



---

*Lima: Instituto de Estudios Peruano (IEP), Casa de estudios del socialismo (SUR), 2008, 135 pages*

## **Mujica Pujazón, Jaris. El mercado negro (y las estrategias informales de acceso a la telefonía móvil)**

**Manuel Bonilla**



**Edición electrónica**

URL: <http://journals.openedition.org/bifea/3054>

DOI: 10.4000/bifea.3054

ISSN: 2076-5827

**Editor**

Institut Français d'Études Andines

**Edición impresa**

Fecha de publicación: 1 diciembre 2008

Paginación: 563-565

ISSN: 0303-7495

**Referencia electrónica**

Manuel Bonilla, « Mujica Pujazón, Jaris. El mercado negro (y las estrategias informales de acceso a la telefonía móvil) », *Bulletin de l'Institut français d'études andines* [En línea], 37 (3) | 2008, Publicado el 01 junio 2009, consultado el 28 noviembre 2020. URL : <http://journals.openedition.org/bifea/3054> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/bifea.3054>



Les contenus du *Bulletin de l'Institut français d'études andines* sont mis à disposition selon les termes de la licence Creative Commons Attribution - Pas d'Utilisation Commerciale - Pas de Modification 4.0 International.



## Reseñas\*

**Jaris MUJICA PUJAZÓN. El mercado negro (y las estrategias informales de acceso a la telefonía móvil). Instituto de Estudios Peruano (IEP), Casa de estudios del socialismo (SUR), Lima, 2008. 135 p.**

Un panorama y una escena, acerca del fenómeno de la telecomunicación, predominan en nuestra sociedad. La primera es la aparente contradicción, adherida a las lógicas económicas del capitalismo tardío, entre una perceptible «democratización» de los bienes y de la tecnología y el acceso que puedan tener los ciudadanos/consumidores frente a este bien. Viéndolo de cerca no es tan democrático. Son grandes los sectores que no pueden acceder, que quedan al margen. Ahora, esa primera marginación no los vuelve seres pasivos arrojados al antojo de las leyes de la oferta y la demanda, sino que construyen dinámicas y formas para darle un uso propio a la tecnología y de esa manera, ingresar a la modernidad del siglo XXI. La escena que ilustra mejor esta compleja relación es la del subempleo de la tecnología: individuos que sostienen un teléfono móvil mientras digitan el número y llaman por el teléfono público.

En este preámbulo se ubica el antropólogo Jaris Mujica que profundiza las relaciones del mercado de las telecomunicaciones en el país, con un pequeño pero ilustrador libro de 135 páginas. Dividido en cinco capítulos muy bien definidos, el autor va hilando fino para estructurar esa mirada que problematiza y reflexiona aspectos que ya pasan por cotidianos. Es decir, ¿quién no tiene un celular en esta ciudad? Por ello, es pertinente que las primeras páginas del primer capítulo se aboquen a la normativa del mercado, a la legislación vigente que se aplica sobre las telecomunicaciones y a la evolución en el tiempo de la misma telefonía como un servicio público. La discusión en esta parte se centra en la ley de Telecomunicaciones de 1991 que, sobre el papel, debería favorecer el proceso de apertura del mercado, regular y reducir las brechas de acceso en las regiones más pobres, favorecer la competencia y aliviar la ineficiencia de las políticas administrativas de los servicios públicos. El resultado, más de diez años después, no es tan exacto. Como sucede con los servicios públicos en las zonas pobres del país, pasan por la lucha de pobladores que exigen al Estado la implementación adecuada de los mismos (en primer lugar, agua, luz y desagüe). Cuando esas luchas no consiguen nada concreto, las iniciativas se orientan hacia la búsqueda de prácticas y mecanismos que escapan a la normatividad y a la regulación de los servicios públicos. En el caso de la tecnología, como el autor señala,



\* El Bulletin de l'Institut français d'Études andines no se responsabiliza por las opiniones vertidas en esta sección.

