

Mezclilla, consumo y la configuración de los sujetos rurales neoliberales en Tlaxcala, México



MEZCLILLA, CONSUMO Y LA CONFIGURACIÓN DE LOS SUJETOS RURALES NEOLIBERALES EN TLAXCALA, MÉXICO¹

DENIM, CONSUMPTION AND THE CONFIGURATION OF THE NEOLIBERAL RURAL SUBJECTS IN TLAXCALA, MEXICO

RESUMEN

Presento el caso de una localidad tlaxcalteca que desde hace treinta años desplazó el trabajo agrícola por la maquila de confección. Además de las relaciones laborales, sus prácticas de consumo, sus dinámicas culturales y familiares, así como su entorno, se reconfiguraron en formas múltiples y complejas. Lo anterior se explica, en parte, por el cambio en los patrones de consumo global en torno a las mercancías baratas, y en mayor medida a los cambios en organización productiva a nivel mundial. Es así que el objetivo es presentar algunos resultados de un proyecto más amplio, y colocar los datos empíricos bajo un marco que articule esas transformaciones socioculturales y ambientales dentro de una historia más amplia. Plantea recuperar el análisis antropológico del consumo, reconociendo la relación dialéctica entre éste y la producción, así como las condiciones materiales en las que las decisiones y procesos económicos son configurados.

PALABRAS CLAVE: Antropología rural; consumo; precariedad; mezclilla; neoliberalismo.

Copyright © Revista San Gregorio 2017. ISSN 2528-7907. ©

ABSTRACT

I present the case of a rural village in south Tlaxcala that thirty years ago switched from agriculture to a particular type of garment maquila. In addition to labor relations, their consumption practices, their cultural and family dynamics, as well as their environment, were reconfigured in multiple and complex ways. This is explained, in part, by the changes in global consumption patterns and the rise of cheap commodities, and to a greater extent by changes in the global organization of production. This article advances some results of a mayor project, and places empirical data under a framework that articulates these socio-cultural and environmental transformations within a broader history. It seeks to recover the anthropological analysis of consumption, recognizing the dialectical relationship between consumption and production, as well as the material conditions in which decisions and economic processes are made.

KEYWORDS: Consumption; denim; neoliberalism; precarity; rural anthropology.

Copyright © Revista San Gregorio 2017. ISSN 2528-7907. ©



ARTÍCULO RECIBIDO: 23 DE ENERO DE 2017

ARTÍCULO ACEPTADO PARA PUBLICACIÓN: 8 DE MAYO DE 2017

ARTÍCULO PUBLICADO: 15 DE SEPTIEMBRE DE 2017

1. Este trabajo se realizó con el apoyo del proyecto PAPIIT-UNAM IA300316 "Aguas azul mezclilla: deterioro socioambiental y precariedad en el suroeste de Tlaxcala". La autora agradece a todos los miembros del Taller permanente de etnografía (organizado por Sandra Rozental y Carlos Mondragón) por comentar una versión anterior de este artículo, así como a los dos dictaminadores por sus atinadas sugerencias.

INTRODUCCIÓN

En 2014 conocí por primera vez a Priscila y a Mario, una pareja de jóvenes treintañeros con tres hijos y un naciente taller de maquila de mezclilla que consistía en ocho máquinas de coser ubicadas en un oscuro cuarto que la madre de Mario les había prestado. Las dos piezas donde habitaba esta familia funcionaban como casa y taller al mismo tiempo, el comedor y cocina —una hornilla eléctrica— ocupaban el mismo espacio con una máquina de coser, paquetes de hilos, cientos de retazos, envases de refresco y basura, así como montones de pantalones y piezas de tela esperando ser ensambladas. El polvo de algodón cubría mesas, utensilios de cocina, piso y los escasos focos fluorescentes que pendían del techo. Para finales de 2016, el negocio prosperó y la joven familia rentó una casa independiente y de mayor tamaño para montar el taller.

La casa se ubica a la orilla de la vieja carretera que conecta San Martín Texmelucan, Puebla y la ciudad de Tlaxcala; cuenta con un gran patio, dos cuartos para dormir, una cocina con espacio para desayunador y un baño exterior. La pieza destinada en su origen a un comedor y sala está ocupada por el taller que ahora consta de quince máquinas, dos de las cuales acaban de adquirir a través de un crédito, una presilladora por 25,000 pesos y una pretinadora por 35,000. Ya no caben en el taller, por lo que han tenido que instalar una máquina en el patio y otra en el desayunador. Las máquinas son operadas por siete u ocho trabajadores que al igual que en el taller anterior conviven con polvo, hilos, telas, alteros de pantalones y montones dispersos de retazos, basura y botellas de refresco.

Con un poco de pena y las manos teñidas de azul, Priscila me comentó que el crecimiento

del taller se debe a que sus “patrones” habituales les han dado más trabajo y a que tienen dos “patrones” nuevos. Un par de meses antes de iniciar la temporada con mayor demanda del año (diciembre) su taller estaba maquilando alrededor de 1,200 pantalones a la semana que pertenecen a “patrones” de su misma localidad, de pueblos cercanos como Temaxcalac, Moyotzingo y Texoloc, en Tlaxcala, y del estado de México y el Distrito Federal. El precio de los pantalones que maquilan varía dependiendo del origen de la tela, el acabado y la marca, y, aunque se distribuyen en diversos mercados, el más común es el de San Martín². Los jeans de marca local o clones de marcas reconocidas como Levi’s, OGGI, Goga, Hollister, entre otros, son productos de bajo costo que convergen en el tianguis con otras mercancías baratas (playeras, tenis, sudaderas, conjuntos de pants, chamarras, leggings) fabricadas en otros lugares de la región.

