

# *Pecunia Ex Machina,* el emprendedor pakistaní en la ciudad de Barcelona

Hugo Valenzuela García

Profesor Lector, Departamento de Antropología Social y Cultural,  
Universitat Autònoma de Barcelona (UAB)  
hugo.valenzuela@uab.es

## RESUMEN

El proyecto migratorio pakistaní está profundamente marcado por objetivos económicos que se manifiestan en el ahínco laboral, en los parcos hábitos de gasto y consumo, en el elevado índice de empresariado étnico y en el notable grado de éxito comercial. La inclinación económica de este grupo posee, sin embargo, un reverso: un elevado coste social. Este artículo analiza las claves económicas y socioculturales que subyacen tras el proceder económico pakistaní, así como el coste social de su empresa migratoria. Asimismo, aborda las características socioculturales del grupo y, mediante la descripción de las pautas de asentamiento de los pakistaníes, analiza otros procesos que tienen lugar en la ciudad de Barcelona: gentrificación, centrifugación, reproducción, etc.

*Palabras clave: Barcelona, inmigración, Pakistán, emprendedor étnico, economía, antropología económica*

En España, la población extranjera ha aumentado ostensiblemente durante la última década y, en consecuencia, el florecimiento de iniciativas económicas étnicas también ha sido extraordinario, particularmente en aquellos determinados barrios y ciudades con elevada densidad de población inmigrante. El fenómeno tiene lugar en un país crecientemente multicultural y, particularmente, en capitales de provincia y entornos cosmopolitas cada vez más atravesados por nuevos fenómenos urbanos: multiculturalismo, gentrificación<sup>1</sup>, reconversión

1. Nota del editor: El término *gentrificación* deriva del inglés *gentry* y fue acuñado por la socióloga Ruth Glass (1976) para referirse al fenómeno mediante el cual las clases medias y bajas que se habían instalado en barrios degradados del centro de la ciudad, se ven desplazadas por miembros de clases más altas, que se sienten atraídas de nuevo por su ubicación privilegiada y deciden reformar las viviendas y los espacios públicos, en un proceso que, en lengua castellana, ha sido tipificado también como de *elitización*.

turística y procesos de marginación y expansión de aquel sector poblacional descrito por algunos como el *cuarto mundo*. Es preciso considerar, además, que el entorno de acogida está padeciendo actualmente los efectos de la crisis económica internacional y, a escala local, el estallido de la burbuja inmobiliaria. En ese marco complejo, la presente aportación analiza las características de un colectivo asiático inmigrante que presenta una particular tendencia a las iniciativas empresariales: la comunidad pakistaní establecida en el área metropolitana de Barcelona. Esta comunidad presenta un elevado ratio de *empresariado étnico* y una actitud laboral muy competitiva. Según Bashir, un joven de Lahore, “los españoles no se esfuerzan, quieren vacaciones, ganar dinero y una vida fácil (...) Si quieres ganar dinero se necesita trabajar mucho y ahorrar mucho”. La réplica la aportaba un comerciante local del Raval: “Con los pakistaníes no se puede (...) revientan precios y trabajan todo el santo día (...) al final tendremos que *plegar* (...) *son como máquinas de hacer dinero*”.

El artículo explora el alcance, las claves y algunos de los costes derivados de esa metáfora que nosotros, mediante otro *tropo*, recogemos aquí como *pecunia ex machina* (“dinero salido de la máquina”). La equiparación de la actividad exitosa del empresario pakistaní con una máquina no deja de ser inquietante, pues tiende a *invisibilizar* la carga subjetiva y el coste social implicados tanto en la historia migratoria como en el proceso de consolidación económica del *empresario étnico pakistaní*. Por esta razón, el análisis etnográfico aquí expuesto trascenderá la mera cuestión económica para, al abordar el contexto explicativo y sociocultural más amplio, revelar aspectos socioculturales centrales de este colectivo, como su carácter corporativo, la relevancia del envío de remesas, el peso del capital social, el empleo de estrategias económicas informales, las pautas de producción y consumo, así como algunos de los dramas socioeconómicos ocultos tras el proceso migratorio y los contextos de irregularidad-legal (extorsión, explotación, pauperización, etc).

El proceso migratorio resulta sumamente discordante, pues genera, desde el punto de vista económico, *triunfadores* (los menos) y *perdedores* (los más), beneficios y posibilidades de movilidad para algunos y desigualdad y dependencia para muchos otros (Gardner y Osella, 2004: xxvii). Si bien es cierto que algunos pakistaníes han devenido exitosos empresarios, no todos los inmigrantes pakistaníes son ávidos comerciantes ni hacendosos obreros que anhelan convertirse algún día en dueños de su propio negocio. Al contrario, existe un creciente número de trabajadores pakistaníes que se encuentra, desde hace años, ejerciendo trabajos precarios; trabajadores por cuenta ajena que no desean ni aspiran a la autonomía; peones de albañil que se hallan desempleados o pakistaníes empobrecidos, que vagan por las calles y rozan la mendicidad. No obstante, las estadísticas demuestran que el anhelo empresarial en el colectivo pakistaní es mayor que en otros grupos y que su presencia es muy relevante en la pequeña empresa. Por esta razón, este artículo se centra en el sector del colectivo pakistaní compuesto fundamentalmente por trabajadores que comparten objetivos económicos y una actitud decididamente emprendedora, en el marco de un contexto migratorio bidireccional, al conllevar éste profundas transformaciones tanto en origen como en destino. El estudio

se basa en un trabajo de campo antropológico realizado entre los años 2006 y 2008 en barrios suburbanos de Barcelona, caracterizados por su elevada concentración de población pakistaní<sup>2</sup>. La metodología empleada, propia del trabajo de campo antropológico, ha consistido en la observación participante multisituada (en diversas asociaciones, instituciones sanitarias y diversos espacios públicos y privados de los barrios), en la administración de 30 entrevistas en profundidad y en el empleo de entrevistas abiertas y cuestionarios, dirigidos particularmente a aspectos socioeconómicos.

## EL CONTEXTO DE LA *PULSIÓN ECONÓMICA*

Dada la lejanía geográfica, la distancia cultural y la ausencia de vínculos políticos, históricos o económicos entre España y Asia del Sur, la presencia de pakistaníes en España podría resultar, cuanto menos, intrigante (Tolsanas, 2007). Sin embargo, la migración pakistaní no es nueva ni excepcional por dos razones fundamentales. En primer lugar, Pakistán ha sido un país exportador de mano de obra desde incluso antes de su génesis nacional, cuando todavía formaba parte de la India. En particular, Gujrat –región agrícola del Punjab de la cual procede buena parte de los inmigrantes pakistaníes– se ha caracterizado históricamente por la fragmentación y escasez de tierra cultivable, lo cual forzó una estrategia de supervivencia consistente en la migración laboral temporal de muchos hombres, que regresaban a sus hogares en la estación de la cosecha o cuando decrecía la demanda laboral externa (Gardner y Osella, 2004). Esta migración temporal sería luego potenciada por un factor poscolonial colateral: durante las dos guerras mundiales, muchos pakistaníes (entonces de nacionalidad india) fueron reclutados en las filas del ejército británico y algunos acabaron reagrupando a sus familias y asentándose permanentemente en tierras anglosajonas. En segundo lugar, la diáspora pakistaní no deja de ser un epifenómeno de un proceso más amplio, la globalización económica asociada al capitalismo tardío, que explica una ostensible aceleración de la circulación de mercancías, capitales y, por supuesto, mano de obra internacional. Estos

2. La investigación se ha efectuado en el marco del proyecto de la DGICYT "Teoría transcultural de la reproducción de los grupos humanos" (Ref. SEJ22006-10864/SOC1) dirigido por A. González Echevarría y en el marco del proyecto de inmigración y salud dirigido por Teresa San Román: "Desigualtats socioeconòmiques i diferència cultural en l'àmbit de la salut en barris d'actuació prioritària de Catalunya" (convenio GRAFO/Departament de Salut GENCAT) (2006-2008). El estudio también se ha beneficiado del intercambio académico que tuvo lugar en el *21st Pakistani Workshop* en mayo del 2007 en Lake District, Reino Unido.

procesos de *etnificación económica* suelen relacionarse con la transfiguración de la faz urbana de grandes ciudades occidentales, producto de una sociedad cada vez más plural.

