuestiones de espacio, resulta imposible abarcar la amplia trayectoria de debates y precisiones semánticas en torno los conceptos que desde nuestra perspectiva, son indispensables para abordar los fenómenos económicos e identitarios de los sectores populares periurbanos latinoamericanos. No obstante, trataremos de presentar un hilo conductor que dé coherencia e integridad al bagaje conceptual que sugerimos.

A partir de una lectura subalterna de la dimensión de la experiencia, Edward Thompson nos ofrece una alternativa fértil para construir una historia social de los sectores populares, en nuestro caso periurbanos en América Latina. Como advertía E. P. Thompson (1981), la experiencia es el punto de partida de toda conciencia social; esta depende de la acción de los sujetos, pero también de sus percepciones, del conocimiento que se tenga de sí mismos, de la memoria y de la cultura que le da forma.

En ese sentido, las memorias de las multitudes son fundamentales para comprender los contenidos y las transformaciones de todos los sectores subalternos, tradicionalmente ubicados en el ostracismo de los grandes relatos históricos. De la negociación y la resignificación de la memoria colectiva, depende la continuidad o la ruptura del orden social vigente nos advierte E.P. Thompson. La dimensión de experiencia de los sujetos específicos de la historia será por tanto, el punto de partida por el cual delimitaremos los conceptos que recurriremos.

El primer término a dilucidar es el de la “globalización desde abajo”. Partamos su definición desde el campo de la experiencia sensible: La globalización desde abajo es la que experimentamos la mayor parte de la población, esto es, las actividades económicas del segmento más pobre de la población que produce y/o vende mercancías-copias, transportadas por bultos o maletas a través de países y que ofrece en ferias y mercadillos informales. La “globalización popular” supone un flujo transnacional de bienes y personas que desde microemprendimientos, muchas veces personales, permiten el mejoramiento de vida de millones de consumidores y proveedores que no han podido satisfacer sus necesidades elementales a través del mercado formal.

La diferencia primordial entre la globalización desde las cima del poder económico (corporaciones financieras, empresas multinacionales, paraísos fiscales, etc.) y las generadas desde las hendiduras del sistema (comercio hormiga, envío de remesas, salarios temporarios, etc.), estiba en que las primeras se caracterizan por ser llevadas por entidades abstractas, alejadas de la organicidad humana de la sociedad, mientras que las segundas, solo son posibles a partir de las necesidades específicas de los actores que la protagonizan, siempre desde sus tramas culturales y sus sentidos comunes específicos.

La diferencia más notable entre los actores populares y los hegemónicos de la globalización, la encontramos en las formas en cómo ambos realizan el ciclo de acumulación. Mientras que la globalización hegemónica basa su reproducción a partir de ciclos ampliados y verticales de acumulación de capital, proyectados a una matriz infinita de cálculo de ganancia, en las actividades de los sectores populares de la globalización parece pervivir una forma “fractal de acumulación horizontal” (GUTIÉRREZ, 2011) es decir, que surgen “bucles M-D-M asociativos”. Esto es que llegado cierto punto, la acumulación se desplaza hacia otros núcleos asociativos (familiares, vecinales, de proximidad, etc.) cuya característica es su capacidad vinculativa. Tenemos por ejemplo “la escalera boliviana” con la que Roberto Benencia (2012) ha estudiado los núcleos asociativos de los migrantes bolivianos en el sector hortícola argentino.

Desde esta noción sustantiva y humanista de la globalización desde abajo, podemos dilucidar el resto de conceptos. Un primer punto a considerar es el potencial que tienen los

mercados de la globalización popular de articular redes de comercio transnacional. Coincidimos con la categoría de “ensamblaje popular” con la que Verónica Gago trata de condensar las innovadoras formas de trabajo e intercambio que subyacen de las prácticas populares de la globalización desde abajo:

La noción de ensamblaje pone de relieve «esa interminable, contingente y cambiante articulación de un conjunto de elementos altamente heterogéneos (tecnología, territorios, poblaciones, modos de producción económica) que está en la base de la constitución del capital global contemporáneo» [...] Contra la idea de que la globalización universaliza procesos, la categoría de ensamblaje permite deslindar la mirada de la unificación y homogeneización para detenerse en las articulaciones específicas, con sus deslindes y conexiones parciales y temporales [...] La noción de ensamblaje, por otro lado, asume la heterogeneidad como régimen de existencia de las cosas. De allí la necesidad, una y otra vez, de producir articulaciones, contactos, conectores. En este sentido: el ensamblaje es una lógica relacional (GAGO, 2015, p.68).