Priscila y Mario son habitantes de San Mateo Ayecac, una de las cuatro comunidades que pertenecen al municipio de Tepetitla de Lardizábal, en el suroeste de Tlaxcala. Aunque la maquila de confección y la producción de ropa de marcas propias o clonadas son actividades comunes en la región, desde hace poco más de treinta años los habitantes de San Mateo abandonaron el trabajo agrícola, así como otras actividades complementarias, y se especializaron en la manufactura de jeans. Entre otras cosas, este tránsito ocupacional experimentado por el grueso de la población ha reconfigurado no sólo la economía y los procesos productivos, sino la organización familiar, las relaciones intra y extracomunitarias, las trayectorias de vida de los jóvenes, las tendencias de consumo individuales y colectivas, el medio físico que los rodea, así como la forma en la que lo conciben y se relacionan con él.

Este artículo se enfoca en uno de los múltiples hilos dentro del entramado que se ha configurado en torno a la producción de mezclilla en una pequeña población rural de México; a saber, las dinámicas de consumo. Históricamente, los estudios sobre producción han dominado el escenario rural, relegando en buena medida la cuestión del consumo. Esta tendencia y la idealización de la “ruralidad” contri-

2. El tianguis se ubica en el municipio de San Martín Texmelucan, Puebla, y colinda con Tepetitla. No se tiene una noción exacta de su extensión actual (entre 20 y 35 hectáreas) debido a que la mayoría de los más de 20,000 comerciantes que acuden a vender al mayoreo y menudeo se instalan cada martes en puestos de diversos tamaños sobre calles y banquetas. Los compradores provienen de diversas regiones, particularmente del sur y sureste del país. Se comercializan todo tipo de mercancías, aunque la de mayor presencia es la ropa.

buyeron a configurar categorías rígidas que en muchos sentidos negaban u oscurecían las dinámicas de consumo entre sus habitantes. De igual forma, era común que estos procesos fueran descritos como una amenaza a la vida tradicional rural o como una irrefutable imposición capitalista. A contrapelo y sin perder de vista las relaciones desiguales de poder, propongo despojarnos de estas nociones del consumo y profundizar en las múltiples aristas que este concepto nos puede brindar para aproximarnos a las ruralidades actuales. El acercamiento al consumo visto en función de la producción nos permite aprehender las transformaciones sociales, económicas, políticas, culturales y ambientales que enfrentan las poblaciones rurales actuales desde una perspectiva más fresca.

El objetivo principal es demostrar que las prácticas de consumo de los sanmateanos, tanto individuales como familiares, se transformaron como resultado de la especialización en la producción de mezclilla. Hogaño, el consumo de ciertos servicios y mercancías sólo puede entenderse a partir de la actividad principal del pueblo; de tal suerte, su consumo no sólo nos informa sobre sus gustos, los patrones de belleza o la performatividad de sus habitantes, también nos da cuenta de las múltiples maneras en las que su forma de vida se ha trastocado.

El texto reúne y discute información obtenida durante dos años (2015 y 2016) de trabajo de campo, y una encuesta aplicada al 5% de los hogares de la localidad. Los individuos y familias entrevistadas están en su mayoría involucradas en alguna etapa de la producción de mezclilla, pero también se obtuvieron datos de otros sujetos, incluyendo comerciantes del tianguis, autoridades civiles y religiosas, obreros, maestros y músicos.

El trabajo se divide en tres partes. En la primera elaboro un breve acercamiento crítico a la antropología del consumo y delinearé la forma en la que se aborda en el presente texto. Posteriormente, expongo el caso de estudio a la luz de la discusión teórica del consumo y la antropología. En la tercera parte presento las conclusiones.

CONSUMO Y ANTROPOLOGÍA

El enfoque en consumo en la antropología es relativamente reciente y aunque diverso, se desprende de raíces similares. Miller (1995), uno de los antropólogos más visibles en estudios de consumo, considera que este tópico tardó en afianzarse en la disciplina debido a que, tradicionalmente, ha estado más interesada en una "otredad no adulterada" donde el consumo representaba la presencia del capitalismo y/o la pérdida de cultura o tradicionalidad. Esta aura moral que acompaña al consumo, apunta Wilk (2001:270), es común a otras ciencias; mientras que la tendencia en la antropología apuntaba hacia la pérdida de cultura, para la sociología es el resultado de la decadencia social y para la psicología una patología de una persona perturbada.

Aunque no son irreconciliables, hay dos polos opuestos en torno a los estudios sobre consumo que se han adoptado en la antropología y otras disciplinas. Por un lado, está aquella que se puede rastrear al trabajo de Thorstein Veblen (1899, citado en Clark, Doel & Housiaux, 2003), cuya premisa principal es que el consumo se reduce a la búsqueda de una satisfacción individual a través de los bienes, tutelada por necesidades y valores impuestos y falsos. Baudrillard (2009) y Bauman (2010) son quizá los autores contemporáneos con mayor exposición que comulgan con esta propuesta.

La otra visión está dominada por antropólogos, entre los que destacan Appadurai (1986), Friedman (1994) y Miller (1998, 1995, 1987), y es prácticamente una reacción a la postura anterior. Su objetivo es devolver el poder de decisión y acción a los sujetos en relación con el consumo, considerándolo, incluso, como una herramienta para construir identidades particulares. Los más, fueron estudios de corte semiótico que se enfocaron en los símbolos y significación de los objetos consumidos. Esto es, las mercancías se convirtieron en símbolos, con un significado compartido, que podían ser apropiados por aquellos sujetos que los consumían³. Los individuos, en este sentido, crean significados, recrean identidades y disfrutan las mercancías y objetos que consumen.