Según el Banco Mundial, la población migrante mundial (aquella que vive y trabaja en otro país distinto del de origen) supera los 200 millones de individuos. En este contexto, y en el transcurso de tan sólo dos décadas, España ha dejado de ser un país emisor de migrantes para convertirse en uno de los principales receptores de población extranjera, cuyo porcentaje ha pasado, según censos oficiales, del 0,52% en 1981 al 12% en 2009, situándose en 5.342.800 personas a finales de septiembre de 2009. Las cifras oficiales apuntan a un porcentaje mucho más elevado, que suele atribuirse a los procesos de nacionalización de migrantes y a la complejidad de efectuar un cómputo real sobre inmigrantes irregulares. Actualmente, la población pakistaní empadronada en España representa casi el 20% del colectivo asiático total, cerca de 50.000 personas, de las cuales aproximadamente el 87% son hombres. Según el Instituto Nacional de Estadística (INE, 2009) actualmente hay censados en España 53.691 pakistaníes, lo cual implica un incremento de casi el 28% desde 2007. No obstante, algunas fuentes indican que la cifra real de pakistaníes que viven en España podría ser mucho mayor, del orden de unos 70.000 habitantes.

Aunque existen importantes volúmenes poblacionales de pakistaníes en otras ciudades españolas (Logroño, Valencia o Tarragona, por ejemplo), su presencia sigue siendo mayoritaria en Barcelona, que acoge a 35.000 de ellos, lo que convierte a los pakistaníes en la novena diáspora más numerosa de la ciudad condal. Las principales concentraciones se dan en el distrito de Ciutat Vella (particularmente en el Raval, donde la población pakistaní supera posiblemente el 60% de los vecinos del barrio) y en el barrio del Besòs, pero también hay concentraciones importantes en los distritos de Sants-Montjuïc, Sant Martí o en el Eixample. Se observa, sin embargo, en paralelo a lo que ocurrió en ciudades británicas como Bradford o Manchester hace al menos cinco décadas, un proceso de centrifugación, o irradiación concéntrica, desde núcleos urbanos y masificados a suburbios obreros alejados del casco antiguo, por razones que se analizarán más abajo.

La elección de España como destino migratorio no es arbitraria. Responde a un cálculo en el que intervienen factores político-legales (la relativa permisividad frente a la inmigración); económicos (la posibilidad de abrir nuevos negocios); y sociales (la mayor tolerancia social, en comparación con otros países). En otras palabras, que la diáspora pakistaní haya recalado en España podría achacarse, por una parte, al proceso internacional de migración de mano de obra desde los países pobres a los países ricos y, por la otra, al crecimiento económico de España de las últimas décadas, que ha dado lugar a una amplia oferta en el sector de la construcción y los servicios, que se ha sumado a unas leyes de extranjería progresistas y a una gestión migratoria *a priori* más permisiva que en otros países. No obstante, por primera vez y a causa de la crisis económica que azota el país, la tendencia migratoria es decreciente y se percibe un cambio de signo en las políticas migratorias, que abandonan su carácter progresista para devenir más restrictivas y conservadoras.

En el pasado, la mayoría de los inmigrantes pakistaníes llegaban a España con visado de turista y solían pertenecer a estratos socioeconómicos medios. Actualmente, la mayor parte penetra en España de modo *ilegal*, a través de determinados puntos de paso (Rusia, Turquía, África), empleando distintos medios de transporte (trayectos a pie, uso de pateras o camiones ilegales). El acceso al país suelen facilitarlos *brokers*, agentes mediadores que, como los “coyotes” en el paso de México a Estados Unidos, proporcionan documentos falsos y ayudan al inmigrante a traspasar las fronteras y burlar los controles a cambio de cantidades de dinero que oscilan entre los 9.000 y los 15.000 euros. Este dinero, que supone una elevada cifra para el pakistaní rural, suele proceder de la venta de propiedades en origen (tierras o comercios) o de préstamos informales de familiares y paisanos afincados en los países de destino. Pero el dinero es lo de menos comparado con el coste social de la emigración. Algunos inmigrantes describen largas travesías a pie, periodos de clandestinidad, sigilosas maniobras para atravesar las fronteras y numerosas situaciones de riesgo para la propia integridad física. A este tortuoso periplo, le sigue un periodo de unos cinco años hasta obtener una situación de regularización y, por lo tanto, de estabilidad socioeconómica. Sin embargo, durante el periodo de irregularidad, el inmigrado se expone, no sólo a una gran presión psicológica derivada de su integración social imperfecta –que se traduce en elevados índices de depresión y otros cuadros psicológicos– sino, sobre todo, a una gran vulnerabilidad socioeconómica que, por condiciones obvias, deriva en explotación laboral, extorsión y fraude. En efecto, el escenario de la *ilegalidad migratoria* está gobernado por mediadores, vendedores ilícitos (de cervezas, refrescos, rosas), empresarios locales y foráneos, delincuentes o presuntos gestores. Son comunes, en este último sentido, los contratos fraudulentos emitidos por agencias clandestinas a cambio de elevadas cifras económicas. Tras revelarse la estafa, el inmigrante, desamparado, se ve privado de toda posibilidad de reclamación o denuncia. Mientras que en ciertos casos el contrato es totalmente fraudulento, en otros integra una cláusula de despido en caso de baja laboral o bien exime al empresario de pagar las cuotas de la seguridad social –con lo cual las cifras oficiales de las altas en la seguridad social, aparente indicador de creación de empleo, muestran una realidad socioeconómica no siempre realista.

De acuerdo con un trabajador pakistaní del área de Barcelona: “enviar a un hijo a Europa es como abrir un negocio” (Abdul Latif, 24 años). Este significado del hecho migratorio obedece a una conjunción de factores estructurales globales (expansión de las posibilidades de transporte y comunicación), factores internos (crecimiento poblacional, pobreza y desempleo, inestabilidad política, inflación en origen), factores externos (redes y nodos migratorios, alianzas transnacionales, posibilidades y recursos laborales, educativos o económicos) y a un persuasivo imaginario colectivo sobre las potenciales oportunidades que ofrece Occidente y, en particular, España. El imaginario del éxito, similar al “sueño americano” y que ahora también se proyecta sobre los nuevos procesos

migratorios en Europa, lo ilustra bien el antropólogo Roger Ballard, buen conocedor de la realidad sociocultural pakistaní, al recoger el testimonio de un taxista en la ciudad de Rawalpindi: “¿Va usted a Mirpur? Muchos se han marchado a Inglaterra y hoy todos son ricos. Grandes casas y un montón de coches: ahí tienen todo lo que quieren”<sup>3</sup> (2004: 25). No cabe duda de que las retóricas de la emigración y la construcción de discursos e imágenes edulcoradas sobre los países receptores han tenido un poderoso e insondable efecto en los flujos migratorios. En este contexto, la comunicación en tiempo real (mediante el teléfono o Internet), la televisión digital o las películas de Bollywood (donde la emigración constituye un tema habitual), el desarrollo de los transportes y la mayor movilidad global han representado un papel crucial en el marco postindustrial –que David Harvey (1990) define por la creciente *compresión del tiempo y el espacio*.

Tabla 1. Perfil de la muestra

<p><b>Número de entrevistas:</b> 30</p> <p><b>Edad Media:</b> 32 años</p> <p><b>Lugar de origen:</b> 9 originarios de Europa y Oriente Próximo; 21 originarios de Punjab (Gujrat, Gujramala, Rawalpindi, etc.)</p> <p><b>Nivel de estudios:</b> 20 de nivel bajo (menos de 10 años de estudios); 7 de nivel medio (estudios secundarios); 3 de nivel alto (estudios superiores)</p> <p><b>Trabajo:</b> <i>En origen:</i> 11 sector servicios, 4 artesanos, 2 desarrollaban actividades profesionales y 3 afirmaron no haber trabajado anteriormente.</p> <p><i>En destino:</i> 28 trabajan por cuenta ajena, 20 de los cuales, en situación legal irregular. La mayoría ejerce trabajos no especializados (guardia de seguridad, peón de fábrica y construcción, tendero, cocinero, comercial, etc.) con salarios que oscilan entre los 450 y los 1.200 euros mensuales, y jornadas laborales de un mínimo de 40 horas y un máximo de 72 horas semanales. Entre los asalariados, la mayoría envía remesas regulares por un monto de entre 150 y 550 euros mensuales. Las peores condiciones de trabajo se dan entre los que adolecen de una situación regularizada y trabajan para empresarios coétnicos.</p> <p><b>Vivienda:</b> Todos los entrevistados, salvo dos, comparten vivienda con sus paisanos y dividen los gastos domésticos de modo equitativo. La media de hacinamiento en la vivienda es de ocho personas por 50 m<sup>2</sup>. Los dos entrevistados que no comparten vivienda con paisanos son propietarios de negocios y su situación varía enormemente. Difieren enormemente los dos propietarios de negocio, que han vivido en Barcelona durante 6 y 8 años respectivamente. Sus ganancias superan los 2.500 euros mensuales, poseen diversas propiedades (inmobiliarias y mercantiles) y el envío de remesas es más irregular, pero de mayor cuantía.</p>
---

3. “You’re going to Mirpur? So many people have gone to England, they are all rich. Big houses, so many cars: they have everything they want there”. (Traducción del editor).