De acuerdo a Gago, existen por lo menos cuatro espacialidades persistentes en esta noción de ensamblaje popular. El taller como microemprendimiento productivo sumamente flexible que basa su ganancia en relaciones de proximidad, la villa como asentamiento de habitabilidad y espacio autogestivo de organización de donde surge la fuerza del trabajo de la economía popular, la feria como vector de articulación tanto de la villa, el taller que logra proyectar tanto a las personas como mercancías a la red global de comercio popular y, por último, la fiesta como economía del frenesí y espacio de legitimación de la identidad popular. Bajo estas premisas, acuñamos la noción de “hábitat popular” más allá de su sentido habitacional, para dar cuenta como estas articulaciones veloces y flexibles, tienen como fundamento la realización de la vida de los sectores populares que hacen valer sus recursos comunitarios (nunca exentos de conflictos) como herramienta para sobrevivir en la globalización.

Por otra parte, las convergencias y tensiones que surgen de la interrelación de estos espacios, generan una legalidad emergente, invisible a la mirada hegemónica del aparato estatal, que regula y organiza el espacio urbano tomado para producir la economía popular. Muchas veces las organizaciones populares son las únicas interlocutoras legítimas con el Estado en el ordenamiento e implementación de políticas públicas en los espacios públicos. De estos tipos de legitimidades populares, subyace una “ciudadanía política callejera” (ARBONA, 2008), la cual centra su legitimidad en la preservación del derecho a vivir la ciudad por parte de los sectores populares a partir de formas de organización local.

Esto supone un cuestionamiento intolerable a los poderes económicos de la globalización hegemónica que, como vimos en anteriores líneas, basa solo su legitimidad política en la concertación con los agentes representativos del *establishment*.

A su vez, el aumento de las migraciones nacionales y transnacionales, se han convertido en los vectores que agudizan los ritmos de la globalización popular. En un principio, algunas colectividades migratorias conforman espacios de enclave en los lugares de arribo, donde se reconoce cierta adscripción étnico-nacional. Con el paso de pocos años, estos enclaves logran convertirse en “espacios socioculturales transurbanos” (PIZARRO, 2009), verdaderos santuarios populares donde se garantizan redes de trabajo, comercio e información al interior de una o varias ciudades.

Los casos de la colectividad boliviana en Buenos Aires, Argentina, o la comunidad mixteco-oaxaqueña en Los Ángeles, EUA, son un ejemplo muy representativo de ello. En ambas experiencias, queda demostrado que la transferencia de saberes y el consumo afincado en

identidades culturales, se imbrican para consolidarse como los catalizadores indispensables para la expansión del comercio popular tanto de sus lugares de origen, como de destino.

En otro sentido, habría que considerar las transformaciones que la fuerza de trabajo, predominantemente femenina, ha impreso al hábitat popular de las ciudades informales. Resulta interesante como en escenarios de crisis económica, la mayoritaria presencia femenina en el trabajo informal ocasiona una doble sinergia. Por una parte, el saber hacer del trabajo doméstico-reproductivo de las mujeres, puede lograr un entramado de economías múltiples de sobrevivencia, pasando a cubrir funciones estratégicas de organización social,² trasladándose a lo público, características propias de la economía del hogar. Por otra parte, el trabajo invisibilizado a lo largo de generaciones, es más proclive a la realización de los microemprendimientos autogestionados, sumamente acordes a los imperativos del neoliberalismo.

En este sentido, acuñamos la categoría de identidad estratégica como una herramienta que nos permita visibilizar el grado de resignificación identitaria de los sujetos protagonistas de la globalización popular. Utilizamos el adjetivo “estratégico” más allá de su acepción individual-electiva, dando constancia de los cruces entre las tensiones culturales de los ocupantes del espacio urbano, la transmisión cultural intergeneracional de una colectividad y la conflictividad que subyace de la interacción con los agentes hegemónicos de la globalización “desde arriba”.

3 Etnografía multifocal y su pertinencia metodológica en torno al fenómeno de la globalización popular

Los tradicionales análisis sociológico-económicos, basados en estadísticas y tendencias, resultan inadecuados para dar profundidad a las pesquisas sobre la globalización popular. Esto debido principalmente a que la globalización popular no arroja registros públicos de sus actividades comerciales. A su vez, la heterogénea procedencia de los actores de la globalización popular dificulta su homologación en las estadísticas públicas (al no poderlos encuadrar como trabajadores, comerciantes o consumidores; categorías recurrentes de la contabilidad nacional en diferentes países).

Otras disciplinas de las ciencias sociales más cercanas a la cotidianidad de los actores sociales (La etnología por ejemplo), dan cuenta más a detalle de las especificidades cualitativas de las prácticas, medios de vida y significaciones de los sectores populares que reproducen la globalización popular.

En los últimos diez años, la antropología económica ha hecho de las periferias urbanas un espacio de análisis privilegiado para conocer las dinámicas de los protagonistas de la globalización popular. La principal herramienta a la que ha recurrido es la etnografía, la cuál ha sido esencial para comprender esta globalización plebeya, precisamente por su capacidad de examinar las particularidades del funcionamiento local de cada uno de los nodos, dejando en segundo plano la descripción del sistema en su conjunto.

