



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO
POSGRADO EN ANTROPOLOGÍA
FACULTAD DE FILOSOFÍA Y LETRAS /
INSTITUTO DE INVESTIGACIONES ANTROPOLÓGICAS
INSTITUTO DE INVESTIGACIONES SOCIALES

**GLOBALIZACIÓN Y MAQUILADORAS EN EL SURESTE MEXICANO: ¿NUEVAS
CULTURAS E IDENTIDADES LABORALES ENTRE LOS MAYAS DE YUCATÁN?**

QUE PARA OPTAR POR EL GRADO DE DOCTORADO EN ANTROPOLOGÍA

PRESENTA:
VERÓNICA SOLEDAD GARZA NAVEJAS

TUTORA
DRA. ANA BELLA PÉREZ CASTRO
IIA-UNAM

MIEMBROS DEL COMITÉ TUTOR
DRA. BEATRIZ CASTILLA RAMOS
CIR-SOCIALES-UADY
DRA. ELENA LAZOS CHAVERO
IIS-UNAM

CIUDAD DE MÉXICO, FEBRERO DE 2017



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

A mi padre: Dionicio Garza Maltos
Por haberme mostrado a muy temprana edad, lo bello de la antropología.

A Blanca Levy
Con el cariño de siempre.

A mis hermanas Ate y Vicky
Por haberme acompañado a lo largo de mis estudios de doctorado.

A mis grandes amores
Yuri Alejandro, Alexis y Diego
Por los buenos momentos que hemos vivido juntos.

AGRADECIMIENTOS

Antes que nada, quisiera abrir un espacio para agradecer a las instituciones y personas que hicieron posible, la culminación de esta tesis, y con ello mis estudios de doctorado.

Mi más sincero y profundo agradecimiento al Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACYT) por su gran apoyo a través de una beca doctoral de 2008 a 2010.

Al Instituto de Investigaciones Antropológicas de la UNAM, por su programa de doctorado, en donde pude ampliar mis conocimientos gracias al alto nivel de sus académicos.

Igualmente, agradezco muy especialmente a mi comité tutorial Dra. Ana Bella Pérez Castro, Dra. Beatriz Castilla Ramos y Dra. Elena Lazos, por su gran contribución al desarrollo de esta tesis.

Especialmente, quiero expresar toda mi gratitud, a la Dra. Beatriz Castilla Ramos, por su dedicación y apoyo incondicional, en la elaboración del trabajo de tesis, y por sus grandes aportaciones, debido a su gran conocimiento de la Industria Maquiladora de Exportación en Yucatán.

También deseo agradecer, de todo corazón, a personas que me ayudaron en los aspectos técnicos de la tesis, y en el préstamo del acervo bibliográfico. Estas personas son Mauricio Dzul, del Archivo General del Estado de Yucatán; Víctor Ramírez y Luis Santiago, del Centro de Estudios Peninsulares de Humanidades y Ciencias Sociales de la UNAM (CEPHCIS).

Todo el agradecimiento a la Lic. Luz María Tellez y la Sra. Hilda Cruz, del Posgrado en Antropología, por su gran disposición en todo momento para ayudarme en los trámites administrativos, durante mis estudios de doctorado.

Asimismo, quisiera expresar mi más sincero agradecimiento a la Dra. Ana Bella Pérez Castro, por haber estado conmigo apoyándome desde el inicio del doctorado, por su paciencia, amplios conocimientos y experiencia en lo que se ha hecho llamar la “Antropología

Mexicana”, particularmente, en lo que se refiere a los estudios del trabajo. Sin su apoyo y dirección, esta tesis no se hubiese concluido.

Finalmente, quisiera agradecer a todos esos obreros y obreras de la Manufacturera de Acancéh que amablemente y sin interés alguno, me abrieron las puertas de sus domicilios para proporcionarme información de su vida cotidiana, y del sentido que tienen para ellos trabajar en una empresa trasnacional, en un contexto tradicional como es el de su comunidad.

A todos ellos, muchas gracias!!!!

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	1
LAS MAQUILADORAS EN YUCATÁN	3
MAQUILADORAS Y CULTURAS DE TRABAJO	9
LA ANTROPOLOGÍA MEXICANA: DE LA CULTURA OBRERA A LAS CULTURAS DEL TRABAJO	12
ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN	17
ORÍGENES DEL ESTUDIO	19
OBJETIVOS	22
METODOLOGÍA	22
ESTRUCTURA DE LA TESIS	27
CAPÍTULO I : GLOBALIZACIÓN, CULTURAS E IDENTIDADES EN EL TRABAJO: APROXIMACIONES TEÓRICAS	29
GLOBALIZACIÓN, MUNDIALIZACIÓN Y ÁMBITOS LOCALES	29
LO GLOBAL Y LO LOCAL	32
GLOBALIZACIÓN Y NEOLIBERALISMO	33
LA INDUSTRIA MUNDIALIZADA: DE LA GRAN EMPRESA A LA FIRMA RED	38
LA INDUSTRIA MANUFACTURERA EN EL ÁMBITO RURAL	41
EL TRABAJO Y LA CULTURA: DOS CONCEPTOS INDISOCIABLES	45
LA CULTURA AL INTERIOR DE LAS EMPRESAS: DIVERSAS DEFINICIONES	47
1) La Cultura Corporativa	47
2) La Cultura Empresarial	48

3) La Cultura Organizacional	49
4) La Cultura Laboral	51
5) La cultura de trabajo	52
ESTUDIOS SOBRE CULTURA ORGANIZACIONAL Y EMPRESARIAL: LA ÓPTICA QUE NIEGA EL CONFLICTO.....	53
¿SE PUEDEN UTILIZAR LOS CONCEPTOS DE CULTURA LABORAL Y CULTURAS DE TRABAJO COMO SINÓNIMOS?	56
LA IDENTIDAD COMO CATEGORÍA SOCIAL	59
IDENTIDAD LABORAL Y MAQUILADORAS EN MÉXICO	61
LAS IDENTIDADES OCUPACIONALES: UNA PROPUESTA TEÓRICO METODOLÓGICA EN LA GLOBALIZACIÓN	62
LAS IDENTIDADES, LAS RELACIONES DE PODER Y EL RECONOCIMIENTO.....	64
TIPOLOGÍA DE IDENTIDADES OCUPACIONALES	68
PROPUESTA DE ANÁLISIS PARA EL ESTUDIO DE CASO: “ LA MANUFACTURERA DE ACANCÉH, YUCATÁN”	69
CAPÍTULO II: ACANCÉH	74
UN RECORRIDO POR LA HISTORIA	74
ÉPOCA PREHISPÁNICA	75
ÉPOCA COLONIAL	76
ÉPOCA DEL “ORO VERDE”	77
EL SIGLO XX	77
MI PRIMERA VISITA A ACANCÉH	81
OTRAS CARACTERÍSTICAS DE LA LOCALIDAD	86
LAS FIESTAS TRADICIONALES	88
RELACIÓN FÁBRICA-COMUNIDAD	90

PERCEPCIÓN Y APORTACIONES DE LA EMPRESA EN LA COMUNIDAD	90
CAPITULO III: LA MANUFACTURERA	92
UNA EMPRESA A NIVEL MUNDIAL	94
LA MANUFACTURERA EN YUCATÁN	98
EL PERSONAL	100
CRITERIOS DE CONTRATACIÓN	102
EL PISO DE LA FÁBRICA	103
EL INGRESO A LA FÁBRICA Y EL RECIBIMIENTO DE LOS GERENTES	103
MIS PRIMEROS CONTACTOS CON EL PERSONAL ADMINISTRATIVO	105
ORGANIZACIÓN DEL PROCESO PRODUCTIVO	108
Almacén	109
Corte	110
Partes chicas	110
Lavado y acabados	112
Compostura	113
Planchado	114
Etiquetado	114
Control de calidad y empaque	115
OTROS ESPACIOS AL INTERIOR DE LA PLANTA	119
ORÍGENES DE LOS EMPLEADOS Y PRÁCTICAS CULTURALES	120
RELACIONES LABORALES: JORNADAS, SALARIOS Y PRESTACIONES	121
LA CULTURA CORPORATIVA	124
POLÍTICAS DE LA EMPRESA PARA INTRODUCCION DE LA CULTURA CORPORATIVA	128

RITUALES EN LA FÁBRICA: RECONOCIMIENTOS, CELEBRACIONES Y ENCUENTROS DEPORTIVOS	129
DÍA DEL PADRE, LA MADRE Y DEL NIÑO	131
LA POSADA NAVIDEÑA	132
OTROS DÍAS FESTIVOS EN LA FÁBRICA	133
LA CULTURA LOCAL AL INTERIOR DE LA FÁBRICA: <i>HANAL PIXAN</i>	134
EQUIPOS DEPORTIVOS	135
EL DÍA DE LA COMUNIDAD	135
CAPÍTULO IV: LA CONSTRUCCIÓN DE UNA CULTURA DE TRABAJO AL INTERIOR DE LA FÁBRICA	137
LA CAPACITACIÓN COMO RECTOR DE TRANSMISIÓN DE VALORES	139
LOS SABERES Y EL LENGUAJE LABORAL: ELEMENTOS DE LA CULTURA DEL TRABAJO	140
LENGUAJE LABORAL	142
APROPIACIÓN DEL DISCURSO DE LA EMPRESA POR LOS TRABAJADORES (AS) Y SU RESIGNIFICACIÓN	145
PERCEPCIONES DE LAS Y LOS TRABAJADORES ENTREVISTADOS DE SU EMPLEO EN LA FÁBRICA	150
CAPÍTULO V: ¿EXISTE UNA IDENTIDAD LABORAL ENTRE LOS TRABAJADORES Y TRABAJADORAS DE LA MAQUILADORA?	154
IDENTIDAD LABORAL DE LAS Y LOS TRABAJADORES DE LA MANUFACTURERA DE ACANCÉH	156
EL FOMENTO DE LA IDENTIDAD CORPORATIVA	157
“NOSOTROS” LOS OPERADORES DE LA PLANTA: SABERES, SOLIDARIDAD Y PADECIMIENTOS	161
LOS “OTROS” TRABAJADORES DE LA EMPRESA: GERENTES Y MANDOS MEDIOS	164

LOS “OTROS” DE ACANCÉH	167
MATICES DE IDENTIDAD Y SIGNIFICADOS DEL TRABAJO	168
IDENTIDAD DE EMPRESA	168
En esta empresa, sí se puede ascender	168
La empresa, sí reconoce al trabajador	170
IDENTIDAD DE OFICIO	173
Quizás los que se identifican con la empresa, son los ingenieros, los que ganan bien	173
Me cambiaron de área y bajó el salario	175
IDENTIDAD FUERA DEL TRABAJO	177
Lo que más me gusta, es trabajar la tierra	177
Mi mejor trabajo, fue en el museo	181
SIGNIFICADOS DEL TRABAJO Y EL GÉNERO	186
CONCLUSIONES	190
BIBLIOGRAFÍA	198

INTRODUCCIÓN

La presente investigación se ubica en el campo de los estudios de la industria maquiladora de exportación en México (IME). Particularmente, aborda el papel que ocupan estas factorías transnacionales, en la reconstrucción de la vida social de poblaciones rurales. El estudio se desarrolló en Yucatán, entidad federativa ubicada en el Sureste del país. Entre sus características se encuentran ser una de las entidades con mayor población indígena (maya) que posee una larga historia económica ligada a la actividad agrícola.¹ No obstante, las últimas décadas, dicha población se ha integrado como fuerza de trabajo a la industria maquiladora y a los servicios. Cabe mencionar que el sector industrial maquilador en Yucatán, es relativamente reciente, al situarse en la década de los ochenta del siglo pasado, y junto con el sector de servicios (turismo), se constituye en uno de los motores de la economía del estado; ya que es una fuente importante de captación de divisas.

La Industria Maquiladora de Exportación surge en México en el marco de la política de apertura comercial impulsada por el Estado mexicano, para atraer inversión extranjera y generar empleos. Desde sus inicios, el gobierno federal ha proporcionado condiciones favorables para la instalación de las maquiladoras de capital extranjero en el país. Dichas condiciones fueron principalmente exenciones de impuestos y facilitar mano de obra barata. En sus inicios, esta industria se ubicó principalmente en la Frontera Norte.

Por otro lado, la IME se instaló en Mérida, capital de Yucatán y en poblaciones rurales integradas por población mayoritariamente de origen maya. Esto se debe a que la población maya es fuerza de trabajo atractiva para la industria maquiladora, por ser el sector de la población más segregado, con baja escolaridad, poca experiencia en el trabajo industrial. Es decir, los mayas en Yucatán son mano de obra abundante y barata, necesaria para el desarrollo de la industria maquiladora.

¹ Yucatán, es uno de los estados de la República Mexicana con un alto porcentaje de población indígena. A pesar de que la educación en español ha contribuido a la disminución de los hablantes de maya; el 27.5% de su población sigue hablando esta lengua (INEGI 2010). Incluso, más del 50% de sus habitantes es descendiente de este grupo étnico. Muchos de ellos son bilingües maya-español y conservan su bagaje histórico-cultural.

Históricamente, los mayas han sido la principal fuerza de trabajo en Yucatán. Tras la colonización española, los mayas experimentaron el trabajo forzoso en la encomienda.² Durante el siglo XIX y el XX fueron la principal mano de obra en la producción de henequén (cultivo, corte, raspado y otras tareas); fibra que dinamizó la economía yucateca a través de su exportación a EEUU y a otras partes del mundo. Hoy en día, la población de origen maya se observa integrada en los tres sectores productivos: el sector primario (trabajo en la agricultura), en el secundario (industria de la construcción y la industria maquiladora) y en el terciario o de servicios (turismo, oficinas, comercio). Cabe reiterar que la población de origen maya desempeña los puestos de trabajo menos remunerados, como obreros, jornaleros, y trabajadores de limpieza. No obstante, hay un número importante de población que se ha destacado en el comercio y otros rubros debido a que obtuvieron títulos profesionales, y por ende ocupan empleos estables y bien remunerados. Asimismo, la población de origen maya del estado de Yucatán ha formado parte de los flujos migratorios al vecino estado de Quintana Roo y a los Estados Unidos; integrándose principalmente en el sector de la construcción y los servicios personales en ambos sitios.

En este trabajo, se describen y analizan los procesos, que en cultura e identidad laboral, experimenta la población de origen maya, que trabaja en una maquiladora de Yucatán. Se trata de una empresa transnacional estadounidense que produce pantalones de mezclilla, ubicada en el municipio de Acahualtun de Yucatán desde el año de 1997 y que emplea a aproximadamente a 1000 trabajadores y trabajadoras de la localidad.

Los protagonistas de este estudio son los trabajadores y trabajadoras directos (obreros y obreras). Se trata de hombres y mujeres que fluctúan entre 20 y 45 años, en el caso de los hombres, cuentan con antecedentes laborales en el trabajo agrícola y de servicios; en el caso de las mujeres, principalmente se dedicaban a las labores del hogar. La antigüedad en la empresa, de dichos trabajadores, (as) es de entre 7 y 11 años.

A continuación se planteará el problema de investigación y las razones por las que se considera importante realizar el estudio.

² Por trabajo forzoso, me refiero a los tributos y limosnas que los indígenas aportaban obligatoriamente al régimen Colonial. Durante esta época, la fuerza de trabajo se encontraba organizada según las formas prehispánicas y administradas por la élite maya en lo que se denominó República de Indios. Para mayor información véase: Solís (2003).

LAS MAQUILADORAS EN YUCATÁN

La industria maquiladora transnacional opera en México desde la década de los sesenta del siglo XX, inscrita en la política del Estado mexicano de corte neoliberal, para promover la inversión extranjera, tanto en el terreno financiero, productivo y comercial; sobre todo para la generación de empleos y divisas.³

Dicha industria se introdujo a nuestro país, a través del “Programa Industrial Fronterizo”, cuyo propósito fue combatir el desempleo y reubicar a los trabajadores mexicanos que regresaban de Estados Unidos, como consecuencia de la interrupción del “Programa de Braceros” (1940-1965) firmado entre México y Estados Unidos. Con la industrialización fronteriza, México abrió las puertas a las empresas transnacionales, las cuales se expandieron posteriormente al centro y sureste mexicano, con mayor intensidad a partir de la década de los noventa con la firma del Tratado de Libre Comercio (TLC).

Cabe destacar que durante la década de los setenta, el sector agrario mexicano en general y el yucateco en particular, sufrieron una crisis estructural. En Yucatán dicha crisis fue detonada por la debacle henequenera, eje de la economía de Yucatán por más de un siglo. Pese a los intentos aislados de incentivar la producción agrícola, nunca se logró recuperar el sector agropecuario y en los años ochenta, se observó la caída drástica de la población económicamente activa del sector primario para ceder el paso al sector terciario.

La reconfiguración del espacio regional (Tabasco con el petróleo y la emergencia de Cancún como polo turístico en los sesenta) convirtió a la ciudad de Mérida en la capital regional, sede del comercio y de los servicios. El sector terciario y el de la construcción demandaron una abundante mano de obra barata y móvil para atender el desarrollo de la infraestructura turística de las zonas del Caribe y de Tabasco (Castilla Ramos, 1991). Tales eventos detonaron los flujos migratorios de trabajadores rurales a la ciudad de Mérida, a Cancún, así como a los Estados Unidos.

³ Por neoliberalismo en México entiéndase las acciones adoptadas por el Estado mexicano para abrir las fronteras a mercados y capitales internacionales, así como brindar las condiciones necesarias para el desarrollo de la libre empresa.

Con objeto de crear fuentes de empleo, el Estado emprendió la transformación de la economía y substituyó el antiguo modelo de desarrollo agroexportador basado en el monocultivo de henequén, y conformó el “Programa de Reordenación Henequenera y Desarrollo Integral de Yucatán” (1984). Este programa priorizó la introducción de capital extranjero a la entidad, a través de la industria maquiladora transnacional (Castilla Ramos, 2004: 85).

Para atraer al capital extranjero, el gobierno yucateco implementó diversas estrategias dirigidas a los inversionistas: libertad de aranceles, financiamientos e infraestructura; una amplia red de comunicaciones aérea, portuaria y carretera. Asimismo, se amplió el Aeropuerto Internacional y el muelle fiscal del Puerto de Progreso, se fortalecieron los servicios públicos en la Ciudad Industrial y se edificó el “Parque de Industrias no Contaminantes” en la carretera Mérida-Progreso. Cabe señalar que en la construcción de estos parques industriales participó el empresariado yucateco, a través de la edificación de naves donde operarían las plantas maquiladoras (Castilla Ramos, 2002).

Una década posterior a la firma del Tratado de Libre Comercio de México con EU y Canadá (1994), se incrementó la operación de la industria maquiladora de exportación en Yucatán, extendiéndose a las áreas rurales. O sea, se introduce en aquellos municipios predominantemente agrícolas, que a su vez concentran el 70% de la población del estado. Con estas acciones se pretendió descentralizar la zona metropolitana de Mérida, combatir el desempleo en el campo y frenar la migración campo-ciudad. Para ello, se llevó a cabo la construcción de la infraestructura carretera, de electricidad y de parques industriales en las ciudades más importantes del interior del estado. Esta política posibilitaría a las empresas obtener mano de obra accesible y barata. Una de las ventajas que representan para estas factorías instaladas en el campo es fijar la mano de obra en su lugar de origen y mitigar el problema del desempleo, ya que sus trabajadores (as) laboran en sus lugares de origen. Los resultados han sido positivos en la generación de empleos y en la derrama económica registrada en las comunidades (Castilla y Torres, 1999).

Si bien es cierto que las maquiladoras se instalaron en casi todos los puntos del estado, desde sus orígenes se concentraron en la zona henequenera, por haber sido la más devastada por la crisis agrícola. Mérida fue la sede de estas factorías desde su arribo en 1985, pero desde

el año de 1994, e estratégicamente, se fueron creando naves industriales en puntos fronterizos, en lugares en donde confluyen distintos municipios, para emplear a trabajadores de varias localidades cercanas. El siguiente mapa del año 2000, año del boom de la IME en el país y en Yucatán, ilustra los municipios en donde se ubicaron las maquiladoras trasnacionales en esa época.