## OBJETIVOS MIGRATORIOS

### La construcción de una base económica independiente

En el contexto español, los pakistaníes ostentan, sólo tras el colectivo chino, el mayor porcentaje de negocios étnicos. Su presencia es mayoritaria en determinados barrios barceloneses como el Raval, donde los comercios regentados por pakistaníes supera el 60% (Moreras, 2005; Serra, 2006). Estos negocios comparten rasgos inherentes a la economía étnica en lo referente a la propiedad, empleo, clientela, especialización sectorial y concentración espacial (Kaplan y Li, 2006: 5). La actividad comercial se desarrolla en economías controladas étnicamente, y derivan ocasionalmente en verdaderos *enclaves étnicos*, es decir, en una economía paralela definida por un particular sector étnico que ofrece recompensas y oportunidades a sus miembros. En concreto, los empresarios pakistaníes suelen ser propietarios de su propio negocio y recurren al autoempleo o al uso de empleados coétnicos. La empresa suele ser familiar, minorista o de pequeña escala, se orienta hacia los servicios y está conectada con una extensa red comercial que funciona tanto en el ámbito local como en el internacional –no son, por lo tanto, extrañas las importaciones de mercancía desde Reino Unido, Pakistán o China. La oferta de esta pequeña empresa tiene la característica de que cubre tanto la demanda de sus vecinos pakistaníes como un amplio espectro de clientes locales y extranjeros. Por otra parte, la concurrencia de lo económico y lo residencial en el mismo enclave (Zhou, 1998), dado el carácter corporativo del colectivo, facilita el flujo informativo entre los miembros de la comunidad sobre nuevas oportunidades económicas, lo cual es una ventaja comparativa frente a la competencia comercial local o étnica. De hecho, en el seno de la comunidad, algunos comerciantes, sobre todo los pioneros, actúan como mediadores (*middlemen* o *brokers*) entre sus coetáneos, las autoridades (ya sean religiosas, políticas o económicas) y otros colectivos inmigrados, ejerciendo cierta autoridad sobre el flujo informativo y, en ocasiones, la toma de decisión.

Existen importantes incentivos de carácter sociocultural que hacen del negocio propio una opción atractiva para el pakistaní. En primer lugar, la posición social del empresario entraña mayor prestigio y reconocimiento que la del trabajador por cuenta ajena, especialmente en una sociedad jerárquica donde la actividad manual y subordinada suele relacionarse con las castas inferiores. Ciertamente, aunque los pakistaníes son musulmanes, la percepción sobre el rango y el estatus sigue siendo deudora del sistema de castas hindú y de anquilosadas jerarquías que influyen en la autoridad, en el respeto y en el reconocimiento social del individuo. En ocasiones, la autonomía económica del negocio propio contribuye –lejos de los constreñimientos, normas e instituciones del contexto de origen– a liberar al individuo del yugo de rango y casta impuestos por nacimiento y lo dota de una movilidad socioeconó-

mica ascendente e impensable en origen. Con todo, la actitud conservadora espera que las jerarquías tradicionales (impuestas por la casta, por ejemplo) no se alteren (Lefebvre, 1999; Light y Gold, 2000). Un informante, refiriéndose a un tendero exitoso, me comentó: “Este hombre antes trabajaba de agricultor. No tenía estudios ni educación. Ahora es rico, pero no le sirve para nada porque nadie le respeta, *no tiene nombre*” (Hussein, 43 años)<sup>4</sup>. En segundo lugar, la empresa pakistaní resulta, a escala económica, particularmente competitiva en el contexto de los negocios urbanos. Su establecimiento no implica fuerte inversión de capital inicial, dada la naturaleza de los comercios (negocios a pequeña escala o tiendas familiares) o, en todo caso, éste es relativamente sencillo de obtener (por ejemplo, a través de préstamos informales). El factor trabajo es elástico gracias a la amplia capacidad de autoexplotación, a los salarios reducidos y a una gran flexibilidad horaria; y la mano de obra es abundante y leal, pues se recluta entre parientes, paisanos o coétnicos (Cf. Davies, 1985; Parella, 2005). Mientras que el área de los locales comerciales pakistaníes es relativamente elevada (con una media de 63,57 m<sup>2</sup>), el promedio de empleados es reducido (Serra, 2006: 99). Por lo tanto, el número de empleados en la empresa pakistaní es menor que en otras empresas domésticas, pero la carga laboral es más elevada. La capacidad de incrementar las horas de trabajo y/o el número de trabajadores (hijos, esposa, primos, etc.) imprime un grado de elasticidad muy superior al de otras empresas privadas o públicas, sobre todo en momentos de crisis económicas (Valenzuela, 2006). El nexo entre empleadores y empleados se asemeja a una relación de patrón y cliente en la que prevalece una relación aparentemente asimétrica –trabajo a cambio de mero sustento. Sin duda el elevado grado de autoexplotación, junto con la expansión del negocio o la creación de asociaciones de trabajadores, es lo que garantiza una neutralización efectiva de la competencia.

La relación laboral aquí expuesta no debe interpretarse directamente como una situación de explotación, y no sólo porque la situación laboral en origen suele ser más extrema, sino porque la empresa familiar ofrece otra serie de potenciales beneficios indirectos e inexistentes en otro tipo de empresa. Por una parte, la relación imbrica obligaciones y derechos inherentes a las relaciones de parentesco (cooperación, ayuda mutua, autoridad, respeto, etc.) y, por la otra, una serie de recompensas sociales y económicas. En efecto, la empresa funciona como una plataforma de reagrupación familiar que tiene la posibilidad de expedir contratos a otros miembros de la familia extensa (primos, sobrinos, tíos...), y contribuye así a un flujo migratorio regularizado. Estos familiares reclutados se benefician,

4. El mismo anhelo por desprenderse del estatus heredado ha contribuido a alterar las pautas matrimoniales tradicionales y endogámicas a favor de matrimonios exogámicos, los cuales posibilitan alianzas socioeconómicas más ventajosas para ambas partes. Esta transformación posee un profundo efecto social, teniendo en cuenta que la alianza tradicional se produce entre primos hermanos y supera el 60% de los casos (Shaw, 1997: 150-151; Ballard, 2004: 37).



tarde o temprano, tanto de las destrezas y habilidades comerciales propias del negocio como de las ayudas para establecer su propio negocio mediante préstamos o créditos informales ofrecidos por el emprendedor. En la empresa pakistaní, por lo tanto, gobierna una *dinámica de reemplazo* por la cual se distribuyen o alternan los roles de productores y dependientes económicos de la unidad doméstica. Debido a ello, durante los primeros años, la familia depende de un único individuo, el fundador del negocio, hasta que éste inserta a sus hijos o recluta a parientes cercanos, y delega así el trabajo y la gestión de la empresa. Con el tiempo, los últimos toman las riendas del negocio, relevan al primero y proceden a la expansión o diversificación. En este proceso, la experiencia comercial previa (*expertise*) es un aspecto crucial en el establecimiento del negocio: la mayoría de los empresarios han acumulado conocimiento, habilidades y destrezas trabajando previamente, durante varios años, para un familiar o por cuenta ajena en el mismo sector. Dada esta herencia del negocio, entre los empresarios pakistaníes destacan tres modalidades comerciales: los pequeños negocios reiterativos y poco innovadores, propios de los recién iniciados en los negocios (locutorios, kebabs, colmados, etc.); las cadenas comerciales (por ejemplo agencias de viajes, bazares, etc.) de un mismo propietario que ha expandido su negocio inicial; y, por último, grandes innovaciones comerciales que suelen surgir de emprendedores con suficiente experiencia y capital previo (agencias inmobiliarias, empresas de construcción, entre otras) o de los hijos de empresarios que han recibido educación superior especializada (empresariales, marketing, administración de empresas, etc.). Existe así, como señala Beltrán (2007), una relación entre tiempo en España y nivel de éxito económico.