3. Carrier y Heyman (1997) hacen un excelente resumen de esta perspectiva.

Al igual que la otra perspectiva, estos estudios semióticos del consumo, como sugiere Graeber (2011), simplificaron la postura de la economía política marxista al postular un escenario muy rígido en donde los sujetos eran autómatas manipulados a comprar mercancías falsas e innecesarias y la contrapuntaron con su perspectiva que dotaba de total libertad de decisión a los sujetos y ponía a la cultura como central en la producción de necesidades.

Miller se inclina hacia el extremo culturalista, pero ha elaborado un marco analítico profundo, en tanto propone al consumo como una expresión de diversidad y heterogeneidad dentro del mundo global, apuntando a los consumos locales como variantes del consumo en masa (Miller, 1995: 267). En vez de juzgar las prácticas de consumo como negativas y externas las define como un mecanismo cultural interno a través del cual se construyen los sujetos: "la forma actual en la que los grupos reivindican su pluralismo ante instituciones nuevas, masivas y distantes" (Miller, 1995: 268-286).

Dicha propuesta es relevante porque apunta hacia la eliminación de la división entre lo tradicional y lo moderno, sociedad capitalista y pre-capitalista y otros dualismos. Sin embargo, al considerar al consumidor como el motor de la sociedad contemporánea, y caracterizarlo como un individuo libre para decidir y actuar, obnubila una serie de constricciones sociales, económicas, políticas y geográficas que moldean esas decisiones; además de que las identidades que él sugiere se construyen a partir de sus prácticas de consumo.

Este trabajo se desmarca de ambos extremos, y más bien, plantea que es preciso reconocer la relación dialéctica entre consumo y producción, así como las condiciones materiales en las que las decisiones y procesos económicos son tomadas. Carrier (2006), Mintz (1986), Roseberry (1996) y otros antropólogos hacen esta conexión, la cual se antoja necesaria si pretendemos entender las transformaciones en el mundo rural contemporáneo. Por supuesto la visión de la producción y el consumo como procesos mutuamente constituyentes, no es nueva; pero, los argumentos que enaltecen al consumo en sustitución de la producción, como los de Miller, ocultan los procesos de producción y las dinámicas articuladas a ellos, las cuales tienen implicaciones

importantes en la vida de los sujetos que estudia la antropología.

En este ánimo crítico, Rothstein (2005) plantea que las fuerzas contemporáneas globales en la actualidad, así como los nuevos sistemas de reproducción y control del trabajo pueden ocultar la importancia de la producción y crear una preocupación superficial del consumo y del consumismo. La explicación semiótica y la idea de un comprador libre y soberano es insuficiente, ya que ignora que tanto los productos como las identidades se construyen dentro de un marco estructural que, si bien no es totalmente determinante, existen factores políticos, económicos y sociales que constriñen las decisiones y las arenas en las que éstas son tomadas; incluyendo la posibilidad de una identidad determinada. Es curioso que, como señalan Carrier (2006: 274) y Carrier y Heyman (1997:360-361) la noción de las personas como consumidores que interpretan significados, como decisores libres influenciados por construcciones culturales y/o psicosociales específicas, se asemeja a la premisa de la economía neoclásica.

A continuación, muestro el caso de una localidad rural en el centro de México que en los últimos treinta años desplazó el trabajo agrícola por la maquila de confección y junto con esta transformación laboral, sus prácticas de consumo, sus dinámicas sociales y culturales, así como su entorno se reconfiguraron drásticamente. Esto se explica, en parte, por el cambio en los patrones de consumo global en torno a las mercancías baratas, y en mayor medida a los cambios en la organización productiva a nivel mundial.

Es preciso enfatizar que no es menester de este trabajo detallar el momento mismo del consumo en función de los gustos, performatividades, necesidades/deseos, opciones y limitaciones; esto es, la parte más subjetiva del proceso. Lo que encontré durante el trabajo etnográfico me enfrentó con una dinámica más amplia, es decir, hallé que existe una articulación entre la condición precaria (trabajo, medio ambiente) de esta población rural, con la de otros pueblos en la misma condición que está directamente relacionada con sus dinámicas y posibilidades de consumo. Planteado de otra forma, su consumo no está aislado de sus condiciones de vida y trabajo, su papel en la subindustria del pantalón informal y posibilita el consumo de mercancías baratas, al

tiempo que refuerza este tipo de producción precaria y flexible. Ambos procesos son mutuamente constituyentes.

EL PUEBLO AZUL MEZCLILLA

Los jeans son quizá una de las prendas más ubicuas y populares en la historia humana. Sin contar otras prendas hechas con mezclilla, ¿Cuántos jeans tiene el lector en su guardarropa? Según la Cotton Incorporated (2008), los mexicanos (del área metropolitana) ocuparon en 2008 el primer lugar en el número de prendas de mezclilla (17), arriba del promedio de los estadounidenses y tailandeses (con 16) y los colombianos (con 15). En el mundo se producen miles de millones de prendas de mezclilla cada año. Sólo en el 2014 Estados Unidos importó 3,700 millones de prendas de mezclilla, en su gran mayoría (98%) jeans; del total, 27.3% fueron manufacturadas en suelo mexicano (Sjolrivet, 2015).