FUENTE: (Castilla, 2004). Elaborada a partir de la información proporcionada por la Dirección de Promoción Industrial del Estado. 13 de septiembre del 2000. Incluye empleos generados por la industria maquiladora de exportación (IME).

La IME en Yucatán tiene entre sus características la heterogeneidad de sus ramas productivas, de sus niveles tecnológicos y de las condiciones de trabajo. De hecho, investigaciones han documentado cómo empresas que en sus orígenes eran sólo ensambladoras, se han convertido en manufactureras que realizan todo el proceso de producción, experimentando una reconversión en cuanto a tecnología y a los procesos productivos (Castilla y Torres 2007).

La rama de la confección ha sido siempre la predominante, seguida de la joyería y la textil. El predominio de la industria de la confección se explica porque Yucatán cuenta con mano de obra experta en el ramo, por su tradición de elaboración de prendas bordadas.⁴

⁴ Se conoce que desde la época prehispánica, las nobles mayas realizaban telas y brocados con aplicaciones de conchas, plumas y jade. Las piezas arqueológicas encontradas en Palenque y Yaxchilán son ejemplo de estos

Los antecedentes inmediatos de las mujeres mayas en la confección de prendas bordadas se remontan al siglo XIX. Desde esta centuria, las mujeres mayas han bordado su indumentaria tradicional (hipiles y ternos) para autoconsumo. Siendo hasta los años setenta del siglo XX, cuando la actividad del bordado y la confección se intensificaron, con objeto de abastecer al mercado turístico y contrarrestar la crisis agraria en el estado (Terán y Rasmussen, 1981; Villanueva, 1993; Ramírez, 2004, Garza 2005). En esta producción para el turismo, se encuentran involucradas tanto mujeres, como varones que laboran en talleres familiares, en poblaciones rurales (Garza, 2005).



FOTO: Mujer bordadora de Kimbilá en taller familiar.

FUENTE: Verónica Garza Navejas

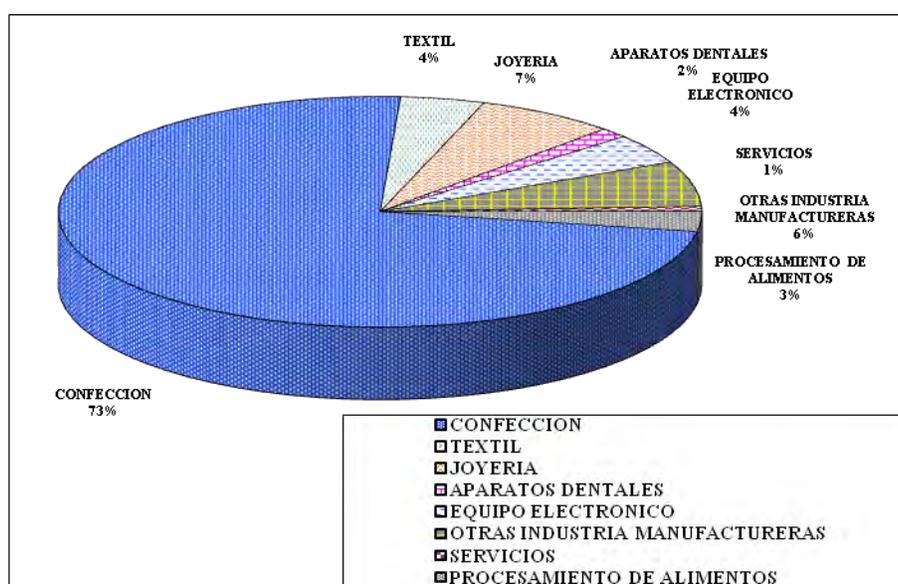
Por lo anterior, la tradición de las mujeres mayas en la industria textil, permitió a la IME contar con mano de obra femenina, e incluso masculina, para integrarla al mercado de

saberes. Incluso, en los códices de Dresde y Madrid se representan diosas mayas tejiendo y dioses recibiendo telares como ofrenda (Ruz, 1981). No obstante, durante la colonia, las mujeres mayas dejaron de bordar para dedicarse a la elaboración de telas (*paties*) en telar de cintura, como parte del tributo que la población maya otorgaba al gobierno colonial (García y Castilla, 1980).

trabajo, por contar con experiencia y estar acostumbrada a labores prolongadas que exige la confección, tanto en la producción como en las entregas a los clientes.

Cabe destacar que a pesar de l i nterés gubernamental por pr omover l a i ndustria maquiladora de autopartes y la electrónica, no se han obtenidos resultados al respecto, ya que la entidad no cuenta con mano de obra capacitada en estas áreas y por ser una industria pesada, (razón por la cual despuntó con éxito en la Frontera Norte) a pesar de los esfuerzos que se han hecho en materia de educación técnica (Castilla y Torres,1999; Ramírez, 2004:92).

RAMAS DE LA INDUSTRIA MAQUILADORA EN YUCATÁN



FUENTE: (Castilla, 2004). Los datos provienen de: Promoción de Desarrollo Industrial del Estado. Secretaría de Desarrollo Industrial y Comercial del Estado de Yucatán.

Datos a Julio del 2000.

En relación a la procedencia del capital de las maquiladoras instaladas en Yucatán, se encontró desde el inicio el predominio del capital estadounidense y la contratación de mano de obra de origen maya, cuyos antecedentes laborales destacan; mujeres jóvenes de nuevo ingreso al mercado formal de trabajo generalmente abocadas a las labores del hogar, con gran experiencia en el bordado de ropa tradicional o en otras artesanías y servicio doméstico. Posteriormente, por la falta de empleo masculino, se integraron varones con perfiles de campesinos, artesanos y empleados de servicios (Castilla Ramos, 2004:63).



FOTO: Bordador a domicilio, Kimbilá, Yucatán

FUENTE: Verónica Garza Navejas (2005)

Los resultados de la instalación de estas empresas como fuentes de empleo han sido positivos, no sólo en la creación de empleos, sino en el acceso al mercado formal de trabajo que les provee de cobertura social, salud, vivienda, créditos como FONACOT y otros⁵; así como en la derrama económica registrada en las localidades. Hoy día, lamentablemente por la crisis mundial y la recesión de EEUU mercado principal del mundo, se están perdiendo plazas de trabajo con el cierre de las empresas en varios puntos del estado de Yucatán. O bien, las firmas se están reestructurando, al ajustar la planta laboral y reduciendo activos. Situación que se agrava para las y los trabajadores al no contar con otras alternativas de empleo en sus comunidades, tal como se documenta en un estudio realizado en siete fábricas situadas en la zona henequenera y en el oriente de Yucatán (Castilla y Torres, 2009).⁶

⁵ FONACOT es el Fondo Nacional para el Consumo de los Trabajadores; institución financiera del gobierno mexicano.

⁶ Castilla y Torres (2009) en el artículo “Del hogar a la fábrica. Trabajadoras de las empresas trasnacionales en Yucatán, México” reportan una baja de más de 1,700 empleos de 2005 a 2008, sólo en una empresa trasnacional ubicada en la zona henequenera, la cual es considerada de las más importantes en el estado, por el número de empleados que contrata anualmente.

Para los fines de esta investigación, se parte de la idea, de que la integración de la población de origen maya al trabajo en las maquiladoras, condujo a cambios profundos en la vida de los productores tales como: a) aprendizaje nuevo en la producción, laborar turnos diurnos y nocturnos (12 horas diarias) y otros, que impactan de considerablemente los roles familiares y en la transformación en la vida cotidiana, así como en la regulación de sus tiempos y espacios de descanso. Ello se explica porque las poblaciones de origen maya, en donde se han ubicado las maquiladoras, tienen antecedentes laborales distintos, ligados con el cultivo del campo, la producción de artesanías, el trabajo doméstico y en la industria de la construcción como trabajadores de oficio. Su contraparte es la inestabilidad del ingreso, del trabajo, y no tener un empleo seguro. Es por ello que el ingreso seguro de la maquiladora es valorado por los y las trabajadoras de este estudio, como se verá en los próximos capítulos.

MAQUILADORAS Y CULTURAS DE TRABAJO

La industria maquiladora de exportación en México se encuentra inmersa en el proceso de globalización que vivimos hoy en día. Por ello, dichas factorías están presentes en casi todo el orbe donde hay ventajas competitivas. Se trata en general de maquiladoras afiliadas a firmas corporativas cuyos capitales y tecnologías provienen de los países centrales, principalmente de Estados Unidos y se instalan en países con mano de obra barata y abundante, experimentada y en donde ofrecen bajar costos de producción, como en México donde se manufactura, ya sea todo el proceso de producción, o bien, fases de los procesos productivos.

Esto ha llevado a que esas corporaciones contraten personal de diferentes orígenes culturales en donde interactúan cotidianamente en la fábrica, empleados con culturas diferentes. Asimismo, las maquiladoras promueven entre sus trabajadores filosofías de trabajo, es decir, la manera cómo las empresas diseñan una serie de estrategias basadas en los requerimientos de su productividad signados por el mercado internacional. Dichas estrategias se sostienen a través de acciones sustentadas en normas, valores y significados relacionados con la concepción sobre el trabajo. De ahí que el objetivo sea que los obreros y empleados introyecten la cultura corporativa para lograr con éxito su calidad y productividad. Con la misma finalidad, las firmas promueven que los empleados se identifiquen con la empresa y se sientan parte importante de la corporación. En algunos casos, las filosofías de trabajo que

fomentan son programas de ingeniería cultural (Kunda, 1992), orientados a adecuar los valores y las actitudes de los trabajadores a las nuevas exigencias de la producción industrial a nivel mundial. Sin embargo, a pesar de este fomento cultural e identitario por parte de las corporaciones, los trabajadores incorporan a su trabajo industrial sus experiencias, habilidades y concepciones del trabajo; de ahí que en muchos casos, las culturas de trabajo de las y los trabajadores, como se explicará posteriormente, se construya como resultado de la fusión de la cultura de trabajo de aquéllos, previa a su integración a la fábrica, con la promovida por las empresas. Por cultura de trabajo se entiende siguiendo a Reygadas (2002a:19), “el proceso de creación, transmisión y apropiación de significados que tienen lugar en el mundo del trabajo”.

Acorde con Reygadas (2002a) es importante destacar que, es en la vida laboral, donde se crean una serie de símbolos y significados entre quienes comparten un oficio y un espacio de trabajo. Es decir, los trabajadores crean una cultura de trabajo al compartir conocimientos, lenguajes, problemas, padecimientos, así como las maneras de enfrentarlos. Ello ocurre, porque los trabajadores, al integrarse a la fábrica llevan consigo su propio bagaje cultural. De ahí que confluyan en el seno de la producción, la interacción de dos o más culturas que son significativamente distintas (Castilla Ramos, 2004).

Cabe aclarar que en este estudio, los términos cultura de trabajo y cultura laboral se utilizarán como sinónimos. Aunque es necesario aclarar que los empresarios han utilizado el término de “cultura laboral”, para fomentar valores y acciones en sus trabajadores, con objeto de mejorar los procesos de trabajo y la calidad de sus productos. Es decir, utilizan éste término como parte de sus estrategias empresariales.

Cabe subrayar que se observa, que es a través del análisis de las culturas de trabajo, como se pueden comprender los cambios presentados en la población de origen maya en cuanto a sus prácticas culturales y significados en torno a lo laboral. Al mismo tiempo, es una manera de aproximarse a explicar su reconfiguración cultural, a partir de su relación con la empresa transnacional y con un mundo globalizado en donde confluyen personas, tecnologías, filosofías de trabajo y productividad, en localidades específicas como son los municipios rurales de Yucatán. Dicho de otro modo, cómo a partir de las relaciones cotidianas en el piso de la fábrica entre personas con diferentes lenguas y culturas, éstas van cambiando su forma

de vida, y se convierten en actores y actoras que construyen nuevos procesos culturales e identitarios en torno al trabajo y a su propia cultura.

El propósito general de esta investigación se centró en indagar si se está construyendo una nueva cultura de trabajo e identidad laboral entre los trabajadores de origen maya que habitan las áreas rurales de Yucatán, a partir de su incorporación al trabajo industrial maquilador y cómo influye dicho empleo en sus significados del trabajo, en su vida familiar y en la localidad que habitan.

Como se menciona en páginas anteriores, los y las protagonistas de este estudio son los obreros y obreras de una de las maquiladoras transnacionales más grandes de Yucatán dedicada a la producción de pantalones de mezclilla y ubicada en el municipio de Acancéh. Dicha empresa forma parte de una corporación que opera a nivel mundial, la cual fabrica y comercializa diversas prendas de vestir, en donde figuran marcas conocidas como *Lee*, *Wrangler*, *Spido*, por citar algunos ejemplos.

La Manufacturera en Yucatán se encuentra integrada por tres fábricas localizadas en municipios predominantemente agrícolas y de origen maya: Acancéh, Izamal y Tekax donde ha generado una integración vertical al especializar sus procesos (Castilla y Torres, 1999:79-83).



MAPA: Ubicación de los municipios en donde, se encuentran las tres naves industriales:

Acancéh, Izamal y Tekax (rojo)

Es una de las maquiladoras que más empleos genera en Yucatán, de ahí que tenga un papel relevante en la economía del estado. Cabe destacar que en este trabajo se omitió el nombre de la maquiladora, ya que fue un acuerdo con la empresa para poder realizar el estudio. Por lo que en esta investigación se hará referencia a dicha maquiladora como “la Manufacturera de Acancéh”.

A continuación ubicaré este estudio dentro de la disciplina antropológica y expondré algunas de las investigaciones que se han realizado sobre maquiladoras en Yucatán, desde un enfoque antropológico.

LA ANTROPOLOGÍA MEXICANA: DE LA CULTURA OBRERA A LAS CULTURAS DEL TRABAJO

Desde sus inicios, la antropología en México se caracterizó por estudiar a la población indígena y campesina. Al respecto, podemos mencionar la importancia del indigenismo que caracterizó a la antropología en su etapa temprana, con los estudios clásicos de Manuel Gamio, Julio de la Fuente, Gonzalo Aguirre Beltrán. También se puede mencionar la influencia que tuvieron autores como Armando Bartra, Roger Bartra en el debate sobre el campesinado y la proletarización, por citar algunos ejemplos. Sin embargo, fue durante los años setentas que influenciados por el marxismo, antropólogos mexicanos se interesaron por los estudios sobre la industria en México.

A pesar de sus importantes aportaciones, sobre todo en lo correspondiente a la vida cotidiana, organización gremial, conciencia y lucha de clases, la relación cultura y trabajo se estudiaba someramente, ya que se consideraba como un elemento complementario en relación a las temáticas mencionadas. Es decir, la cultura quedaba relegada dando prioridad a los procesos de trabajo, la historia y formación de la clase obrera mexicana. Esto se explica, porque en los estudios de corte marxista, los elementos económicos y políticos son determinantes para explicar los procesos sociales. No obstante, la cultura, aunque importante, no era un punto nodal en los estudios obreros (Nieto 1997, Reygadas 1998, Guadarrama 2000).

Las investigaciones pioneras sobre la cultura en las fábricas utilizaron la noción de “cultura obrera” como concepto central. Éste se originó en el paradigma marxista y con él se explicaba que había una diferencia y contradicción entre clases, no sólo en términos económicos y políticos sino en términos culturales. Se trataba de dilucidar que había conflictos entre clases y formas de ver y entender el mundo de diferente manera, de acuerdo a la clase y/o sector social a la que se encontraran los individuos (Thompson, J. 1990).

Las investigaciones pioneras de corte antropológico en México, fueron las de los mineros de Coahuila realizadas por Victoria Novelo, Augusto Urteaga y Juan Luis Sariago. Estos autores llevaron el concepto de “cultura obrera” al campo de los estudios industriales.

Particularmente, Victoria Novelo fue la primera autora mexicana en definir la cultura obrera. Ésta, es: “el proceso de desarrollo de una manera de concebir el mundo y de expresarse en él vinculado, o más que eso, en tretejido al desarrollo de la conciencia como análisis crítico y toma de posición ante las condiciones específicas de existencia” (Novelo, 1987). En esta definición, el concepto de cultura obrera se relaciona con el de conciencia de clase. Se concibe la cultura de los obreros como determinada por el trabajo y condicionada por las relaciones contradictorias entre las clases, además de concebir a los obreros como una clase transformadora.

El concepto definido por Novelo fue cuestionado por otros autores como Guillermo Bonfil Batalla y Carlos Monsivais, en un Congreso Nacional de Antropología a mediados de los ochenta (Nieto, 2005). Bonfil y Monsivais criticaron el concepto señalando que no se podía hacer referencia a una cultura obrera, cuando el mismo sector obrero no deseaba perpetuarse como grupo social, es decir, no querían que sus hijos fueran obreros. Además, se planteó el problema de cómo diferenciar a un obrero cuando muchos de sus rasgos propios de la cultura obrera, los compartían otros sectores sociales que habitaban las ciudades y conformaban una parte de la cultura urbana (Monsivais, 1987, Sariago, 1990).

Los trabajos sobre la cultura obrera proporcionaron amplios conocimientos sobre la clase obrera en México; sin embargo no consideraban los elementos culturales de los obreros en relación a otros ámbitos de la vida social, que incluso compartían con otros sectores sociales. Me refiero a la religión, la nacionalidad, la etnicidad, el género, incluso, la edad.

Por otro lado, Juan Luis Sariego, fue uno de los antropólogos en México que estudió la temática, realizando grandes contribuciones en sus escritos sobre los mineros mexicanos y los trabajadores de maquiladoras. Este autor critica el concepto de cultura obrera señalando que más bien, ésta se define en relación a la conciencia de clase y no a las expresiones culturales de los obreros. En otras palabras, dicho concepto se refería a lo que los obreros debían ser, y no lo que realmente eran. Además, sostuvo que no ha y una cultura obrera sino culturas de trabajo, ya que en cada tipo de proceso de trabajo o en cada sistema de organización del trabajo se genera una cultura obrera particular (Sariego, 1987a y 1987b). Sariego resalta que el trabajo es generador de cultura, destaca los símbolos y lazos de identidad que se construyen en el trabajo y penetran en sistemas simbólicos (Sariego, 1993), además reconoce la diversidad al interior de los centros de trabajo.

Para Sariego, la cultura obrera es un fenómeno histórico, cambiante y acunado a su contexto social. Señala que ésta, no debe ser entendida como determinante de la conciencia de clase, o como una sustancia inmanente que organiza los comportamientos de los obreros en cualquier tiempo o lugar. Asimismo, este autor encuentra entre los obreros tanto procesos de formación como de crisis y redefiniciones (Sariego, 1986 y 1987a) y considera que las culturas obreras del trabajo no siempre son contraculturas que se forman en oposición a otras, o que se encuentren en contradicción con las culturas de las empresas. Además, reconoce que no todas las identidades obreras se forman en confrontación con la patronal (Reygadas 1998:35)⁷.

Por su parte, Luis Reygadas (1998) ha sido otro de los antropólogos mexicanos que ha contribuido a los estudios del trabajo en México. Este autor retoma el concepto de culturas del trabajo de Sariego, pero critica a este autor señalando que a pesar de cuestionar el concepto de cultura obrera, en sus investigaciones Sariego continúa de jando a margen los procesos culturales.

Reygadas señala la importancia de hacer converger dos tradiciones antropológicas que siempre habían existido en forma separadas. Por un lado, la antropología industrial que

⁷ Pries sostiene que los agentes tienen conceptos de trabajo, que son pautas y filtros de percepción, interpretación y orientación en el mundo del trabajo, que se dan sedimentando a través del paso por diferentes fases de las trayectorias laborales (Pries, en Reygadas 1998:37).

básicamente estudiaba los procesos productivos, y por el otro, la antropología simbólica que poco daba cuenta de la dimensión cultural al interior de las fábricas.