Con el tiempo, es frecuente que el patriarca o fundador del negocio deje al mando temporal de la empresa a parientes mientras éste viaja a origen, hecho que da lugar a un fenómeno singular: la *migración circular*. *Circular* porque implica un ciclo por el cual el individuo pasa largos periodos de tiempo en origen, seguidos de dilatados periodos de tiempo en destino (Selier, 1997: 158; Gidwani y Sivaramakrishnan, 2004). La derivación más obvia de ese proceso migratorio cíclico es una suerte de dualismo económico marcado por la intensificación de la producción en destino (España) y el incremento del consumo (a menudo conspicuo) en compañía de familiares y paisanos en origen (Pakistán). Sin duda, la *migración circular* es producto de la relevancia de la familia y de la fuerte tendencia económica: la lejanía del país de origen y los fuertes vínculos familiares, por una parte, y las oportunidades económicas y el incentivo a emigrar, por la otra, explican en buena medida este proceso económico dual. Este tipo de *migración circular* revela algunas de las complejidades propias de la interacción entre origen y destino. Por una parte, el éxito económico inviste al emigrante de autoridad y estatus, lo cual resulta muy relevante en una *sociedad de prestigio* como la pakistaní. La recompensa de regresar a su país podría funcionar como un incentivo para maximizar la producción en el país de acogida, sobre todo bajo una religión y una cultura que, como la judeocristiana, está acostumbrada a las dualidades existenciales: cielo e infierno, sufrimiento y recompensa, pecado y redención, etc. Por otra parte, el

regreso a destino alivia una situación prolongada de confinamiento y suele funcionar como una suerte de catarsis<sup>5</sup> frente a una vida en España, descrita como “una prisión dorada”, una existencia dirigida a la producción y cuyo margen de libertad personal está muy limitado. De acuerdo con Mohammed Kahn, de 35 años de edad y cuatro años en Barcelona: “aquí sólo trabajo, como y duermo”.

La emigración es un proceso que no incumbe sólo al individuo, sino a la familia más extensa. El emigrado es un representante, un emisario de la familia, la cual contribuye a financiar el coste del viaje a cambio de que éste se convierta en la principal fuente económica; se genera así una fuerte relación de dependencia. El proceso migratorio fuerza, de este modo, una mercantilización del emigrante, y lo convierte en una fuente de riqueza y un objeto de explotación por sus propios parientes dependientes: “los inmigrantes varones son vistos como sufridos y abnegados hombres de fe, que ahorran todo lo que pueden para que, en los hogares que han dejado atrás, se ‘coman’ lo que ellos ganan y lo cambien por una casa valiosa y buenas relaciones”<sup>6</sup>(Gardner y Osella, 2004: xxxv). Además, este patrón migratorio –que implica sobre todo a hombres jóvenes por tener mayores posibilidades de éxito– posee otros importantes efectos en origen. Durante los años setenta sólo el 4% de los hombres llevó a sus esposas al extranjero, a pesar de que el 70% estaba casado. En consecuencia, unos 7,4 millones de individuos en Pakistán pasaron a ser dependientes de los migrantes (Hastings, 1997: 110). La ausencia generalizada de varones, por lo general, genera en origen una reestructuración de las pautas de producción: las mujeres pasan a ejercer roles antes exclusivos del marido, como lidiar con los trabajadores asalariados, elegir los cultivos, distribuir y gestionar las remesas, tomar decisiones sobre la educación de los hijos, etc. No obstante, aunque aparentemente la unidad doméstica, tradicionalmente patriarcal, devenga matrifocal, la liberación femenina es sólo aparente (Hastings, 1997; Osella y Gardner 2004: xxiii). La esposa, al gestionar las remesas, puede entrar en conflicto con el padre del marido y con sus hermanos y, en muchos casos, el regreso de los maridos trae consigo la readecuación y transmutación de los roles tradicionales y la sensación de pérdida del control –aspecto que ha sido denominado *síndrome de Dubai*.

5. El efecto psicossomático del viaje resulta evidente en ciertos casos. Algunos entrevistados afirmaron que su estado de salud (subjetivo) había mejorado al viajar a su país y, en ciertos casos, ciertas dolencias parecían haber remitido o se habían atenuado tras pasar una temporada en origen en compañía de familiares y amigos.

6. “Male migrants abroad are presented as suffering and selfless men of faith, who save as much as possible so that their households back in the village may ‘eat’ their earnings, converting them into valuable homes and relationships”. (Traducción del editor).

7. “Los hijos del emigrante crecen en un entorno y posición totalmente distintos, con grandes demandas y un gran estándar de vida. Durante los años en los que el padre ha estado ausente, no ha existido una figura paterna. Pero cuando el cabeza de familia regresa aparece una situación totalmente distinta. Los problemas de adaptación empiezan a aflorar. La situación se agrava con la caída de los ingresos y crece una sensación de frustración entre los hijos” (Hussain 1983: 20, en Donnan, 1997: 122).

## El honor y el prestigio: principios rectores de la economía moral

Las iniciativas económicas y la creación de la empresa requieren lógicamente un capital inicial, que suele derivar de la venta de propiedades, del ahorro acumulado durante el trabajo por cuenta ajena o de créditos y préstamos. Aunque en el caso pakistaní, recurrir al crédito formal no es infrecuente, el peso de la tradición, el riesgo y el coste de los créditos formales, el desconocimiento inicial del medio financiero, la necesidad de aval y el excesivo celo bancario explican que muchos pakistaníes opten por recurrir a créditos informales procedentes de parientes, paisanos y amigos, como se ha observado en otros contextos y con otros colectivos inmigrados (Portes, 1996; Bonacich, 2000; Light et al., 1988, 2000; citados en Molina y Valenzuela, 2007: 160). En un caso estudiado, un emprendedor pakistaní logró reunir en dos meses un capital inicial de 18.000 euros procedente de diversos acreedores informales; “amigos” que prestaron cantidades que oscilaban entre los 2.000 y los 3.000 euros y que sirvieron para establecer el negocio a cambio de la mera promesa de que devolvería el dinero posteriormente. Al cabo de unos meses, cuando el emprendedor empezó a obtener los primeros beneficios, procedió a la devolución de los préstamos. Los prestamistas posiblemente recurrirían al primero en caso de necesidad, y se alimentaría así una relación de reciprocidad a largo plazo.

En la mayoría de estos casos, el préstamo es sin interés y tanto las garantías del anticipo como su devolución se basan en la palabra; es decir, en la confianza mutua y en el prestigio. Por supuesto, tales valores no son inquebrantables ni garantizan el buen desarrollo de las relaciones socioeconómicas, pero en general suelen dotar a las transacciones económicas de una garantía informal, un sustrato moral<sup>8</sup> que limita la voracidad económica y las vías deshonestas de acumulación de riqueza (Werbner, 1990: 53). Tales principios morales derivan de una constelación de valores sólidamente asentados en la sociedad pakistaní (Zak, 2008). La relevancia de estos principios es doble en el caso pakistaní, pues a los principios de economía moral propios del islam (condena de la usura y promoción de la caridad, la distribución de la riqueza o la ayuda mutua...) se suman valores relacionados con el prestigio y la deshonra muy enraizados en la cultura del sur de Asia. En Pakistán, el prestigio y el estatus se relacionan con el género, la edad, el *zat* o la casta (generalmente profesiones u oficios que implican normas de endogamia y una marcada jerarquía social) y el volumen de propiedades y riquezas. Tradicionalmente, el prestigio se incrementaba cultivando actitudes social y religiosamente valoradas, tales como la caridad, la ayuda al prójimo o ser un buen líder familiar. En otras palabras,

8. Salvando la mistificación y excesos de los que ha sido, en ocasiones, presa la economía moral (véase Valenzuela, 2009).

el prestigio es un modo de *capital social* y este es fundamental en la esfera económica. Nótese, no obstante, que generalmente capital social y capital económico van asociados, pues atesorar respeto y prestigio conlleva invertir tiempo en cultivar relaciones sociales y es, precisamente, en el curso de tales interacciones donde fluye y se intercambia información económica y comercial de sumo valor. Sin embargo, a nadie escapa que los individuos con mayores medios económicos suelen estar en una mejor posición para efectuar actos de caridad y redistribuir bienes y servicios, los cuales redundan en el incremento de su prestigio y en la expansión de sus redes sociales, que nuevamente mejoran las oportunidades sociales y comerciales. Ambos capitales (social y económico) son indisociables, ya que el dinero por sí solo no, o al menos no siempre, aporta prestigio. No devolver las deudas contraídas, realizar trabajos denigrantes (que no se ajusten al rango individual) o incrementar la riqueza de modo ilícito son actos condenados por la sociedad.

