



Redes de Comercio Artesanal de los Kichwa Otavalos

Toa Maldonado Ruiz

La autora, investigadora y productora audiovisual de nacionalidad *Kichwa* Otavalo, nos introduce de manera clara y cautivadora en la historia del pueblo Otavalo, cuya gente es conocida dentro del Ecuador y a nivel internacional como los grandes comerciantes de artesanías textiles de América y quienes gracias a su capacidad, espíritu arriesgado y visión merecen denominarse *Mindaláes*; es decir, comerciantes y viajeros para quienes su país y el mundo entero no tiene fronteras. Especial importancia reviste en este trabajo la exposición de tres claves para el éxito de los otavaleños: la creación de redes sociales, de redes comerciales y de capital social que les permiten movilizar recursos tangibles e intangibles para su trabajo.

The author, researcher and audiovisual producer, of Kichwa Otavalo nationality, introduces us in a clear and engaging way to the history of the town of Otavalo, whose people are known within Ecuador and internationally as the great traders of textile crafts of America and who, through their ability, adventurous spirit and vision are deservedly called Mindaláes or "merchants and travelers for whom their country and the world has no boundaries". Of particular importance in this work is the exposition of three keys to the success of the Otavalo: the creation of social networks, business networks and the social capital that enables them to mobilize tangible and intangible resources for their work.

Soy miembro fundador de la Asociación de Productores Audiovisuales *Kichwas*, APAK, una asociación conformada por varios jóvenes *kichwas* de la provincia de Imbabura quienes nos dedicamos a recopilar elementos culturales, identitarios y patrimoniales del pueblo *Kichwa* Otavalo; actualmente trabajamos con todos los pueblos y nacionalidades de las provincias de Carchi, Esmeraldas, Imbabura y Sucumbios con la finalidad de producir material audiovisual para el rescate de nuestros conocimientos y prácticas culturales.

Hace tres años elaboramos un documental llamado "*Mindaláe*", el cual muestra un recorrido cronológico de las experiencias migratorias del pueblo *Kichwa* Otavalo. La producción de este documental tomó aproximadamente un año de trabajo y fue una experiencia muy valiosa porque logramos recuperar la memoria de los viajes transnacionales de los *kichwa* otavalo, en gran parte a través del rescate de la memoria oral pues logramos conversar con los pioneros, personas mayores que viajaron a diferentes partes del mundo y que pertenecen a varias comunidades del cantón Otavalo.

La importancia de este documental fue que develó un profundo sentimiento de orgullo de los *kichwa* otavalo, los cuales antes se llamaban "comerciantes" y no reconocían el valor de sus prácticas culturales como aquellas empresariales transnacionales. Cuando se logró

entender la profundidad de esta práctica de comercio y viaje y que éste marcaba la historia de nuestro pueblo, muchos empezamos a denominarnos *mindaláes*.

De la experiencia de producir este documental nació también la iniciativa de realizar investigación; estuve en México durante dos años haciendo una maestría y encontré en este país a compañeros *kichwa* otavalo radicados en San Cristóbal de Las Casas. De este encuentro nació el interés por descubrir, por entender, cómo funcionan las redes de comercio de los *kichwas*, cómo se construyen y transforman las redes sociales y cómo se conforma también el capital social; de allí surge la investigación que voy a presentarles a continuación.

Quiero empezar esta exposición con una frase que es muy popular en Otavalo y que hace alusión a este poder que tenemos los *kichwas* de estar en todas partes, en todo el mundo y que dice: "*cuando el primer astronauta llegó a la luna ya habían dos otavaleños vendiendo artesanías allí*".

El pueblo *Kichwa* Otavalo, ubicado en su mayoría en la provincia de Imbabura, está conformado por hábiles artesanos, productores textiles, viajeros músicos y comerciantes. Desde antes de la Colonia fueron reconocidos como *mindaláes*, una élite indígena especializada en el arte del comercio, cuya labor no solamente se caracterizaba por los intercambios de productos



sino por “su capacidad de desarrollar una política de distribución capaz de dinamizarse y permeabilizarse entre los movedizos límites políticos”.¹ Siendo éste el origen ancestral del *kichwa* otavalo no resulta extraño explicarse el proceso de la dinamización del comercio y los viajes emprendidos por un buen número de ellos que se lanzaron al mundo en busca de nichos de mercado para sus productos artesanales y textiles desde hace más de un siglo.