En México se producen alrededor de 357 millones de metros lineales de tela de mezclilla, cerca de la mitad se ocupa en el mercado nacional, la otra mitad se exporta, ya sea en forma de materia prima (150 millones) o a través de la industria de la confección (28.5 millones) (Becerril, 2014). Es importante señalar que este país es de los principales proveedores de tela y prendas de mezclilla de Estados Unidos (Cotton Inc., 2006 y 2011; Rivet Staff, 2016).

La relevancia en términos productivos de la mezclilla en México es innegable, como también lo es en cuestión del consumo. Según un consultor-experto en marketing y director del CEDETTEX (Centro de Diseño y Desarrollo de Productos Textiles) en el 2015 los pantalones de mezclilla ocuparon el 30% de las ventas totales de ropa en México, de manera que son la prenda más vendida en el país (Rodríguez, 2015). Estas encuestas serían más abultadas si se tomaran en cuenta los miles de jeans diseñados y manufacturados en pequeños talleres, en su mayoría clandestinos, y vendidos en tianguis o mercados.

Esta "pequeña producción" se encuentra fuera de los grandes circuitos de maquila y confección global, ya que son marcas propias o copias ilegales de marcas conocidas, no obstante, son parte de una dinámica poderosa

de producción y consumo regional que está moldeando las vidas y el medio ambiente de pueblos completos en el centro de México.

Este es el caso de San Mateo Ayecac, un pueblo ubicado en una región (suroeste) que, hasta mediados del siglo pasado, fue una zona lacustre con una laguna (del Rosario), pantanos y zonas inundables, dos importantes corrientes de agua (Atoyac y Zahuapan) y con una fuerte vocación agrícola⁴. Esta abundancia de agua cumplió un papel primordial para el establecimiento durante la colonia de pequeñas, pero muy productivas, haciendas trigueras, obrajes de lana y, posteriormente, fábricas textiles. Actualmente, ya no queda rastro del paisaje lacustre, la agricultura es modesta y de pequeña escala, y la población está inmersa en una dinámica pluriactiva. Particularmente en los límites entre Puebla y Tlaxcala la gran industria ha dejado una marca indeleble en el territorio; el río Atoyac, principal fuente de riego, es un canal de desagüe industrial y urbano, con las consecuencias ambientales, socioculturales y de salud que esto implica (ver Velasco, 2017).

San Mateo colinda con el municipio de San Martín Texmelucan, Puebla, hogar de uno de los conglomerados industriales más importantes del centro de México. Aunque a partir de 1940 comenzó una migración pendular laboral hacia la ciudad de México, las actividades agrícolas fueron perdiendo centralidad hasta la década de 1970. Este proceso se dio de la mano de la introducción de la costura a domicilio de vestidos para comerciantes libaneses y judíos del centro de la ciudad. La migración se modificó de manera que los sanmateanos sólo iban a la ciudad a recoger el material (molde, tela, hilos) para coser conjuntos de dama y luego para regresar las prendas confeccionadas. Después de una década con esta dinámica, comenzaron a independizarse y especializarse en la manufactura de jeans. Para abarcar en su totalidad el proceso de producción, desde su diseño hasta su venta, instalaron a mediados de 1990 lavanderías y talleres de acabados especializados. Desde entonces Ayecac es "el pueblo mezclillero".

La cercanía a los parques industriales; las políticas federales y estatales que la impulsaron; la poca redituabilidad del campo; la falta

4. La fertilidad característica de la zona se debe en gran medida a la confluencia de flujos de agua provenientes de los volcanes Popocatepetl, Iztaccíhuatl y Malinche, entre otras elevaciones, que enmarcan el Valle de Puebla-Tlaxcala.

de tierras para las nuevas generaciones, aunado al desinterés por trabajar la tierra; la migración a la ciudad de México, entre muchos otros factores locales y globales, plantearon un escenario local fértil para que el trabajo de maquila de ropa se convirtiera en una opción laboral importante en el lugar.

Hoy en día, San Mateo tiene una población de 3,400 personas; alrededor del 85% se dedica a alguna actividad relacionada con la fabricación de jeans. La maquila sigue existiendo, la diferencia con la dinámica de mediados de 1970 es que se produce para un "patrón" local o bien, para un "patrón" regional; en su mayoría son parientes, conocidos o gente de la región (Santa Ana Xalmimilulco, San Baltazar Temaxcalac, San Lucas Atoyatenco). La maquila en San Mateo no está involucrada en los circuitos de subcontratación de las grandes mezclilleras o marcas transnacionales como es el caso de Tehuacán o algunas localidades de Texmelucan.

Tanto hoy como entonces, los talleres (de confección o lavado) en San Mateo difieren en tamaño, volumen de producción y las fases del proceso que realizan. Hay una gran diversidad en las formas de obtener ingresos a partir del trabajo del pantalón. Trabajos hay tantos, como fases en el proceso de producción: diseñar, cortar, coser, bordar, dar acabado, lavar, planchar, transportar y vender; sin mencionar el cortado y doblado de bolsa para el interior de los pantalones y la venta de insumos.

Puede haber dueños de talleres completos, de grandes lavanderías y talleres de acabados, talleres de costura, talleres de planchado, talleres de costura de ojal, así como los trabajadores de estos talleres, puede haber costureros que siempre han trabajado en casa para diferentes "patrones", algunos de ellos con máquinas propias y otros sin ellas. Finalmente, es interesante observar que incluso un solo individuo pudo haber pasado por todas estas modalidades, es decir, haber iniciado como trabajador en un taller, luego coser en casa y finalmente generado capital para montar su propio taller.