Algunos autores también hablan, en el caso de la economía étnica, de *capital espacial* (Kaplan y Li, 2006:2) que, como el *capital social*, remite a una serie de factores heterogéneos tales como la particular concentración local, el conjunto de contactos informales, la reputación, la mediación o la ayuda al prójimo, etc. Estos factores, muy presentes en el caso pakistaní, abren oportunidades comerciales y posibilitan la proyección económica y la movilidad ascendente, al mismo tiempo que generan una dinámica económica aparentemente más recíproca, equitativa y justa en un contexto altamente competitivo (Portes y Bach, 1985; Waldinger, 1986).

## **La reproducción social y las remesas**

La gran mayoría de los pakistaníes que viven en Barcelona suele enviar remesas a sus parientes, dado que el envío es una exigencia sociocultural impuesta por la estructura familiar, las fuertes relaciones de dependencia económica y la distribución de los roles productivos.

En 1983 el volumen de capital de las remesas enviadas a Pakistán desde el extranjero superó el valor total de todas las exportaciones del país. Actualmente se estima que las remesas desde el Reino Unido a Mirpur (Pakistán) oscilan entre los 500 millones y 1.000 millones de libras esterlinas anuales (Ballard, 2004: 26-38). El valor de las remesas enviadas desde España a origen es, literalmente, incalculable. No sólo amplias familias dependen de sus parientes en el extranjero, sino que aldeas y pueblos enteros basan su desarrollo económico en las remesas. Más allá de reproducir relaciones internacionales de dependencia económica, las remesas implican un flujo invisible pero gigantesco de capital internacional que, irónicamente, contribuye a la redistribución de la riqueza entre Occidente y Oriente. Sin embargo, paradójicamente, el emigrante pakistaní no tiene control sobre el gasto que se hace de esas remesas una vez enviadas.

El capital enviado no siempre se reinvierte en actividades o procesos productivos o pecuniarios, sino que se gasta en bienes (ropa, alimento, joyas, tecnología) o se destina tanto a la educación de los hijos como a lo que Eric Wolf (1960) denominó *fondo ceremonial*: alianzas matrimoniales, actividades rituales y ceremonias. Nótese que, de nuevo, la educación y el fondo ceremonial constituyen ya formas de inversión en capital social. De hecho, la remesa es, potencialmente, un elemento que expande la brecha socioeconómica entre familias que tienen miembros emigrados y familias que no los tienen (Osella y Gardner, 2004: xxvi) y, por lo tanto, detona cambios poderosos e irreversibles en la estructura socioeconómica de origen. Por ejemplo, el acceso a remesas altera las pautas de consumo local y las viejas estructuras de poder, monopolizadas generalmente por pequeñas élites locales.

Existen dos modos de enviar las remesas: por vías formales (bancos internacionales, Moneygram, Western Union) o de modo informal. El primero ha activado una competencia feroz entre las distintas entidades financieras y bancarias; el segundo, en cambio, aunque menos evidente, posee una relevancia económica mayor. Es el más empleado por los inmigrantes porque reduce al mínimo el coste de la transacción, consiste en aprovechar el viaje a origen de un paisano para hacer llegar el dinero a la familia. Otro modo de envío informal de remesas, con mayor repercusión mediática, es el denominado *hawala* (o *hundi*), término árabe del cual derivan palabras como aval o avalador. Este sistema cuenta con una larga historia en el comercio musulmán entre Occidente y el Sur asiático – donde la economía sumergida representa entre un 30% y un 50% de las transacciones económicas. El funcionamiento del *hawala* es más o menos el siguiente: el cliente ofrece una cifra de dinero a un agente (*hawaladar*) que contacta con un mediador en el país de origen. Éste último entrega la suma estipulada al receptor a cambio de una pequeña comisión. La deuda entre ambos agentes se salda mediante una transferencia en sentido inverso, pequeñas transferencias puntuales o una transacción comercial ficticia que posibilite una factura. El beneficio de los mediadores deriva de las comisiones y de un intercambio de divisas que no se rige por el precio oficial. La transferencia suele hacerse por teléfono, fax o mensaje electrónico, sin necesidad de un establecimiento físico y sin que deje rastro alguno. La garantía de la operación reside no en la jurisprudencia sino en la confianza mutua de los individuos implicados. El sistema es más rápido, efectivo, económico y simple que cualquier otro tipo de transferencia formal, pues no se requiere cuenta bancaria; contrarresta las fluctuaciones de las divisas; elude las comisiones, los costes y los impuestos; evita la devolución o congelación bancaria de la transferencia; llega antes a zonas remotas y no deja rastro.

Tras los atentados terroristas del 11 de septiembre, el Gobierno norteamericano empezó a sospechar que tras el *hawala* se ocultaba una vía de financiación de grupos terroristas. Sin embargo, los rumores sobre la financiación del terrorismo oculta tras el *hawala* se han demostrado falsos en todos los países, a pesar de que en España se ha

seguido insistiendo en lo contrario<sup>9</sup>. De acuerdo con el informe de la comisión del 11-S, Interpol y National Commission on Terrorist Attacks, los fondos usados para financiar los atentados en Estados Unidos se realizaron mediante transferencias bancarias ordinarias en uno de los bancos más populares: el Sun Trust Bank de Florida. Uno podría sospechar que tras la condena y la persecución de este sistema de remesas informales se halla una fuerte presión económica por parte de aquellas instituciones que no pueden controlar ni fiscalizar un inmenso capital flotante.

### La forja de relaciones sociales viables en un contexto ajeno

Las pautas de asentamiento del colectivo pakistaní en Barcelona son singulares y presentan muchas similitudes con los patrones detectados en las comunidades pakistaníes de Bradford y Manchester (Werbner, 1990). Estas pautas, de modo simplificado, podrían describirse como *asentamiento, reproducción, revivificación, expansión comercial y centrifugación*.

En primer lugar, su asentamiento está guiado por la búsqueda de *áreas de oportunidad*; es decir, la búsqueda de zonas urbanas y periurbanas marginales, o en declive económico, que presentan claras oportunidades de vivienda, trabajo y comercio. En efecto, la población pakistaní se concentra en antiguos barrios urbanos, históricamente marginales, como el Raval y Besòs, barrios con pobres condiciones socioeconómicas que al menos *a priori* ofrecen mayores oportunidades para adquirir una vivienda de propiedad y locales comerciales y abundantes clientes, debido a la oferta comercial reducida y abierta a los productos baratos y de primera necesidad de los pequeños comercios étnicos.