A inicios del siglo XX, la forma tradicional de comercio entre la población *Kichwa* Otavalo era a través de los trueques, en los que se entregaban tejidos a cambio de alimentos, animales de granja o granos. Los primeros comerciantes, registrados en la memoria oral, corresponden sobre todo a comunidades como Peguche, Quinchuquí, Agato y La Compañía, poblaciones aledañas a la ciudad de Otavalo. Los primeros comerciantes de Quinchuquí, a inicios de 1900, buscaron mercados para sus tejidos y para la carne de cerdo y sus derivados, llegando a las comunidades aledañas al cerro

del Imbabura y luego a Ibarra. Los comerciantes de Agato y La Compañía tenían como lugar de destino la ciudad de Quito, pero también llegaron a Ambato, Latacunga, Cuenca, Loja y otras ciudades del Ecuador. En esta época no existían las carreteras, por tanto los viajes se realizaban a pie, en burro o a caballo; dichos recorridos podían durar días o hasta semanas enteras hasta llegar al lugar de destino.²

La producción textil era muy apreciada en esa época, sus tejidos eran de pura lana y los casimires eran utilizados para *anacos*,³ chalinas, chales, batas o túnicas. Cada comunidad se especializaba en la producción de un tipo diferente de textil; de esta manera, las comunidades de La Compañía y Agato producían fajas y ponchos mientras que en Peguche y Quinchuquí confeccionaban casimires, cobijas, chales y bayetas. Por esta reconocida habilidad de los *kichwas* para la producción textil, muchos fueron invitados a dar clases de tejidos en varios centros educativos de Quito e incluso en otros países.

¹ *Asociación de Productores Audiovisuales Kichwas, APAK, Documento interno: Recuperando la Memoria Oral del Mindaláe Otavalo; Artesano y Comerciante Kichwa Universal (2012, pág. 9).*

² *Ibid.*

³ *Anaco, palabra kichwa, manta que se arrolla en derredor de la parte baja del cuerpo.*

A partir del año 1940 se fueron abriendo cada vez más las fronteras para los comerciantes *kichwas* en países como Colombia, Venezuela, Perú y Chile. Los señores Antonio Lema Chico y Antonio Quinche, originarios de Quinchuquí, llegaron por primera vez a Colombia para dar clases de tejido en Bogotá. Pocos años después, llevaron un telar para exhibir la realización de sus tejidos en una de las plazas centrales de la Ciudad, permitiendo que los observadores compraran objetos y prendas elaboradas directamente por los artesanos.

La excelente calidad de los tejidos y una demanda cada vez más creciente de estos productos hizo que se requiriera fuerza de trabajo; entonces, los pioneros recurrieron a familiares y compadres para fundar empresas familiares en Colombia y para la venta itinerante de sus tejidos alrededor de todo el país.

La señora Rosa Lema Cotacachi, más conocida como Mama Rosa, es quien abrió varias posibilidades para los *kichwas* viajeros. Doña Rosa fue un personaje legendario en la comunidad de Peguche por sus habilidades como comerciante de ganado y por sus buenas

relaciones sociales que le ayudaron a convertirse en una próspera comerciante viajera; entre ellas, las mantenidas con diferentes autoridades, como el ex presidente del Ecuador, Galo Plaza Lasso, quien la llevó a Estados Unidos como Embajadora Cultural en 1949.

“

La excelente calidad de los tejidos y una demanda cada vez más creciente de estos productos hizo que se requiriera fuerza de trabajo...

”

Desde entonces varios *kichwas* fueron invitados a Estados Unidos y Europa también como embajadores culturales; para 1960 los viajeros y comerciantes *kichwas* se abrieron campo hacia países como Panamá, Costa Rica y Brasil y desde 1970 se inició una época de auge cuando los *kichwas* viajaron a Europa y América del Norte.⁴



⁴Angélica Ordóñez, *Migración Transnacional de los kichwa Otavalo y la fiesta del PawkarRaymi, en Al filo de la identidad. Migración Indígena en América Latina* (Quito: FLACSO, 2008); Gina Maldonado, *Comerciantes y Viajeros. De la imagen etnoarqueológica de lo indígena al imaginario del Kichwa Otavalo Universal* (Quito: AbyaYala, 2004).

Para la década de los ochenta, la mayoría de los migrantes *kichwa* otavalos se dedicaban a la venta de artesanías y a la interpretación de música andina en las calles de varios países. En los años noventa, los *mindalés* empezaron a llegar a países como Japón, China, Turquía entre otros; los retornos a Ecuador eran bastante regulares al menos dos veces al año, esto permitía tener siempre como lugar de referencia a Otavalo. Sin embargo, las políticas migratorias fueron endureciéndose cada vez más; por ello, muchos *kichwas* empezaron a quedarse en otros países y a permanecer durante largos periodos de tiempo, en algunas ocasiones debido a la falta de documentos para regularizar su situación migratoria y en otras, por los altos costos de vida del lugar en donde se encontraban.

