

Las Comunidades Campesinas de la Sierra Sur del Perú, instituciones con identidad para asumir los retos del siglo XXI

**Seminario internacional Territorios Rurales en Movimiento
Santiago de Chile 23 al 26 abril 2006**

I- Quien escribe y para qué

Hace unos 20 años o tal vez más, que la mayor parte de mi vida profesional transcurre entre temas y actores del desarrollo rural. Allí he experimentado hipótesis, percibido y acompañado procesos de desarrollo territorial, perdido certezas y he sido sorprendido frecuentemente.

Desde distintas posiciones: funcionario del proceso de integración andina a fines de los años 70, estudiante de doctorado a inicios de los 80, como consultor, director de proyecto y luego como funcionario del FIDA encargado de diseñar, promover y seguir proyectos de inversión pública en el mundo campesino alto andino. He tenido la suerte de mirar, de volver una y otra vez a lugares, a pueblos, a Comunidades que cambian.

Un territorio que ha concentrado especialmente mi atención en estos últimos 15 años es la sierra sur del Perú. Allí desarrollando varios proyectos en forma consecutiva me han sorprendido la vitalidad de las instituciones de los campesinos y muy particularmente la de su Institución emblemática: la Comunidad Campesina (CC).

En el Perú la CC fue estudiada por numerosos científicos sociales empezando por José Carlos Mariátegui (en los años 30') y se puso muy de moda en los años 70 con el auge de las ciencias sociales, los centros de investigación y una fecunda preocupación por entender el funcionamiento de las sociedades rurales alto andinas. En los difíciles años 80 el gobierno del APRA inauguró un diálogo inaudito entre Presidentes de Comunidades y de la República con un audaz programa llamado Rimanakuy, percibido por los especialistas como populista¹. Esto paradójicamente coincidió con una década de guerra que asoló la sierra dejando más de 70 mil muertos y desaparecidos, la gran mayoría de ellos campesinos comuneros quechua parlantes. Al empezar los 90 el gobierno privilegió la acción directa entre grupos de personas que pedían obras ó servicios y las instituciones públicas. Se creó una institucionalidad funcional a la mediación y la ejecución de obras civiles y generalmente se ignoró a las instituciones democráticas de los ciudadanos: Comunidades, asociaciones y

¹ Sin embargo las evaluaciones del Rimanakuy que incluía encuentros directos entre Presidentes y transferencias de fondos a estas para realizar obras mostraron un óptimo uso de los fondos.

también municipios. Durante los años 90 y tal vez hasta hoy se privilegiaron otras geografías y temas; las instituciones campesinas dejaron de tener importancia inclusive para quienes trabajaban en desarrollo rural.

Pero las instituciones de los campesinos siguen allí, no dejan de existir cuando nos desinteresamos de ellas. Cuando se trata de entender las propuestas, planes y estrategias familiares y grupales invariablemente se recurre a la asamblea comunal, es allí donde se expresan ideas y conflictos, sueños y formas de relacionarse con los otros y en particular con las instituciones no campesinas. En estos 15 años los proyectos que ha financiado el FIDA, a través del Estado peruano, se han ejecutado en lo esencial través de Comunidades y asociaciones campesinas a través de contratos suscritos por sus directivas democráticamente elegidas. Estimo gruesamente que solo en la Sierra sur del Perú² y desde 1991, el Estado ha suscrito contratos con unas 1000 Comunidades y transferido directamente a las cuentas de estas unos 22 millones de US \$ provenientes de préstamos del FIDA.

Estas CC reúnen aproximadamente unas 120 mil familias inscritas y un poco menos de 100 mil familias residentes en sus territorios. Cada Comunidad, anexo o parcialidad tiene su propia historia y complicaciones: hay conflictos por tierras, aguas y también por valores intangibles como el derecho de uso de ciertos nombres, de usar efigies de santos en procesiones y otros símbolos pero todas son esencialmente instituciones democráticas que eligen a sus directivas regularmente cada dos años en un sistema que desespera a las instituciones de desarrollo porque las autoridades cambian con demasiada frecuencia. Pero esto permite (a menudo obliga³) a que cada comunero asuma responsabilidades de gestión pública y aprenda. Estas directivas son muy distintas dependiendo de la organización, de liderazgos individuales y de muchos factores y es notable el creciente número de mujeres que van asumiendo cargos⁴.

¿Cómo son estas CC de inicios del siglo XXI, a dónde van, qué proponen, para qué sirven estas instituciones creadas originalmente en la colonia como un mecanismo de auto gobierno de indios y que sigue evolucionado como resultado de varios mestizajes? Qué influencia tienen en el desarrollo del territorio y en particular porqué algunas de ellas parecen tomar su propia identidad cultural como el

² Incluyo en esta definición solo las áreas de sierra del sur de Ayacucho, Apurímac, Cusco, Puno, Arequipa, Tacna y Moquegua. Allá se desarrollaron proyectos como FEAS y MARENASS y mas recientemente Corredor Puno Cusco y desarrollo de mercados en la Sierra Sur

³ En algunas CC es un castigo ser nombrado directivo

⁴ Hace unos años era poco frecuente escuchar mujeres tomar la palabra en asambleas. Hoy hay Comunidades donde la mitad de los directivos son mujeres. Algunas tienen directivas exclusivamente compuesta por mujeres

principal activo y motor para emprender el camino de su propio desarrollo. Esas son algunas de las preguntas que quiero compartir.