Este autor propone un concepto de cultura de trabajo que se desprende principalmente de la antropología simbólica. Por cultura de trabajo entiende la generación, actualización y transformación de formas simbólicas en la actividad laboral (Reygadas 1998: 50). Además, propone un análisis multidimensional de los vínculos entre cultura y trabajo, con el fin de indagar tanto la influencia que tiene la acción simbólica sobre el proceso productivo como el papel del trabajo en la formación de la cultura de la sociedad. Asimismo, remarca la importancia de entender la creación y apropiación de formas simbólicas en el trabajo como un proceso en el que los agentes actualizan su cultura dentro de contextos y relaciones de poder específicos (Reygadas 1998: 50-51).

Reygadas sostiene que el trabajo como acción simbólica implica pensar que mediante esta actividad los sujetos producen, reproducen y se apropian de significados. Por ello, se puede decir que el trabajo es un ámbito de socialización secundaria, en el que, los individuos modifican la concepción de ellos mismos al interactuar con los objetos de trabajo y con los “otros”, en estos mundos de vida (Reygadas 2002c).

Es en tonces que para los fines de este estudio entiendo por cultura de trabajo siguiendo a Reygadas (2002a:19) como “el proceso de creación, transmisión y apropiación de significados que tienen lugar en el mundo del trabajo”. No sólo debe verse la influencia del trabajo sobre la cultura, sino también la de la cultura sobre el trabajo. Ambos aspectos forman parte de la misma realidad social, los dos contribuyen a constituirla al mismo tiempo.

Acorde con el autor, es importante destacar que es en la vida laboral donde se crean una serie de símbolos y significados entre quienes comparten un oficio y un espacio de trabajo. Es decir, como se verá a lo largo de esta investigación, los trabajadores crean una cultura de trabajo al compartir conocimientos, lenguajes, problemas, padecimientos; así como las maneras de enfrentarlos. Ello ocurre, porque las y los trabajadores, al integrarse a la fábrica llevan consigo su propio bagaje cultural. De ahí que confluyan en el seno de la producción, la interacción de dos o más culturas que son significativamente distintas, sobre todo como producto de la industria globalizada que se instala en diferentes partes de la urbe.

Es necesario subrayar, que el concepto de culturas del trabajo, no deja a un lado los conflictos y contradicciones que se presentan al interior de los centros laborales, de ahí la diferencia con el concepto de la “nueva cultura laboral” que manejan las empresas, expuesto en párrafos anteriores. Además, el concepto de culturas del trabajo, pone de manifiesto los niveles de integración cultural, pese a las asimetrías y las relaciones de dominación y resistencia.

Siguiendo a Reygadas, dicho concepto permite analizar la circulación de formas simbólicas en una sociedad, de los préstamos e hibridaciones culturales entre los distintos grupos sociales (Reygadas 1998:36). Esto es diferente al concepto de cultura obrera, tal como se manejó en los estudios pioneros de la antropología mexicana, que sólo se daba cuenta de las diferencias y conflictos entre las clases sociales.

Por lo anteriormente expuesto, se reconoce que el concepto de cultura obrera, sigue siendo útil para explicar aspectos de un grupo social dedicado al trabajo en una fábrica, sin embargo, el concepto no debe ser entendido en forma determinista, ligado a la conciencia de clase. Esto nos seguiría llevando a pensar que sólo los trabajadores con conciencia de clase serían capaces de generar una cultura obrera. Es por ello que en este estudio considero el concepto de culturas del trabajo idóneo para explicar la diversidad que en términos de prácticas y significaciones, se expresan al interior de los centros laborales. Asimismo, la concepción de culturas del trabajo es más amplia, rebasa las paredes de las fábricas y se puede referir a aquellas prácticas y significados que construyen otros trabajadores, como pueden ser los pescadores, los campesinos, los artesanos, por citar algunos ejemplos. La utilización de la idea de culturas del trabajo, es de gran eficacia en esta investigación, por la amplitud y diversidad que encierra.

Cabe aclarar que en este estudio, los términos cultura laboral y cultura de trabajo se utilizarán como sinónimos, ya que hay aspectos en los que se relacionan, sobre todo al dar cuenta de lo que ocurre al interior de los centros laborales, tomando en consideración los aspectos de tipo materiales objetivos y la subjetividad de los trabajadores. Es conveniente también explicar, que hay que diferenciar dichas concepciones, con la noción de la llamada “nueva cultura laboral”, promovida por los empresarios en sus ámbitos de trabajo, con objeto de homogeneizar a los empleados en las exigencias del mercado mundial y en la búsqueda de

una identidad con la empresa, tratando de evitar los conflictos y contradicciones laborales. En este estudio, con el fin de evitar entrar en confusiones, la “nueva cultura laboral” se rá entendida como “cultura corporativa”, es decir, aquella que crea y promueven las corporaciones como estrategias, para llevar a cabo sus intereses.

Ahora bien, a través del estudio de las culturas de trabajo, se pueden comprender los cambios presentados en la población de origen maya, que se introducen al trabajo maquilador. Así como, explicar su reconfiguración cultural como grupo social, a partir de su relación con la empresa transnacional y con un mundo globalizado en donde confluyen personas, tecnologías, filosofías del trabajo y productividad, en localidades específicas, como son los municipios rurales de Yucatán. Dicho de otro modo, cómo a partir de las relaciones cotidianas en el piso de la fábrica, entre personas con diferentes lenguas y culturas, éstos van cambiando su forma de vida y se convierten en actores que construyen nuevos procesos culturales e identitarios en torno al trabajo y a su propia cultura.

Cabe subrayar que no se plantea el análisis de la clase obrera como tal, ya que no se realizó un trabajo de corte marxista, en donde se indagara sobre las contradicciones entre el capital-trabajo, así como tampoco, la lucha entre este sector de trabajadores con los capitalistas. No obstante, el hecho de que el propósito no sea analizar la lucha de clases, no significa, que en esa maquiladora no existan contradicciones entre los trabajadores y la empresa. Por el contrario, los conflictos están latentes, aunque no se aborden en este estudio.

ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN

En Yucatán, las maquiladoras han sido estudiadas desde la economía, la psicología industrial, la sociología y la antropología. Sin embargo, la investigación no ha sido tan basta en comparación con las realizadas en la Frontera Norte; más no por ello menos importante. Para los objetivos de este estudio se mencionarán los trabajos más relevantes sobre la maquila en Yucatán elaborados por antropólogos. Dichos estudios son considerados como antecedentes de esta investigación.

Beatriz Castilla y Beatriz Torres han incursionado en los estudios sobre la maquila desde la década de los ochenta, es decir, desde el arribo del capital extranjero en la entidad, vía la Industria Maquiladora de Exportación. Beatriz Castilla (2004) en su libro “*Mujeres*

mayas en la robótica y líderes de comunidad, tejiendo la modernidad”, analiza la construcción de la identidad laboral de las obreras trabajadoras de Ormex. Es decir, de la primera maquiladora que se instaló en el estado. Desde sus orígenes, esta empresa se dedicó al ensamblado de piezas dentales hasta llegar a ser una manufacturera con alta tecnología en la región, a la integración de la robótica. En esta investigación, Castilla muestra, cómo las mujeres mayas al incorporarse a la maquila, cambian su percepción del trabajo, y algunas, de ser trabajadoras que ensamblaban piezas dentales, pasaron a manejar la robótica. Además, la autora evidencia cómo las trabajadoras que “cruzaron el puente” para trabajar en la fábrica (de la hacienda exhenequera al parque industrial de Umán) llegaron a ser agentes de cambio de su comunidad.

También Castilla y Torres han estudiado la introducción de nuevas culturas empresariales y estilos de gestión empresarial. Las autoras han encontrado nuevas formas de tratar a los trabajadores, en donde se revaloriza al trabajador, a la par que se fomentan estímulos de productividad y de ascenso al interior de la fábrica, con el fin de asegurar la participación del empleado de acuerdo a las demandas productivas y de calidad que exige el mercado mundial (Castilla 2004, Castilla B. y B. Torres 2007).

Otro de los estudios pioneros en cuanto a los cambios presentados en las mujeres trabajadoras de la maquila en Yucatán, es la investigación realizada por Myrna Rubí Aguilar Paz, publicada como: *“El trabajo de la mujer rural en las maquiladoras de Yucatán: identidad femenina y modernidad”*. Este estudio da cuenta de las transformaciones presentadas por las mujeres de las poblaciones que antes pertenecieron a la zona henequera, al introducirse al trabajo industrial en “El Parque de Industrias No Contaminantes”, en el corredor Mérida-Progreso. El “quehacer” de las mujeres como fundamento importante de su función social, redefine su actividad en términos de roles preestablecidos en su comunidad. A partir del trabajo maquilador, se construye una nueva identidad de género, como individuos que incursionan en el ámbito de lo público, con el objeto de continuar apoyando y aportando medios de subsistencia para el grupo al que pertenecen (Aguilar 1998: 166). Así mismo, el estudio de Aguilar muestra, en qué forma el trabajo a salariado en la fábrica, llevó a las mujeres a cambiar sus concepciones en torno a la reproducción, postergando la maternidad, lo que no era muy común en las comunidades rurales de la zona exhenequera. El trabajo en la maquila permitió a las mujeres contribuir en el gasto familiar y a alcanzar un grado de

autonomía, en relación con sus padres y/o cónyuges. Además se redefinieron roles en algunos de los varones, al solidarizarse con sus mujeres, después de tomar conciencia de las agobiantes jornadas de trabajo que vivían en las maquiladoras. De ahí que los hombres coadyuven en las labores domésticas, a pesar de ser cuestionada su masculinidad por los otros hombres de su pueblo.

Otros estudios como los de Luis Alfonso Ramírez han aportado datos relevantes al tema de las maquiladoras en Yucatán. Este autor resalta el papel de los empresarios locales en la IME y su participación en la construcción de los parques industriales y la infraestructura carretera (Ramírez 2006). Además, el autor analiza los intereses públicos y las ganancias privadas y particulares que se manejaron desde la creación del puerto de Progreso en el siglo XIX. Resalta las constantes ampliaciones y remodelaciones sufridas por los muelles, para posibilitar la importación y exportación de mercancías como parte de los mercados internacionales. El autor presta especial atención a la modernización reciente del puerto de altura y los impactos de la infraestructura para atraer capital extranjero que invierta en la industria maquiladora.

A pesar del trabajo que se ha realizado por antropólogos en Yucatán, son escasas las investigaciones etnográficas que han abordado la observación en las fábricas, los cambios de vida de la gente, la cultura del trabajo, la identidad laboral y cómo las maquiladoras han modificado la dinámica socioeconómica y cultural de los pueblos rurales.

El presente estudio tiene entre sus propósitos contribuir al conocimiento de esta temática, inserto en la disciplina antropológica en particular, a través de analizar los procesos de cambio cultural que vive la población maya de la comunidad rural de A Cancéh, al encontrarse incorporado a la globalización, a través de su trabajo en la industria transnacional. Asimismo, se pretenden explicar procesos locales y cómo se articulan con los globales. En otras palabras, cómo una industria transnacional que opera en diversos lugares del mundo se inserta en los municipios rurales de Yucatán.

ORIGEN DEL ESTUDIO

El interés por realizar este estudio inició después de la elaboración de mi tesis de maestría. Ésta se realizó sobre la producción de bordados artesanales en la localidad de Kimbilá,

comisaría de Izamal, Yucatán, ubicada en la exzona henequenera. Se trata de una producción a domicilio de ropa “tradicional” (hipiles, ternos y blusas) dirigida al mercado local, turístico y nacional y realizado por mujeres de origen maya. Así mismo, dicha confección de bordados artesanales se basa en los saberes ancestrales de la cultura maya. Cabe aclarar que en todo Yucatán se borda este tipo de ropa; sin embargo, Kimbilá se caracteriza por ser de las pocas localidades en donde toda la población se encuentra inmersa en la producción de bordados, incluyendo el trabajo de los varones. Esto se debe a que el bordado ha representado una alternativa económica para enfrentar la crisis agrícola que sufrió el estado desde los años setenta. Como parte de los resultados del estudio, se observó y analizó la construcción de una cultura e identidad laboral que giraba en torno al bordado.⁸

Como parte de la investigación, en Kimbilá se pudo detectar que los jóvenes (mujeres y hombres) dedicados al bordado se integraban a la maquiladora de Izamal, que queda a 10 minutos de su localidad, para trabajar como obreros de esta industria. Por ello fue importante conocer qué pasaba con su cultura laboral al entrar a la fábrica, cuáles eran los cambios que seguramente tendrían al insertarse a otras formas de trabajo industrial, en donde sólo armaban pantalones de mezclilla, dejando su creatividad momentáneamente, para, en sus días de descanso, retomar el trabajo del bordado. De ahí el interés, por realizar un estudio en esa maquiladora, ya que el “saber bordar” forma parte intrínseca del ser mujer maya, y el hipil como indumentaria tradicional ha constituido un elemento de identidad étnica (Garza, 2005). Sin embargo, después de que inicié las gestiones en la manufacturera para solicitar el permiso para realizar el estudio en la planta de Izamal, la encargada del departamento de recursos humanos me informó que la maquiladora se conformaba por dos plantas más, una en el municipio de Tekax y otra en el de Acancéh. Y que era en esta última planta donde se centraba el área administrativa, por lo que había que ir a Acancéh a solicitar el permiso, ya que allí se encontraba la gerencia general.

Posteriormente, después de la entrevista con el gerente de recursos humanos, se me concedió la autorización de realizar la investigación en esa manufacturera trasnacional, sin embargo, el gerente me pidió que el estudio se llevara a cabo en Acancéh y no en Izamal, tal como fue mi interés original. De igual manera, me solicitó que el nombre de la manufacturera

⁸ Para mayor información al respecto ver Garza (2005) “Identidad laboral y artesanías: El caso de las bordadoras de Kimbilá, Yucatán, UADY.

fuera confidencial, ya que cotizaban en la bolsa de valores, y no querían que por “alguna mala interpretación” bajaran las acciones de la empresa. Por lo anterior, y respetando el anonimato de la maquiladora y de los informantes, a continuación me referiré a esta empresa como la “Manufacturera de Acancéh”.

Después de mi visita y haber realizado el primer recorrido por la fábrica, opté por acotar la investigación a los obreros y las obreras de este municipio que trabajaran en la planta de Acancéh. De hecho, me había interesado realizar un estudio comparativo entre trabajadores (as) de ambas localidades (Acancéh y K'imbilá), partiendo de que, en ellas se comparten aspectos similares; en virtud de que habitan en la zona henequenera, los trabajadores son de origen maya, pero con antecedentes laborales distintos, ya que en Acancéh, antes de la llegada de la manufacturera, la población contaba con ocupaciones de diversos sectores: agricultura, servicios, e incluso numerosos trabajadores y trabajadoras que se veían obligadas a laborar en otras maquiladoras en Mérida.

Luego de haber realizado el recorrido por la planta y hacer las primeras entrevistas a los gerentes formulé las siguientes interrogantes:

1. ¿Cómo opera es a planta maquiladora transnacional en cuanto a su organización empresarial, el proceso productivo, las condiciones de trabajo, salarios, prestaciones, turnos y otros?
2. ¿Cuáles son las características de los trabajadores y las trabajadoras de la maquiladora de Acancéh en cuanto a sus antecedentes laborales, edades, género, escolaridad, antigüedad y grado de bilingüismo?
3. ¿Qué efectos tiene la maquiladora en estudio y cómo introyecta en sus trabajadores una “nueva cultura laboral” o cultura corporativa?
4. ¿Qué pasa con la cultura laboral de los trabajadores en general al integrarse a la industria maquiladora? ¿se construye una nueva cultura de trabajo a partir de su integración a la fábrica? Y si ello es así, ¿cómo podemos caracterizarla?
5. ¿Se configura una identidad laboral entre los trabajadores y trabajadoras de origen maya, en la maquiladora estadounidense?
6. ¿Cuáles son las diferencias entre los significados del trabajo en las obreras y los obreros?

7. ¿Las culturas e identidades laborales que se construyen en la maquiladora, llegan a trascender a la esfera familiar y comunitaria?

De estas preguntas se desprendieron los siguientes objetivos:

OBJETIVOS

El objetivo general de la investigación es, conocer y analizar si se construye una cultura de trabajo e identidad laboral entre los trabajadores de origen maya que trabajan en la manufacturera de Acancché y cómo influye dicho empleo en sus significados del trabajo en su vida familiar y en la localidad que habitan.

Objetivos Particulares:

- I. Describir el contexto social de Acancché donde viven los trabajadores y trabajadoras de la estudio y su relación con el pasado histórico, así como la influencia de la fábrica estadounidense en la comunidad y viceversa.
- II. Explicar el funcionamiento y organización de la Manufacturera de Acancché, el tipo de personal, sus jornadas de trabajo, horarios y prestaciones; para conocer el contexto organizacional y de trabajo en el que se encuentran los empleados de origen maya, y poder explicar el proceso de construcción de su cultura e identidad laboral.
- III. Dar cuenta del tipo de cultura que se construye al interior de la fábrica y las formas de vida de los trabajadores, así como su impacto en otros integrantes de la familia.
- IV. Investigar los significados del trabajo maquilador en los obreros y obreras, y si se construye una identidad laboral en dichos trabajadores (as).
- V. Indagar las diferencias entre los significados del trabajo maquilador en las trabajadoras y su diferencia con la de sus compañeros varones.

METODOLOGÍA

La investigación se abordó a través del ejercicio etnográfico, es decir, directamente en espacio de la fábrica y en la comunidad, con una mirada antropológica del trabajo. Se entiende por

etnografía la forma como el investigador analiza y describe los procesos sociales en forma directa con los sujetos de estudio. En otras palabras, “estar allí” implica desarrollar una capacidad reflexiva durante el trabajo de campo (Geertz, 1989). Dentro de las características de la etnografía se encuentra la observación, la descripción y la narración. Es a través de este tipo de escritura como se da cuenta de los procesos estudiados, después de interpretarlos y analizarlos.

La investigación al ser etnográfica, se ubica en el paradigma metodológico cualitativo, ya que permite profundizar en el estudio de las acciones que tienen los actores sobre su propio trabajo en la maquiladora. Dicho de otro modo, el que la investigación parta de la concepción de que el trabajo tiene una dimensión simbólica, es decir, el trabajo es generador de sentido, se tomó en cuenta “el punto de vista” de los trabajadores entendidos como actores sociales.

Así mismo, la Manufacturera de Acancéh, se abordó a través del estudio de caso. Esta forma de hacer investigación debe entenderse como el análisis y comprensión particular de una situación concreta, con objeto de detectar e identificar prácticas y procesos cotidianos, locales e inmediatos, para luego realizar un análisis integrado y comprensivo del mismo. Es a través del estudio de caso como se puede percibir y profundizar, en los acontecimientos que ocurren en un espacio histórico y socialmente determinado como es la “Manufacturera de Acancéh” vinculada a procesos más amplios como la industria globalizada y su influencia en la vida local de una comunidad rural ubicada en el sureste mexicano.

Además, el trabajo se llevó a cabo a través de la metodología reconstructiva que va del dato a la teoría y de la teoría al dato (De la Garza 1988). Con esto quiero decir que primero se realizó el trabajo de campo y posteriormente se indagó sobre las concepciones teóricas, para posteriormente examinar los datos.

Para el análisis de las identidades sociales, se retomó la teoría de las identidades ocupacionales de la sociología francesa, ya que para comprender los significados del trabajo, el estudio se concentró en el rescate de las narraciones de los propios trabajadores a través de la reflexión que ellos realizan de sus propias experiencias laborales, en relación a sus trayectorias de vida.

En general, las herramientas metodológicas utilizadas en la observación directa, entrevistas a profundidad, estructuradas y semiestructuradas, así como la construcción

biográfica de la vida de trabajadores y trabajadoras. La investigación se abordó en su primer acercamiento en 2008 a través de entrevistas estructuradas en la planta de Acancéh con los gerentes y mandos medios (ingenieros de producción, gerentes de recursos humanos y supervisoras de línea), quienes me explicaron la forma de operar de las plantas en sus distintos procesos de trabajo. Tuve la oportunidad de hacer varios recorridos con ellos a fin de contar con el mayor acopio de información.