Si bien es cierto que un estudio de la totalidad del sistema mundial no hegemónico (por ejemplo estudiar la globalización desde el conjunto de las rutas marítimas comerciales) resulta cualitativamente poco útil, es necesario comenzar a trascender los estudios parciales de etnografía a dimensiones más amplias que nos permitan entender las interrelaciones socioculturales entre los distintos mercados globales populares.

² Comedores populares, guarderías, trabajo textil doméstico son acciones femeninas recurrentes en los muchos escenarios de crisis económica que ha experimentado América Latina. De estas prácticas, se pasa de la invisibilización del trabajo femenino a ocupar un lugar estratégico dada la imposibilidad de continuar con la figura del trabajador masculino proveedor. Para más un estudio más a profundidad sobre el papel femenino en la flexibilización del trabajo en la globalización véase Saskia Sassen, 2006.

La etnografía multifocal que el antropólogo George Marcus sugiere por ejemplo, presenta una estrategia muy sugerente para este tipo de investigación entorno a la globalización popular, ya que trasciende lo local sin perder de vista el marco estructural de lo global. La etnografía multifocal, según este antropólogo, “muestra que el centro del análisis etnográfico contemporáneo no se encuentra (ya) en reclamar algún estado cultural previo, o su sutil preservación a pesar de los cambios, sino en las nuevas formas culturales que han surgido en las situaciones coloniales subalternas” (MARCÚS, 2001, p.111).

Estas formas de adaptación de las culturas subalternas, algunas veces creativas y transformadoras, otras tantas reactivas y conservadoras, requieren de una etnografía (aun emergente) que nos permita seguir trayectorias de los sujetos y las mercancías, descentrando el *focus* territorial de la investigación:

La distinción entre mundos de vida de los sujetos y sistema no se sostiene, y el aporte de la etnografía dentro del alcance de lo local, esta en descubrir originales rutas de conexión y asociación a través de las cuales el interés etnográfico tradicional relacionado con la agencia, los símbolos y las prácticas cotidianas pueda seguir siendo expresado en un lienzo con una configuración espacial diferente (*Ibíd.* p.113).

En la medida en que el focus de la investigación etnográfica se deslocaliza, sin perder de vista las adscripciones territoriales y los usos sociales del espacio logramos una visibilización de las conexiones entre la organicidad económica de amplios sectores populares y la globalización hegemónica, develando una mirada sustantiva de la vida cultural que se produce en las periferias de las ciudades, en nuestro caso latinoamericanas.

La etnografía multifocal surge de la necesidad multidisciplinar de sustantivar las actuales relaciones sociales del sistema mundo (WALLERSTEIN, 2006) a partir de experiencias de los sectores subalternos, territorialmente situadas, globalmente interrelacionadas e históricamente contempladas como marginales en la conformación del sistema hegemónico mundial.

4 Ensamblajes transnacionales del comercio popular latinoamericano

La globalización popular comparte con la globalización hegemónica los mismos canales de distribución. En muchas ocasiones las mercancías-copia viajan en los mismos buques que las mercancías formales. Comparten a su vez su procedencia mayoritariamente China. Numerosos estudios han trazado las distintas rutas marítimas que permite la globalización desde abajo³.

Habitualmente, el trajín popular de comercio comienza en un puerto franco o una zona libre de aranceles de la cual se aprovecha su laxitud fiscal y aduanera. Los comerciantes hormiga que trasladan sus mercancías desde bultos o maletas, van trazando, a lo largo de los años, distintos puntos nodales que van consolidando una red de pueblos y ciudades sobre la que se comercian las mercancías. En este punto, las relaciones de proximidad y confianza juegan un papel crucial dada la ausencia de almacenes, transportes y seguros de las mercancías. Tenemos por ejemplo

³ La investigación de Oliver Pliez sobre la reedición de la antigua ruta de la seda (que corre de Guangzhou en China a Trípoli en Libia, pasando por Dubái en Emiratos y Port Said en Egipto) por la vía marítima ha permitido el acceso popular de mercancías-copia a los mayoritarios segmentos pobres de Egipto (60% de la población) que aprovecha las ventajas arancelarias del canal de Suez para irrigar a lo largo de los zocos y caravanas del norte africano, una extensa variedad de ropa y tecnología. Esta globalización popular de la ruta de la seda ha modificado de manera sustantiva el consumo de regiones desérticas que en muchas ocasiones se presentan como los pocos accesos a los bienes de la modernidad. Para más detalle véase: Oliver Pliez, 2015.

la red de comercio popular que los aymaras han logrado consolidar desde la zona franca de Iquique en Chile, atravesando una red de pueblos andinos para alcanzar las fronteras brasileñas pasando por las ciudades de El Alto, Cochabamba, Oruro y Santa Cruz (TASSI y MEDEIROS, 2013).

Lo que llama la atención es como en la mayor parte de las rutas de comercio popular global se ofrecen mercancías muy similares. Al comienzo de la globalización desde abajo predominó la producción regional de mercancía-copia de las más prestigiadas marcas (Nike, Louis Vuitton, Armani, Rolex, Ray-ban, etc.) convirtiéndose en una germinal apropiación de los símbolos globales del estatus privilegiado. Las copias burdas de los primeros años fueron dando paso al perfeccionamiento de producción de copias cada vez más exactas, muchas veces solo detectable a la mirada de expertos⁴.