II- Comunidades Campesinas en el siglo XXI

En la sierra sur el Perú las Comunidades Campesinas⁵ (CC) siguen mostrando vigencia institucional y una gran fuerza creativa. Es cierto que cada Comunidad tiene características únicas pero hay un conjunto de elementos y evidencias que nos permiten pensar que varias de ellas están afrontando el siglo XXI con propuestas altamente innovadoras.

Hay evidencias de especialización temática: hay CC que son predominantemente alfareras, ganaderas, sombrereras, etc., pero su prioridad está siempre en la continua diversificación en sus fuentes de ingresos y de sus redes relacionales. Se aprecia una creciente relación con pueblos y ciudades intermedias lograda por varios elementos de modernización pero sobre todo por los enormes progresos en acceso carretero y de transporte masivo, que parecerían alargar el territorio de la Comunidad más allá de los linderos territoriales formales con sus vecinas. Estas nuevas vías y servicios de transporte y el teléfono varían el ámbito de la economía familiar que cada vez tiene menos que ver con la estrechez de la parcela y mas con múltiples mercados de servicios (incluidos los de venta de fuerza de trabajo) y vínculos con familiares que están en la capital e inclusive en el exterior.

La CC no desaparece, está siempre allí, a veces como un refugio, otras como un referente, pero casi siempre sus miembros presentes y ausentes del territorio mantienen intereses allí. ¿Cuál es realmente su territorio?. ¿Se limita este al de los linderos inscritos en los registros públicos y a menudo constituido por la suma de parcelas privadas familiares ó es más poderoso el territorio imaginario, el que se percibe al imaginar los distintos lugares a los que se puede llegar a través de los miembros de las redes relacionales?

Una idea sugerente y que nos devuelve a los extraordinarios aportes de John Murra⁶ sobre el modo como se organizaron las civilizaciones andinas es considerar a las actuales Comunidades como territorios

⁵ Para fines de este artículo una CC es una organización formal que cuenta o esta perfeccionando su personería jurídica, que está inscrita en los registros públicos como Comunidad, parcialidad, anexo o asociación de productores. Está compuesta, en promedio, de un centenar de familias que comparten un ámbito residencial común en un núcleo semi urbano central y viviendas rurales. Sus miembros suelen poseer terrenos individualizados y en casos hay áreas comunes (mayormente de pastoreo), sus miembros se reúnen en asamblea para tratar intereses comunes y eligen directivas que son los interlocutores con las instituciones “externas”.

⁶ Murra, J. 1978 *La Organización Económica del Mundo Andino*. Instituto de Estudios Peruanos,

imaginarios en forma de archipiélago que integran puntos en pueblos ciudades y espacios transnacionales. En esos puntos de naturaleza y tamaños muy variados se discuten los intereses comunes, de negocios, de cultura, se organizan cuidadosamente las fiestas, se determinan dónde y cómo estudiarán los niños campesinos que se están haciendo adolescentes, se planean retornos parciales o definitivos al territorio de origen, etc. Frecuentemente los productos especializados de ciertas Comunidades (por ejemplo los quesos que se identifican con una geografía y tipo de elaboración) se venden a través de "residentes"⁷ en barrios marginales de la capital y los recursos monetarios necesarios para las inversiones para mejorar pastos, establos y ganadería lechera provienen de familiares que residen en un distrito periférico de la ciudad capital. Quizás podamos considerar que una parte de ellos, de sus viviendas y negocios en la ciudad sean parte del territorio imaginario en archipiélago de la Comunidad campesina de origen.

La institución comunitaria es esencialmente social y no se ocupa mayormente de negocios. La CC se posiciona como un interlocutor colectivo frente al Estado (ministerios, policía, programas nacionales, etc.), ONGs y empresas privadas⁸ y frente a los municipios provinciales y distritales con los que tiene; en el mejor de los casos, una relación de "municipio semi formal menor" y en el peor a un rival que busca usurpar las funciones de la CC. La relación con los municipios y otras instituciones cambia con el tiempo y los liderazgos -sin embargo- las resoluciones de conflictos suelen ocurrir a través de mediaciones, influencias y trámites que se deciden a menudo en los verdaderos centros de poder (las ciudades).

Siendo extremadamente complejo y variado el espacio donde hemos trabajado en estos últimos años (unos 150 mil Km. cuadrados ocupados por mas de mil comunidades) voy a concentrarme en el espacio mas dinámico el del llamado Corredor Puno Cusco, que se extiende formalmente desde el Valle Sagrado hasta el lago Titicaca por unos 350 Km. de largo, unos 50 de ancho y en unas cuantas Comunidades. Del mismo modo no pudiendo contestar todas las preguntas voy a concentrarme en algunas CC que han decidido hacer de su identidad cultural el motor para afrontar con éxito el siglo XXI.

Para ello me apoyaré en mis observaciones continuas de terreno y muy especialmente en la investigación "Identificación y valorización de los activos de los pobres rurales" conducida por Olga Lucia Molano

⁷ Astutamente los campesinos denominan a sus parientes que viven en las ciudades "residentes"

⁸ En el sur andino especialmente frente a empresas mineras

y un equipo de jóvenes investigadores locales⁹ del proyecto Corredor¹⁰.