Personal administrativo	Edad	Estudios	Lugar de procedencia	Lugar dónde se realizaron las entrevistas
Gerente general de Recursos Humanos de las tres plantas	38	Administrador de Empresas	Ciudad de México	Planta Acancéh
Gerente de producción planta Izamal	42	Ingeniero Industrial	Nicaragua	Planta Izamal
Jefa de recursos humanos de las tres plantas	34	Administración de empresas	Ciudad de México	Planta Acancéh
Jefe de producción la planta de Acancéh	32	Ingeniería Industrial	Ciudad de México	Planta Acancéh
Jefe del área de empaque	28	Ingeniería Industrial	Torreón, Coahuila	Planta Acancéh
Superintendente de producción	31	Ingeniería Industrial	Mérida, Yucatán	Planta Acancéh
Encargada de seguridad	39	Bachillerato	Ciudad de México	Planta Acancéh

Como herramienta metodológica fue importante la exploración de las biografías o historias de vida de doce obreros y/o obreras en sus propios hogares, debido a que explicaban sobre sus antecedentes laborales antes de ingresar a la empresa, así como sus experiencias en los procesos productivos, en el aprendizaje de oficio y la opinión y significados que tiene para ellos el trabajo en la fábrica. Las primeras entrevistas las obtuve a través del apoyo de la Presidencia Municipal.

Posteriormente, los entrevistados, en su mayoría, fueron elegidos al azar. Para tales fines utilicé la técnica conocida como “bola de nieve”, en donde los mismos trabajadores me informaban sobre la gente de Acancéh, que trabajaba en la maquiladora y que en muchos casos eran sus vecinos y/o parientes. Esta técnica, es un procedimiento no descriptivo o estadístico, que permite una muestra en el plano de las relaciones socioculturales. Es decir, “se entrevista a un número indeterminado de personas hasta el momento en que el investigador,

inmerso en el proceso de acopio y análisis de la información, que corren paralelos, considera que ha alcanzado un punto óptimo de ‘saturación de conocimientos’, en ese momento se da por finalizada la encuesta” como afirmó San Miguel (2000:296). Dentro de los criterios de selección de los entrevistados, se procuró que fueran mujeres y hombres de diferentes edades y que laboraran en la manufacturera de Acancéh.

En 2008 se realizaron 12 entrevistas (6 trabajadores y 6 trabajadoras)

Trabajadores y trabajadoras (puesto)	Edad	Antigüedad	Antecedentes laborales previos a la maquila	Otras ocupaciones aparte de la maquiladora	Lugar donde se realizaron las entrevistas
Operador Control de calidad	27	5 años	Dependiente de comercio (abarrotes) en Acancéh	Ninguno	Casa de un trabajador de la planta de Acancéh
Operador de máquinas	42	8 años	Mecánico	Mecánico	Casa de un trabajador de la planta de Acancéh
Operador del área de reparación	24	5 años	Estudiante de Bachillerato	Ninguno	Domicilio del trabajador
Operador del área de reparación	27	7 años	Músico	Músico	Tienda de uno de los trabajadores
Exsupervisor de	34	11 años (trabajó en la maquiladora)	Bachillerato	Trabaja en su tienda de abarrotes	Tienda de uno de los trabajadores
Operadora de partes chicas	29	7 años	Empleada de una maquiladora en Mérida	Ama de casa	Domicilio de la trabajadora
Operadora del área de compostura	49	5 años	Costuraba en su casa	Ama de casa	Domicilio de la trabajadora
Supervisora de calidad	32	8 años	Estudiante de bachillerato	Trabaja en su propia tienda de abarrotes	Tienda de la trabajadora
Operadora de partes chicas	36	7 años	Venta de pasteles en su domicilio	Ama de casa	Domicilio de la trabajadora
Operadora de reparación	24	5	Estudiante de bachillerato	Ama de casa	Domicilio de la trabajadora
Operadora del área de etiquetado	23	1 año	Estudiante de bachillerato	Empleada de salón de belleza	Domicilio de la trabajadora
Operadora del área de costura	24	3 años	Maquiladora en Mérida	Ama de casa	Domicilio de la trabajadora

El segundo trabajo de campo, fue en 2009, y éste consistió en la observación de las fiestas y ceremonias religiosas de Acancéh (Semana Santa), para conocer más allá de la cotidianeidad de la población. En este escenario se continuaron realizando entrevistas

estructuradas y semiestructuradas, así como más biografías en las propias viviendas de los trabajadores. En esta etapa se realizaron ocho historias de vida a seis operarios y dos operarias, cuyos cónyuges trabajaran en la maquiladora; con el propósito de conocer si los trabajadores han introyectado los valores de la cultura corporativa fomentada por la empresa, sustentada en su identificación con la misma, y si han construido una cultura laboral. Las entrevistas realizadas en sus domicilios me permitieron conocer los espacios donde habitan y sus condiciones de vida.

Entrevistas en 2009 (6 trabajadores y 2 trabajadoras)

Trabajadores y trabajadoras (puesto en la maquila)	Edad	Antigüedad en la maquiladora	Antecedentes laborales previos a la maquila	Otras ocupaciones aparte de la maquiladora	Lugar dónde se realizaron las entrevistas
Operador de planchas.	30	12	Ninguno	Venta de zapatos por catálogo	Casa del trabajador
Operador del área de reparación	28	11	Músico	Oficinas del municipio y es músico	Casa del trabajador
Operador del área de reparación	32	8	Empleado de comercio	Mesero	Casa del trabajador
Operador del área de planchado	38	11	campesino	Mesero	Casa del trabajador
Operador del área de planchado	42	6 años	Vigilante de la Coca Cola y del Museo de Arte Moderno de Mérida	Ninguno	Casa del trabajador
Operador del área de costura	35	10 años	Obrero en una maquila de Mérida	Taxista	Casa del trabajador
Operadora del área de etiquetado	34	10	Ama de casa y empleada doméstica	Ama de casa	Casa de la trabajadora
Operadora del área de costura	27	6	Ama de casa	Ama de casa	Casa de la trabajadora

En total se realizaron 20 entrevistas a profundidad reconstruyendo las historias de vida o biografías.

ESTRUCTURA DE LA TESIS

El trabajo se compone de cinco capítulos. En el primero se exponen los referentes teóricos. Se discuten los conceptos que sostienen las hipótesis que se defienden en esta investigación: 1) “Los trabajadores y trabajadoras de la maquiladora construyen su cultura de trabajo, como parte de un proceso de apropiación y resignificación de elementos culturales aprendidos en la fábrica, combinados con los elementos culturales de origen”. La otra hipótesis es que “Los trabajadores y trabajadoras construyen una identidad laboral al interior de la manufacturera por compartir una cultura de trabajo basada en los saberes productivos, un lenguaje laboral y un origen común”.

Se puntualizan los planteamientos sobre la globalización, cultura, trabajo y otras categorías que han estudiado a las empresas contemporáneas. Se hace un recuento del uso del concepto de cultura obrera en México y el debate que se estableció en torno a él, en la década de los ochentas, así como la propuesta de utilizar el concepto de culturas de trabajo acuñado en la década de los noventa. Además se definen los conceptos de identidad, identidad laboral y la importancia de retomar el género, para poder entender las diferencias en cuanto a los significados que tienen mujeres y hombres en torno al trabajo.

En el segundo capítulo se describe la localidad de Acahualtán donde habitan los actores sociales de este estudio: los trabajadores y las trabajadoras de la fábrica. Se expone su historia ligada a la cultura maya ancestral, sus transformaciones a raíz de la instalación de la Manufacturera y su relación con la ciudad, como parte de lo que se conoce como “nueva ruralidad”. Entiéndase por nueva ruralidad la relación cotidiana que en materia de trabajo, comercio y servicios tienen las poblaciones rurales con la ciudad y viceversa, la ciudad con las poblaciones rurales. Sin embargo, cabe mencionar que el concepto de nueva ruralidad es mucho más amplio. Tiene que ver con las transformaciones ocurridas en el campo, en la pluriactividad a causa de la reducción notable de las actividades agrícolas, así como el aumento del trabajo asalariado y la migración a los escenarios urbanos e incluso internacionales (Kay, cfr. Bretón, 2007:132).

En el tercer capítulo, se explican las características de la empresa como corporación mundial y la cultura corporativa, con un diseño de políticas empresariales a nivel

internacional, que transmiten una serie de valores y significados que tienen que ver con el mundo del trabajo. Se describe además la fábrica de Acancéh, ya que es importante abrir un espacio para esclarecer cómo se encuentra el proceso de trabajo, por ser el ámbito en donde interactúan los trabajadores y trabajadoras que intervienen directamente en la producción, con otros empleados de la empresa. Además de ser el lugar en donde la transnacional fomenta la cultura e identidad corporativa.

En el cuarto capítulo se explora cómo se construye la cultura de trabajo al interior de la manufacturera. Para ello se describe el fomento de la cultura corporativa por parte de la empresa y la forma cómo los trabajadores se apropian de aspectos aprendidos en la fábrica y los resignifican con sus elementos culturales propios. Esto, con el propósito de exponer el porqué, los trabajadores y trabajadoras de la maquiladora construyen su propia cultura de trabajo.

En el quinto capítulo se responde a una de las preguntas centrales de la investigación, si es en la manufacturera donde se construye una identidad laboral entre los trabajadores y las trabajadoras; cuáles son sus significados del trabajo, y las diferencias existentes por género.

Finalmente, se exponen las conclusiones de este estudio.

CAPÍTULO I

GLOBALIZACIÓN, CULTURAS E IDENTIDADES EN EL TRABAJO: APROXIMACIONES TEÓRICAS

En este capítulo se detallarán los conceptos que sirven como herramientas teóricas, guías para abordar el estudio de la cultura de trabajo e identidad laboral de los obreros y obreras de la manufacturera en Acancéh. Se dilucidan los planteamientos sobre la globalización, empresa, red, cultura, trabajo, identidad laboral y otras categorías que han estudiado a las empresas contemporáneas, de acuerdo a autores clásicos como Wallerstein (1982), Larsh y Urry (1998) y Castells (2006). También, se hace un recuento del uso del concepto de cultura en los estudios empresariales, así como el concepto de cultura de trabajo que propone una forma distinta de abordar la cultura que se crea al interior de los centros laborales, a través de la propuesta de Luis Reygadas (2002a). En cuanto a la categoría de identidad laboral, se manifiesta la manera cómo se ha utilizado en los análisis de las maquiladoras. Retomando la propuesta de Dubar para explicar las nuevas identidades ocupacionales que se construyen en los centros laborales contemporáneos.

A continuación se expone en términos muy generales, cómo se entiende la globalización económica que se vive hoy en día, el modelo económico y político neoliberal que apoya su desarrollo y la relación con los ámbitos locales.

GLOBALIZACIÓN, MUNDIALIZACIÓN Y ÁMBITOS LOCALES

La economía contemporánea globalizada o mundializada, será analizada por diversos autores en las ciencias sociales, entre los más representativos se ubican los de Wallerstein (1982), Larsh y Urry (1998) y Castells (1999). Estos autores han acuñado diferentes concepciones para explicar la economía a nivel mundial: “economía-mundo”; “capitalismo tardío”, “capitalismo desorganizado”; sin embargo, han concluido que el sistema económico actual es único y exclusivamente del sistema capitalista en su fase de mundialización.

Immanuel Wallerstein (1982) es uno de los pioneros en estudiar las realidades mundiales. Este autor señala que la economía mundial es un sistema social que tiene una lógica interna y se mantiene en un proceso cíclico de expansión y contracción. El sistema capitalista está inscrito en un sistema mundial (sistema-mundo), cuyas características estructurales son la especialización geopolítica de la producción, la extracción e intercambios de excedentes, el sometimiento de los estados-nación a las reglas de legitimación de la economía transnacional, basada en una única división internacional del trabajo. Para dicho autor, la estructura del sistema-mundo, se rige por la lógica global del capitalismo y por tanto, se genera la desigualdad económica y política entre naciones, propiciando la heterogeneidad y la distribución desigual de los beneficios económicos. En el centro del sistema se sitúan las naciones con una posición hegemónica, y en la periferia y semiperiferia, las regiones del mundo subyugadas.

Para defender su teoría, el investigador realiza un vasto análisis histórico de los procesos económicos poniendo en evidencia la heterogeneidad de oportunidades, y limitaciones generadas por esta economía-mundo. Tanto los países centrales como los periféricos (en donde se sitúa a México y otros países de América Latina) establecieron contactos a través de los circuitos comerciales.

En cuanto a la esfera política, Wallerstein afirma que las economías-mundo cuentan con múltiples estados, unos más fuertes, otros más débiles, pero en todos los casos, su soberanía se encuentra supeditada por las mismas interconexiones del sistema que siempre limitan su autonomía (Wallerstein 1982). Esto significa que el poder económico determina las relaciones políticas entre naciones y en consecuencia, no hay posibilidad de equidad en ningún plano de la esfera social.

Por otra parte, Larsh y Urry (1998) proponen una significación diferente; el de "capitalismo desorganizado", pero coinciden con Wallerstein al definir las mismas características de la economía global. Los citados autores señalan que el sistema económico y el social que conocemos con el nombre de globalización, tiene entre sus principales características cambios basados principalmente en dos elementos esenciales: el desarrollo científico-tecnológico y los medios de comunicación, especialmente la informática.

Para estos autores, la economía capitalista actual se caracteriza por ser una economía “desorganizada”. A hora, las grandes industrias se encuentran divididas en distintas áreas o espacios territoriales. A diferencia del capitalismo industrial “organizado” que analizó la teoría marxista, en donde la producción y la fuerza de trabajo se concentraban en fábricas y en localidades, en donde éstas reorganizaban la vida local (Larsh y Urry, 1998).

El estudio realizado por Boutilier y Castilla (2011) explica la transformación del capitalismo basándose en la empresa de corte fordista vertical y su tránsito hacia la firma-red (horizontal) que comanda la economía mundial y repliegue del Estado, cediendo al capital accionario la conducción de la economía mundial. Ello se apunala con el desarrollo de la tecnología, la informática y los medios de comunicación que hacen posible fragmentar las fases de los procesos productivos por el orbe, mientras la firma controla desde sus países centrales los aspectos estratégicos como el diseño, coste, etc.

Por ello, la tendencia de la economía hoy día es desplazar a las empresas por distintos lugares de planeta. A algunos autores la denominan “acumulación flexible”. Además, la concentración de capital ya no se encuentra en manos de unos cuantos capitalistas, sino en muchos que pueden comprar y vender acciones en los mercados de valores del mapamundi (Castells 1999). Como parte de las características de la acumulación flexible emergen nuevos sectores de producción, caminos de servicios financieros, mercados e industrialización de ensambles en distintas regiones del mundo.

En este sistema económico “desorganizado” de “acumulación flexible”, los objetos mercantiles se rigen por distintos factores; el valor estético (diseño) y el reconocimiento social, son los elementos principales. Este proceso es entendido como reflexividad estética o hermenéutica. Por ejemplo, ahora un automóvil o una prenda de vestir, ya no se valora sólo por su tiempo de trabajo socialmente necesario para la producción, así como la oferta y demanda; sino por el valor agregado que los diseñadores le imprimen a las mercancías. A esto se le añade la publicidad a través de los medios de comunicación que contribuyen activamente al incremento del valor de las mercancías.

Es así como el sistema capitalista actual, se encuentra a lo largo y ancho de planeta. Particularmente, la industria se instala en diferentes países, obteniendo materiales igualmente de distintas regiones y contratando personal de diversos orígenes culturales. Si bien, los

capitales han llegado a un sinnúmero de lugares y se ha generado empleos, no ha favorecido a países como México, ya que la desigualdad social se incrementa día con día, debido a que las ganancias no son reinvertidas en el país.

A continuación se abre un espacio para comprender cómo los acontecimientos globales se insertan con los locales.

LO GLOBAL Y LO LOCAL

Los estudios antropológicos han utilizado la noción de globalización, para explicar los procesos a nivel global que inciden en lo local, haciendo fuertes críticas a la postura que sostiene que la globalización surge en las últimas décadas con una tendencia a la homogeneización cultural, la cual ha sido ampliamente criticada, pues no se tomaban en cuenta los aspectos locales, esencialmente los contextos socioculturales que lo influyen.

Por lo tanto, las grandes contribuciones de los estudios sobre globalización, son aquellos que parten de los análisis locales y cómo se articulan con los globales. En este orden conceptual, la cultura es entendida como diversa, y a pesar de reconocer la tendencia de su homogeneización como consecuencia de la lógica del capital y de los avances en los medios de comunicación, cada grupo social presenta particularidades que los hace diversos y multiculturales.

Kearney recupera la propuesta del “sistema mundo” de Wallerstein para razonar los cambios ocurridos en la economía contemporánea. Este autor coincide en que la globalización conlleva un espacio multidimensional con subespacios discontinuos, sin fronteras y compenetrados. Ello conduce a movimientos incesantes de personas, información, símbolos, capital y bienes, en espacios transnacionales, que trascienden la jurisdicción del poder de los estados pero se concretizan en las localidades. Kearney afirma que lo global si empre y únicamente existe a nivel local (Kearney, 2000:218).

Con base en esta discusión se hace énfasis en que ambos conceptos: el de mundialización y de globalización, permiten entender el funcionamiento de las sociedades actuales. El primero se refiere al desarrollo económico y el segundo a procesos socioculturales. Cabe señalar que Wallerstein, explica, desde una perspectiva histórica, la

importancia de la economía capitalista en el tejido de las naciones a nivel global, la desigualdad entre naciones y entre los distintos grupos sociales. El segundo, el de la globalización facilita el análisis, referente a los sucesos locales articulados a los procesos globales tal y como lo plantea Kearney.

Se coincide con los autores citados en cuanto a que la globalización no aparece a finales del siglo XX, sino que es producto de un proceso histórico de internacionalización del capital. Asimismo, se suma a la perspectiva que averigua la diversidad cultural, como inherente a la globalización, que se contrapone a la visión que afirma, que ésta, conduce a la homogeneización de la cultura. En esta línea de argumentación, los diferentes grupos socioculturales que componen los Estado-nación constantemente entran en contradicción, se adaptan, resisten y se reconfiguran, como producto de los procesos de cambio generados en el ámbito globalizado.

Para comprender mejor cómo funciona la globalización, es decir, la economía internacionalizada, se abre un espacio para explicar el papel que juega el neoliberalismo en el proceso de globalización.

GLOBALIZACIÓN Y NEOLIBERALISMO

La globalización se encuentra ligada estrechamente al neoliberalismo. Entiéndase por neoliberalismo, siguiendo a Harvey (2007) la política adoptada por distintos países para impulsar el libre comercio a nivel internacional. Entre las principales características de este modelo se encuentran, según el autor, la adopción de políticas por parte del Estado para el intercambio comercial y el flujo de capital a nivel internacional. Para ello, es necesario que los países abran sus fronteras al capital extranjero; fomenten el libre comercio; ofrezcan facilidades para el libre mercado, la libre empresa y proporcionen el marco legal que permita la internacionalización del capital y la libertad de empresa del individuo (Harvey 2007: 8-9). El mismo autor se refiere al neoliberalismo de la siguiente manera:

[...] el neoliberalismo es, ante todo, una teoría de prácticas político-económicas la cual señala que la mejor manera de promover el bienestar del ser humano, consiste en no restringir el libre desarrollo de las capacidades y de las libertades empresariales del individuo, dentro de un marco institucional caracterizado por derechos de propiedad privada, fuertes mercados libres y libertad de comercio. (Harvey 2007:8-9).

Así bien, el papel del Estado neoliberal, es crear y preservar el marco institucional para el desarrollo de estas prácticas; garantizar la calidad y la integridad del capital; vigilar y controlar las estructuras legales, militares y policiales para asegurar la propiedad privada (Harvey, 2007:8-9). Es importante señalar, que el neoliberalismo echa mano de instituciones internacionales como el Fondo Monetario Internacional (FMI), el Banco Mundial (BM) y la Organización Mundial del Comercio (OMC) para regular el mercado y las finanzas a escala global (Harvey, 2007:9).