Las mercancías-copia son mayoritariamente producidas en Guangzhou, China, en talleres que están a pocas cuadras de las fábricas que producen las mercancías originales de las principales marcas mundiales, en condiciones laborales sumamente parecidas. Esto abre una paradoja sobre la legitimidad que tiene la mercancía-copia para constituir una democratización del consumo popular en el sentido de que la mercancía formal es producida en la sobreexplotación y la clandestinidad y la mercancía-copia es accesible a cielo abierto (GAGO, 2015, p.52).

Con la llegada de mercancías-copia cada vez de mayor calidad, fueron constituyéndose en pocos años distintos talleres productivos, articulados por las ferias y mercados populares, complementando la oferta de mercancías. Coincidimos con Verónica Gago en definir estos microemprendimientos como “microeconomías proletarias” en el sentido de:

mostrar el nuevo paisaje proletario más allá de su acepción fordista y para remarcar la cuestión de escalas que hace que estas economías funcionen sobre todo como ensamblajes [...] en donde [la feria] logra combinar una serie microemprendimientos, compuestas por pequeñas y medianas transacciones y, al mismo tiempo [que] es base de una gran red transnacional de producción y comercio (IBÍD. p.56).

No sería posible entender la articulación de los talleres productivos y las ferias globales sin considerar su interrelación con el lugar donde habitan los actores de esta globalización popular. La ocupación irregular de los espacios periféricos de las ciudades latinoamericanas, condensan un cúmulo de experiencias de organización y autogestión popular, mismas que entretejen las relaciones sociales que favorecen las redes de comercio.

El hábitat de las periferias, siempre en tensión con las políticas públicas de exclusión espacial, se reproduce cotidianamente de las prácticas de sus habitantes, que ante la desestructuración del modelo centro-periferia de la ciudad fordista, han situado al interior de sus villas, favelas o chabolas la producción de estas microeconomías proletarias a partir de pequeños, pero continuos emprendimientos.

Las prácticas cotidianas con que los sectores populares construyen la ciudad son esenciales para comprender la lógica de la globalización popular.

Siguiendo a Michael de Certeau (1999), en los intersticios de la producción y el consumo habita una poética diseminada en las maneras de hacer. Lejos de ser pasivos, los consumidores reciben y se apropian del entorno, metaforizando las direcciones del orden dominante. De ahí que exista una agenda oculta de los sectores subalternos que protagonizan la globalización popular.

⁴ Existen testimonios de que algunos talleres chinos producen en la mañana mercancías para las principales marcas y por las noches, cubren los pedidos de los comerciantes informales. Sin importar si esto sea así, lo cierto es que las condiciones de explotación de la industria textil de las principales marcas, abren la posibilidad de que sus costureros la boicoteen al vender o reproducir clandestinamente sus diseños.

Una agenda silenciosa que opera no con sus propios productos sino que se reapropia de los ya existentes, dotándolos de sus propios sentidos.

A esta heterogénea composición económica que desde las periferias urbanas del planeta logran una red global de comercio informal, es lo que Gustavo Lins Ribeiro da por llamar “sistema mundial no-hegemónico” de la globalización popular:

Es justamente lo que el sistema mundial no-hegemónico constituye: una composición de varias unidades situadas en diferentes espacios *glocales* que están conectados por agentes que operan en la globalización popular. La globalización popular está formada por redes que trabajan de manera articulada y que en general se encuentran en diferentes mercados que conforman los nudos del sistema mundial no-hegemónico. Esta articulación crea interconexiones que le confieren a este tipo de globalización un carácter sistémico y hacen que sus redes tengan un alcance de larga distancia. El sistema mundial no-hegemónico conecta muchas unidades en el mundo mediante flujos de información, personas, mercancías y capital (LINS, 2012, p, 49).

Coincidiendo con Lins, es necesario recurrir a los conceptos “sistema-mundo” y “no-hegemónico” para dar cuenta de cómo la triada espacial Villa-Taller-Feria donde habitan, producen e intercambian los sujetos periurbanos, son consecuencia del sistema de dominación y control de los poderes hegemónicos, del que sin embargo no forman parte constitutiva, ya que se sitúan siempre en sus márgenes⁵. Esta liminalidad por si misma representa una amenaza al *establishment* dominante, por lo que continuamente son objeto de elaboradas acciones represivas.

En lo que respecta a Latinoamérica, encontramos una red de nodos metropolitanos y portuarios, los cuales son las venas por las circulan las mercancías del sistema mundial no hegemónico de la globalización popular.