ésta es resignificada, reconstruida y reutilizada en la vida cotidiana. Y si se menciona el proceso de gran apertura del mercado es por la disminución de los costos de producción y el abaratamiento de la tecnología, lo que ha hecho que los celulares dejen de ser bienes exclusivos. La clave, lo recalca el autor, reside en la «asequibilidad», no la disponibilidad o la accesibilidad. El resultado: los costos se vuelven inasequibles para las grandes mayorías y esa apertura o «democratización» de la tecnología se convierte en un espejismo.

Jaris Mujica también recoge cifras y estadísticas, en esta primera parte, para tomar cuenta de la magnitud del mercado que estamos revisando. Según OSIPTEL, en el año 2006, se reportaron más de un millón de móviles robados o extraviados, lo que representa el 13,26 % de los equipos en servicio de las dos compañías que brindan telefonía móvil (Claro y Telefónica). ¿Dónde van a parar esos equipos? Al mercado informal.

«La construcción de un mercado formal creciente y amplio marcha de la mano con la construcción de un mercado informal (también creciente y amplio) y con prácticas que escapan, rebasan o quiebran la normatividad sobre la telefonía» (p. 32).

Entonces la pregunta que se formula el autor es de qué manera se perjudican las grandes compañías. ¿Pérdida o beneficio? Esos equipos que ingresan al mercado informal a precios mucho más bajos que los formales (estos últimos representan, para una gran mayoría, costos muy altos para acceder a la tecnología), se convierten como cualquier otro, en un receptor de llamadas, lo que genera más tráfico de llamadas que registran y facturan las compañías. El autor señala que estas empresas de telefonía no producen los equipos, sino que son comprados a otras empresas como Sony, Nokia o Samsung (y si en algunos planes los ofrecen por debajo de su costo es porque el precio es subsidiado). Lo que interesa a las grandes compañías de telefonía, entonces, es generar un gran tráfico de llamadas. De esa manera, y según el testimonio brindado por el empleado de una de las empresas, los móviles que se adquieren a través del mercado negro o informal le tendrían que resultar rentables a las empresas, pues no gastan en distribución, ni en subsidios, ni siquiera en los vendedores; solo se dedican a vender el servicio. Recordemos que esos equipos «liberados» recuperan la línea comprando un nuevo chip y listo. Como si nada hubiera pasado.

Es sumamente interesante también la discusión teórica acerca de las definiciones del mercado negro y el mercado informal. Como menciona el autor, la confusión se genera debido a una diversidad de términos que muchas veces han sido empleados como sinónimos (aunque todos pertenecen a las diversas maneras de lo informal): mercados negros, subterráneos, contrabando, piratas, etc. Jaris Mujica concluye en una definición que se ajusta a los fines de la obra:

«... la diferencia entre mercado negro e informal es el espacio de acumulación de bienes y especulación a través de la venta paralela de un stock, en una situación de escasez. En general, el mercado informal incluye las diferentes prácticas que escapan a la normatividad del sistema legal o formal».

Podemos localizar una segunda parte en el libro (que comprende el segundo, tercer y cuarto capítulo), dedicada al trabajo de campo que realizó el autor en el asentamiento humano Hatary Llacta, en el pobre distrito limeño de El Agustino, para desnudar las relaciones de los habitantes con la tecnología: su acceso, su empleo, sus mecanismos, sus prácticas y sus redes. En Hatary Llacta el uso del teléfono fijo es mínimo, solo se emplea para emergencias, para buscar trabajo o para recibir llamadas laborales, para mantenerse en contacto con familiares o para alquilar la línea (un artesanal sistema de usura que reporta ciertos ingresos). Por otro lado, la oferta para realizar llamadas pasa por los teléfonos públicos y monederos, empleados principalmente para llamadas a fijos locales; los locutorios y las cabinas de Internet para realizar llamadas a teléfonos fijos en provincia o llamadas al extranjero; y

los teléfonos ambulantes, que debido a los planes con minutos libres que tienen para los equipos de la misma compañía, sirven para llamadas a otros móviles.