Como teoría, el neoliberalismo intuye al Estado, como el facilitador del gran capital para las inversiones. Principalmente en aquellos ámbitos susceptibles para crear nuevos mercados. Ya sea porque los recursos son propiedad de la nación, o los servicios se encuentren bajo la administración gubernamental, como es el caso de la educación, la atención sanitaria y la seguridad social.

Por el contrario, el Estado neoliberal debe reducir su intervención en cuanto a beneficios sociales. A diferencia del “Estado benefactor”, quien asumía la responsabilidad del “bienestar social”, asegurando los servicios educativos, de salud, vivienda y retiro. El Estado neoliberal gestiona las libertades que responden a los intereses de la propiedad privada, las empresas, las compañías multinacionales, y el capital financiero (Harvey, 2007:14).

El neoliberalismo como doctrina económica y política fue adoptado por diferentes países a partir de la década de los setenta. Inglaterra y Estados Unidos fueron las primeras naciones que lo acogieron. Concibieron el neoliberalismo como estrategia para enfrentar la crisis económica generada por la economía hacia el interior de los países, por ejemplo en México la política económica de sustitución de importaciones.⁹ Las razones eran la sobreacumulación de capital y exceso de producción de mercancías; imposible de vender al interior de los estados nacionales, debido a los bajos salarios de la clase trabajadora.

Además, el gran capital necesitaba la mano de obra más barata de los países subdesarrollados, o en vías de desarrollo. Poco a poco se fueron sumando distintos países a

⁹ Para mayor información sobre cómo el neoliberalismo enfrentó la crisis económica como resultado de la política económica de sustitución de importaciones véase (Harvey 2007 y De la Garza, 2001).

este nuevo sistema económico, convirtiéndose en un modelo hegemónico, proliferando a escala mundial (Harvey, 2007:10).

Con la adopción del neoliberalismo por distintos países se logró reorganizar el capitalismo internacional (Harvey, 2007:125-126). Se convirtió en un proyecto político para facilitar la acumulación de capital y restaurar las élites económicas.

No obstante, la distribución de la riqueza se agudizó aún más. La globalización con el neoliberalismo permitió la concentración de inmensas riquezas en manos de pocos capitalistas tanto en países como Gran Bretaña, Indonesia y México (Harvey 2007: 125-126). Entre las acciones que se realizaron para promover el neoliberalismo a nivel internacional fue el “Consenso de Washington”. Se le llamó de esta manera a una serie de medidas de estabilización y ajuste de las economías respecto a las cuales, determinadas instituciones con sede en Washington -mayormente el FMI y el BM, así como el gobierno y la Reserva Federal de Estados Unidos-, parecían tener un consenso sobre sus necesidades. El concepto fue acuñado por el economista británico John Williamson en un artículo publicado en 1989. En términos generales, el entonces nuevo ideario apostaba por un paquete conjunto de políticas económicas como: la lucha contra el déficit público por la vía de reducción del gasto, las reformas para reducir la progresividad impositiva, la privatización de empresas públicas, la liberación del comercio y de los mercados de capitales a nivel internacional, la minimización de las condiciones a la entrada de inversión extranjera directa y la desregulación de los mercados laborales internos, entre otras. Estas medidas jugaron un papel importante para integrar a los países de América Latina al modelo neoliberal y con ello, enfrentar la deuda externa y presentar un modelo de desarrollo sostenido (Casilda, 2004).

Fue en la década de 1990 y con base en el “Consenso de Washington” cuando el presidente de Estados Unidos Bill Clinton y el canciller Tony Blair de Inglaterra firmaron “ahora todos somos liberales”. Esta declaración reflejaba la adopción del modelo neoliberal por distintos países, pero no de manera igualitaria. Las diferencias se relacionan con distintas formaciones sociales, tradiciones históricas, desarrollo geográfico, fuerzas políticas, tradiciones históricas, pactos institucionales existentes, que sirvieron en su conjunto para visualizar cómo se produjeron los procesos de neoliberalización. (Harvey, 2007:19-20).

Asimismo, el neoliberalismo triunfó en el ámbito ideológico. De ahí que muchos países lo hayan asumido como la mejor opción para el desarrollo. Siguiendo a Harvey:

El neoliberalismo se ha tornado hegemónico como forma de discurso. Posee penetrantes efectos en los modos de pensamiento, hasta el punto de que ha llegado a incorporarse a la forma natural en que muchos de nosotros interpretamos, vivimos y entendemos el mundo (Harvey, 2007: 9).

Sin embargo, no se puede hablar de un Estado neoliberal generalizado, a pesar de las características que lo definen. Frente a un conflicto, el Estado neoliberal típico tendrá que privilegiar un clima óptimo para las empresas frente a los derechos colectivos (y la calidad de vida de la fuerza de trabajo), o frente a la capacidad del medio ambiente para regenerarse (Harvey 2007:76).

Parte de las políticas del Estado neoliberal se encuentran en la reducción de inversiones, disminución de regulaciones en la economía, la privatización de empresas e instituciones gubernamentales, la adopción de políticas ortodoxas de ajuste que reducen la intervención económica del Estado a los circuitos monetarios (De la Garza, 2001: 160). Siguiendo al mismo autor:

(...) La intervención de los Estados es ahora a través de políticas salariales que han tenido a mantenerlos por debajo de la inflación y en su apoyo a la flexibilidad de los mercados de trabajo, que implica muchas veces el combate o sometimiento de los sindicatos (Wannoffel, cfr. De la Garza 2001:168).

El neoliberalismo trae consigo la tendencia a desaparecer los sindicatos, ya que de esta manera resuelve la necesidad que tienen los capitalistas de estar libres de cualquier presión por parte de los trabajadores. Para evitar dicha presión, el trabajo se va convirtiendo en flexible, es decir, por contrato, en donde se puede despedir al trabajador cuando el patrón así lo requiera. Siguiendo a De la Garza, “los procesos de trabajo llevan esta conflictividad a las instituciones de regulación del conflicto obrero patronal (códigos de trabajo, sistema de regulación social, contratación colectiva) buscando su flexibilidad” (De la Garza, 2001:160-161).¹⁰

¹⁰ Al menos en México se rompieron los pactos entre los sindicatos y el Estado cuando éste ya no quiso continuar con el corporativismo que había tenido posterior a la revolución mexicana y las conquistas de los trabajadores se vinieron afectados (De la Garza, 2001:159-160)

Para Harvey, la mayoría de los Estados que asumieron el modelo neoliberal, lo han hecho sólo parcialmente. Es decir, no tiene los mismos efectos para todas las naciones; a pesar de adoptar las mismas acciones como la flexibilidad en los mercados laborales; la desregulación de las operaciones financieras; la privatización de sectores de propiedad. Ejemplo de ello es Rusia, posterior a la Unión Soviética. Las naciones del tercer mundo, a pesar de haber tomado las políticas neoliberales, no tienen el mismo efecto que los países desarrollados (Harvey, 2007: 95-96).

En México la política neoliberal ha jugado un papel importante en la expansión de la industria maquiladora de exportación (IME). La libertad de comercio y de inversión extranjera facilitó a los corporativos internacionales para insertarse en el país buscando mano de obra barata para las maquiladoras. El modelo neoliberal en México tiene dos fechas importantes: el tratado de 1986 con Estados Unidos y la firma del TLCAN en 1994. Por ello importante reiterar, que la introducción de capital extranjero se realizó desde 1965 con el programa industrial maquilador fronterizo. Así, en la década de los noventa, la política económica se vinculó al esfuerzo de las empresas transnacionales para lograr mayor competitividad. Éste se refleja en la expansión de la industria maquiladora. Por otro lado, la producción industrial de capital nacional se concentra en el centro del país, asociada a la industria manufacturera establecida en la época de la política económica de sustitución de importaciones. Pero, al parecer, desgraciadamente el modelo neoliberal impulsado por México, se ha caracterizado por una creciente dependencia de la economía mexicana a la expansión de las firmas transnacionales, principalmente estadounidenses en las zonas fronterizas.

Para poder entender por qué una manufacturera transnacional se ubica en una población rural del estado de Yucatán, es necesario explicar las características de la industria globalizada en relación a las grandes corporaciones y firmas a nivel global organizadas y apoyadas a través de redes, integradas por diversos socios accionistas, dirigida por los gerentes y buscando incesantemente materias primas y mano de obra barata en países en vías de desarrollo.

LA INDUSTRIA MUNDIALIZADA: DE LA GRAN EMPRESA A LA FIRMA RED

Para explicar porqué la manufacturera de Acancéh se insertó en Yucatán, es necesario señalar, que se debe a la expansión industrial a nivel mundial, con el propósito de obtener mayores ganancias. En otras palabras, las empresas multinacionales se expanden en busca de materias primas y mano de obra barata en los países del tercer mundo.

Siguiendo a Castells (1999) la expansión se debe a la necesidad del capital de distribuir sus productos y su elaboración por todo el mundo. Esto se originó en la crisis económica de 1970, la cual orilló a cambios productivos importantes. Durante esta época, se inició un proceso de reestructuración encabezado por empresas y gobiernos a través de la desregulación, la privatización y la descomposición del contrato social entre el capital y la mano de obra, en la que se basó el modelo de crecimiento anterior y estableciéndose el Estado neoliberal.

Como parte de esta reestructuración productiva, se realizaron reformas institucionales y de gestión empresarial para conseguir cuatro metas: 1) profundizar en la lógica capitalista de búsqueda de beneficios de las relaciones capital-trabajo; 2) intensificar la productividad del trabajo y el capital; 3) globalizar la producción, circulación y mercados, aprovechando la oportunidad de condiciones más ventajosas para obtener beneficios en todas partes; y 4) conseguir el apoyo estatal para el aumento de la productividad y competitividad de las economías nacionales (Castells, 1999).

En la actualidad, la gran empresa se desarrolla en el ámbito internacional integrando todas las etapas de producción, movilizándose masivamente los capitales y a los asalariados (Boutillier y Castilla, 2011:23). Boutillier y Castilla explican que la primera expansión de las grandes empresas a nivel mundial fue de Estados Unidos a Europa. Posteriormente las empresas se desplazan al Tercer Mundo. Aquí se crea una unidad de producción, en un nuevo territorio que no conoce aún el producto en cuestión. La mano de obra barata de estos países permitirá reducir los costes de producción. Es así como las empresas viajan de norte a sur con el fin de propagar sus productos y sus capitales (Boutillier y Castilla, 2011:23).

Así bien, la gran empresa se transforma a causa de los mercados financieros y de las nuevas tecnologías de información y de la comunicación. Castells (1999:192, tomo 1) propone la noción de firma red, para explicar la transformación de una burocracia vertical

(jerarquizada) de la gran empresa, hacia la firma horizontal o red. Esta última se caracteriza por siete grandes tendencias: 1) organización en torno al proceso, no a la tarea, 2) jerarquía plana, 3) gestión en equipo, 4) medida de los resultados por la satisfacción del cliente, 5) recompensas basadas en los resultados del equipo, 6) maximización de los contactos con los proveedores y clientes, y 7) información; formación y retención de los empleados en torno a los niveles de la organización. Al definir la firma horizontal o red, Castells menciona: “La empresa horizontal es una red dinámica y es estratégicamente planeada de unidades autoprogramadas y autodirigidas basadas en la descentralización, participación y coordinación” (Castells, 1999:194, tomo 1).

Para Castells, la empresa constituida en redes es la forma organizacional de la economía internacional/global (Castells, 1999:194, tomo 1). Esto se debe a que concentran capitales y pueden operar en diferentes lugares al mismo tiempo, gracias al desarrollo de la tecnología de la información y comunicación. Una de las peculiaridades de la empresa red es incluir a pequeñas y medianas empresas a su sistema de producción; así como la flexibilidad productiva y por lo tanto, la mano de obra con contratos temporales, sin sindicatos. Parte de la globalización capitalista conlleva a la precariedad en el trabajo, que son empleos no formales (Boutillier y Castilla, 2011).

Castells señala que las empresas red con éxito, son aquellas capaces de generar conocimiento y procesar información con eficacia y adaptarse a la variabilidad de la economía global. Para lograrlo, las empresas deben ser flexibles y cambiar sus medios tan rápido como cambian sus fines. Es decir, en relación al vertiginoso cambio cultural, tecnológico e institucional. Aquí la innovación se convierte en el “arma clave” de la competencia (Castells, 1999:200, tomo 1).

Es preciso anotar que los factores más importantes del proceso de transformación organizativa de la gran empresa vertical hacia la firma red son dos: 1) la organización de los mercados y de los insumos, y 2) el cambio tecnológico que vuelve el equipo constantemente obsoleto y obliga a las firmas a ponerse perseverantemente al día en información sobre procesos y productos (Boutillier y Castilla, 2011:35).

La inversión extranjera ha sido el impulso más importante de la globalización, siendo las multinacionales y sus redes asociadas las que organizan el núcleo de la mano de obra en la

economía global (Castells, 1999: 262, tomo 1). Aquí las pequeñas y medianas empresas integradas a los nudos de las redes, juegan un rol central en la organización industrial, ya que en muchos de los casos se encuentran articuladas con las transnacionales, sobre todo cuando se encuentran en posibilidades de expansión (Boutillier y Castilla, 2011:34).

Si bien son las redes las que se ubican en la economía global, este evento no implica la desaparición de la gran empresa. Por el contrario, se ha mantenido la concentración oligopólica en la mayoría de los sectores de las principales industrias, gracias a la organización en redes. Sin embargo, para que la gran empresa se integre a las redes estratégicas requieren considerables recursos (financieros, tecnológicos, cuota de mercado) o una alianza con un actor importante de ellas (Castells, 1999, cfr. Boutillier y Castilla, 2011:34-35).

En cuanto a la movilidad de la mano de obra en la mundialización, ésta no se puede comparar con la que posee el capital. A pesar de que hay migraciones de fuerza de trabajo, ésta se mueve mucho menos en relación con el capital. Por ello, las empresas pueden cancelar sus operaciones con mucha facilidad; ya que se favorecen de la existencia de la firma red, el avance de los mercados financieros, el desarrollo de las empresas en el ámbito internacional; y no bajo el esquema de la firma integrada o vertical (como la empresa fordista). La firma red, al crear relaciones de subcontratación, o al asociarse con empresas extranjeras de otros países, gracias al desarrollo de la informática, puede controlar el tiempo real toda la cadena de producción internacional. Un ejemplo lo constituye el cierre de empresas como sucedió en el sur de China, al despedir a miles de personas que fueron obligadas a regresar a su lugar de origen, donde la situación económica es para ellos aún más difícil. Por lo contrario, para los empresarios es muy fácil desplazarse e invertir en otras actividades en cualquier país del mundo. (Boutillier y Castilla, 2011:37).

Por lo anterior expuesto, la manufacturera instalada en Acancéh, forma parte de un firma red de capital estadounidense que opera a nivel internacional, a través de la producción de prendas de vestir (pantalones de mezclilla) y su comercialización. La tecnología de la información y comunicación juega un papel importante para lograr que la producción se realice de manera simultánea, en las fábricas de la firma o corporación existentes en distintas partes del mundo. En el caso concreto de Acancéh, si bien, el grueso de la mano de obra es de

esa localidad, pudiera en cualquier momento ser sustituida, al trasladarse la fábrica a otro lugar, en donde la empresa pueda ahorrar en mano de obra. Al respecto, los trabajadores de la manufacturera estudiada, están conscientes, como lo dijo uno de los obreros con 11 años de antigüedad que: “la empresa, en cualquier momento se puede ir a China, o a otro lado, por eso hay que aprovecharla”.

Este estudio sobre la Manufacturera en Acancéh, es un ejemplo de cómo una empresa multinacional opera en una localidad rural, por encontrar mano de obra barata. Asimismo, ejemplifica cómo lo global, se inserta en lo local y viceversa. A continuación se exponen las razones por las cuales la fábrica de una transnacional, organizada en firma red, se puede instalar hoy en día, en un ámbito rural como lo es Acancéh, Yucatán.

LA INDUSTRIA MANUFACTURERA EN EL ÁMBITO RURAL

En las últimas décadas, el modelo de desarrollo económico globalizado, por lo menos en México, ha llevado a la transformación campo-ciudad. Ahora, la industria no sólo se concentra en las grandes ciudades, sino muchas de las empresas, sobre todo las manufactureras, han encontrado en los espacios rurales, los lugares idóneos para operar. En otras palabras, la oferta de empleo ha dejado de estar concentrada en la ciudad. Hoy en día, son las fábricas las que se han movido a los ámbitos rurales en busca de trabajadores y trabajadoras. Ramírez y Arias explican que la ciudad ya no requiere incorporar residencialmente a la población no urbana de sus alrededores. Ahora, organiza y especializa el empleo en sus entornos rurales y en los límites municipales de cada urbe (Ramírez y Arias, 2002:13).

Estas transformaciones se deben al incremento de los medios de comunicación y a la construcción de infraestructuras carreteras durante las últimas décadas. A esto se le suma el aumento de medios de transportes privados y públicos, lo que permite el traslado cotidiano entre poblaciones rurales y urbanas, en donde trabajadores se desplazan a la ciudad y regresan cada día, o cada semana, a sus lugares de origen (Ramírez y Arias, 2002:13). Cabe aclarar que las zonas rurales se vuelven atractivas para el capital industrial, a partir de la crisis agraria de la década de los setenta en México y con ello, la desocupación de la población dedicada a las

labores agrícolas, que ha encontrado ingresos en otras actividades productivas como la industria manufacturera.

La instalación de las empresas en las zonas rurales corresponde también a que éstas aprovechan la introducción de servicios (electricidad y agua potable), en aquellas localidades que resulten más convenientes para el empleo que ofrecen. Asimismo, los corporativos buscan mano de obra principalmente femenina para el trabajo a destajo, sin derechos laborales y sindicales (Ramírez y Arias, 2002:13).

Hoy en día, en el ámbito rural en México, se pueden localizar establecimientos productivos tales como: empacadoras, procesadoras, granjas, talleres, fábricas en diferentes manufacturas y maquiladoras de alta tecnología. En el caso de nuestro país, las maquiladoras se han concentrado en ámbitos rurales, como es el caso de Yucatán. Éstas, junto con otras empresas, se ubican preferentemente en aquellos espacios que dotados de servicios básicos y cercanías a sistemas de comunicación, permiten la circulación fluida de trabajadores y trabajadoras en múltiples direcciones. En palabras de Ramírez y Arias: “los espacios periurbanos, parecen ser ámbitos privilegiados para la localización de las empresas modernas” (Ramírez y Arias, 2002:13).¹¹

Este repliegue de la industria y otras actividades económicas al ámbito rural ha llevado a transformaciones considerables. La agricultura ha dejado de ser su característica principal; y las labores tradicionales se han desplazado por nuevas actividades económicas, en las que se invierten tiempo y trabajo; que hasta hace poco se destinaban a la actividad agropecuaria (Estrada, 2002:29).

La diversificación ocupacional en el medio rural ha extendido el trabajo asalariado, así, como el incremento de los servicios de salud, la apertura de centros de educación media y superior, entre otros servicios. Así, en estos espacios rurales o pueblerinos, se han modificado paulatinamente las prácticas cotidianas y los valores de los habitantes de las localidades rurales. A esto se suma la posibilidad de adquirir mercancías que son fabricadas por la

¹¹ Cabe destacar que la relación campo-ciudad siempre ha existido, sin embargo, se ha incrementado las últimas cuatro décadas a raíz del desarrollo de las comunicaciones, tanto terrestres como de telecomunicación. Para mayor información ver Pérez Castro (2013).

industria, en los mismos poblados. Esto ha llevado a una transformación, en donde se combinan elementos culturales tradicionales y modernos (Estrada, 2002: 29).

Como se verá en el próximo capítulo, la población de Acahualtán ha presentado una diversificación ocupacional, cambios en su indumentaria tradicional; pero al mismo tiempo, conserva fiestas y rituales que son heredados de un pasado histórico prehispánico y colonial.