La gente del pueblo observa la especialización de sus actividades como algo positivo porque, a diferencia de los empleos en fábricas, del trabajo agrícola o, incluso de la profesionalización, "el pantalón" les ha brindado empleo e ingresos constantes durante algunas décadas. Esta dinámica ha retenido a los potenciales migrantes y atraído población trabajadora de otros estados de la república.

El ingreso promedio de un trabajador en un taller de confección o una lavandería es 40 o 50 centavos por pieza, por lo que en una semana puede obtener entre 1,200 y 1,500 pesos. Sin embargo, la demanda y el pago son inestables, no tienen prestaciones, las jornadas de trabajo son largas, sobretodo en temporada alta (septiembre-enero) y las condiciones para laborar representan riesgos a la salud⁵. Haciendo un cálculo tímido no sería arriesgado plantear que semanalmente salen 40 mil jeans a los mercados regionales. Los costos por pantalón varían, uno de tela china puede costar 70 pesos (3.70 dólares) al menudeo, mientras que uno con tela nacional 150 (7.90 dólares), y uno clonado 250 pesos (13.20 dólares)⁶.

La producción de mezclilla en esta región responde en buena medida, aunque no únicamente como se verá más adelante, a la dinámica global de producción de mercancías baratas para un consumo barato, basado en la flexibilidad laboral, el abaratamiento de costos (excepto el de las materias primas) laborales y ambientales⁷. Para lograr competir en un mercado de estas características, los sanmateanos se han impuesto una disciplina onerosa que ha modificado el tiempo, el espacio y las relaciones individuales, familiares y locales. A continuación planteo algunas de estas modificaciones traídas por la producción de mezclilla que están relacionadas con el consumo.

Una porción substancial del ritmo de la vida cotidiana de los sanmateanos está marcado, por las labores fabriles, por ende, una buena parte del consumo está irremediamente relacionado con ellas. Insumos como máquinas de coser, camionetas, rollos de tela y

5. Las largas horas sentados puede traer problemas a la columna vertebral, de circulación, o musculares; por otro lado, el polvo de algodón presente en los talleres y casas tiene repercusiones en el sistema respiratorio y provoca, en casos ya documentados, cáncer en la nariz. Sin mencionar, la exposición a cloros y otras sustancias tóxicas provenientes de las lavanderías, así como la introducción de tintes vía cutánea.

6. En 2017, un dólar equivale a 19 pesos en promedio.

7. Los talleres de lavado de mezclilla vierten tintes, permanganato de potasio y sustancias cloradas diversas directamente al drenaje, el cual desemboca en el río Atoyac, contribuyendo a la contaminación de esta corriente de agua.

otros objetos relacionados con el trabajo son privilegiados en el gasto familiar o individual, como se puede apreciar en el caso de Priscila y Mario. Encontré que este tipo de consumo, tanto en familias con taller o con trabajo domiciliario tiene una prioridad mayor a otro tipo de consumos relacionados con la casa (reparaciones, muebles) o con actividades recreativas.

En este mismo tenor, se ha disparado el consumo de ciertos servicios. Cuando el trabajo de costura se popularizó entre los habitantes de San Mateo, se vendieron tierras agrícolas ejidales y/o privadas, así como solares urbanos para adquirir máquina de coser, materia prima, transporte, entre otras cosas, para montar talleres o trabajar en casa. Este proceso de capitalización desligó a una buena parte de sus habitantes de las labores del campo, lo que implicó la compra de alimentos y otros insumos. Ciertamente es que, algunas personas combinan la maquila con la producción agrícola y animales de traspatio, pero son casos excepcionales. De manera que, en su mayoría, las personas deben comprar sus alimentos en recauderías, tiendas, puestos callejeros o con vendedores ambulantes (tacos de canasta, tamales, tortas).

El trabajo es tan absorbente que fue común observar que las mujeres, quienes comúnmente realizan estas labores, compran alimentos ya preparados para la familia. El desayuno, los almuerzos de los niños en edad escolar, las comidas y las cenas pueden ser cubiertas sin problema en los múltiples puestos de comida y fondas en el pueblo.

Dulce, una costurera a domicilio me explicaba que cuando coses el pantalón se te olvida el mundo de afuera, "no sabes si es de día o de noche. Como te pagan por pieza, el tiempo es dinero y no hay tiempo para nada más". El tiempo ocupado en el pantalón dificulta la realización de otras tareas como las domésticas: cocinar, asear la casa, lavar la ropa, cuidar de los hijos, actividades llevadas a cabo generalmente por las mujeres. Los puestos y fondas resuelven la necesidad de la comida, sin embargo, el aseo y el lavado de ropa son servicios que no están al alcance de todos. Las mujeres trabajadoras en taller o a domicilio redoblan esfuerzos para ocuparse de las labores de la casa y la maquila; mientras que otras familias con mayores posibilidades eco-

nómicas, pueden pagar por que laven su ropa y limpien su casa.

La manera de resolver el cuidado de los hijos y familiares es más diversa, pero en un contexto donde el pueblo se asemeja a un piso de fábrica y el tiempo es dinero, pareciera que toda labor no inserta en la dinámica productiva tiene que ser remunerada. Tiburcio y Paloma son trabajadores a destajo; lo mismo están en un taller que cosiendo en casa. Aunque ya no tienen hijos que cuidar, cuando ambos trabajan en un taller le pagan a la madre de Tiburcio por el cuidado del bisnieto, del que están a cargo desde su nacimiento. Aunque también es común ver niños jugando y ayudando en el taller, el pago por el cuidado de niños a miembros de la familia es ya una práctica usual.