En segundo lugar, los pakistaníes tienden a *proyectar sus referentes socioculturales* en el barrio de destino. Esta reproducción suele llevarse a cabo mediante la construcción de espacios religiosos (centros de culto o mezquitas), la expansión económica (implantación y expansión de negocios étnicos y acceso a productos locales como carne *halal*, especias, tejidos, etc.), la concienciación y organización política, mediante asociaciones o contactos con origen, o la difusión cultural, que implica un amplio elenco de fenómenos –desde la publicación periódica de noticiarios locales en lengua urdú o punjabi, hasta las

9. Véase, por ejemplo, una serie de artículos que han ido apareciendo en *El País* escritos por el periodista y jefe de investigación José M<sup>o</sup> Irujo: "De empresarios y lecheros a terroristas de Al Qaeda", *El País* 20.01.2008; "La CIA alerta del constante traslado a España de 'yihadistas' desde Pakistán" *El País*, 27.01.2008; "Detenidos dos paquistaníes en Madrid y Barcelona por financiación terrorismo", *El País* 20.09.2007"; "Dinero recaudado en España financia armamento de los aliados de Al Qaeda", *El País* 01.05.2007; y la columna de Fernando Reinares "'Yihadismo' paquistaní en Barcelona", *El País*, 29.01.2008.

prácticas socioculturales como la alianza entre primos, el intercambio de regalos entre unidades domésticas o el hecho de apartar de la escolarización a las hijas adolescentes o en *edad casadera*. Estos procesos contribuyen a una dialéctica singular: mientras que en un sentido endógeno el barrio se convierte en un ámbito culturalmente próximo y familiar, que ofrece protección y contribuye a reforzar la identidad y la cohesión grupal de la comunidad pakistaní, en el sentido exógeno el barrio se convierte, a los ojos de la población local, en un gueto con sus propias normas, procesos y dinámicas alienas, ajenas y distantes. Ello explica que algunos pakistaníes residentes en Barcelona durante más de cinco años a duras penas puedan expresarse en la lengua autóctona (castellano o catalán) y sean totalmente ajenos a la realidad sociocultural, más allá de las lindes barriales. Por lo tanto, la proyección de referentes, si bien por un lado facilita la integración del recién llegado, también conlleva el riesgo de ostracismo social e implica un reto para las políticas multiculturales e integracionistas en contextos migratorios.

En tercer lugar, la elección deliberada de estos lugares, como han mostrado algunos autores (Werbner, 1990; Moreras, 2005; Parella, 2005), favorece la *revivificación del barrio*. Al no compartir los mismos valores y significados que la sociedad local, la búsqueda de vivienda no está tan condicionada por los prejuicios o los estigmas vinculados al barrio, tales como la marginalidad o los pobres indicadores socioeconómicos. La nueva actividad comercial no sólo contribuye a vivificar el área, sino que en ocasiones puede llegar a crear valor económico al establecer colectivamente una base para la acumulación de capital (mediante la inversión inmobiliaria, por ejemplo) o creando, particularmente en ámbitos cosmopolitas, nuevos alicientes comerciales, como la diversificación de la oferta o la introducción de mercancías *exóticas*. Pnina Werbner (1990), en el caso de Manchester, también hace alusión a la *revivificación social* que ejercen las familias tradicionales y conservadoras pakistaníes, que aportan un contrapunto a las familias desestructuradas y oriundas de esos barrios económicamente deprimidos.

En cuarto lugar, y concretamente en Barcelona, el asentamiento migratorio en los barrios analizados ha ido acompañado de un proceso paralelo de *gentrificación* y de una dramática especulación inmobiliaria en la que los empresarios pakistaníes han tenido un papel relevante. El efecto es el surgimiento de una profunda contradicción socioeconómica en el seno de tales barrios: por un lado, la colisión de un proceso de masificación y hacinamiento de población inmigrante, y, por el otro, el aburguesamiento y desorbitado incremento del precio de la vivienda. En efecto, barrios como el Raval o Besòs se han convertido en el destino de un masivo contingente poblacional inmigrado, pobre y desfavorecido que ha contribuido a extremar las condiciones socioeconómicas. El resultado es un elevadísimo grado de hacinamiento (mediante los denominados *pisos patera*), pobres condiciones higiénicas y el incremento de conflictos sociales, aunados por el incremento de la prostitución callejera, la drogadicción y la delincuencia. Las viviendas son pequeñas (con una media de 54,4 m<sup>2</sup>), antiguas y construidas con materiales de escasa calidad y con

una media de 4,84 inquilinos por vivienda. En el 43% de las viviendas, la densidad se reduce a 10 m<sup>2</sup> por persona y en el 10% de los hogares, si hacemos caso a las estadísticas y a los padrones locales, conviven más de nueve personas.

No obstante, estos barrios ya eran marginales antes de la llegada de los inmigrantes, y las distintas políticas públicas han promovido diversos tipos de reformas claramente intervencionistas de tipo social e infraestructural, particularmente a raíz de los Juegos Olímpicos de Barcelona en 1992. Esto se tradujo en la creación de ramblas y ensanches a costa de expropiar y demoler edificios degradados, la substitución de rentas antiguas por nuevos alquileres y, en consecuencia, una dramática especulación inmobiliaria que animó el reemplazo de la población local (generalmente pobre y envejecida) por nuevos vecinos de clase media: jóvenes, artesanos y artistas atraídos por la promoción cultural del lugar y por la conveniencia del emplazamiento urbano del Raval, en peno centro de Barcelona. En el transcurso de esa transformación el precio de la vivienda ha pasado de 2.014 €/m<sup>2</sup> en el año 2000 a 8.493 €/m<sup>2</sup> en 2006; un precio astronómico y muy por encima del precio máximo hallado en distritos barceloneses de clase media y alta<sup>10</sup>. Lo paradójico de esta dualidad barrial es que los pakistaníes han actuado como mediadores en este proceso ambiguo, adquiriendo vivienda y alquilándola luego a nuevos inmigrantes, coétnicos o no. Algunos pakistaníes disponían de diversas viviendas en propiedad que les proporcionaban suculentas rentas mensuales.

En último lugar, se ha producido una expansión concéntrica, una *centrifugación*, desde los núcleos urbanos masificados y empobrecidos a la periferia suburbial, donde la vivienda y los locales comerciales son más asequibles. De modo que muchos pakistaníes han irradiado desde Ciutat Vella o Besòs a barrios suburbanos –generalmente colonias obreras o *ciudades dormitorio*– de Badalona, Cornellà, Sant Adrià, Santa Coloma, etc. Esta expansión se ha producido, bien por el ascenso socioeconómico de aquellos que iniciaron sus negocios prósperos en los barrios de asentamiento inicial, bien por el efecto de la reagrupación familiar, pues el jefe de familia busca lugares menos conflictivos y más adecuados para la familia. Por supuesto, las comunidades pakistaníes no están exentas de conflicto social ni de desigualdades de clase, del mismo modo que entre los diversos colectivos migrantes existen marcadas desigualdades, rivalidades y manifestaciones xenófobas<sup>11</sup>.

10. En el barrio barcelonés del Eixample el precio máximo registrado fue de 7.603 €/m<sup>2</sup> y en Les Corts de 8.230 €/m<sup>2</sup> (2006).

11. Durante la investigación se hizo patente la existencia de actitudes racistas y xenófobas entre diversos grupos étnicos, a pesar de compartir bastiones socioculturales importantes como la religión. El ejemplo más claro se daba entre las comunidades marroquí y pakistani.



## CONCLUSIÓN: *PECUNIA EX MACHINA* O LOS TRAZOS DEL ÉXITO ECONÓMICO

En el transcurso del presente análisis, hemos podido apreciar que las claves del éxito económico en el caso pakistaní dependen de la actitud comercial y de la movilización de factores culturales. En el primer sentido, muchos pakistaníes optan por incrementar los beneficios económicos a costa de reducir el consumo y los costes; y la mayoría de los entrevistados, al margen de que lo logren, anhelan establecer su negocio propio. En el segundo, la tendencia económica y laboral pakistaní destaca por su versatilidad y por su adecuación al nicho laboral, por aprovechar factores socioculturales propios de la comunidad (cohesión, relevancia de la familia, créditos informales, etc.), por la búsqueda de áreas de oportunidad (que suelen ser laborales y residenciales), por seguir unas pautas de asentamiento y difusión propias, y por explotar recursos económicos disponibles: mano de obra, trabajo, redes comerciales, etc. El éxito económico, por lo tanto, parece ser el producto de la intersección de tres variables: las características del grupo (factores socioeconómicos), la estructura de oportunidad (el contexto en el cual se desarrolla la actividad económica) y las estrategias étnicas particulares (Waldinger et al., 1990; Toledano et al. 2008). Analicemos algunas de estas vinculaciones.