Por la parte mesoamericana tenemos los nodos centrales de la Ciudad de México y la ciudad Panamá. La Ciudad de México aglutina el tránsito de mercancías provenientes de Asia a través de los puertos marítimos de Lázaro Cárdenas (Michoacán), Veracruz (Veracruz) y Manzanillo (Colima). De sus distintos mercados populares como Tepito o La Merced, salen diariamente autobuses repletos de mercancías para cubrir los distintos mercados informales del interior del país. Incluso existe un comercio transnacional hacia las ciudades de El Paso, Los Ángeles y Chicago de Estados Unidos. Utilizando las ventajas de la frontera se logra un comercio “hormiga” de mexicanos que envían artículos adscritos a la mexicanidad (tortillas, enlatados, golosinas, CD’s piratas, etc.) hacia los barrios de mayoritaria presencia latina de las ciudades estadounidenses, trayendo por contrapartida ropa usada y tecnología a las ciudades fronterizas mexicanas (GAUTHIER, 2015, p.259).

Panamá es uno de los centros mundiales de tránsito de mercancías de la globalización hegemónica y por tanto también de la popular. La Zona Libre de Colon (en adelante ZLC), catalogado como uno de los más grandes centros de exportación de mercancías de América Latina⁶, es el principal proveedor del “Mercado Oriental” de Managua en Nicaragua, que a su vez,

⁵ A diferencia de los circuitos económicos de la globalización hegemónica que solo dependen de la expectativa de ganancia y de la institucionalidad comercial, los circuitos de la globalización popular dependen de la consolidación de espacios transnacionales conformados por redes migratorias basadas en vínculos de proximidad y parentesco.

⁶ En 2015 la ZLC abarcaba 240 hectáreas, facturando 16,000 millones de dólares, posicionándose como la mayor zona franca de América y la segunda más grande del mundo. Para más información sobre la ZLC véase www.zonalibreinfo.com

es considerado el mayor mercado informal en Centroamérica⁷. Este mercado tiene un impacto decisivo en el comercio popular centroamericano ya que de sus calles salen las mercancías que surtirán gran parte de los mercados informales de Guatemala, El Salvador y Honduras.

A su vez, la ZLC logra reexportar mercancías a las cuatro principales zonas francas de Colombia (Cartagena, Barranquilla, Santa Marta y Pacífico). La entrada masiva de mercancías han desbordado los mercados formales de estas ciudades colombianas, debido al panorama de desempleo masivo que vive el país. Tenemos por ejemplo el mercado de San Victorino ubicado en el centro histórico de Bogotá, considerado el mercado popular más grande de Colombia. A pesar de contar con 10,000 locales formales, se calcula que entre sus calles comercian más de 70,000 comerciantes informales, incluidos los 3000 que operan en los “madrugones”⁸. A pesar de los grandes proyectos de reconfiguración territorial del comercio del centro de Bogotá, estos comerciantes han desplazado su comercio a los bordes más contiguos a su original ubicación (CARBONELL, 2013, p.148).

En la región andina se despliega una de las redes comerciales más heterogéneas e interconectadas de América Latina, a pesar de sus compleja cartografía. Las zonas libres chilenas de Antofagasta, Iquique y Arica son las puertas de entrada de las mercancías Chinas que recorrerán miles de kilómetros a partir de una extensa red de comercio reticular que pasa por las ciudades bolivianas de El Alto, La Paz, Oruro, Cochabamba, Santa Cruz, Tarija, así como por las ciudades argentinas de Tucumán, Salta, Córdoba, Rosario y Buenos Aires. Algunas investigaciones etnográficas (TASSI y MEDEIROS, 2013; PIZARRO, 2009, GARCÉS, 2013) anuncian que las rutas comerciales responden más a una geografía social protagonizada por las especificidades culturales de la migración boliviana que al tránsito de mercancías. Estas mercancía desembocan en la Feria de “La Salada”⁹, el quizás más grande mercado informal de América Latina que abastece a mas de 500 ferias de toda Argentina.

En la parte atlántica sudamericana, la zona comercial de Ciudad del Este en Paraguay, pasó de ser un centro turístico de compras en 1970 para convertirse en el centro de suministro de mercancías de los mercados informales de todo Brasil.

Tal como señala Fernando Rabossi, Ciudad del Este aprovecha su condición de “triple frontera” (Paraguay, Brasil, Argentina), para potenciar un mayor crecimiento de comercio, mismo que se ha potenciado con la liberalización aduanal del Mercosur y el acelerado incremento del desempleo de sus principales actores: los *sacoleiros*¹⁰ tanto brasileños como paraguayos (RABOSSA, 2003).

Hoy en día, Ciudad del Este se perfila como la metrópoli del comercio informal sudamericano, un nodo de distribución y aprovisionamiento para cientos miles de comerciantes

⁷ De acuerdo con Cesar Augusto Rivera, responsable de la Corporación Municipal de Mercados en Managua (COMMEMA), el movimiento anual del Mercado Oriental asciende a los 2,182 millones de dólares que representan una tercera parte del PIB de Nicaragua. Lo impresionante de este mercado es su incremento exponencial, llegando a quintuplicar su extensión en los últimos veinte años. Para más detalle sobre el mercado oriental véase la nota “Árabes, los reyes del mercado en Nicaragua” publicada en El Universal el 7 de diciembre de 2011. Disponible en <http://www.elnuevodiario.com.ni/nacionales/236186-arabes-reyes-mercado-nicaragua/>

⁸ El “madrugón” es un modelo de negocio que opera en Bogotá desde hace 15 años. En 22 bodegas se de apertura en las madrugadas del miércoles y sábado (de las 2am a las 10 am) de un comercio informal, mayoritariamente al menudeo y en efectivo.