La producción de pantalones de mezclilla implica el consumo de bienes y servicios que antes no eran necesarios para la reproducción familiar. Como se puede apreciar, a veces este consumo es diferenciado por posición económica o simplemente por el periodo en el año. El consumo de estos servicios se dispara en temporada alta debido a que hay más demanda de trabajo y por ende, menos tiempo. El tiempo ocupado en otras labores es tiempo "perdido" frente a la máquina de coser, por ende, dinero no ganado.

La edad y el género marcan diferencias en el consumo individual. Los jóvenes son un caso paradigmático. La edad para contraer matrimonio se ha prolongado ligeramente, y el trabajo remunerado en los talleres comienza tan tempranamente como los ocho o nueve años. La soltería y la permanencia de estos jóvenes en casa de sus padres les facilita ciertas prácticas de consumo que con el trabajo agrícola eran inasequibles. Paradójicamente, este consumo no sería posible sin un proceso compartido de precarización, autoexplotación y alienación laboral. Es decir, estos jóvenes adquieren teléfonos, zapatos, ropa y accesorios de bajo costo (de marcas libres o "piratas") producidos en las mismas condiciones en las que ellos fabrican sus pantalones.

Si bien estas mercancías son versiones baratas de marcas conocidas, los jóvenes no las compran sólo por el precio, al igual que su producción no responde únicamente al abaratamiento global de costos. Los jeans, por ejemplo, no son una calca mecánica de los

modelos importados, los productores modifican y ajustan las tallas y los detalles de diseño para satisfacer las necesidades físicas y los gustos de una clientela particular ubicada por igual en espacios urbanos y rurales en la región, y que comparten ciertas condiciones socioeconómicas⁸. Por ende, la producción pirata, ilegal y precaria posibilita el consumo de una multitud proletaria y es el motor de un circuito de subsidio mutuo que ha contribuido a reconfigurar a estos sujetos rurales como neoliberales⁹.

Como antropólogos no podemos limitar la mirada al consumo novedoso de tenis Nike y mercancías del tipo. Además de documentar sus formas de crear o recrear identidades a través de los objetos que consumen, es preciso identificar y analizar cómo se relaciona esto con su propia experiencia laboral, cómo obtienen sus ingresos y de qué manera las mercancías que ellos producen se insertan en las dinámicas de vida de otros sujetos. Esto es, como plantea Carrier (2006: 275), pensar las dinámicas de consumo como procesos articulados con consecuencias múltiples.

Es preciso hacer una breve digresión en torno a las consecuencias ambientales de la producción de mercancías baratas en el caso que nos concierne. El río Atoyac es uno de los tres ríos más contaminados del país. Los grandes conglomerados industriales asentados en la región se han encargado de verter sustancias tóxicas a este río desde 1970; las lavanderías de Ayecac se sumaron, hace dos décadas, al vertido sin tratamiento de tintes, cloros y otras sustancias. La compleja mezcla encontrada en el río es hoy en día un peligro para la salud¹⁰.

El incremento en el consumo de mercancías baratas es una condición sine qua non de una precarización, autoexplotación e hiperflexibilización laboral que, además, tiene sendas implicancias en las dinámicas de comunidades rurales en donde el interés colectivo es relegado cada vez más. Nicanor, un mezclillero de

38 años, dueño de un taller, me planteaba la situación en el pueblo de la siguiente forma: “en el pueblo nos peleamos por los centavos [refiriéndose a la dura competencia por bajarle décimas de centavo al pago de la confección, lavado o planchado por pieza] y en el mercado por los pesos [refiriéndose a la competencia regional por disminuir precios en la venta del pantalón].” Esta disputa por los pesos y centavos, entre otras cosas, ha atomizado los intereses comunes, lo cual se puede observar en la reconfiguración de la organización de las fiestas patronales, la disminución en cooperaciones, las divisiones políticas, la ausencia de uniones laborales u organizaciones con intereses comunes.

Esto está íntimamente relacionado con la disciplina del trabajo a destajo y la maquila. El espacio y el tiempo laboral domina por sobre los demás. Se trabaja de lunes a domingo en horarios extendidos. Esto inhibe su participación en otras esferas de la vida en la localidad. Las fiestas y los rituales, incluso los funerarios, se han reconfigurado en torno a esta dinámica, ya que como dicen los sanmateanos, el trabajo es lo más importante. Por ejemplo, es común escuchar que las familias han pagado su cooperación para la fiesta, pero no pueden ir a disfrutarla porque hay un pedido que terminar o porque hay que ir a vender.

Tres argumentos principales surgen de este estudio de caso. Uno, el consumo no desarticula la ruralidad, sino que es un vehículo, de entre varios, a través del cual se han rearticulado los modos de vida de los sujetos rurales neoliberales. Dos, la alienación más profunda y que interviene en la dinámica cotidiana de la vida de estas personas es aquella ligada al trabajo, no al consumo. Éste, sin embargo, junto con la producción, son clave para entender los procesos de precarización rural que se han configurado de la mano del capitalismo neoliberal. Tres, desde hace unas décadas los sanmateanos y otros sujetos rurales han tenido acceso a una serie de mercancías que, las desearan o no, anteriormente eran incosteables.

8. Los productores decoran los pantalones con aplicaciones diversas (piedras de fantasía, estoperoles, estampados, brillos, encajes), así como tiñen, destiñen y destruyen las prendas, de manera que el producto final es una versión customizada que se consume por igual en las plazas en Tepito, Chalco, Moroleón, Temixco o Tepeaca. Para leer más sobre estas particularidades del gusto y diseño ver Vallejo y Rojas (este número).