El estudio etnográfico que tiene lugar en esta parte recoge la interacción entre tres grupos humanos que habitan el espacio del asentamiento: la junta directiva, los comités y las redes de ladrones (la más importante es La Bulla). En el mercado informal, 60 soles es el precio de un equipo algo tecnológico (30 por la línea y 30 por el equipo robado). En el lado de la formalidad, comprándole a un distribuidor autorizado de Claro o Movistar, el paquete prepago más barato cuesta 79 soles, siendo un equipo más sencillo. Como había sido señalado, el uso que se le adjudica a un teléfono móvil no es realizar llamadas sino recibirlas, por lo que interesa más la modernidad y la tecnología que los planes con minutos libres del prepago.

La red del mercado negro en Hatary Llacta involucra ciertos actores como ladrones, técnicos especialistas en celulares y revendedores. Los proveedores y revendedores-distribuidores, por su parte, esperan acumular un stock mayor para venderlo en Las Malvinas o el jirón Leticia (como el personaje llamado La Gringa que opera en los alrededores del asentamiento). La precisión de la definición de Mujica es pertinente para clasificar esta red. No son mafias ni cárteles donde se manejan otros códigos, los de honor o de familia, en el primer caso; y la estructura de casi una empresa (con contador incluido) de las segundas. No es un tráfico organizado, tan solo es una «lógica integrada de necesidades, demandas y ofertas que se acoplan a las del mercado formal». La Bulla, la organización delictiva más temida y reconocida en esa zona, posee un liderazgo central y una serie de segmentos que se reúnen para trabajos concretos, alejados físicamente pero identificados con el centro simbólico de la organización. Sus integrantes se conforman con la seguridad que significa pertenecer a la banda, más que la económica. Quizás por eso es que se produce la grieta, cuando la red de ladrones tiene que «quemar» (vender los equipos más baratos que en el mercado informal) los equipos que no ha logrado vender a los acopiadores. Este es el mercado negro dentro del informal.

En el mercado negro es donde la mayoría de habitantes de Hatary Llacta compran y consiguen sus equipos. La gran travesía de estos celulares que pasan de mano en mano, le permite a Jaris Mujica retomar la idea de objetos significantes de Baudrillard, pues los objetos cambian de valor, de funciones sociales y de usos. «Su ciclo no termina cuando se los pierde o son robados sino que adquieren otros valores y otros precios».

En el último capítulo, se describe cómo se integran las pequeñas redes del mercado informal de celulares (como es el caso de Hatary Llacta) al circuito «matriz» de la informalidad en la ciudad. Es decir, cómo los celulares robados y acopiados en el asentamiento humano tienen su paradero final en los mercados de Las Malvinas o de jirón Leticia en el Cercado de Lima. Más adelante, se presentan las conclusiones finales que ubican al mercado informal y negro como parte integral del sistema formal, solo que «evade impuestos y es ilegal»; a contracorriente con las ilusiones que vende el capitalismo tardío en la supuesta apertura beneficiosa del mercado. Lo fundamental y valioso de la obra de Jaris Mujica es la mirada antropológica sobre los fenómenos de transgresión política al nivel de la cotidianidad, así como la posibilidad de construir estudios etnográficos de espacios micro. La gran conclusión de esa mirada (que se alinea con su tesis de maestría sobre las redes de corrupción en el Poder Judicial) es que los actos de corrupción (por supuesto, también las redes del mercado negro) son *performances* para ingresar a la formalidad, al mismo sistema. No constituyen por sí solos intentos de subvertir un orden, de patear el tablero, si no una manera alternativa de ingresar a la formalidad, mediante mecanismos más asequibles, más fáciles, más baratos y al margen. Acaso sea la única manera para muchos.