Esta nueva relación entre campo y ciudad también se le conoce como “nueva ruralidad”. Una definición que explica claramente la “nueva ruralidad” es la de Llambí (1996), posteriormente retomada por Salas (2002). Este concepto enfatiza la relación recíproca y bidireccional entre lo urbano y lo rural, en los cuales los procesos de distinción se han alterado o coincidido con los de interpretación e influencia mutua, sobre la base del lugar que cada espacio ocupa en el procedimiento global de la división social del trabajo, Salas argumenta:

La caracterización de la “nueva ruralidad” es consecuencia de un mayor consumo de los espacios “rurales” por las industrias de la construcción, turísticas, recreacionales, ambientales y alimentarias, con base en una profunda transformación en las actividades primarias y un incremento del empleo en actividades secundarias y terciarias, rompiéndose la imagen del rural vinculado a una baja densidad demográfica y un patrón de asentamiento disperso, el predominio de la agricultura y otras actividades primarias o extractivas y patronos culturales o estilos de vida diferentes a los de la ciudad. De tal manera que la nueva ruralidad aparece asociada al surgimiento de nuevas actividades, nuevos agentes sociales y nuevos entes reguladores (Llambí, cfr. Salas, 2002:96).¹²

No cabe duda que el concepto de “nueva ruralidad”, se vincula a los movimientos poblacionales. Esto tiene que ver con la migración tanto al interior de la República Mexicana como en los Estados Unidos. Es importante destacar que la Frontera Norte se ha vuelto lugar privilegiado a partir de la década de los ochenta, por la instalación de maquiladoras a las que, sobre todo poblaciones del sureste de México acuden en busca de trabajo. Como lo afirma Vallentin (2011), ya sea que la migración se realice hacia los Estados Unidos, a los campos agrícolas de Sinaloa, a las maquiladoras de la frontera, a las zonas cafecultoras que guarda el

¹² El concepto de “Nueva Ruralidad” explica también la manera como los espacios rurales se ven invadidos por el capital inmobiliario, en donde se desarrollan complejos residenciales habitados por grupos socialmente privilegiados, que contribuyen a modificar la vida de los pobladores rurales. Esta población con poder adquisitivo, se traslada cotidianamente a la ciudad, a realizar actividades laborales, educativas, de consumo y atención médica. Para mayor información al respecto ver Salas (2002).

sureste y las zonas turísticas de las costas de México. La importancia de tales movimientos radica en que la migración se vuelve el medio principal para sostener la economía de los “nuevos” poblados rurales y por tanto, influye en los cambios socioculturales.

Asimismo, es necesario mencionar que hay diferentes enfoques sobre la nueva ruralidad. Por ejemplo, Kay señala, que esta noción se utiliza para explicar los vínculos entre la economía campesina y el mercado, en donde la población agraria, ha tenido que recurrir a la pluriactividad para enfrentar el problema del campo, derivado de las políticas neoliberales en México y América Latina. Tal integración de hombres y mujeres al mercado laboral, a menudo ha sido en forma precaria, con salarios mínimos (Kay, cfr. Bretón, 2007:132).

También el criterio de "nueva ruralidad", se utiliza con enfoques distintos en los análisis de la pobreza. Una perspectiva la concibe como estrategia para reabilitar la economía campesina, incluso que permite la acumulación de capital. Otra la ve como estrategia de supervivencia, resultado de las políticas del neoliberalismo, que dificultan a los productores del campo competir con las importaciones baratas de alimentos y con los capitalistas agrarios locales. Además responsabilizan a los productores campesinos, de no querer cambiar sus cultivos tradicionales por los que requiere el mercado globalizado (Kay, 2007:78).

Por otro lado, existe una corriente de desarrollo rural y de abatimiento a la pobreza, que se apropian del concepto de "nueva ruralidad", para impulsar un proceso de desarrollo centrado en la agricultura campesina. En ella se revalora los conocimientos de la gente del campo y tecnologías; el empoderamiento (especialmente en las mujeres), el empleo rural (especialmente para los jóvenes), la agricultura orgánica, alimentos de mejor calidad, mayor diversidad, promoción de nuevos mercados y la competitividad, por citar algunas otras (Barkin, 2001, cfr. Kay, 2007:80).

Es preciso anotar que la concepción de “nueva ruralidad” en este estudio, si bien no es central, se utiliza para discernir por qué la industria manufacturera opera en Acancéh Yucatán. La manera como se entenderá el concepto es principalmente a través de la relación campo-ciudad, como lo plantean Ramírez y Arias (2002), ya que su propuesta permite clarificar la relación que guarda hoy día el campo y la ciudad, la cual facilita la instalación de la industria en el contexto rural.

EL TRABAJO Y LA CULTURA: DOS CONCEPTOS INDISOCIABLES

Antes de explicar las razones por las cuales se utiliza el concepto de cultura de trabajo en este estudio, se explica la concepción sobre el trabajo y la cultura. Cuando se habla de trabajo, por lo general se piensa en aquella actividad que se desempeña para obtener un salario. En esta modalidad se refiere al empleo, debido a que el trabajo puede ser remunerado o no, y un empleo implica una relación laboral. Cabe hacer mención que la idea de trabajo se ha modificado a través de la historia de la humanidad.

El trabajo ha sido interpretado desde diferentes ópticas, acordes al tipo de sociedades en las que se desarrolla. Por ejemplo, en las sociedades precapitalistas, el criterio de trabajo está ligado tanto a rituales religiosos como a aspectos lúdicos o de beneficio social; a diferencia del trabajo en las sociedades industriales y capitalistas en donde se define como lo más importante en el individuo (Méda, 1995).

El fundamento de trabajo industrial, aparece en Europa con el surgimiento del sistema capitalista en el siglo XVIII, expandiéndose posteriormente a lo largo y ancho del planeta. Dicho trabajo industrial ha sido estudiado desde los siglos XVIII y XIX por autores clásicos como Carlos Marx, Adam Smith y David Ricardo. El planteamiento que comparten estos autores es que el trabajo es la única fuente de riqueza, y por tanto, base de la vida social. Sin embargo, para Smith y Ricardo el trabajo es importante para la riqueza capitalista individualizada; mientras que la posición marxista defiende el argumento que la riqueza generada por el trabajo debe ser distribuida equitativamente entre los integrantes de la sociedad (Méda, 1995).¹³

Es importante señalar que la concepción marxista del trabajo fue la predominante en las ciencias sociales durante el siglo XX. Sin embargo, en las últimas décadas autores como Dela Garza (2011) han definido y diferenciado el “trabajo clásico” del “no clásico” o “atípico”. Siguiendo a este autor, el trabajo clásico es aquel que conceptualizan los teóricos del siglo XIX, el cual se caracteriza principalmente a través de la relación capital-trabajo. Es decir, el industrial realizado en el proceso productivo, a salariado, seguro. A diferencia del trabajo “no clásico” o “atípico” que se refiere a los trabajos no a salarios, inestables,

¹³ Se subraya entonces, que en este estudio no se profundizará sobre el concepto de trabajo propuesto por los clásicos, ya que eso nos llevaría a un estudio muy profundo al respecto y que no es el objetivo central de esta investigación, sin embargo, no por ello se puede omitir citarlos.

informales, precarios, inseguros, flexibles, extensión de las actividades asalariadas. En otras palabras, se le conoce como “trabajo no clásico” a las ocupaciones que han proliferado las últimas décadas en México, producto de la globalización y los cambios insistentes económicos y tecnológicos, los cuales no fueron conceptualizados en la etapa de la industrialización.¹⁴

De la Garza argumenta que en la actualidad, los trabajos “no clásicos” en México son aquellos que realizan los vendedores ambulantes, tanguistas, taxistas, microbuseros, operadores de metrobus, vagoneros, Call centers, Walmart, McDonald’s, software, extras de televisión; por citar algunos ejemplos (De la Garza, 2011:11). En cuanto a la importancia de hacer la diferenciación entre trabajo clásico, y no clásico, el autor señala:

“[...] la necesidad de explicar las fuentes de la identidad y la acción colectiva entre trabajadores situados en relaciones no clásicas de asalariamiento, o bien con la intromisión de clientes y usuarios y llegar a un concepto ampliado de Trabajo que no se restrinja al trabajo asalariado” (De la Garza, 2011:11)¹⁵.

Es importante recalcar que, independientemente de cómo se interprete el trabajo en las distintas sociedades, culturas, contextos históricos y enfoques académicos; la categoría trabajo sirve para explicar que, éste no se realiza sólo para ganarse la vida y satisfacer necesidades sociales, sino va más allá de ello, al constituir “el hecho social total”.

Siguiendo a Dominique Méda “el trabajo estructura de parte a parte nuestras relaciones con el mundo y nuestras relaciones sociales. Es esa la relación social fundamental” (Méda, 1995:24).

Por lo anterior, el trabajo forma parte de la cultura de los grupos sociales. Su vida cotidiana, los tiempos de trabajo y descanso juegan un papel importante en la configuración cultural de un grupo social y de la construcción de significados trabajados compartidos. Es preciso comentar que se entiende por cultura (siguiendo a Bonfil Batalla) “[...] el conjunto de símbolos, valores, actitudes, habilidades, conocimientos, formas de comunicación y organización sociales, bienes materiales que hacen posible la vida de una sociedad determinada y le permiten transformarse y reproducirse como tal, de una generación a la

¹⁴ La teoría económica define este tipo de trabajos como informales o marginales. Para mayor información al respecto véase. Escobar (1990).

¹⁵ Otros autores que investigan el trabajo no clásico en relación a las identidades laborales son León (2011), Hernández (2011) y Ruiz (2011)

siguiente” (Bonfil, 1982). A esta definición de cultura se añade, siguiendo a Geertz (2005:20), la importancia de considerar “la urdimbre de significados” que los hombres tejen y comparten como conglomerado social. Se parte de la premisa de que el trabajo es un elemento de la cultura, donde los seres humanos producen y reproducen significados, de ahí que afirme que los espacios laborales son ámbitos de producción y significación cultural.

Para los fines de este estudio, el trabajo se entiende como creador de sentido, un concepto indisoluble de la cultura. El trabajo es parte de la vida social y cultural de los individuos, y a que encierra saberes y tradiciones. Los trabajadores llevan a su trabajo su cultura y en los espacios laborales adquieren una serie de elementos que influyen en la cultura

LA CULTURA AL INTERIOR DE LAS EMPRESAS: DIVERSAS DEFINICIONES

En este apartado se retoma la explicación que se estableció en la introducción de este estudio, sobre cómo se ha analizado la cultura al interior de los centros laborales. Se mostrará que el concepto de cultura al interior de las fábricas, no sólo ha sido abordado por la antropología, sino por otras disciplinas como los estudios organizacionales y empresariales. Cabe aclarar que estos últimos han logrado una gran influencia en las formas de gestionar el trabajo por parte de las empresas contemporáneas a nivel global.

Al ahondar en el estudio de la cultura de trabajo, se encontraron diferentes conceptos que se refieren a la forma como se expresa la cultura al interior de las empresas. Estos conceptos son: 1) cultura corporativa, 2) cultura empresarial, 3) cultura organizacional y 4) cultura laboral y/o cultura de trabajo. A continuación se expone en qué consisten cada uno de los conceptos y la reflexión que se ha realizado en torno a ellos.

1) La Cultura Corporativa

Se dará inicio con el concepto de “cultura corporativa” utilizado por distintos analistas para explicar los valores y actitudes que las empresas fomentan en sus empleados, con el objetivo de integrarlos a la corporación; lograr que se identifiquen con ella y alcanzar mayores índices de productividad. A través de la “cultura corporativa” se transmiten conceptos de trabajo, hábitos, costumbres y rituales que se practican cotidianamente al interior de las corporaciones.

Esta cultura está plagada de significaciones y subjetividades por parte de quienes están a la cabeza de la organización y dirigen las políticas empresariales. Asimismo, la cultura corporativa también se ve influenciada por las prácticas culturales y las formas como los empleados actúan y entienden el mundo. Al respecto Marcela Hernández (2003) afirma:

“Nosotros entendemos la cultura corporativa como proceso de creación de significados socialmente tendidos a través de los valores, el lenguaje, rituales y metas, los cuales la gerencia moviliza para legitimar sus valores colectivos. Sin embargo, en el proceso de creación de significación también intervienen los otros, es decir, los actores con los cuales interactúa la gerencia (directores, jefes, trabajadores, clientes, proveedores etc.), los cuales a su vez configuran un proceso subjetivo de actividad diaria, dando su propio significado al mundo empresarial y del trabajo. (...)

La cultura corporativa aparece como la estrategia, sólo en parte planeada; fija objetivos y metas, los cuales se transforman en valores que se comparten entre los miembros de la organización. Castilla Ramos, (2004) en su estudio sobre las trabajadoras de la robótica en Yucatán, encontró la positiva gestión de los empresarios de una empresa transnacional, en donde se logra establecer una verdadera “ingeniería cultural”. Las obreras se involucran en el trabajo, compartiendo los valores de la empresa y llegan a sentir orgullo por laborar en ese corporativo, producto del reconocimiento a su trabajo y el desafío que representó la robótica para las obreras.

En el caso de este estudio, como se verá más adelante, la empresa transnacional crea su propia cultura corporativa, basada en la calidad total, misma que difundió entre sus trabajadores y trabajadoras para una mayor productividad. El objetivo es que se conozcan y compartan los valores de la empresa y desarrollen orgullo e identidad con el corporativo.

2) La Cultura Empresarial

Por otra parte, hay autores que utilizan el concepto de cultura empresarial, para definir las prácticas culturales de los empresarios o de los altos mandos, quienes al ser integrantes de una cultura determinada (étnica, regional y/o nacional) llevan consigo una serie de elementos culturales que transmiten a sus empleados, e influyen en las formas de actuar y de entender el trabajo al interior de la empresa. Hernández define la cultura empresarial de la siguiente manera:

[...] la cultura empresarial tiene que ver con los significados acumulados que sustenta la gerencia, así como con los procedimientos y conductas gerenciales, pero de manera específica con los procesos de dar sentido (Hernández, 2003:58).

Por lo anterior, se considera que no debemos confundir el concepto de cultura corporativa y cultura empresarial, ya que la primera se refiere a la cultura creada por otras empresas y fomentada en los trabajadores (misión, visión, identidad corporativa); y la segunda se compone de las prácticas culturales de empresarios y gerentes, acorde a su origen étnico, regional, nacional, y que en alguna medida influye en el comportamiento de sus organizaciones.

3) La Cultura Organizacional

Se ha acuñado el concepto de “cultura organizacional” para describir la manera cómo actúan los grupos sociales al interior de una organización, que bien puede ser una empresa privada, pública, algún grupo sindical, entre otros. Andrade (1991) señaló que la cultura organizacional está vinculada con los mismos valores, hábitos y formas de ver el mundo al interior de una organización. La cultura organizacional es el resultado de las prácticas fomentadas por la empresa hacia los empleados, combinadas con las que introducen éstos últimos, de tal manera que los elementos culturales de ambos grupos se van fusionando conforme pasa la vida cotidiana laboral. Andrade afirma:

Llamamos cultura organizacional al conjunto de creencias y de valores compartidos que proporcionan un marco común de referencia, a partir del cual las personas que pertenecen a una organización tienen una concepción más o menos homogénea de la realidad y, por tanto, un patrón similar de comportamientos ante situaciones específicas (Andrade, 1991:90).

Situados en esta perspectiva de análisis, se puede afirmar que la cultura organizacional es la que se crea al interior de las empresas a través de sus acciones, espacios, tiempos y formas comunicativas. Sin embargo surge la pregunta ¿qué tanto la cultura organizacional se recrea en el ámbito extralaboral? Es decir, ¿trasciende a la vida cotidiana de los empleados hasta sus hogares, espacios de recreación, e interacción familiar?

En el mismo tenor que Andrade (1991), Gámez (2007) explica que el estudio de la cultura organizacional se presenta como un *boom* en la década de los ochenta y “constituye una nueva óptica que permite a la gerencia comprender y mejorar las organizaciones” (Gámez, 2007:62). La autora señala que para definir la cultura organizacional se debe entender la cultura como variable externa, “[...] en la cual los actores organizacionales llevan su cultura de origen a la organización y ahí se genera una serie de interrelaciones que hacen única esa cultura organizacional en ese contexto, el cual a su vez está influido por la cultura *societal* y la cultura corporativa de la organización” (Gámez, 2007:62).

La autora retoma el concepto de “cultura negociada” de Brannen, para explicar cómo al interior de una empresa se va configurando la cultura organizacional, en donde los integrantes de diferentes culturas resignifican desde la mirada de su cultura, de su historia y trayectoria laboral y “se ponen de acuerdo” ya que no es una acción consiente y mucho menos homogénea, ello lo constató Castilla Ramos (2004). Para tomar elementos culturales unos de otros. Al respecto, Gámez puntualiza:

“[...] cuando los miembros de dos culturas nacionales y organizacionales distintas se ponen de acuerdo, se origina una “cultura negociada”. La cultura negociada que surge no será una cultura mezclada o un híbrido, ni reflejará completamente una u otra cultura, sino resultado más parecido a una mutación que contiene partes de ambas partes, así como algunos aspectos de nuestra conducta, propios de nuestro contexto. Así, la cultura laboral resultante surgirá a partir de las influencias de las culturas de origen, la postura individual asumida y el contexto funcional. A esto también se le ha llamado una tercera cultura” (Gámez, 2007:94).

Según esta autora, el concepto de cultura organizacional se utiliza mayormente en el ámbito académico, partiendo de que el concepto de cultura es cambiante. A diferencia de este planteamiento, el concepto de cultura corporativa es frecuente en un contexto empresarial, manejado por empresarios y consultores, quienes sostienen que la cultura se puede crear de acuerdo a la filosofía del fundador de la organización (Gámez, 2007:62).

Asimismo, subraya que la cultura organizacional puede ser construida y usada como una herramienta por los administrativos. En otras palabras, la cultura organizacional puede interpretarse como instrumento para elevar la productividad. En palabras de la autora:

Las organizaciones tienen una finalidad, objetivos de supervivencia; pasan por ciclos de vida y enfrentan problemas de crecimiento. Tienen una personalidad, una necesidad, un carácter y se las considera como micro sociedades que tienen sus procesos de socialización, sus normas, su propia historia. Todo esto está relacionado con la cultura (Gámez, 2007:107).

4) La Cultura Laboral

Por otro lado, la significación de cultura laboral también ha sido utilizada de distintas maneras, en relación a los diversos ámbitos y actores concernientes al trabajo. Nos referimos a los empresarios, algunas organizaciones de trabajadores como la Confederación de Trabajadores de México (CTM); instituciones gubernamentales (Secretaría del Trabajo). Todos ellos entienden la cultura laboral como aquella que se fomenta en las empresas, con objeto de que se trabaje y se actúe como la corporación sugiere, con ello obtener mayores beneficios. Lo que ya habíamos definido como cultura corporativa. Esta forma de tratar de construir una cultura laboral al interior de la empresa, o en palabras de Kunda, autor de la llamada “ingeniería cultural”, deja al margen los elementos culturales de los empleados.

En México, como parte de las propuestas a la Ley Federal del Trabajo llevadas a cabo por un sector empresarial y agrupaciones de trabajadores; se promovió desde la década de los ochenta, con el modelo de “Reestructuración Productiva o Modernización”. La “nueva cultura laboral” como parte del discurso que incorpora la propuesta empresarial, en donde se evita a toda costa el conflicto y se fomenta el compañerismo y la cooperación para los logros comunes. No obstante, se sabe que esta línea se inscribe en el propósito de acabar con la cultura de la rigidez del puesto, e imponer la flexibilidad laboral acorde a sus objetivos que finalmente confluyen en la creación de una nueva cultura de trabajo flexible y desorganizada. De la Garza explica que el pacto entre los sindicatos mexicanos y las empresas para impulsar la “nueva cultura laboral” se realizó con objeto de dejar la “confrontación” de los sindicatos con las empresas y convertirse en socios.