9. Estos sujetos son neoliberales porque, como todo, somos producto de nuestra época. Su dinámica de vida no puede ser entendida sin su historia, pero tampoco sin la particular expresión local de las fuerzas globales. Su condición actual es un reflejo de los procesos neoliberales. Al respecto, ver Macip 2009, y Salas y Velasco, 2013.

10. Los efectos de la contaminación del río son tratados en Velasco, 2017, y Salas y Velasco, 2014.

bles. Ellos producen jeans baratos para cubrir el consumo de otros sujetos rurales o urbanos que fabrican tenis, sudaderas o playeras igualmente de bajo costo. En este sentido, sus decisiones de consumo constriñen o intervienen en las acciones de otros al mismo tiempo que son constreñidas por su propia condición laboral. Lo mismo sucede cuando otros consumen los pantalones que ellos producen. Paradójicamente este subsidio compartido es patrocinado por un alto nivel de autoexplotación, de una reconfiguración sociocultural importante, y del deterioro de su salud y del entorno que los rodea.

CONCLUSIONES

La producción y consumo de mercancías baratas implica procesos compartidos de precarización y alienación de las poblaciones rurales, exacerbados por la flexibilización de la producción en el neoliberalismo actual. Mirar hacia el consumo en conexión con la producción nos permite observar las profundas transformaciones de las sociedades rurales en los últimos 30 o 40 años. La mercancía, el motivo para comprarla y el significado que adquiere esa mercancía es sólo la punta del témpano. De tal suerte, el consumo de unos tenis Nike clonados de un joven de San Mateo nos da cuenta de la reconfiguración estética, del gusto y del arreglo personal de los jóvenes en la región, la resignificación de la vestimenta en relación con el estatus, el prestigio y los mensajes culturales de cortejo. Pero también nos informa sobre las transformaciones culturales, económicas y ambientales de otra localidad, por ejemplo, una comunidad que maquila tenis pirata en Guanajuato. La producción flexible de millones de mercancías es lo que ha permitido a personas en localidades rurales a consumir lo que antes no podían. Miller conduce su análisis hacia el albedrío de las personas. Observa a los individuos con una capacidad de elección que sólo encuentran en el consumo, más no en la producción. Esa elección les ayuda a definirse como personas y a ubicarse social y culturalmente. Sin embargo, su argumento ignora las condiciones estructurales donde esa decisión es tomada, asume, en primer lugar, que las mercancías tienen un valor simbólico del que los individuos se apropian para establecer su identidad o adscripción y, segundo, la elec-

ción sobre qué mercancía se elige es libre y personal.

Ciertamente los discursos e ideologías neoliberales, o aquello que los Comaroff han llamado capitalismo milenarismo o mesiánico¹¹, se ha encargado de atiborrar al mundo con medios de comunicación en donde se presentan objetos y modos de vida que afirman que "el mensaje neoliberal de libertad y autorrealización puede ser adquirido a través del consumo" (Comaroff y Comaroff, 1999:20). Esto es innegable, como también lo es, que el consumo ofrece, como sugiere Miller, una manera de construir identidad y de producirnos a nosotros mismos. Empero, no podemos parar la indagación ahí. Quizá, lo que la era neoliberal nos ha dejado es que los autómatas no sólo somos los consumidores que compramos y desechamos mercancías, sino también los trabajadores mismos. Esto se ve reflejado de manera clara en la aparición de los "zombies" en Sudáfrica rural que nos narran los Comaroff. Éstos, son aquellos pobres enajenados en trabajos esclavizantes o aquellos que no pueden encontrarlo. Un zombie se define como una persona "...transformada puramente en fuerza de trabajo alienada, abducida de su casa o lugar de trabajo, y hecho para servir como los medios de producción privados de alguien más." (Comaroff y Comaroff, 1999: 23).

Es por estas razones que abogo por la importancia del consumo en relación a la producción. Es necesario cuando observamos las transformaciones rurales preguntarnos ¿Qué procesos y conexiones entre personas, lugares, objetos y sujetos no-humanos hacen posible este consumo? La respuesta estará relacionada invariablemente con la producción. Comaroff y Comaroff (1999:18) lo dicen de manera simple y contundente: "no hay tal cosa como un capitalismo sin la producción" La relación entre el trabajo y el capital sigue siendo el motor del sistema, el consumo es su vehículo.

El consumo es relevante en términos semióticos e identitarios, pero esta importancia no debe ser opacada por los cambios mundiales en la producción y los efectos que estas reconfiguraciones han tenido en los trabaja-

11. El capitalismo mesiánico es aquel, identificado con la etapa neoliberal, que ha sido investido con una capacidad de salvación, de que la fuerza invisible del mercado tiene la capacidad de transformar y salvar al mundo de los marginados.

dores, sus vidas cotidianas e incluso su medio ambiente. Es innegable que el consumo ha aumentado, pero junto con él la desigualdad, la precariedad y el deterioro ambiental. La idea de que el consumo es un lugar privilegiado para estudiar la manera en la que se moldean la sociedad y la identidad está conectado de forma integral con las transformaciones en las formas de trabajo actuales (Comaroff y Comaroff, 1999:18).