⁹ La feria de La Salada es el corazón del comercio popular de toda Argentina. Es el espacio de frontera donde se realiza la compra-venta de la industria informal textil bonaerense que abarca a más de 5000 talleres clandestinos, muchos de ellos procedentes de la villas de las periferias. En 2009 La Salada facturó 15,000 millones de pesos argentinos frente a los 8,500 millones de los centros comerciales, según fuentes del Instituto Nacional de Estadística y Censos (INDEC). Para más detalle sobre el potencial en los estudios de globalización popular que representa La Salada véase Verónica Gago, op. Cit. p.246.

¹⁰ Sacoleiros es como se conocen a los comerciantes hormiga que provienen de todas las regiones brasileñas, que importan sus mercancías a través de sacos que cargan en sus espaldas y que día a día cruzan la frontera de Ciudad del Este - Foz de Iguazú, sorteando los controles aduanales de ambos países.

informales que desplazan sus mercancías a partir de distintas redes de comercio¹¹, muchas veces hacia economías de enclave étnico¹².

Los principales centros neurálgicos del comercio popular latinoamericano (“Tepito” en México, “La Salada” en Argentina, “ZLC Colón” en Panamá, “La Oriental” en Nicaragua, “Feria 16 de Julio” en Bolivia, “Mercado San Victorino” en Colombia, “Zona franca de Iquique” en Chile, “Ciudad del Este” en Paraguay” por mencionar las más emblemáticas) son la punta del iceberg de complejas redes de intercambio y producción popular, afincadas en un sedimento de experiencias locales y formas de organización vernáculas en los espacios periurbanos autoconstruidos a partir de relaciones de proximidad.

Como anteriormente señalamos, la idea de ensamble popular resulta necesaria para comprender como las sinergias de la globalización desde abajo se deben al entramado de relaciones entre las distintas formas de autoorganización barrial, los emprendimientos de base familiar y las adscripciones identitarias que subyacen de las prácticas cotidianas de los actores que habitan las periferias urbanas latinoamericanas. Sin considerar estas históricas imbricaciones de lo popular es muy común llegar a la conclusión que la globalización desde abajo supone la incorporación subordinada de los sectores más marginales a los imperativos de la gubernamentalidad neoliberal.

Pongamos como ejemplo el relativo auge económico popular que experimenta la colectividad boliviana en Buenos Aires. Durante “el corralito” de la crisis financiera argentina de 2001, los migrantes bolivianos parecieron encontrar cierto éxito económico, principalmente en el comercio, la industria textil y el sector frutihortícola. Ubicamos tres actividades productivas que emplean al 67.8% de la población laboralmente activa boliviana (INDEC, 2010): el taller, la feria y las quintas. Si bien esta última supone un eslabón productivo espacialmente diferenciado de las dos primeras, las escalas comerciales que despliega la “bolivianización de la horticultura” (BENENCIA, 2011), sobre todo en verdulerías a lo largo de todo el espacio urbano bonaerense, permite reconocerla como uno de los anclajes en la articulación reticular de los emprendimientos populares de la colectividad boliviana.

Es importante matizar que al referirnos al termino “exitoso” en los emprendimientos de la colectividad boliviana, es en un contexto relativo a la crisis del 2001 en Argentina, donde gran parte del poder adquisitivo de la clase media argentina fue languidecido debido a los congelamientos financieros conocidos como corralito. En un escenario de crisis de circulante, los emprendimientos de los bolivianos se vieron favorecidos gracias a sus costumbres de mantener el dinero circulante en permanente movimiento (BENENCIA, 2006).

Ante el desmantelamiento de empresas y la crisis del tradicional modelo obrero-patronal argentino, un nuevo mandato de flexibilidad laboral se impuso en casi todas las ramas de la economía. En este contexto, la hasta ese momento invisible mano de obra boliviana (principalmente incorporada en la construcción y el servicio doméstico) cobró protagonismo dada su alta capacidad de adaptación a los nuevos patrones precaizantes de contratación del neoliberalismo.

¹¹ De acuerdo a estudios de Fernando Rabossi, Ciudad del Este se esta convirtiendo en un mercado de importación múltiple procedentes de Miami, Panamá y directamente de China a través de los cerca de 30,000 ciudadanos chinos que habitan en ella. A su vez, sus mercancías cubren gran parte de la demanda popular brasileña, paraguaya y llegan a mercados informales tan lejanos como La Salada, Argentina o El Alto, Bolivia. Esto reafirma el dinamismo comercial y productivo de las ferias populares y su potencial de articular un sistema mundial no hegemónico. Para más detalle vea Fernando Rabossi, op. cit. p. 263.