III-Algunas Comunidades concretas en Cusco y Puno

Me referiré a CC como Huillocq y Raqchi en el departamento del Cusco y Paratía y Llachón en el departamento de Puno. Estas Comunidades le han apostado, más que otras, a su especificidad cultural, en su estética, su organización, sus negocios y su tipo de relación con los demás. Podría decirse que estas CC han decidido que su lugar en el mundo se define por su capacidad de aportar servicios únicos, que las distinguen, que podrían denominarse servicios culturales. Algunos de estos productos y servicios culturales son: diseños textiles únicos, trajes, cerámica y bailes. Otros están más vinculados a la reciente práctica del turismo vivencial campesino en un ámbito que ha duplicado su recepción de turistas extranjeros y nacionales en los últimos 5 años y que tiene como punto eje la ciudad del Cusco y Macchu Pichu y donde hasta hace muy poco tiempo la visita de turistas a las Comunidades era ocasional y no incluía la idea de quedarse a dormir en la casa de una familia y/o a desarrollar actividades comunitarias como siembras, arreglos de cercos, etc. pagando por ello.

En general las CC que han optado por un fuerte sesgo de identidad cultural han cuidado de formalizar sus documentos e inscribir a sus directivas en los registros públicos, han establecido alianzas y contratos con ONGs y organismos públicos del Estado para el desarrollo de obras, educación bilingüe, negocios de cerámica, textil y

⁹ CIID-FIDA-Proyecto Corredor Puno Cusco-MIMDES FONCODES, Noviembre 2005, Centro Bartolomé de las Casas, Cusco Perú. *“de las entrevistas y testimonios resalta la descripción de una sociedad rural en rápido cambio con crecientes interacciones con el mundo urbano, ferias y mercados, propias de un espacio comercial muy dinámico como es el Corredor Puno Cusco. Hay un crecimiento significativo de los flujos de personas, capitales, información y servicios nuevos que ayudan a explicar la significativa variación de Activos registrados y que parece explicarse parcialmente por efecto de las acciones del Estado a través de proyectos como el Corredor. Los entrevistados explican que los mayores cambios y efectos.. provienen del acceso a carreteras y de vehículos a sus comunidades) acceso a mercados, reducción de costos, incorporación de nuevos productos y saberes, vivitas crecientes de compradores y familiares...del empoderamiento... al acceder a recursos que les permiten escoger y contratar servicios, realizar pasantías, asistir a ferias y obtener premios en efectivo y otros que valorizan el conjunto de sus activos y en la practica co financian sus estrategias de desarrollo”* pag. 27-28

¹⁰ El proyecto Corredor Puno Cusco es una iniciativa financiada conjunta del Estado Peruano y el Fondo Internacional de desarrollo agrícola FIDA (www-ifad.org) que busca apoyar las iniciativas de auto desarrollo de campesinos y artesanos que viven en el área de este Corredor geo económico, creando un entorno favorable para accesos a información, mercados de servicios rurales, etc. El proyecto es ejecutado por un equipo de profesionales que reside en ciudades intermedias en todo el territorio y dirigido por el economista Cesar Sotomayor. Es un proyecto de inversión pública que pertenece al Ministerio de la Mujer y Desarrollo Social y se ejecuta a través de FONCODES desde el 2001.

otros y algunas de ellas han ganado premios compitiendo con otras iniciativas de ciudadanos campesinos organizados¹¹.

Una muestra más del interés por la formalidad de parte de estas CC, que parecen escoger sus estrategias de desarrollo a partir de ventajas absolutas y comparativas, es su determinación por insistir en proteger formalmente sus diseños. Algunas de estas, con el apoyo de instituciones, han logrado editar libros que recoge sus diseños textiles e inscribirlos en los registros que garantizan la propiedad intelectual¹².

Buscando entender los orígenes de los nuevos productos y servicios culturales de algunas CC

Aun es temprano para tener explicaciones certeras sobre porqué aparecen con fuerza y ahora estas nuevas estrategias, porqué Comunidades enteras recuperan su traje tradicional e imponen normas para su uso a través de sus autoridades comunales (que pueden incluir multas a quien no use traje en el territorio comunitario). Una causa central es el desarrollo del turismo (en cantidad y calidad) que da lugar a la eclosión de distintos nichos de actividad que dan fuertes señales que las organizaciones y familias campesinas, acostumbradas a transitar por numerosos mercados, saben captar y transformar en una oferta fértil. Pero estos mercados por textiles y cerámicas de alta calidad, por servicios culturales incluidos ceremonias esotéricas, caminatas de varios días recorriendo pacientemente las montañas sagradas (Apus) y sitios de gran valor arqueológico y estético, y tantas cosas mas no serían posibles sin la existencia de notables liderazgos de comuneros y personas¹³ en el territorio. Este es el caso de Raqchi y también el de Llachón en sus exitosos programas de desarrollo del turismo vivencial.

Mercados y liderazgos pero también un notable esfuerzo del Estado y de instituciones privadas por acompañar iniciativas locales y crear un entorno favorable al desarrollo de estas nuevas ideas; esto vale esencialmente para la conquista de la paz, el desarrollo de vías y medios de comunicación, y el co financiamiento directo de emprendimientos campesinos seleccionadas por concurso abierto y formalizados a través de contratos suscritos entre el Estado

¹¹ La Comunidad de Paratía, Puno presentó sus aportes en textiles y danzas al concurso anual “Somos Patrimonio” del convenio Andrés Bello en 2004, donde concursaron mas de 100 iniciativas de América Latina y ganó el primer premio en su categoría que incluyó un premio en efectivo de US \$ 10 mil

¹² Patabamba, Karhui, Raqchi y otras CC han recibido apoyo del proyecto Corredor para editar sus diseños y registrarlos en INDECOPI.