El consumo de otros, visto como la producción y trabajo de los de San Mateo, ha transformado drásticamente su forma de vida, más

allá de la disciplina del taller, se ha transformado la forma en la que organizan su vida cotidiana, el cuidado de hijos y adultos mayores, quién debe trabajar, la concepción del estudio, la relación con el medio ambiente, los rituales y las formas de organizarlos y participar en ellos, incluso la manera en la que pueden o no guardar luto por sus seres queridos. La mezclilla, más que otros factores, ha disciplinado su vida en maneras inesperadas, y más que la tradición, el trabajo y el consumo rigen los ritmos de vida de los sujetos rurales neoliberales. ■

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Appadurai, A. (1991). Introducción. Las mercancías y la política del valor. En A. Appadurai (Ed.), *La vida social de las cosas. Perspectiva cultural de las mercancías* (p. 17-87). México: Editorial Grijalbo.
- Baudrillard, J. (2009) [1974] *La sociedad de consumo. Sus mitos, sus estructuras*. Madrid: Siglo XXI.
- Bauman, Z. (2010) *Vida de consumo*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica
- Becerril, I. (2014). Mezclilla mexicana defiende su posición, le da guerra a China. Periódico el Financiero 12/06/2014. Recuperado de <http://www.elfinanciero.com.mx/economia/mezclilla-mexicana-defiende-su-posicion-le-da-guerra-a-china.html> [Consultado el 1 de agosto de 2016].
- Carrier, J. G. (2006). *The Limits of Culture: Political Economy and the Anthropology of Consumption*. En F. Trentman (Ed.), *The making of the consumer: Knowledge, Power and Identity in the Modern World* (p. 271-289). Oxford: Berg.
- Carrier, J. G., y J. McC. Heyman (1997). *Consumption and Political Economy*. *The Journal of the Royal Anthropological Institute* 3(2), 355-373.
- Clark, D. B., M. A. Doel y K. M.L. Housiaux (2003). General Introduction. En D. B., Clark, M. A. Doel y K. M.L. Housiaux (eds.), *The Consumption Reader* (p. 1-25). Nueva York: Routledge.
- Comaroff, J. y J. Comaroff (1999). *Alien-Nation: zombies, immigrants, and millennial capitalism*. *Codesria Bulletin* 3 y 4, 17-26.
- Cotton Incorporated (2011). *Denim Jeans: State of the U.S. Market*. *Supply Chain Insights* (julio). Recuperado de: <http://www.cottoninc.com/corporate/Market-Data/SupplyChainInsights/Denim-Jeans-State-of-the-U.S.-Market-07-11/Denim-Jeans-US-Market-07-11.pdf> [consultado el 20 de febrero de 2014].
- (2008). *The Mexican Apparel Consumer*. *Supply Chain Insights* (marzo) 3(1). Recuperado de: www.cottoninc.com [consultado el 17 de mayo de 2010].
- (2006). *Denim Jeans Imports*. *Supply Chain Insights* 1(1). Recuperado de: www.cottoninc.com [consultado el 17 de mayo de 2010].
- Friedman, J. (1994). Introduction. En J. Friedman (Ed.), *Consumption and Identity* (p. 1-16). Amsterdam: Harwood Academic.
- Graeber, D. (2011). *Consumption*. *Current Anthropology*, 52(4), 489-511.
- Macip, R. (Ed.) (2009). *Sujetos Neoliberales en México*. Puebla: Benemérita Universidad Autónoma de Puebla.
- Miller, D. (1998). *A theory of shopping*. Cambridge: Polity Press y Cornell University.
- (1995) *Consumption Studies as the transformation of Anthropology*. En D. Miller (Ed.), *Acknowledging Consumption. A review of new Studies* (p. 263-292). Londres y Nueva York: Routledge.
- (1987) *Material culture and mass consumption*. Londres: Blackwell.
- Mintz, S. (1985). *Sweetness and Power. The Place of Sugar in Modern History*. Nueva York: Penguin Books.
- Rivet staff (2016). *Q1 Denim Import Data Confirms U.S. Industry Sourcing Shift*. *Rivet* 9/05/2016 Recuperado de: <http://rivetandjeans.com/q1-denim-import-data-confirms-u-s-industry-sourcing-shift/> [Consultado el 28 de julio de 2016]
- Rodríguez, I. (2015). *Jeans... la prenda más vendida en México*. 13 de febrero de 2015. *Revista Manufactura*. Recuperado de: <http://www.manufactura.mx/industria/2015/02/13/jeans-la-prenda-mas-vendida-en-mexico> [consultado el 10 de julio de 2016]
- Roseberry, W. (1996). *The Rise of Yuppie Coffees and the Reimagination of Class in the United States*. *American Anthropologist*, 98(4), 762-775.
- Rothstein, F. A. (2005). *Challenging Consumption Theory. Production and Consumption in Central Mexico*. *Critique of Anthropology*, 25(3), 279-306.
- Salas, H. y P. Velasco (2014). *Los efectos socioambientales de la contaminación del río Atoyac en Nativitas*. En H. Salas y M.L. Rivermar (Eds.), *Nativitas, Tlaxcala. La construcción en el tiempo de un territorio rural* (p. 141-164). México: Instituto de Investigaciones Antropológicas, UNAM.
- (2013). *Los rostros rurales de dominación en el neoliberalismo actual*. *Revista Márgenes*, 10(13), 7-14
- Sjolrivet (2015). *US Denim Imports: Mexico Unseats China as Top Country of Origin*. *Rivet* 9/03/2015. Recuperado de: <http://rivetandjeans.com/us-denim-imports-slide-in-2014-mexico-unseats-china-as-top-country-of-origin/> [Consultado el 28 de julio de 2016]
- Velasco, P. (2017). *Ríos de contradicción. Contaminación, ecología política y sujetos rurales en Nativitas, Tlaxcala*. México, Instituto de Investigaciones Antropológicas, UNAM.
- Wilk, R. (2001). *Consuming Morality*. *Journal of Consumer Culture*, 1(2), 269-284.