¹² Retomamos el concepto de enclave étnico para referirnos a los procesos asociativos de la migración transnacional que se colocan desde núcleos identitarios que exaltación de algunos rasgos de la cultura nacional para constituir federaciones y mercados propios. Desde la teoría económica, dichos enclaves étnicos han sido estudiados como ejemplos exitosos en la adaptación de los sectores marginales al mercado globalizado.

La inserción protagónica de los bolivianos en “la cara B” de la globalización popular bonaerense ha sido posible gracias a la puesta en juego de toda una serie de recursos comunitarios: familia, comunidad, relaciones de reciprocidad, etc.

Dichos repertorios colectivos se han sedimentado en los espacios transurbanos que la colectividad boliviana ha reconstruido a lo largo de su larga trayectoria migratoria y que, en las últimas décadas han permitido una intensificación del transnacionalismo migratorio de otros bolivianos (HINOJOSA, 2008).

Los espacios ocupados por la colectividad boliviana en Buenos Aires, se interrelacionan a través del tránsito de personas e información, mismas que suceden a través de las ferias¹³, así como en los momentos lúdicos de la fiesta.

La fuerte raigambre cultural que subyace de los vínculos entre el auge económico popular, el transnacionalismo migratorio y las fiestas folklóricas de la colectividad boliviana no hubiese sido imaginable hace dos décadas. Las fiestas de la colectividad superan su función lúdico-devocional, marcando los horizontes de visibilidad económico y reconocimiento social de los bolivianos en la ciudad.

De la triada que compone los espacios transurbanos (taller, feria y quinta), los recursos comunitarios (familia, relaciones de reciprocidad y comunidad) y los imperativos del neoliberalismo (precios bajos, flexibilidad contractual, precarización laboral) subyace la versión boliviana de la globalización popular

Conclusiones

Esta breve caracterización sobre los ensamblajes transnacionales del comercio popular latinoamericano, nos es útil para destacar la trascendencia que tiene la globalización desde abajo como un fenómeno fundamental para comprender la reconfiguración social y productiva de las periferias urbanas latinoamericanas. Abre múltiples aristas sobre como abordar la heterogénea composición social y productiva de las periferias urbanas latinoamericanas.

A lo largo de las últimas dos décadas, los sectores populares han sabido apropiarse de la globalización desde los intersticios del sistema hegemónico capitalista. Lo realizan desde la reproducción material de sus vidas, bajo manejos sustantivos del dinero y a partir de la extensión de redes familiares y parentesco.

De estas formas diferenciales de comercio, subyacen formas de acumulación, que si bien reproducen el capitalismo contemporáneo, lo hacen bajo la reproducción histórica de sus necesidades específicas.

De la triada que compone los espacios transurbanos (taller, feria y quinta), los recursos comunitarios (familia, relaciones de reciprocidad y comunidad) y los imperativos del neoliberalismo (precios bajos, flexibilidad contractual, precarización laboral) se erige la globalización desde abajo, misma que abre algunas contradicciones sobre si estas inserciones populares a la globalización suponen una reproducción mimética del capitalismo hegemónico o, en cambio, representan fuentes instituyentes de una globalización plebeya con sus propias lógicas a reproducir en sus ciclos.

Nos decantamos por la segunda posición, no tanto por presentarse como una alternativa al capitalismo, sino porque este último se muestra incapaz de absorber a la ciudadanía de consumo

¹³ Podemos ubicar a las ferias como los anclajes en donde se articula la economía popular que sigue desde sus modos, los mandatos de la globalización, de la noción de comunidad ocupa un papel clave. Es el espacio predilecto donde la reproducción de los imaginarios y subjetividades ligadas a lo comunitario andino (familia, fiesta y barrio) logran capitalizarse bajo sus propios ciclos de acumulación.

a las grandes mayorías del planeta. La incorporación plebeya de los segmentos más pobres de la población mundial parece ser posible únicamente a través de esta vía popular globalizadora.

Siguiendo a Thompson, las condiciones de vida de estas nuevas formas de subalterización global pueden darnos las claves de la nueva formación de las clases sociales del siglo XXI.