En los viajes, la mayoría de comerciantes *kichwas* se dedicaban a la venta ambulante de artesanías otavaleñas en las calles o parques de las ciudades y quienes habían llegado -salvo los asentados en países hispanos- a otros lugares, como no sabían el idioma, se vieron en la necesidad de comunicarse con señas y aprender a informar los precios en los idiomas de los lugares donde se encontraban. Pero, además, el riesgo de ser detenido era cada vez mayor porque la venta ambulante era una actividad “ilegal”; esto provocó que varios comerciantes perdieran toda su mercancía o fueran deportados.

Los músicos que también viajaban encontraron otros grupos de artistas peruanos, bolivianos o chilenos con quienes se disputaban espacios en las calles o parques de las ciudades; esto hizo que la competencia fuera cada vez más voraz. Todas estas experiencias hicieron que los *kichwas* buscaran otras alternativas para la comercialización de sus productos, así por ejemplo empezaron a participar en ferias itinerantes, a vender su producción al por mayor a tiendas y negocios y a abrir locales comerciales.

El trabajo de los *kichwas mindalés* básicamente consistía en la comercialización de artesanías elaboradas en los talleres de varias comunidades aledañas a Otavalo para llevarlas a ser vendidas fuera del país. Estas artesanías eran ofrecidas por los comerciantes *kichwas* como expresión de su identidad cultural, las cuales no solamente estaban determinadas por su valor económico, sino por la carga simbólica en sus productos que denota la pertenencia a un



grupo indígena y por lo tanto, representaban lo “exótico” que es lo que demandaba el mercado internacional. Es decir, la identidad étnica jugó un papel muy importante durante los años de viajes por las calles de Europa y Estados Unidos, pues fue un eje clave para la comercialización de las artesanías y la interpretación de música folclórica andina.

Para entender cómo se logró el éxito de la actividad comercial del pueblo *Kichwa* Otavalo es necesario analizar dos elementos importantes: la capacidad de establecer redes sociales y comerciales y el capital social construido por este grupo.

“**El flujo de información entre los *kichwas* es bastante fluido y se ha expandido gracias a los recursos tecnológicos, los cuales se han convertido en herramientas indispensables a la hora conseguir la información necesaria para viajar.**”



Rosa lema

Las redes están conformadas por relaciones de parentesco, de consanguinidad, afinidad y ritualidad, por los lazos comunitarios previos y la preexistencia de redes sociales, tanto en la sociedad de origen como en la sociedad de llegada. El flujo de información entre los *kichwas* es bastante fluido y se ha expandido gracias a los recursos tecnológicos, los cuales se han convertido en herramientas indispensables a la hora conseguir la información necesaria para viajar. Para algunos autores la construcción de redes es uno de los elementos más importantes en los procesos migratorios, pues a través de éstas circula gente, bienes e información entre las comunidades de origen y de destino. Cada nuevo migrante crea un grupo de personas con diferentes conexiones en el país de destino y la red se extiende rápidamente.

La pertenencia de los *kichwa* otavalos a una red transnacional de comerciantes y viajeros *mindalães* les ha permitido obtener un capital social que les facilita tomar decisiones y los motiva para continuar con el proceso migratorio a la vez que les permite movilizar recursos tangibles e intangibles para poder seguir buscando nuevos mercados, aventurándose a nuevos sitios. El capital social y las redes sociales influyen en el nivel de éxito migratorio y canalizan sus trayectorias migratorias en diferentes direcciones: por un lado, a mayor capital social

y redes más densas, más posibilidades de éxito en su proceso migratorio y por otro, la forma y la dirección de las trayectorias migratorias están relacionadas con los recursos que el migrante posee; en este caso, nuevamente, a través de las redes sociales cuentan con apoyo y adquieren información y conocimiento. Existe una relación dinámica entre las redes sociales y los sujetos, pues éstas se influyen entre sí continuamente y es mediante estas interacciones que se obtiene mayor capital social y las redes se amplían con el tiempo.

Mediante sus continuos viajes, los *kichwas* van adquiriendo mayor capital social que les permite entender el funcionamiento de los mercados y las mercancías, de las normativas y leyes en los lugares de destino e incluso cómo negociar con éstas; les da también el suficiente conocimiento para generar alternativas ante barreras y dificultades que se van encontrando.