¹³ Muchos de estos líderes han vivido y trabajado años en ciudades y-o viajado al exterior.

(institución, proyecto) con la Comunidad o grupos respaldados por esta.

Liderazgos personales, mercados y co financiamiento del Estado y de instituciones privadas se potencian con instituciones campesinas fuertes sostenidas, desde diferentes puntos geográficos, por sus familiares y parientes que aconsejan, sugieren rumbos, co financian, asumen costos de educación de los niños campesinos, mitigan los riesgos que crean las catástrofes naturales y humanas, en particular la muerte y la enfermedad, que golpean violentamente a los campesinos más débiles y los devuelven a las peores situaciones de pobreza por mas que tengan organización, ideas, mercados y algunos apoyos institucionales.

Vamos a mirar solo dos aspectos puntuales de esta forma de posicionarse en el siglo XXI con dos productos o servicios:

- i) el turismo vivencial y,
- ii) la valorización de los textiles tradicionales

El turismo vivencial

La creciente ola de turismo vivencial no responde necesariamente a la búsqueda antropológica de lo auténtico y telúrico. Esta tiene determinantes más banales como la necesidad humana de vivir unos días en forma simple. La oferta tampoco parece estar determinada por el genuino deseo comercial de ganarse la vida y hacerlo lo mejor posible de parte de campesinos y operadores. Hay en este encuentro de demandas y ofertas un conjunto de otras fuerzas que intervienen. Este no es un servicio que todos quieran adquirir, ni que todos puedan proporcionar. Acaso no se trata de un servicio con una misma estructura de mercado sino de varios servicios a menudo altamente "diferenciados" que poseen una personalidad única y difícilmente repetible.

No es posible ver con claridad cuál es el origen común de esta opción por la valorización de lo propio y la promoción del turismo cultural. Puede deberse al impulso de un líder, caso Llachón (1996) ó a un grupo de ceramistas caso Raqchi (2002). En cualquier circunstancia empezar a recibir extranjeros en las propias casas y acondicionar las viviendas y la organización de personas y territorios con este propósito fue siempre producto de decisiones de Asamblea Comunal, luego de meses de discusiones sobre intereses concretos, a menudo referidas a sus estrategias más globales de desarrollo y sus planes de gestión de los recursos (expresados frecuentemente en mapas parlantes, maquetas y más recientemente en lo que denominan mapas culturales).

El caso de la CC Llachón

Turismo Llachón Puno, Perú septiembre 2003

El emprendimiento habría surgido de los esfuerzos de Valentín y su familia en 1996 y cuenta ahora con unas 40 viviendas autorizadas oficialmente por el Ministerio de Industria y Turismo para recibir turismo vivencial. Además del alojamiento (en promedio dos noches), se brindan otros servicios (navegación a las islas mediante una empresa separada que incluye seguros en el precio, alquiler de veleros -25-, tienda artesanal donde las prendas se venden con nombre del artesano, etc.) las que involucran a unas 90 familias. Otras 200 familias no participarían directamente.



Los ingresos por familia temporada estarían alrededor de 600 soles pero ellos sostienen no haber hecho cálculos precisos. Cobran soles 10 por alojamiento persona noche¹⁴.

El contrato firmado entre la CC y el Proyecto Corredor fue la realización de la carretera Capachica Llachón (con sustancial apoyo del Municipio) la cual ha sido concluida en su primera fase y ha permitido reducir los tiempos de acceso en unas dos horas multiplicando las posibilidades de acceso y de turistas. El número de turistas ha pasado de 327 en el 2000, a 623 el 2001, a 808 en el 2002 y se estimaban 1100 en 2003. El nivel de satisfacción (que se lee en el libro de visitas) de estos es muy alto y el pedido que hacen es cuidar se mantenga la naturalidad y evitar toda forma de explotación del visitante. La frase más frecuente dejada por los turistas es “manténganse auténticos”.

Si bien la zona tiene importantes bellezas naturales las claves de éxito parecen ser:

- a) la capacidad empresarial de Valentín y de otras familias
- b) el 100% de los turistas vienen con agencia de viaje lo que evita que los campesinos deban atender pedidos fuera de su alcance o que los sacarían de sus

¹⁴ 1000 turistas por dos noches por 10 soles serían unos 6500 US \$ entre 90 familias lo que resulta en unos 70 US \$ -familia. La tienda de artesanías vendería unos 2000 US \$ y los demás servicios generarían unos 3000 US \$ adicionales. Con ello podría estimarse el ingreso incremental promedio en unos 150 US \$ año familia. La temporada de turistas se concentra en julio y agosto pero los hay todo el año. Un US\$ = 3.5 soles

tareas habituales

- c) la limpieza y calidad de las habitaciones
- d) la multiplicación de servicios diferenciados manejados por asociaciones separadas

Hay quejas de “porqué Valentín esto o aquello y porqué yo gané menos este año” pero estas lides parecen deberse más a la vida interna de cada pueblo chico que a debilidades de la organización.