Respecto a las características del grupo, la sociedad pakistaní tradicional es conservadora y religiosa, jerárquica y marcadamente patriarcal. La familia, que es la unidad social básica y central, se fundamenta en el patrilineaje (o *biraderi*)<sup>12</sup>, un grupo cohesionado y jerárquico en el que el varón de más edad posee la autoridad y la responsabilidad de aportar sustento económico a la unidad doméstica. En contraste, la autonomía femenina y su acceso a bienes y recursos (trabajo, educación o salud) son muy limitados. Esta segregación de género se refuerza mediante el *pardah* (literalmente cortina, en urdu y persa), un código de conducta que dice velar por el honor de la mujer y su familia e implica la confinación femenina en el ámbito doméstico y el uso del velo o *burqa* (Papanek, 1971, Mandelbaum, 1988). La familia pakistaní es patrilineal, virilocal y extensa, lo cual implica la cohabitación de tres generaciones y el hecho de que la esposa, al casarse, forme parte de la unidad doméstica del marido.

Todos estos factores ayudan a entender la marcada masculinización y juventud del contingente, el papel económicamente subalterno de la mujer<sup>13</sup>, el elevado nivel de

12. El *biraderi* define "la red más amplia de parientes y afines a los que un individuo pertenece [...] los lazos de descendencia común y los lazos matrimoniales se consideran los determinantes de la pertenencia al *biraderi*" (Shawn, 1997: 149).

13. Aunque las mujeres no siempre trabajan de cara al público, su papel económico suele ser importante en el ámbito doméstico (como gestoras económicas) y muchas anhelan poder ayudar a sus maridos mediante trabajo informal, generalmente mediante la manufactura doméstica (Gardner y Osella, 2004: xxiv; Sáiz, 2007).

dependencia económica en origen y la relevancia del envío de remesas, el rol del patriarca en la actividad comercial y en la toma de decisiones, el carácter familiar de las empresas o el papel omnipresente del capital social como vía de acceso a oportunidades laborales y comerciales.

La estructura de oportunidad, como hemos podido analizar, remite al particular contexto en el que tiene lugar la inmigración pakistaní y su potencial despliegue económico en España: un contexto socioeconómico y político *a priori* progresista, que ha fomentado leyes migratorias y comerciales permisivas, así como una etapa histórica de desarrollo económico en el cual se han generado nuevas y amplias posibilidades laborales y comerciales para esta población recién llegada.

En cuanto a las estrategias étnicas, el éxito empresarial pakistaní deriva de una conjugación favorable de ciertas variables que se vinculan al comercio étnico en general (Aldrich & Wuldirzger, 1990). En primer lugar, su asentamiento se guía por una *estructura de oportunidad* favorable: oportunidades comerciales y residenciales, una numerosa demanda receptiva a los productos exóticos, etc. El destino migratorio, lejos de ser arbitrario, obedece a un análisis concienzudo de las ventajas y desventajas económicas del país de destino<sup>14</sup>, del barrio, de la disponibilidad de vivienda, locales comerciales o de las características de los consumidores potenciales. En este último sentido, los pakistaníes han sido habilidosos comerciantes que han cubierto tanto la demanda local (alcohol, verdura, *döner kebab*), como la demanda coétnica (carnicerías *halal*, peluquerías), particularmente en el ámbito de necesidades básicas como la alimentación (pequeños supermercados), la comunicación (locutorios) o la vivienda (mercado inmobiliario). En sentido inverso, como ya hemos señalado, el comercio pakistaní ha resultado particularmente atractivo para la clientela general porque ofrece ventajas de carácter económico (precio, variedad, calidad, etc.), pragmático (horario de apertura, disponibilidad y variedad de productos) o sociocultural (adecuación al gusto cultural local, introducción de productos considerados “exóticos”).

Los comerciantes pakistaníes se han establecido como un *enclave étnico* que ha sabido sacar partido de sus recursos culturales para aprovechar y potenciar las posibilidades comerciales. Pero no sólo eso; mientras que los recursos culturales (carácter cohesionado del colectivo, peso de las relaciones económicas informales o relevancia del prestigio) han tenido un papel fundamental en la fase de asentamiento, los recursos de clase (capital humano y financiero) parecen tener un rol más importante en la fase de expansión. En

14. Algunos países aplican una política más restrictiva que impide o limita la proliferación de los comercios étnicos, mediante regulación laboral, tributos, fijación de horarios, exigencia de licencias, aplicación de leyes salariales o control de la importación y la exportación.

esta convergencia entre recursos culturales y de clase, las amplias redes internacionales, el valor depositado a la formación educativa o el recurso a alianzas matrimoniales ventajosas han tenido un papel crucial.

Teniendo en cuenta la expansión económica de algunos emprendedores pakistaníes, parecería que la lógica del neoliberalismo económico ha influido poderosamente en su expansión, al promover, aparentemente, valores como la libre competencia, la autoexplotación, el cálculo racional, la propiedad privada, la maximización del beneficio y la acumulación del capital, o la internacionalización de las relaciones. Sin embargo, como se ha mostrado, parece que ha pasado lo contrario: buena parte de estas acciones económicas tienen motivos culturales y sociales. En otras palabras, si bien el comportamiento económico pakistaní parecería un ejemplo paradigmático en defensa del *formalismo* en antropología económica (que aboga por aplicar la teoría neoclásica a cualquier contexto cultural), lo que ocurre en realidad es que, bajo la apariencia de una praxis e ideología aparentemente neoliberal, se halla de hecho un particular *locus* cultural y social (*sustantivismo*). Es más, sólo aquellos empresarios que han sabido coligar de modo efectivo cultura y economía, recursos socioculturales y económicos, han logrado devenir verdaderamente exitosos.

No cabe duda de que los empresarios pakistaníes representan la historia del éxito. Pero esta es la historia de la minoría e incluso estos, antes del éxito, tuvieron que pagar un elevado coste social. Este coste social implica, por ejemplo, una gran vulnerabilidad económica y el sometimiento a condiciones laborales de explotación y fraude; duras condiciones de vivienda y un elevado grado de hacinamiento; alienación social que, en ocasiones, provoca aislamiento o xenofobia; la separación prolongada de su lugar de origen y, sobre todo, de su ámbito familiar, lo cual conlleva un elevado número de problemas psicológicos y afectivos a medio y largo plazo (véase, por ejemplo, el *Síndrome de Ulises*, en Achotegui, 2004). Es más, a raíz de la crisis económica, la situación de vulnerabilidad de los inmigrantes se ha recrudecido: no sólo es más costosa la reagrupación familiar, sino que se hace más patente la persecución del *inmigrante ilegal*.

La clave de la metáfora que abre este artículo –*Pecunia Ex Machina*– alude, por lo tanto, a la paradoja entre la ganancia económica y el coste social, la cual recorre buena parte de las elecciones vitales del pakistaní inmigrado. Mediante este análisis se espera haber contribuido a esclarecer tanto los objetivos migratorios de un sector de la comunidad pakistaní como las problemáticas subyacentes a tales objetivos. Sólo mediante la comprensión de objetivos y contextos de las distintas comunidades migrantes podremos ser capaces de abordar las cuestiones económicas generales relacionadas con los recientes flujos migratorios en España. Y este sentido, la antropología social no sólo dispone de las herramientas adecuadas para hacerlo, sino que además podría liderar un amplio y fructífero campo de análisis todavía prácticamente inexplorado en el caso de España.