El capital económico es sin duda importante para el establecimiento de sus negocios en diferentes países, pero es sobre todo la información obtenida a través de “chismes” o comentarios entre *kichwas* en Otavalo o fuera de este grupo, lo que les permitirá tomar decisiones sobre: a dónde viajar, en qué invertir o en qué mercado introducirse. El capital social les permite “movilizar” esa información y ese conocimiento sobre el funcionamiento de las reglas aduanales y migratorias, sobre los cambios en las tendencias del mercado, sobre cómo negociar con proveedores y otros negociantes; es un recurso en beneficio de su quehacer como comerciantes viajeros.

Aunque las redes pueden facilitar la migración, en el ámbito local, los *kichwa* otavalos han cerrado las posibilidades de transmitir la información sobre los negocios a otros miembros de la comunidad sobre todo si se trata de lugares donde vender, pues estos son sigilosamente cuidados por quienes han logrado encontrar buenos espacios en donde comercializar sus productos. En este caso, muchos se servirán de redes exocéntricas⁵ -contactos de otros grupos o de otras redes- para obtener los datos de mercancías, lugares o tiempos donde comercializar, pues aunque estas redes sean de menor confianza, menos frecuentes y más inestables brindan la oportunidad para encontrar lo que la red *kichwa* no ofrece.

⁵Larissa Lomnitz, *Cómo sobreviven los marginados* (México: Siglo Veintiuno Editores, 1975).

Los viajes permitieron a los *kichwas* un reconocimiento social dentro de la comunidad, pues un comerciante exitoso tenía la posibilidad de adquirir bienes inmuebles, automóviles y ciertos bienes culturales que demostrarían su superación económica y social. Las artesanías jugaron un papel muy importante para lograr esto, ya que les abrieron las puertas de varios mercados alrededor del mundo. Sin embargo, una creciente competencia con productos similares de menor costo, hicieron que los artesanos *kichwas* empezaran a producir en grandes cantidades pero con menor calidad. Poco a poco fue decayendo la producción textil y artesanal de los *kichwa* otavalos y los comerciantes y viajeros empezaron a involucrarse en otros mercados, buscando productos llamativos pero también más rentables para la venta como los productos chinos o hindús.

Finalmente, aunque los flujos migratorios de los *kichwa* otavalos han sido permanentes y buscan cada vez más lugares donde empezar sus empresas y comercializar las mercancías que demanda el mercado, han abandonado un área importante de comercio que tiene repercusiones significativas y directas en Otavalo. La artesanía otavaleña ha ido decayendo durante los últimos años, siendo reemplazada cada vez más por productos chinos o hindús. Los *kichwas* ya no producen textiles, la mayoría se ha dedicado a la comercialización y se han convertido netamente en comerciantes; incluso el mercado artesanal de Otavalo, la "Plaza de Ponchos", se ha transformado en un mercado de productos extranjeros, dejando de lado a muchos productores *kichwas* que se han dedicado a esta actividad durante años.

A pesar que los *kichwas* entienden bien las lógicas del mercado y han sabido encontrar los productos adecuados para mantenerse como *mindaláes*, se ha dejado de lado el apoyo a quienes les dieron fama. En la actualidad, muchos de los *kichwas* que se dedicaron a producir excelentes textiles para la exportación tienen sus telares y fábricas varadas. Su producto ya no es más cotizado por los comerciantes *kichwas*, por lo que han tenido que dejar de trabajar en ello. Lamentablemente esto genera una grave crisis en las comunidades *kichwas*, pues ya casi no existen personas que se dediquen a esta tarea; incluso, dentro de las políticas locales, no ha existido el apoyo gubernamental para impulsar que las técnicas, los conocimientos y los métodos textiles perduren en la zona.



Aunque parezca que soy negativa en la visión que tengo sobre los nuevos mercados que se están expandiendo, es justo comentar que en Otavalo todavía hay artesanos que se dedican a esta labor y que están innovando, pero son muy pocos y lo hacen de manera familiar, ya no es una actividad comunitaria y lamentablemente no tienen el apoyo de los gobiernos locales para continuar con una trayectoria textil que forma parte de la identidad ancestral del pueblo *Kichwa* Otavalo.

¿Qué se puede hacer al respecto? Nos preocupa que se pierda el conocimiento, las técnicas y herramientas de la producción artesanal que se han transmitido por generaciones desde nuestros abuelos. La propuesta es entonces, ir creando conciencia dentro de Otavalo de lo que está sucediendo con el tema artesanal, generar proyectos que apunten al rescate de estos conocimientos y técnicas y, en nuestro caso concreto, como productos audiovisuales, impulsar un proyecto de elaboración de manuales audiovisuales para que exista un registro de esta riqueza a fin de poder transmitirla a las nuevas generaciones con el objeto de que ellas, contemplando el tema de la innovación, continúen con la tradición milenaria de nuestros pueblos que combinaba la producción con la comercialización.