Referencias

- Arbona, J. (2008) “**Ciudadanía política callejera**: apropiación de espacios y construcción de horizontes políticos”, en Antonio Ziccardi, [Comp.], *Procesos de urbanización de la pobreza y nuevas formas de exclusión social: Los retos de las políticas sociales de las ciudades latinoamericanas del siglo XXI*. Bogotá: CLACSO
- Benencia, R. (2006) “**Mercados de trabajo y economías de enclave**. La ‘escalera boliviana’ en la actualidad. *En Revista de Estudios Migratorios Latinoamericanos, Año 20, No. 60, CEMLA, Buenos Aires*.
- Benencia, R. (2011) “**Los inmigrantes bolivianos**, ¿Sujetos de agenda política en la Argentina?” en Feldman, B; Rivera, L; Stefoni, C; Villa, M. [Comps.] *La construcción social del sujeto migrante en América Latina. Prácticas, representaciones y categorías*. Quito: FLACSO; CLACSO; Universidad Alberto Hurtado.
- Carbonell, C. (2013) “**Informalidad y marginalidad en zonas de frontera metropolitanas**: transformación urbanística sector San Victorino y Santa Inés (1998-2012). *Revista Bitácora Urbano Territorial*, vol. 23 núm. 2, pp. 139-148. Bogotá: Universidad Nacional de Colombia.
- De Certeau, M. (1999) *La invención de lo cotidiano*. México: Universidad Iberoamericana
- Doll, D. Nordenflycht, A. (2009) *Ciudades (in) ciertas. La ciudad y los imaginarios locales en las literaturas latinoamericanas*. Valparaíso: Ediciones Puerto de Escape.
- Gago, V. (2015) *La razón neoliberal. Economías barrocas y pragmática popular*. Madrid: Traficantes de sueños.
- Garcés, A. (2013) “**Circuitos migrantes**. Itinerarios y formación de redes migratorias entre Perú, Bolivia, Chile y Argentina en el norte grande chileno”, en *Revista papeles de población*. México: Editorial Universidad Autónoma del Estado de México
- Gautier, M. (2015) “**Los comerciantes hormiga mexicanos de la región de El Pazo y Ciudad Juárez**” en Alba, C. Lins, G. Mathews, G. [Eds.] *La globalización desde abajo. La otra economía mundial*. México DF: Fondo de Cultura Económica
- Hart, K (2015) “**Prefacio**” en Vega, C. Lins, G. Mathews, G. [Eds.] *La globalización desde abajo. La otra economía mundial*. México D.F: Fondo de Cultura Económica
- Hinojosa, A. (2008) “**Transnacionalismo y multipolaridad en los flujos migratorios de Bolivia**. Familia, comunidad y nación en dinámicas globales” en Mendoza, G; Rivera Cusicanqui, S. [Coords.] *Antología del pensamiento crítico boliviano contemporáneo*. Buenos Aires: CLACSO
- Lins, G. (2012) “**La globalización popular y el sistema mundial no hegemónico**”. *Revista Nueva Sociedad No. 241, Pp. 36-62*. Buenos Aires: Fundación Friedrich Ebert.
- Marcus, G. (2001) “**Etnografía en el sistema mundo**. El surgimiento de la etnografía multifocal” en *revista Alteridades. Vol. 11. Núm. 2 Pp. 111-127*. México: Universidad Autónoma Metropolitana.
- Matos, J. (1984) *Desborde popular y crisis de Estado. El nuevo rostro del Perú en la década de 1980*. Lima: Instituto de Estudios Peruanos

Pizarro, C. (2009) “**Organizaciones de inmigrantes bolivianos en áreas periurbanas argentinas**: entre la demanda contra la discriminación y la reproducción de la subalternidad”, *XXVIII Congreso Internacional de la Asociación de Estudios Latinoamericanos*, Rio de Janeiro: LASA.

Pizarro, C. (2009) “**Espacios socioculturales bolivianos transurbanos en el Área Metropolitana de Buenos Aires**”, Marcela Ameztoy, [Coord.], *Buenos Aires Boliviana Migración, construcciones identitarias y memoria*. Buenos Aires: Comisión para la preservación del patrimonio histórico de la ciudad de Buenos Aires.

Pliez, O. (2015). “**El derrotero de la nueva ruta de la seda entre Yiwu y El Cairo**” en Alba, C. Lins, G. Mathews, G. (Coords.) *La globalización desde abajo. La otra economía mundial*. México: FCE/COLMEX

Rabossi, f. (2003) **Entre las calles de Ciudad del Este**. *Una etnografía del comercio de frontera*. Asunción: Centro de Estudios Antropológicos de la Universidad Católica.

Sassen, S. (2006) **Una sociología de la globalización**. Buenos Aires: Editorial Katz.

Sundaram, S. (2009) **Pirate modernity: Media urbanism en Delhi**. Londres: Routledge University

Tassi, N. Medeiros, C. (2013). **Hacer plata sin plata**. *El desborde de los comerciantes populares en Bolivia*. La Paz: Programa de Investigación Estratégica de Bolivia.

Thompson, E. (1981) **Miseria de la teoría**. Barcelona: Crítica

Wallerstein, I. (2006) **Análisis de sistemas-mundo**. *Una introducción*. Madrid: Siglo XXI Editores.

Informes

INDEC. (2010) “**Tamaño y composición de la población no nativa según país de origen**”. Año 2010. Consultado el 23 de abril de 2018. Disponible en: https://es.wikipedia.org/wiki/Inmigraci%C3%B3n_en_Argentina#La_gran_ola_de_inmigraci.C3.B3n_europea_.281880-1950.29.