En el horizonte los comuneros prevén¹⁵:

- i) Una segunda etapa de la carretera
- ii) Asesoría en preparación de alimentos locales pero bajo formas de cocina novo andina simple y sana
- iii) Agua potable en las viviendas (a veces los mismos turistas van al lago a sacar el agua para sus baños)
- iv) Mejorar los acabados de tejidos para las ventas de artesanías
- v) Atención hotelera –camas, higiene, etc.-
- vi) otros

El caso de la CC de Raqchi

Raqchi significa en Runa Simi o Quechua « hacer cerámica ». Un grupo de Raqchis (como se autodenominan los alfareros del distrito de San Pedro de Kacha) presentó un plan de negocios al proyecto Corredor auspiciados por su Comunidad y recibieron apoyo de este para una pasantía para conocer otras técnicas en cerámica a las islas de Taquile y Amantani en el lago Tititica donde vieron como otras comunidades aumentaban el valor agregado de sus piezas con el pintado, mejores diseños y mejores técnicas de venta. Pero a su vez descubrieron que desde hacia años esas Comunidades lacustre recibían a numerosos turistas. El mismo grupo co financió con el Corredor una nueva pasantía esta vez al norte del Perú a Chulucanas conocidos por sus cerámicas circulares (figuras de gordos) y volvieron con muchas ideas para la cerámica, su tejidos y para valorizar el magnifico yacimiento arqueológico que constituye el templo de Viracocha que se encuentra en terrenos de la Comunidad y que queda al lado de la carretera asfaltada que une Cusco a Puno. Este templo recibió en 2005 unos 50, 000 visitantes.

Los barrios tradicionales de Raqchi son Kollana Ayllu (agua dulce), Hanasaya (barrio central) y Urinsaya (el que mira al Cusco) son unas 300 familias con una media de 5 miembros. En apenas 3 años se han mejorado notablemente unas 40 viviendas adecuándolas a recibir turistas y abierto numerosos nuevos servicios: guías turísticos al templo, paseos al volcán, mejoras sustanciales en las ventas de cerámica, recuperación de textiles y la Comunidad ha comenzado a usar permanentemente sus trajes típicos (antes reservados a las fiestas y a las señoras mayores). La Comunidad sigue viviendo esencialmente de la cerámica pero el turismo genera un notable ingreso incremental de

¹⁵ Informe de visita de campo septiembre 2003. De acuerdo a estimaciones actuales Llachón estaría recibiendo unas 4000 noches/ persona año. La segunda fase de la carretera se concluyó exitosamente. Las amenazas mayores parecen provenir del éxito. Hay de un ciudadano extranjero que quiere construir un hotel en los terrenos de la Comunidad y contaría con los permisos oficiales para hacerlo.

recursos que afectan el conjunto de sus activos (la presencia de turistas como lo muestra la investigación sobre “Variación de Activos” revela un extraordinario efecto sobre nutrición pues se recuperaron alimentos tradicionales demandados por los turistas que antes se usaban solo ocasionalmente y se mejoro la calidad y valor nutricional de estos, se incorporaron a la mesa nuevos productos demandados por los turistas aumentándose notablemente el consumo de lácteos y frutas y verduras)

Raqchi habría hospedado en 2005 más de 3000 noches persona

En el caso de Raqchi una figura crucial en el desarrollo de la actividad turística y en la opción por recurrir a vestimentas y a las tradiciones, ha sido un empresario privado contratado por la Comunidad para desarrollar sus ideas de acoger turistas¹⁶. El Empresario Roger Valencia es un notable conocedor de los mercados de servicios turísticos en la región y diseñó con ellos una estrategia específica, corrigió defectos en las viviendas, alimentos, camas y servicios higiénicos y cobró adecuadamente por sus servicios. El mismo organizó a través de su empresa los primeros grupos que visitaron Raqchi, formó a los guías turísticos. Hoy Roger y otros empresarios venden sus servicios a varias comunidades y favorecen notables intercambios entre estas buscando establecer redes de emprendimientos turísticos pero cada uno de los puntos debe mantener una especificidad que lo haga único.



Roger explica parte del cambio, pero también lo explica el hecho que la mayoría de los campesinos de Raqchi tienen educación secundaria completa y algunos de ellos poseen títulos profesionales como maestros de institutos pedagógicos o de institutos tecnológicos. 10 chicos de Raqchi estudian hoy en una escuela de bellas artes¹⁷.

¹⁶ Los costos del empresario fueron compartidos entre un grupo de familias y el proyecto Corredor (20/80 la primera vez y 30/70 la segunda). El proyecto Corredor co-financia en efectivo planes de negocios solo para la compra de servicios, no para bienes físicos o insumos.

¹⁷ Ver al respecto el magnifico video sobre Raqchi elaborado de Rafo León transmitido a medianos del 2005 por canal Plus de Perú .

Raqchi como todas es una Comunidad atípica, pose pocas tierras agrícolas y muchos de sus miembros probaron fortuna en la ciudad y volvieron luego de unos años. Pocas comunidades como Raqchi están tan orgullosas de sus activos intangibles como su lengua, sus tradiciones, ropas, diseños, sus servicios.

El lenguaje de los textiles¹⁸: más mercados pero también más identidad. El caso de Huillocq

Es una Comunidad única, de las pocas en el Perú en que la totalidad de sus habitantes ha recuperado el uso permanente del traje propio. Traje donde predominan los anaranjados fuertes y diseños de gran belleza y delicadeza, las mujeres llevan pequeños sombreros o adornados con flores, los hombres pantalones de bayeta blanca.