5) La Cultura de Trabajo

Por su parte, el sector académico de las ciencias sociales en general, ha definido la cultura de trabajo como aquella que comparten grupos sociales con un oficio o actividad de trabajo común. Ésta se presenta en el trabajo industrial, agrícola, ganadero, pesquero, de servicios, entre otros. Básicamente se define como los símbolos y significados compartidos entre los sujetos con cierta actividad laboral (oficio común).

Es importante definirlo, ya que encontramos diferencias entre el concepto de cultura laboral que maneja el sector empresarial, gubernamental acorde a sus objetivos que finalmente confluya en la creación de una nueva cultura de trabajo flexible y desarraigada. A diferencia del concepto de “cultura de trabajo” utilizado por el sector académico, definido por el oficio y significado que poseen los trabajadores de su propio trabajo.

Para analizar los procesos culturales que se presentan al interior de los centros de trabajo, específicamente en la industria maquiladora transnacional, como ya he mencionado, tomaré el concepto de “cultura de trabajo” propuesto por Reygadas (2002). Este autor afirma que al interior de las maquiladoras existe la diversidad cultural, y por tanto, varias culturas de trabajo, de acuerdo a los antecedentes laborales de sus integrantes, que pueden ser étnicos, regionales y nacionales. Es decir, en las maquiladoras se encuentran personas con culturas de trabajo distintas, por ejemplo, culturas de trabajo estadounidenses (cuando los dueños son de ese país); así como culturas de trabajo provenientes de grupos de procedencia rural (mayas-yucatecos); regionales (de diferentes partes de un país) e incluso nacionales. Las culturas de trabajo se pueden encontrar en los diferentes significados que tienen sobre el trabajo, el tiempo laboral, habilidades y destrezas, formas productivas, y otros.

Reygadas (2002a) en su estudio *Ensamblando Culturas* demuestra la manera como en algunas maquiladoras, los obreros adquieren elementos culturales de la corporación y en otras no. Por ejemplo, el autor aporta el estudio de las maquiladoras coreanas en Guatemala, en donde los obreros (as) conformados por indígenas guatemaltecos, nunca se adaptaron a los sistemas de trabajo impuestos por los empresarios coreanos y sus capataces, cuya gestión es ampliamente conocida por las formas hostiles que utilizan en sus enseñanzas a los y las nuevas obreras. Por el contrario, presentaron grandes problemas de relaciones en tre

empleados y empresarios, sobre todo de comunicación que influyó no sólo en la baja productividad, sino en el conflicto entre los trabajadores y la empresa.

Se reafirma, entonces, que para fines de este estudio, el concepto de cultura laboral y cultura de trabajo son entendidos como sinónimos, como se verá en los próximos apartados, a pesar de que el primero lo utilicen las empresas con objeto de lograr una mayor productividad de los trabajadores e identificación con la empresa, tratando de evitar con ello los conflictos entre capital y trabajo.

Por lo anteriormente expuesto se observa que los conceptos ya definidos: cultura corporativa, cultura empresarial, cultura organizacional, cultura laboral y/o cultura de trabajo; explican los procesos culturales presentados al interior de las empresas contemporáneas, que plantean interrogantes importantes: ¿Hasta qué grado la cultura de trabajo se refleja en otros ámbitos de la vida de los trabajadores? ¿Cómo se manifiesta esta cultura de trabajo o laboral en la vida de los obreros y obreras al interior de la familia?; ¿Es válido proyectar la creación de una nueva cultura de trabajo al interior de una maquiladora que se compone aproximadamente de mil empleados?

ESTUDIOS SOBRE CULTURA ORGANIZACIONAL Y EMPRESARIAL: LA ÓPTICA QUE NIEGA EL CONFLICTO

En este espacio se expone la manera como los conceptos de cultura al interior de las empresas han sido abordados por los estudios organizacionales, empresariales, también conocidos como gerenciales. Así tenemos que los estudios sobre la cultura en ámbitos empresariales tienen sus orígenes en Estados Unidos, en las primeras décadas del siglo XX. El interés por este tema surge por la inquietud de conocer los procesos de adaptación de los trabajadores con los nuevos sistemas de producción en masa que la industria norteamericana estaba incorporando durante la posguerra. El estudio pionero lo realizó Elton Mayo, profesor de Harvard, quien abordó las condiciones de trabajo de las obreras de la *Western Electric Company* de Chicago en 1932, con un enfoque psicosocial (Guadarrama 2000). Además, el autor incorpora técnicas de corte antropológico como la observación de la vida cotidiana al interior de la fábrica, de

ahí que podamos conocer, desde las primeras décadas del siglo pasado, sobre la influencia antropológica en otros campos disciplinares.¹⁶

Los estudios organizacionales y empresariales se han preocupado por investigar cómo se expresa la cultura de los trabajadores al interior de las corporaciones y en qué forma influye en el trabajo. Dicho enfoque difiere de la manera como la antropología mexicana estudió a la clase obrera, su conciencia, su cultura y sus luchas sociales. Por su parte, los estudios empresariales se han enfocado en la construcción de “nuevas culturas laborales” para alcanzar productividad con calidad, y evitar el conflicto entre los trabajadores a través del consenso. Cabe aclarar que el concepto de cultura organizacional y cultura corporativa son similares y persiguen los mismos objetivos (Reygadas 2000:12).

La cultura desde un enfoque organizacional y empresarial, se ha realizado a través de diferentes enfoques, pero similares entre sí, de ahí que existan varias perspectivas tales como: 1) la unicista, 2) la de integración y 3) la culturalista. Cada una de estas perspectivas tiene en común su ubicación en la lógica del capital, es decir, en lograr una mayor productividad con calidad y evitar las contradicciones y enfrentamientos entre los trabajadores y la empresa.

El enfoque de unicidad argumenta que cada organización tiene una cultura única y por tanto distinta a la de las otras empresas. Afirman que la cultura en la fábrica de alguna manera es producto de la tecnología, de los sistemas productivos y de la dinámica organizacional. Asimismo sostiene que algunos líderes empresariales tienen la capacidad de impulsar en la organización una cultura única, de acuerdo a los intereses de la empresa, sin considerar las subjetividades de los trabajadores y los procesos históricos y sociales en los que se ven inmersos. Acentuando que este enfoque unicista es cuestionable, y a que cada empresa, no puede crear una cultura única, pues las culturas en los espacios laborales no son exclusivas e irrepetibles, ya que prácticas culturales muy similares se pueden presentar al interior de otras empresas. Un ejemplo lo podríamos encontrar en dos manufactureras que fabrican pantalones de mezclilla en Yucatán. Refiriéndose a Monty y a la Lee Company; ya que ambas manufactureras son empresas estadounidenses que contratan trabajadores con características culturales comunes. Por lo tanto, se pueden encontrar dinámicas laborales similares, ya que los trabajadores poseen una cultura fuera de la empresa basada en su origen maya-yucateco, la

¹⁶ En esta investigación participó el antropólogo W. Lloyd Warner quien había realizado trabajo de campo con Radcliffe- Brown (Reygadas 1998:38).

cual se entrelaza con los valores, costumbres y dinámicas laborales de las manufactureras de Estados Unidos.

Otra perspectiva en los estudios organizacionales y empresariales es la conocida con el nombre de “estudios de la integración”. De acuerdo a este enfoque, las organizaciones deben contar con una cultura entendida como un conjunto de valores o supuestos básicos compartidos por todos los miembros de la empresa. Igualmente, la perspectiva integracionista tiene como fin impulsar en las empresas la idea de poder crear culturas empresariales para ofrecer productos con mayor calidad, diversificar sus diseños y acortar sus tiempos de respuesta a las demandas de un mercado muy dinámico. En este contexto, se ha difundido la idea que hay que construir un tipo de cultura laboral que permita al trabajador identificarse con la empresa y colaborar con la busca de mayor calidad (Reygadas 2000:27). Cabe aclarar que la construcción de las culturas laborales tiene una tendencia a reproducir los valores de los sectores dominantes que lideran la empresa y no propiamente la de los trabajadores, como se verá en el capítulo cuatro de este estudio. Incluso, se piensa que los líderes de la empresa son los principales promotores de esta cultura para una mayor eficiencia y productividad (Reygadas 2000:30).

Al igual que el enfoque de la unicidad, la perspectiva de la integración sostiene que es imprescindible construir una cultura en la empresa que unifique a sus miembros. La intención es crear rituales, mitos, símbolos entendidos como mecanismos de una cultura, vistos como dispositivos que contribuyen al consenso. Aquí se ubica lo que se llama “la nueva cultura laboral” o la “ingeniería cultural” y el “liderazgo participativo”, siendo la que más ha influido al interior de las empresas globalizadas.

La concepción integradora es la que actualmente se promueve en las empresas, en donde los gerentes juegan un papel importante para tratar de borrar las diferencias entre los empresarios y los trabajadores, así como buscar a través de la cultura organizacional o corporativa, una mayor productividad y calidad en el trabajo (Alveson y Berg en Reygadas 1998: 45).

Por su parte, el enfoque culturalista de los estudios empresariales se caracteriza por reducir los problemas que se presentan en las organizaciones a la cultura de los trabajadores, sin considerar las causas económicas, políticas y sociales que pueden generar problemas al

interior de las empresas (Varela en Reygadas 2000:32). De ahí la urgencia de construir la cultura de empresa o corporativa para fomentarla en los trabajadores.

Para finalizar este apartado, se puede afirmar que los estudios organizacionales y empresariales han hecho contribuciones importantes sobre lo que ocurre en las organizaciones en cuanto a cultura de los trabajadores. Asimismo, proyectan a las empresas en sus diferentes dimensiones: técnica, económica, social y cultural; y han ubicado a los trabajadores como agentes cuyos intereses se relacionan con sus valores, normas y las prácticas culturales de las que forman parte. Sin embargo, el principal problema ha sido que con la cultura organizacional se quiere construir una cultura homogeneizadora, en donde la diversidad se desdibuje, como si la cultura se prefabricara. Los estudios organizacionales no toman en consideración los procesos culturales a través de la producción, apropiación, resistencia y transformación de los trabajadores que se presentan al interior de los ámbitos laborales. Tampoco se incluye en los análisis las particularidades que pueden existir en cuanto al género, edad, origen étnico y/o nacional de los empleados.

De las graves limitaciones de los estudios empresariales se encuentran es negar los conflictos y contradicciones existentes entre empresarios y trabajadores. En otras palabras, conciben la cultura sin fisuras y conflictos promoviendo entre los empleados los valores y conceptos dominantes empresariales (Babba 1995). Otro de los problemas es que no se considera la acción de los trabajadores, sus contradicciones con la empresa y su resistencia a integrarse a la cultura de la misma.

Hasta aquí se ha expuesto la concepción de la cultura en los estudios organizacionales y empresariales, en seguida se explicará qué ocurre con el concepto de cultura laboral y las culturas del trabajo desde las ciencias sociales y si hay diferencias o no, entre los conceptos.

¿SE PUEDEN UTILIZAR LOS CONCEPTOS DE CULTURA LABORAL Y CULTURAS DE TRABAJO COMO SINÓNIMOS?

Se empezará señalando que el concepto de cultura laboral es polisémico, puede ser entendido como sinónimo de cultura organizacional, cultura corporativa, así como cultura de trabajo. Sin embargo, en esta tesis, como se mencionó anteriormente, los conceptos de cultura laboral y cultura de trabajo se entenderán como sinónimos, y a que ambos hacen referencia a lo que

ocurre culturalmente al interior de las empresas. Cabe aclarar que ambos conceptos, se refieren a los procesos culturales de una manera más general, que puede abarcar la cultura de los trabajadores al interior de una empresa, la mezcla de la cultura de los trabajadores en una organización, y las culturas de trabajo que pueden llegar a coexistir al interior de una empresa.

El concepto de cultura laboral y culturas del trabajo son categorías que se acuñaron como producto de los cambios presentados en la realidad social experimentados las últimas décadas. Dichos conceptos emergieron de la teoría social principalmente en la década de los noventa, para dar respuesta a las transformaciones sociales como producto de la reconversión industrial, la apertura comercial, la industria globalizada, la expansión del capital a nivel global y la injerencia de un empresario más “comprometido” con las condiciones de trabajo de sus empleados.

Las consideraciones de cultura laboral y/o culturas de trabajo dentro de los estudios laborales de corte sociológico y antropológico parecen como sinónimos y los académicos coinciden en su interés por lo que ocurre al interior de los ámbitos laborales, y sobre las subjetividades y significados compartidos entre los trabajadores. Es decir, se preocupan más por la acción reflexiva humana que por los aspectos puramente materiales, organizativos y tecnológicos del trabajo. (Guadarrama 2000: 213-214).

Es necesario señalar que tales conceptos se originan en un marco de investigación de corte subjetivista, en oposición a los paradigmas objetivistas homogeneizantes y globalizantes que predominaron hasta los años setentas y que centraron sus esfuerzos en la caracterización y análisis de la cultura obrera como producto de la conciencia de clase de los trabajadores. Así tenemos que los cambios presentados en material laboral como producto de las transformaciones en la producción industrial y en la flexibilidad en el trabajo, lleva a la necesidad de ampliar el concepto de cultura obrera a la de cultura laboral y/o culturas de trabajo. En palabras de Guadarrama, lo que fue la cultura de un grupo social se transformó en la cultura de un espacio social –que puede ser cualquier entorno en el que se experimentan relaciones de trabajo- y sus actores (Guadarrama 2000: 215). A esto se le suma el interés por lo local, lo micro y el impacto del discurso empresarial en la subjetividad obrera, en el surgimiento de nuevas identidades ocupacionales y en los estudios de género con la inserción de la mujer al mercado de trabajo. (Guadarrama 2000: 214-215).

Guadarrama (2000) ha enfatizado la importancia del concepto de cultura en los estudios laborales. Al respecto, propone que la cultura tiene que ser conceptualizada como: plural, múltiple y descentralizada (Guadarrama, 2000:13). Este mismo enfoque lo podemos encontrar en los estudios de Reygadas (1998), Castilla (2004), Solís (2009) e incluso se reconoce la diversidad cultural al interior de la industria, así como el género, la edad, la etnicidad y las relaciones interculturales entre grupos sociales con orígenes nacionales diferentes.

Para fines de este estudio, como se dijo anteriormente, se retoma el concepto que propone Reygadas (2002) ya que entiende por cultura de trabajo, la generación, la actualización y transformación de formas simbólicas en la actividad productiva. Para este autor, en las fábricas convergen personas con diferentes culturas laborales y es en las mismas fábricas en donde se llegan a crear nuevas culturas del trabajo. Esta definición parte de la idea de que en toda producción material se presenta una producción simbólica, pues conlleva la conformación de hábitos, valores, representaciones y normas asociadas a una forma de organización de la actividad productiva. Para este autor, la relación entre producción material y producción simbólica o cultura de trabajo tiene dos direcciones: por un lado, la actividad productiva y sus significados influyen en la vida cotidiana fuera de las fábricas (eficacia simbólica del trabajo) y en dirección opuesta, la cultura de los trabajadores aportan al trabajo sus maneras de percibir, sentir y valorar (eficacia laboral de la cultura). Entonces, es en los espacios laborales y en la vida cotidiana fabril en donde se da un flujo de símbolos (Reygadas 2002:110).

Para Reygadas entender el trabajo como acción simbólica implica pensar que mediante esta actividad los sujetos producen, reproducen y se apropian de significados (Reygadas 2002c) Nos dice el autor:

El trabajo es un ámbito de socialización secundaria, en el que los individuos modifican la concepción que tienen de ellos mismos, al interactuar con los objetos de trabajo y con los “otros”, creándose así nuevas culturas e identidades laborales. Asimismo, se debe de entender la creación y apropiación de formas simbólicas en el trabajo como un proceso en el que los agentes actualizan su cultura dentro del contexto y relaciones de poder específicos” (Reygadas 2002c: 106).

De la revisión anterior, se recoge el concepto de cultura de trabajo de Reygadas (1998) entendida como “resultado de los procesos de apropiación, producción y reproducción de significados que se construyen en el trabajo”. Enfatizando, que este concepto de cultura de trabajo lo han reutilizado otros autores como Castilla Ramos (2004) y Solís (2009).

Se recupera, el concepto de cultura de trabajo, ya que se estima más adecuado para explicar lo que acontece en una maquiladora en donde interactúan agentes productivos con orígenes lingüísticos y culturales distintos, y con historias de trabajo igualmente diferentes. Se evalúa que el estudiar las culturas del trabajo, permite una aproximación plural al análisis de la industria contemporánea que opera actualmente en México.

LA IDENTIDAD COMO CATEGORÍA SOCIAL

Para las ciencias sociales, la identidad ha constituido una herramienta conceptual, independientemente de sus enfoques. Ésta se ha definido como un proceso mediante el cual, los grupos sociales se reconocen como “*nosotros*”, en relación y contraposición a los “*otros*”, aquellos con quienes se relacionan y son considerados diferentes.

¿Cómo explicar la identidad en términos genéricos cuando las sociedades son extraordinariamente heterogéneas, en donde confluyen identidades sociales que se expresan en diferentes formas: étnicas, locales, nacionales, de género, políticas, religiosas y laborales?

Para entender estos aspectos de la realidad social, primero se establecerá lo que se entiende por identidades sociales o colectivas. Gilberto Giménez define identidades colectivas como: la autopercepción de un ‘*nosotros*’ relativamente homogéneo en contraposición con “*otros*” con culturas diferentes, con base en símbolos, marcas o rasgos distintivos subjetivamente seleccionados y valorizados, que a su vez funcionan como símbolos que delimitan el espacio de la ‘*mismidad*’ identitaria” (Giménez, 1994:179).

Esta concepción, si bien ofrece una respuesta general al concepto de identidad social, no se puede aplicar a la identidad de un grupo sin conocer las diferentes dimensiones que comprenden las identidades sociales. Para ello, es importante examinarlas en los distintos ámbitos de la vida social, donde los individuos de un mismo grupo interactúan, se relacionan,

auto-adscriben y confrontan en los espacios políticos, étnicos, nacionales, laborales, de clase de género y otras.

Es sustancial reiterar, que la construcción de las identidades no obedece a un proceso unívoco, por el contrario, -como afirman Aguado y Portal, en él, se conjugan “el adentro y el afuera”, como dos elementos inseparables pero diferentes. Se coincide con dichos autores, cuando señalan que la identidad se conforma por niveles diversos de diferenciación. Por un lado, el “afuera” explica la diferencia que un grupo establece en relación al “otro”; mientras que el “adentro”, es decir, “lo propio”, es diferenciado al interior del grupo, por ejemplo el lugar de origen, por sus familias, por los líderes, las posiciones políticas, estratos sociales, entre otros (Aguado y Portal, 1992:110).

A pesar de las dimensiones que pueden tener la identidad de los grupos sociales, Giménez señala que la identidad social se compone de tres elementos básicos: 1) la percepción de una permanencia a través del tiempo; 2) la percepción de una unidad y 3) la capacidad de reconocerse y de ser reconocido en cuanto portador de una determinada identidad (Giménez, 1994:170). Esta percepción de permanencia a través del tiempo -como uno de los elementos básicos que define la identidad de un grupo social-, no quiere decir que las identidades sean estáticas, por el contrario, las identidades sociales se deben entender inmersas en un proceso cambiante.

Por su parte, Pérez Ruiz propone, que, para abordar la identidad como objeto de estudio, es necesario tomar en cuenta los aspectos históricos, “no para hacer un recuento de los sucesos que le dieron origen y permanencia en el tiempo sino para delimitar sus fronteras en relación con la cultura y los procesos de reproducción económica y social” (Pérez Ruiz, 1992:62). Entonces, reconocer la importancia de la historicidad, por muy corta que sea, nos permite conocer los procesos que la han conformado, su producción y reproducción y su continuidad a través del tiempo.

En resumen, la identidad es una categoría que sirve para comprender la manera como los grupos sociales se reconocen como “nosotros”, en contraposición a unos “otros”, aquellos considerados como diferentes. Pero, ¿cómo se han definido las identidades laborales al interior de las maquiladoras en México?