Referencias bibliográficas

- ACHOTEGUI, Joseba. "Emigrar en situación extrema: el Síndrome del inmigrante con estrés crónico y múltiple (Síndrome de Ulises)". *Norte de salud mental*. No. 21 (2004).
- ALDRICH, Howard y WULDIRZGER, Roger. "Ethnicity and entrepreneurship". *Annual Review of Sociology*. No. 16 (1990). P. 111-135.
- ARJONA, A. y CHECA, J. C. "Economía étnica. Teorías, conceptos y nuevos avances". *Revista internacional de sociología (RIS)*. Vol. LXIV. No. 45 (septiembre-diciembre 2006). P. 117-143.
- ARJONA, A. *Inmigración y mercado de trabajo. El caso de la economía étnica en Almería*. Almería: Universidad de Almería, 2004.
- ARJONA, Á. y CHECA, J.C. "Emprendedores étnicos en Almería. ¿Una alternativa laboral a la segmentación del mercado de trabajo?". *Sociología del Trabajo*. No. 54 (2005a). P. 101-125.
- BALLARD, Roger. "A case of capital-rich under-development: The paradoxical consequences of successful transnational entrepreneurship from Mirpur". En: OSELLA, F. y GARDNER, Katy (eds.) *Migration, modernity and social transformations in South Asia*. Sage Publications: New Delhi, 2004.
- BECKER, G. S. *Accounting for Tastes*. Cambridge: Harvard University Press, 1995.
- BELTRÁN, Joaquín. "El transnacionalismo en el empresariado asiático de España". *Migración, transnacionalismo y empresariado asiático en España. Revista CIDOB d'Afers Internacionals*. No. 78 (2007a).
- BELTRÁN, Joaquín; OSO, L. y RIBAS, N. *Empresariado étnico en España*. Ministerio de Asuntos Exteriores, 2007b.
- BONACICH, E. "A Theory of Middleman Minorities". *American Sociological Review*. No. 38 (1973). P. 583-94.
- CHAYANOV, Alexander. *La organización de la unidad económica campesina*. Buenos Aires: Ediciones Nueva Visión, 1974.
- DAS, Veena. "The Structure of Marriage Preferences: An Account from Pakistani Fiction". *Man*, New Series. Vol. 8. No. 1 (marzo 1973). P. 30-45.
- DAVIES, L. E. "Black and White Social Work Faculty: Perceptions of Respect, Satisfaction, and Job Performance". *Journal of Sociology and Social Welfare*. No. 12 (1985). P. 79-94.
- HARVEY, David. *The Condition of Postmodernity. An Enquiry into the Origins of Cultural Change*. Cambridge: Blackwell, 1990.
- GIDWANI, Vinay y SIVARAMAKRISHNAN, K. (2004) "Circular migration and rural cosmopolitanism in India". En: OSELLA, Filippo y GARDNER, Katy (Eds.) *Migration, modernity and social transformations in South Asia*. Sage Publications: New Delhi, 2004.
- GRANOVETTER, M. *Getting a Job*. Cambridge, Mass.: Harvard University Press, 1974.
- HASTINGS, D. y SELIER, F. (eds.) *Family and Gender in Pakistan: Domestic Organization in a Muslim Society*. New Delhi: Hindustan Publishing Corporation, 1997.
- INTERPOL & National Commission on Terrorist Attacks (2004) *The 9/11 Commission Report: Final Report of the National Commission on Terrorist Attacks Upon the United States*. W. W. Norton & Company. Capitulo V, pág. 499, nota a pie nº 131.

- KAPLAN, David H. y WEI, Li (eds.) *Landscapes of the Ethnic Economy*. Rowan and Littlefield: New York, 2006.
- LEFEBVRE, Alain. *Kinship, Honour, and Money in Rural Pakistan: Subsistence and the Effects of Internal Migration*. Richmond, Surrey: Curzon, 1999.
- MANDELBAUM, David G. *Women's seclusion and men's honour. Sex roles in North India, Bangladesh, and Pakistan*. Tucson & London: University of Arizona Press, 1988.
- MODEL, Suzanne. "A Comparative Perspective on the Ethnic Enclave: Blacks, Italians, and Jews in New York City". *International Migration Review*. Vol. 19. No. 1 (primavera 1985). P. 64-81.
- MOLINA, José Luis y VALENZUELA, Hugo. *Invitación a la Antropología Económica*. Barcelona: Bellaterra, 2007.
- OSELLA, Filippo y GARDNER, Katy (eds.). *Migration, modernity and social transformations in South Asia*. Sage Publications: New Delhi, 2004.
- PARELLA, Sonia. *Estrategias de los comercios étnicos en Barcelona, España. Política y Cultura, primavera*. Nº 23. Xochimilco: Universidad Autónoma Metropolitana, México, 2005. P. 257-275.
- PORTES, Alejandro y BACH, Robert L. *Latin Journey: Cuban and Mexican Immigrants in the United States*. Berkeley: University of California Press, 1985.
- PORTES, A. y MANNING, R. "The Immigrant Enclave: Theory and Examples". En: Nagel, J. y Olzak, T. (eds.) *Competitive Ethnic Relations*. Orlando: Academic Press, 1986.
- PORTES, A. y IENSEN, L. "What's an ethnic enclave? The case for conceptual clarity". *American Sociological Review*. No. 52 (6) (1987). P. 768-771.
- PORTES, A. y STEPICK, Alex. *City on the Edge. The Transformation of Miami*. Berkeley: University of California Press, 1994.
- PYONG GAP MIN y BOZORGMEHR, Mehdi. "Immigrant Entrepreneurship and Business Patterns: A Comparison of Koreans and Iranians in Los Angeles". *International Migration Review*. Vol. 34. No. 3 (otoño 2000). P. 707-738.
- RIOL CARVAJAL, Eduardo. "La vivienda de los inmigrantes en Barcelona: el caso del colectivo pakistaní". *Revista electrónica de geografía y ciencias sociales*. Vol. VII. No. 146 (059). Barcelona: UB, 2003.
- SÁIZ, Amelia. "Mujeres en la empresa familiar: El caso de las empresarias asiáticas". *Migración, transnacionalismo y empresariado asiático en España. Revista CIDOB d'Afers Internacionals*. No. 78 (2007). P. 33-56.
- SERRA DEL POZO, Pau. *El Comercio Étnico en el Distrito de Ciutat Vella de Barcelona*. Premi Rogeli Duocastella de 2005. Barcelona: Fundació La Caixa, 2006.
- SOLÉ AUBIA, Montserrat y RODRÍGUEZ ROCA, Josep. "Pakistaníes en España: un estudio basado en el colectivo de la ciudad de Barcelona". *Revista CIDOB d'Afers Internacionals*. No. 68 (2005). P. 97-118.
- SOLER, Carlota y PARELLA, Sonia. *Negocios étnicos. Los comercios de los inmigrantes no comunitarios en Barcelona*. Barcelona: Fundació CIDOB, 2005.
- TOLEDANO, N.; URBANO, D.; GÓMEZ, S.; MOLINA, J. L. y VALENZUELA, H. *Perfiles del empresariado étnico en España. Una aproximación a las causas dinámicas y espacios transnacionales de empresarios inmigrantes*. Proyecto de investigación manuscrito, 2008. No publicado.

- TOLSANAS PAGÈS, Mònica. "Las calles de Barcelona, las casas de Pakistán". *Transnacionalismo y generación posmigratoria. Revista CIDOB d'Afers Internacionals*. No. 78 (2007). P. 33-56.
- VALENZUELA GARCÍA, Hugo. "Conclusión. Crítica a la economía moral". *Etnografía de un kampong malayo: Pesca, subdesarrollo y multiculturalismo*. Nueva York y Londres: Edwin and Mellen Press, 2009.
- *La isla de las víctimas de la complicidad. Economía política, dialéctica y cultura de los pescadores de Pulau Tuba (Langkawi, Estado de Kedah, Malaysia)* (2006). UAB. Tesis doctoral. Publicación en línea: <http://www.tdcat.cesca.es/TDX-0223107-170104/index.html>.
- WALDINGER, R. D. *Through the Eye of the Needle: Immigrants and Enterprise in New York's Garment Trades*. Nueva York y Londres: New York University, 1986.
- "Structural Opportunity or Ethnic Advantage? Immigrant Business Development in New York". *International Migration Review*. Vol. 23. No. 1 (primavera 1989). P. 48-72.
- WATKINS, Francis. "Save there, eat here: Migrants, households and community identity among Pakhtuns in northern Pakistan". En: Osella, F. y Gardner, Katy (eds.) *Migration, modernity and social transformations in South Asia*. Sage Publications: New Delhi, 2004.
- WERBNER, Pnina. *The Migration Process. Capital, Gifts and Offerings among British Pakistanis*. Explorations in Anthropology Series. Berg: Oxford, 1990.
- WOLF, Eric. *Los Campesinos*. Nueva colección Labor: Barcelona, 1971.
- ZAK, Paul J. (ed.) *Moral Markets. The Critical Role of Values in the Economy*. Princeton University Press: Princeton and Oxford, 2008.
- ZHOU Yu. "Beyond Ethnic Enclaves: Location Strategies of Chinese Producer Service Firms in Los Angeles". *Economic Geography*. Vol. 74. No. 3 (1998). P. 228-251.