En noviembre 2005 visité de nuevo esta CC y al llegar hacia las 8:00 a.m los niños estaban entrando a la escuela, pedí permiso al director para conversar un momento con él y para que me autorizara a entrar a clases donde el traje Huillocq es absolutamente obligatorio. La enseñanza es plenamente bilingüe en esta escuela con 110 niños y 9 docentes. El sistema básico es todos los cursos un día en español y otro día en quechua. Al ingresar a clases y explicar mi curiosa presencia la profesora explicó sus métodos de enseñanza y sus sueños de llevar a los niños a ver actividades culturales como al encuentro de teatro infantil en Urubamba o una salida dominical a Machu Pichu. Una ONG denominada simplemente HO PE (Holanda Perú) parece ser la principal fuente de apoyo a la escuela.

¹⁸ El principal propósito de los textiles es la venta. Para aumentar las ventas con el proyecto Corredor, los grupos organizados co financian pasantías a mercados y tejedores exitosos y luego contratan a especialistas en teñido natural, telares y otros. El paso siguiente es recuperar diseños propios, buscar sus propios nichos de mercado. En este proceso el tejido como forma de lenguaje, como marca de presentación, como sujeto de valor monetario se convierte también en un elemento de auto estima, de identidad y en un sujeto de creación artística. Un activo material; una mercancía, tiene de este modo efectos cruzados sobre un conjunto de activos tangibles e intangibles que enriquecen a las personas y a sus instituciones comunitarias.



La opción estratégica de la CC de Huillocq de acuerdo a Andrés, su presidente (2002-2004) es la cultura en forma integral. La CC se presenta como entidad única cuya contribución al país y al mundo es su especificidad en el arte textil, en su especialización productiva (los hombres son porteadores y cocineros en circuitos turísticos como los Caminos del Inca) y las mujeres hábiles tejedoras. La CC cuenta con tierras, agua y recursos naturales, electrificación y un aceptable ingreso carretero. La visitan con frecuencia buses de turistas.

Un aspecto que la distingue es su modalidad de ventas. Las prendas son colocadas en el suelo en forma ordenada y limpia y solo cuando el comprador potencial la levanta del suelo la artesana se le acerca en espera de sus preguntas sobre el precio u otras características "Ellas no ofrecen, son llamadas". Los turistas parecen apreciar mucho esta forma agradable y para nada agresiva de hacer compras.

El proyecto Corredor y la CC de Huillocq

El proyecto Corredor viene apoyando desde hace tres años a la Comunidad a través de pasantías (a Puno y a Lima) y recursos para asistencia técnica a tres grupos de mujeres y varones totalizando mas de 150 usuarios. Las mujeres básicamente en el rubro textil y los varones en cursos de especialización en cocina. Están solicitando una tercera fase de sus planes de negocios; los que para los varones incluirán la enseñanza de idiomas (especialmente inglés) "*pues los guías engañan mucho a los turistas y a veces hasta se quedan con nuestras propinas*"

Las mujeres declaran ventas promedio por semana de unos 250 soles con un margen

neto de ganancia de un 50%. En las temporadas bajas de turistas las ventas caerían a 150 soles. Con estos datos parciales podría groseramente estimarse que unas 90 estarían recibiendo en promedio un ingreso neto mensual incremental de unos US\$ 100 y eso explicaría fácilmente las compras de equipos incluidos maquinas de coser y televisores que ellas orgullosamente indican haber adquirido recientemente. Buena parte de este ingreso podría ser atribuido al apoyo recibido por el proyecto puesto que antes vendían poco y mal (una de ellas indica que vende ahora 20 veces más que antes en valor). Una de las asociaciones ganó el concurso de testimonios e historias de vida (investigación de Activos) en forma grupal y otras dos señoras en las categorías individuales con los cuales llevaron un capital adicional a sus casas a demás del orgullo y la autoestima de ser vencedoras¹⁹

Los varones señalan que gracias a sus nuevos conocimientos y sus títulos oficiales²⁰ como cocineros y ayudantes de cocina sus ingresos promedio han pasado de 7 a 8 US \$ diarios a 12 a 15. En promedio ellos trabajarían unos 100 días al año en los Caminos (algunos 200) contratados por agencias. A esto deben añadirse algunas propinas a veces significativas.

Mas allá de los ingresos las nuevas y/o mejores actividades económicas parecen haber aumentado fuertemente la autoestima (ver la investigación sobre activos) y generado importantes cambios de conductas al interior de la familia²¹.

Un Presidente de grupo indicaba *“El Corredor nos ha enseñado a manejar fondos nuestros con boletas de ventas, sin borrones,.. así hemos aprendido a hacer cuentas, a saber cuanto estamos ganado”*

Varias ideas se discuten en esta notable Comunidad:

- Acceder a nuevos mercados y ferias en particular fueron a Chile y creen tener opciones allá si logran colocar artículos pequeños de buen diseño
- Ofrecer Huillocq en forma integral incluyendo turismo vivencial
- Establecer una pagina web y alimentarla con informaciones periódicas sobre la comunidad y permitiendo a los turistas una relación directa con ellos
- Sacar un libro y registrar los diseños propios de Huillocq en INDECOPI con apoyo del Corredor

El uso del traje²² una opción pragmática bien pensada

Para los campesinos de CC como Huillocq y Raqchi en el Cusco, como Paratía en Puno quienes han recuperado el uso de sus trajes no se

¹⁹ El primer premio grupal fueron soles 1500 y los individuales 700 y 250.

²⁰ Obtuvieron sus títulos de SENATI y CENFOTUR que son organismos oficiales reconocidos y altamente especializados

²¹ Varones que por primera vez cocinan a para sus mujeres e hijos y nuevos alimentos y formas de preparación que mejoran sensiblemente la nutrición

²² Operan también feroces fuerzas en sentido contrario como la ONG española INTERVIDA que viste de un uniforme institucional a miles de niños de las comunidades en el mismo ámbito eliminando así toda especificidad que identifica a un territorio o comunidad. A ellas se oponen pequeñas ONG como HOPE (Holanda Perú) que apoya la escuela de Huillocq.

trataría del simple retorno a las formas coloridas tradicionales sino de una estrategia para poder estar mejor en los varios mercados y espacios donde le toca vivir a la mayoría de los campesinos que poseen fuertes activos culturales.

Cuando se pregunta por el traje las respuestas en las Comunidades son muy distintas: hay quienes los han abandonado completamente llegando al extremo de haber quemado los viejos trajes o malvenderlos a comerciantes ambulantes que los retacean para aplicaciones en bolsos. Otros que los aprecian, indican que son demasiado caros e incómodos frente a prendas que se encuentran hoy en el mercado. Para una probable mayoría, son un complemento que se usa parcialmente, especialmente para bailes y fiestas y en las personas mayores y algunas mujeres

Aquí algunos testimonios sobre el tema extraídos de la Investigación sobre ACTIVOS²³ antes citada:

- *"lo usan sobre todo para la venta en la plaza porque es obligatorio y cuando tiene que recibir a los turistas. Cada vez es mas frecuente..., el tema es que también es muy caro el traje"* Bertha Quispe en Raqchi.
- *"me pongo la ropa típica solamente para llamar la atención del comprador"* Nieves Quispe Cjuiro de Pongobamba
- *"ya no usamos, porque en el pueblo son raras las personas que usan ese tipo de vestimenta, ya es una cosa del pasado"* Braulio Raya Choque
- *"no utilizo el traje para nada, solo mi mama lo usa"* Evangelina Paulo Quico, Grupo organizado Unión Ccollana.

Pero para ciertas personas en Comunidades donde el traje deviene en un elemento esencial; se escuchan opiniones de los comuneros que señalan que el uso de la ropa (ellos rehúsan llamarla trajes típicos) corresponde al lugar donde se encuentran y está asociada con un sabio manejo de distintos espacios y mercados: *"hay lugares donde hay que ir con corbata sino a uno no lo reciben, hay otros donde usamos nuestra ropa como aquí en la Comunidad. Nuestra ropa, aunque mucho mas costosa de confeccionar, tiene la gran ventaja que sabemos exactamente que significa cada prenda, de dónde viene, quién la hizo, qué quiere decir este u otro diseño. Cuando la usas sabes bien quien eres y cuando tienes que ponerte un blue jeans para ir a una ciudad lo haces igual pues"* (testimonio recogido de comunero de Raqchi en diciembre 2005).

²³ pagina 52, Activos.

IV- Concluyendo

Esta narración no es el resultado de una investigación científica sino de una reflexión libre desde la experiencia que he vivido en la posibilidad de influir sobre la realidad co financiando iniciativas de los campesinos. En estos recorridos he encontrado que las CC son instituciones vivas, vigentes, flexibles y creativas que se adaptan a los tiempos, a las oportunidades de mercados y de apoyos externos dejando espacio a sus socios para desarrollar iniciativas económicas y culturales propias.

En el caso de la Sierra Sur del Perú estas instituciones parecen evolucionar en un entorno favorable de desarrollo de mercados y de acciones públicas que multiplican sus accesos y valorizan sus iniciativas. La CC sirve para relacionarse con proyectos del Estado, para que se haga la carretera, obtener fondos, contratar servicios, hacer pasantías y ver otras experiencias, para alcanzar reconocimiento legal y facilitar la defensa de lo propio.

La Comunidad Campesina sirve también para planificar el futuro, para involucrar en este a miembros que residen fuera del territorio tradicional rural. Las CC se extienden hacia los Pueblos, las ciudades y el exterior y se alimentan de los valores, lenguaje e influencias de estos.

La idea de una Comunidad pensada como un archipiélago es apenas una precaria hipótesis que se seguirá alimentando de evidencias empíricas y de pedidos de los directivos y-o de la Asamblea que nos piden darles unos días o semanas y volver después para proceder a hacer las consultas con sus residentes urbanos cuando se trata de hacer inversiones significativas. Creo que ya no hay manera de pensar el desarrollo del territorio rural sin involucrar a todos los actores urbanos, sin escuchar a quienes tienen intereses afectivos, culturales o económicos en él.

Algunas CC se parcelan y disgregan, otras se compactan, unas se convierten en pueblos urbanos, otras en pueblos fantasmas; ellas muestran todas las dinámicas posibles. De allí el gran peligro de definiciones que homogenicen, pasteuricen y esterilicen la riqueza de estas Instituciones que le pertenecen a los pobres rurales y que constituyen uno de sus principales activos institucionales para desarrollar sus estrategias familiares y colectivas.

Las CC no tienen una sino múltiples estrategias vinculadas y co financiadas con varios actores, incluidos sus residentes en el exterior y las instituciones que pretenden ayudarlas. Cada CC, a su modo, se alimenta de retornantes y de señales del mercado, de operadores empresariales modernos que requieren servicios y productos nuevos.

Un caso valioso por sus aportes a sus miembros y al conjunto de la sociedad son las que hemos mencionado aquí y que han optado por reformar su identidad cultural (expresada en trajes, limpieza, viviendas, nuevos productos y servicios a partir de sus actividades más tradicionales hoy re potenciadas) pero también aprendiendo nuevas técnicas de cocina, nuevos idiomas y en todo ello volviéndose a poner el traje, haciendo de la lengua propia una lengua obligatoria pero sin por ello dejar de aprender inglés y vincularse a nuevos mercados y actores.

Es posible que, en el caso de la Sierra Sur del Perú, el crecimiento del turismo y la positiva actitud del Estado hayan creado un entorno favorable a estas iniciativas de desarrollo comunitario y en particular aquellas con identidad cultural. Pero estos dos elementos no lo explican todo²⁴.

El Estado y los gobiernos democráticos territoriales (regiones, municipios) más allá de los ejercicios de planificación orientados esencialmente a financiar los POAS anuales les cuesta aún pensar en territorios y estrategias particulares de largo plazo. Les resulta más fácil (por su formación política y otras influencias) pensar por sectores: especialmente comercio exterior, minería, ó por productos y cadenas de agro exportación, etc. Asumir que el desarrollo de un territorio implica más que una hiper especialización una identidad y un tejido de intereses comunes y pequeños negocios que se apoyan unos a otros parece más bien ser el tema de jóvenes soñadores, pequeños emprendedores entusiastas y de Comunidades como las aquí citadas. También le cuesta al Estado y todos nosotros ver las dinámicas contemporáneas y entender que el desarrollo rural (o lo que creemos que es) parece estar cada vez más determinado por el desarrollo de pueblos y ciudades intermedias prósperas y por residentes fuera de estos territorios. Las CC en cambio esto les parecería muy normal y lo explican con gran facilidad.

En cualquier caso las actuales dinámicas²⁵ obligan a revisar las viejas ideas sobre las CC que las reducen a sus aspectos indígenas, de productoras de auto subsistencia, encerradas en sus tradiciones y sus altas montañas. No hemos encontrado en ellas contradicción entre

²⁴ No es que todas las Comunidades van a valorizar sus activos culturales y ponerlos en el mercado para hacer de ellos una fuente de ingresos y de autoestima. Pero es notable que en este eje económico Corredor Puno Cusco con un turismo que crece es evidente que varias comunidades sin que existiese un plan previo, ni incentivos (mucho menos políticas) se estén dando estos cambios brindando servicios de creciente calidad y el todo manteniendo y reforzando las instituciones comunitarias a la par que creando asociaciones temáticas y micro empresas familiares y multifamiliares.

²⁵ “*Se percibe-aunque queda por verificarse en unos años- que en esta región, el campo (aun quechua parlante y con Comunidades alejadas) se va pareciendo cada vez más al resto(urbano o peri urbano) de la sociedad, en particular en lo que hace al creciente valor residencial de la vivienda y la disposición de invertir en ella, así como en la diversificación de actividades y el crecimiento de la venta de servicios (cada vez menos de productos agrícolas primarios)*” pagina 81, Activos

auto estima por la tradición y modernidad. En nuestra experiencia la tradición se recrea en su uso cada día o muere por desuso.

Algunas CC han asumido el siglo XXI a una velocidad endiablada que produce una enorme cantidad de evidencia empírica que aun carece de teorías. Para quienes seguimos interesados en investigar y acompañar estos procesos parece conveniente no hacer el viaje cargados de nuevos o viejos paradigmas. Conviene en cambio alimentarse previamente con todos los saberes sobre economías campesinas, sistemas productivos y nuevos conocimientos sobre el desarrollo de las instituciones de los pobres rurales: sus Comunidades, sus Asociaciones, sus municipios, empresas, etc. pues sus evidencias y estrategias son seguramente mas relevantes que las teorías y modalidades de intervención diseñadas por las instituciones pensadas para los pobres.

Creo firmemente que el creciente interés por productos y servicios con identidad cultural en esta región nos regalará pronto una nueva mirada enriquecedora sobre la agricultura y la sociedad campesina.

Roberto Haudry de Soucy²⁶
Lima, febrero, 2006

²⁶ Gerente de operaciones del FIDA para la Región Andina. Las opiniones aquí expresadas son estrictamente personales y no deben comprometer en modo alguno a la Institución.

Preguntas sueltas para quien desee un postre

- i) dejan de ser CC cuando progresan?
- ii) Tiene su éxito que ver con su naturaleza indígena?
- iii) Son estables porque vienen de un mundo supuestamente estático o porque saben acompañar procesos dinámicos sin perder su centro de gravedad. Son las CC Conservadoras?
- iv) La modernidad cambia o reafirma la identidad cultural?
- v) Los archipiélagos explican algo? qué?
- vi) El rol del Estado y los intelectuales es encontrar modelos para el desarrollo del territorio?, para impedir las migraciones?, para sustituir las CC por municipios u otras creaciones institucionales homogéneas y venidas desde arriba? ó estará mas bien del lado de entender las dinámicas y acompañarlas?
- vii) ¿Qué significa desarrollo institucional en un contexto como el mundo campesino alto andino de la sierra sur del Perú?