IDENTIDAD LABORAL Y MAQUILADORAS EN MÉXICO

Los estudios en México sobre la identidad y su relación con los trabajadores (as) han proliferado sobre todo en las investigaciones de las maquiladoras en la Frontera Norte, en las cuales se prioriza el análisis de las mujeres por ser la primera fuerza de trabajo en esta industria por un largo período. Entre los trabajos pioneros se encuentran los de Fernández Kelly (1983) quien realizó varios estudios sobre las mujeres de las maquiladoras instaladas en Ciudad Juárez, destacando la relocalización industrial en esa ciudad fronteriza, la feminización del mercado de trabajo y su impacto tanto en su vida familiar como en su identidad de género. Otras autoras pioneras han sido Iglesias (1985) y Arenal (1986) quienes expusieron las condiciones, remuneraciones y jornadas de trabajo de las mujeres en las fábricas manufactureras, a través del testimonio de las propias trabajadoras.

Por su parte, Quintero (1997) en la década de los noventa, igual contribuyó en los estudios sobre sindicalismo en México y la exclusión de las trabajadoras de las maquiladoras en los sindicatos. O bien, en caso de formar parte de alguna organización sindical, estos son conocidos como “sindicatos blancos”, coludidos con la patronal. Asimismo, esta autora realiza estudios etnográficos en donde describe cómo las mujeres de las maquiladoras de Matamoros construyen su vida cotidiana en los espacios fuera del ámbito fabril (Quintero y Dragustinovis, 2006).

De los autores que estudiaron los cambios de las mujeres al integrarse al mercado de trabajo en las maquiladoras fueron Wajman y Martín (2002) quienes investigaron las contradicciones entre la esfera pública y privada en relación con la incompatibilidad entre los mundos de las mujeres y los de los hombres en el trabajo y las derivadas de los roles tradicionales femeninos –de madre y esposa-. Estos investigadores encontraron que dichos roles siguen jugando un papel importante en el significado que tienen para las mujeres, sus familias y el trabajo.

Por su parte, Méndez (2005) se enfoca en el análisis de la dimensión colectiva, de clase, de la identidad en las maquiladoras y plantea la imposibilidad de definir la existencia de una identidad obrera, en este territorio de la frontera, sede de las primeras empresas en 1965. El autor explica que en las últimas décadas, el sindicato ha dejado de jugar un papel central en la concientización y aglutinador de la clase obrera; aspectos que contribuían a la formación de

las identidades sociales. El principal factor, es la flexibilidad contractual de las trabajadoras (es), la dificultad para constituirse en sindicatos y el constante cambio de maquiladoras a causa de la falta de contratos permanentes, ha contribuido a la dificultad de la construcción de las identidades laborales.

Otros estudios sobre las mujeres en la industria maquiladora se encuentran los realizados en el Bajío y el Sureste de México. Autores como Pérez y Mummert (1998), Ramírez (1998) y Castilla Ramos (2004) analizaron la vida laboral y comunitaria de las trabajadoras y la reconfiguración del género en Michoacán y Yucatán. Estas investigaciones permitieron contrastar y valorar la importancia de los contextos locales para entender los distintos procesos de cambio sociocultural y transformación del género. En este contexto, la industria de la confección y la maquiladora, se caracteriza por la contratación de mujeres, el incremento del mercado femenino de trabajo con cierta centralidad y por lo tanto en la construcción de su identidad. De ahí que el estudio del género sea necesario para entender los cambios en las identidades de los trabajadores.

Parte de las contribuciones sobre las identidades de las mujeres en el trabajo, se encuentran los estudios de Guadarrama y Torres (2007). Estos autores encontraron que las mujeres poseen “identidades laborales en transición”, debido a que las contradicciones derivadas de la doble presencia –en el mundo privado y en el mundo público– aún no se resuelven, sobre todo frente a las limitaciones impuestas por la precarización laboral. En otras palabras, las mujeres construyen sus identidades laborales como una manera de contribuir en la economía familiar, viviendo el conflicto de abandonar a sus hijos y labores domésticas, para salir a trabajar todos los días.

LAS IDENTIDADES OCUPACIONALES: UNA PROPUESTA TEÓRICA METODOLÓGICA EN LA GLOBALIZACIÓN

Una de las propuestas para el estudio de las identidades laborales en la actualidad, se deriva de la sociología francesa contemporánea. Particularmente la de Dubar (2001), que se conoce como la “teoría de las identidades ocupacionales”. Para este autor, las identidades en el trabajo han ido cambiando como resultado de la flexibilidad laboral que caracteriza al trabajo contemporáneo. A pesar de que este autor se inclina por la idea de que el trabajo sigue siendo

creador de sentido; también sostiene que es difícil que hoy en día los trabajadores y trabajadoras construyan identidades laborales de forma prolongada. Ya que el trabajo flexible conduce al trabajo parcial, por contrato, a la desocupación y al desempleo, además de los cambios que inciden en la vida de los trabajadores y en el significado que éstos le otorgan al trabajo, así como en la construcción de sus identidades ocupacionales (Dubar, 2001). De ahí que los actores sociales se tornen más complejos, las identidades de los obreros se vuelven más heterogéneas y su dimensión comunitaria pierde fuerza frente a identificaciones más vagas.

El hecho de que la industria contemporánea lleve a las empresas a establecer modelos de competencias para lograr el máximo provecho y racionalización de la producción, requiere de capacitación constante y del reconocimiento de aquellos trabajadores dotados de cualidades. Los gerentes valoran el saber hacer, la responsabilidad, la iniciativa y el trabajo en equipo. Además, la resolución de problemas laborales se ha tornado individualizada (van desapareciendo los sindicatos); lo que deriva en que las identidades se construyan de una forma más individualizada (Dubar, 2001).

El mismo autor afirma que en la globalización se presenta una desvaloración de las identidades colectivas, de oficio y de clase; para dar lugar a la identificación de los trabajadores con la empresa. Aquí se utiliza el trabajo como una forma de control. Al mismo tiempo, la industria concibe el trabajo como un servicio, reorganiza la producción para la calidad total y el justo a tiempo. Tales actos desestabilizan las antiguas identidades ocupacionales, configurando las relaciones de poder en el trabajo y las relaciones de clase (Dubar, 2001).

Para Dubar, al interior de las empresas se construyen identidades diversas. Éstas no sólo se configuran en el espacio laboral, sino a lo largo de la vida; en las diferentes trayectorias de trabajo y de experiencias; en un interactuar cotidiano en el quehacer productivo y la cultura de los trabajadores. Para saber cómo se construyen esas identidades, el

autor propone investigar los significados del trabajo en las trayectorias de vida, a través de las biografías narrativas y reflexivas de los propios trabajadores.¹⁷

Para Dubar, los trabajadores y trabajadoras construyen su identidad en dos sentidos: 1) a través de la definición en sí; es decir, lo que somos o queremos ser; hecha por nosotros mismos (identidad individual); y 2) la definición hecha por y para los “otros”, en función de la pertenencia a una categoría principal (identidad “colectiva”). En palabras del autor: “la identidad nunca es solamente ‘para los otros’, sino ‘para uno mismo’. No nos es ‘dada’ de una vez y para siempre, sino que es ‘construida’ a lo largo de toda la vida. (...)” (Dubar, 2001:5).

Cabe agregar, que las identidades ocupacionales se construyen como resultado de las relaciones de poder entre los actores laborales (trabajadores, jefes, colegas, clientes), al interior de los centros de trabajo. Aquí, el término “poder” es entendido en un sentido más amplio, significa influir sobre las decisiones de trabajo, pero también “capacidad de influir sobre los “otros” y de participar en estrategias de actor. En estas relaciones de poder, los trabajadores se pueden definir como “actor en sí”, “miembro activo”, “agente pasivo” o “colaborador leal” de las empresas (Dubar, 2001:9). Por el contrario, se puede presentar la no identificación con la empresa, cuando el trabajador encuentra el sentido a su labor fuera del trabajo, en otros espacios laborales, pasados o presentes, e incluso, otros ámbitos de socialización.

LAS IDENTIDADES, LAS RELACIONES DE PODER Y EL RECONOCIMIENTO

Según Dubar, las identidades laborales son producto de negociaciones entre todos los actores, y el reconocimiento del trabajo por quienes detentan el poder. Ello es de suma importancia para que los trabajadores se consideren “actores” al interior de su centro laboral y que se construyan identidades laborales. Es por estas relaciones de poder, que se pueden encontrar diferentes identidades laborales, de acuerdo a cómo los trabajadores se relacionan con la empresa o si se sienten reconocidos o no.

¹⁷ En cuanto a las biografías narrativas y reflexivas me refiero a las técnicas que el autor propone para obtener datos de los trabajadores y trabajadoras, y a que como sujetos realizan reflexiones sobre su sentido de pertenencia.

En este sentido, hay coincidencia con Dubar, cuando afirma que las identidades laborales son producto de “actos de reflexión” que los trabajadores y trabajadoras hacen de sí mismos y de su relación con el trabajo. Existen distintos actos que influyen y que tiene que ver con el proceso de negociación que realizan entre ellos y los otros actores laborales, incluyendo a la empresa. Según Dubar, existen tres tipos de actos que influyen en el proceso de construcción identitaria:

- 1) Los “actos de atribución”, que explican aquellas acciones que se realizan para que los trabajadores adquieran una forma de ser; por ejemplo, como se verá a continuación, la empresa pretende que los trabajadores de la maquiladora adopten su cultura corporativa.
- 2) Los “actos de pertenencia”, que se dan por lo que son los trabajadores. En el caso que nos ocupa, los trabajadores tienen, aparte de laborar en la maquiladora, otros oficios que fluctúan entre el trabajo informal o atípico, como ser campesinos, artesanos, meseros, músicos, empleados de almacenes, por citar los más predominantes. En el caso de las mujeres, en su mayoría se suman, además de trabajadoras de la maquiladora, como amas de casa, sobre todo las que son casadas y tienen hijos.
- 3) los “actos predicativos”, se explican cómo aquello que los trabajadores y trabajadoras quisieran ser. Este ejemplo se observa, cuando los obreros de origen maya de sean ahorrar para impulsar un negocio propio y convertirse en sus propios jefes. De ahí que la identidad laboral se construya a través de adjudicaciones y proyecciones durante la vida laboral (Dubar, 2001).

Estos “actos reflexivos” de las y los trabajadores hacen que las identidades laborales, producto de la globalización, no sean homogéneas, ya que difieren de acuerdo a la manera como se establecen las negociaciones y reconocimientos en sus diversos momentos. Dubar, clasifica la diversidad de identidades laborales posibles de hallar en los centros de trabajo. En palabras del autor:

Las identidades “funcionales” (por ejemplo la de los obreros sin calificación, identificados con su dirigente); “las negociatorias” (de los técnicos o jefes que ofrecen su calificación a cambio de ventajas), las “de afinidad” (de los asalariados en carrera ascendentes que coordinan redes y capacitación continua) o “de retiro” (de los empleados de oficina que se retiran por sus roles domésticos); no son puramente consecuencia de “situaciones objetivas”. Constituyen “modelos culturales de

organización”, “formas de enfrentar el poder” y “definiciones de sí y de los otros” [...] que dependen del lugar que se ocupa fuera del trabajo, y de los valores, creencias y representaciones que se emplean en la actividad profesional. Éstas son las “concepciones de sí en el trabajo” que ponen en juego las relaciones entre identidad personal e identidades colectivas” (Dubar, 2001:9).

En México, existen estudios que explican la diversidad de identidades laborales, causadas por las subjetividades de los actores en el trabajo. Un ejemplo de ello son las investigaciones realizadas por Hualde entre los técnicos de la industria maquiladora en el norte de México. El autor encuentra diferencias en la identidad entre los ingenieros de la maquiladora y los trabajadores directos (operarios), ya que éstos últimos tienen condiciones laborales y de vida desiguales en relación a los ingenieros. Esto es: los actores se ubican en posiciones distintas frente a la jerarquía y el poder, que se construyen en los mundos de trabajo de estas empresas (Hualde, 1998). El mismo autor explica que existen estudios en donde se han encontrado diferencias identitarias al interior de una profesión, como es la de ingeniero (Hualde, 2007:166). Nos dice el autor: “se han encontrado una suerte de trayectoria típica entre los ingenieros industriales, desde ayudantes de ingenieros, júnior y sénior y finalmente gerentes. Bjornavold ha conceptualizado este proceso como “la trayectoria que conduce desde una condición de principiante, a una condición de experto” (Bjornavold, 1997, cfr. Hualde 2007: 166). El cambio de jerarquías y responsabilidades se refleja en el nivel cognitivo, pero también en las relaciones con los demás y el estatus ocupacional que los actores tengan en la organización.

Otro ejemplo de la heterogeneidad de las identidades profesionales, se puede observar en la investigación de Tolentino (2007) a partir de un estudio de caso sobre enfermeras de un prestigioso hospital-escuela de la ciudad de México. En este hospital laboraban dos tipos de enfermeras: las de élite, especialistas, formadas en la misma institución de prestigio; y las enfermeras de base, preparadas en otras instituciones y con menor especialidad. Las primeras se percibían a ellas mismas como enfermeras de categoría (identidad de estatus), en relación al otro grupo de enfermeras (de base) con trayectorias laborales distintas y percepciones salariales más bajas (identidad poco reconocida). Para las enfermeras de base, el trabajo es visto como una forma instrumental (trabajo porque me pagan) mientras que para las

enfermeras de élite, el trabajo es entendido como una fuente de ingresos importante, reconocimiento de su especialidad y posibilidad de desarrollo profesional (Tolentino, 2007).

En la propuesta teórica que plantea Dubar, subraya la importancia que representa para los trabajadores los otros ámbitos de su vida, como lo es la comunidad. De tal manera que su identidad laboral se construye como una acción reflexiva entre el yo y la comunidad. Por ello, el autor define: los trabajadores y trabajadoras construyen su identidad laboral combinando su sentido de pertenencia ligado a su centro laboral, a la forma como se apropian de la cultura laboral y de acuerdo a sus trayectorias de vida.

Acorde con el modelo teórico de Dubar, para comprender el significado del trabajo, es necesario conocer las “transacciones objetivas” y “transacciones subjetivas” que influyen en las identidades laborales de los trabajadores. Por “transacciones objetivas”, me refiero a lo laboral en sí: al trabajo, los saberes, las relaciones de poder al interior de la maquiladora y el reconocimiento o no por parte de la empresa. Por el contrario, las “transacciones subjetivas” son los significados que los trabajadores le otorgan a su desempeño laboral, tanto al interior de la fábrica, como en el exterior, en su historia personal, en su trayectoria de vida (Dubar, 2001).

Es necesario subrayar que las identidades laborales pueden sufrir cambios a lo largo de la vida. Se pueden originar desde la ruptura y continuidad que se presentan en las trayectorias biográficas de los trabajadores y en varios tiempos. Al respecto, se pueden identificar los siguientes tiempos: 1) el tiempo individual (biológico y psicológico); 2) el tiempo familiar, el tiempo social (pautas y normas culturales de cada sociedad) y 3) el tiempo histórico (influencia de tiempos históricos impuestos). Estos tiempos influyen en la construcción de las identidades, ya que los individuos pueden presentar cambios con respecto a las necesidades familiares. Por ejemplo, una mujer deja de ser ama de casa para trabajar como obrera en la fábrica; el varón deja de ser campesino para convertirse en obrero; por migración y crisis económicas, entre otros. Ambos casos detonados por la migración y las crisis económicas entre otros.

Entonces, para comprender las identidades ocupacionales, es preciso recurrir a la dimensión subjetiva de los trabajadores, no tomada en cuenta en los estudios sobre los obreros en épocas pasadas (Dubar, 2001:8), en donde la objetividad regía la investigación social. Por

el contrario, para la comprensión de las identidades laborales hay que conocer los significados del trabajo de acuerdo a las narraciones y reflexión que hacen los trabajadores de sí mismos y de sus vidas y que son observables en las biografías que ellos mismos relatan.

TIPOLOGÍA DE IDENTIDADES OCUPACIONALES

Dubar (2005) caracteriza cuatro procesos de construcción de identidades laborales. Sin embargo, considera las posibles formas de articulación de las “transacciones objetivas” y “transacciones subjetivas” de los trabajadores. Las primeras se derivan de una situación de reconocimiento o no reconocimiento en la empresa; en tanto que las segundas tienen como base la continuidad o la ruptura de la vida de los trabajadores y el papel que juega el trabajo en ella. Los tipos ideales de formas identitarias en el trabajo se definen de la siguiente manera:

Identidad de Empresa. Ésta, se construye a partir de la continuidad entre la identidad atribuida y la identidad heredada. La identidad es reconocida y confirmada por el otro a través de un proceso de promoción. Implica la construcción de un sentido de pertenencia a la empresa, el trabajador se concibe como un elemento necesario dentro del proceso productivo, por lo que hay un involucramiento personal en la actividad laboral. En este caso es de esperarse trayectorias laborales más o menos estables y que implican ascensos dentro de la empresa. Un ejemplo de este tipo de identificación lo constituyen los ingenieros que se emplean en las maquiladoras estudiados por Hualde (1998); algunas de las trabajadoras de las maquiladoras en Matamoros entrevistadas por Quintero y Dragustinovis (2006), y las trabajadoras de la empresa Ormex, en Yucatán, estudiadas por Castilla Ramos (2004). (Solís, 2009:72-73).

Identidad de Oficio. Es una figura que parte de la continuidad de la identidad heredada y la pretendida (para sí y para el otro), pero que se enfrenta a un no reconocimiento en el trabajo. Este no-reconocimiento genera un proceso de bloqueo, de inmovilidad o estancamiento. Se trata de formas identitarias ligadas a las crisis de los oficios y de sus organizaciones. En México, es un proceso que viven los trabajadores de petróleo, la siderurgia y los mineros. Estos trabajadores enfrentan un conflicto en el trabajo, ya que si bien valoran los saberes adquiridos a lo largo de su experiencia laboral, no encuentran el reconocimiento en los otros que les permita legitimarse (Solís, 2009:73).

Identidad Fuera del Trabajo. Se elabora en la ruptura entre la identidad pretendida y la heredada, pero sin el reconocimiento del otro en el trabajo, por lo que se gesta un proceso de exclusión, de identidad amenazada y replegada hacia otros ámbitos de vida. Es una forma identitaria amenazada debido a la experiencia de negación de la identidad para sí y por el otro en el trabajo, frente a lo cual se tiende a establecer una relación instrumental con el trabajo y a buscar otros mundos para el desarrollo personal (Solís, 2009:73-74).

Identidades Flexibles o de Red. Se construyen a través de la ruptura entre la identidad heredada (de la empresa) y la pretendida (lo que quieren ser los trabajadores), por lo que implica la elaboración de transacciones subjetivas en un ambiente de reconocimiento del otro en el trabajo, generándose un proceso de conversión hacia una identidad incierta. Es la forma identitaria valorada y reconocida en ambientes laborales flexibles; y a que implica contar con autonomía personal y capacidad de adaptación a los cambios en el trabajo. Entre las trabajadoras de la maquiladora es una forma identitaria recurrente, como se advierte en los estudios de Reygadas (1993, 2002a y 2002b), así como en los casos de trabajadores en el sector servicios referidos en el texto de Sennett (1998). Estos trabajadores generalmente participan en redes sociales para el trabajo y tienen capacidad de innovación y de movilidad¹⁸ (Solís, 2009:73).

Dicho autor, considera que las identidades laborales van más allá de los significados que se producen en el espacio laboral; y trasciende a espacios y tiempos heterogéneos existentes en sus trayectorias de vida laborales y en sus contextos sociohistóricos en los que han vivido, viven y trabajan.

PROPUESTA DE ANÁLISIS PARA EL ESTUDIO DE CASO: “LA MANUFACTURERA DE ACANCÉH, YUCATÁN”

En este apartado se retoman los principales conceptos utilizados para analizar lo observado en la “Manufacturera de Acancéh”. Los principales ejes conceptuales por los cuales gira esta investigación son dos: el de “cultura de trabajo” y la “identidad laboral”. A continuación se

¹⁸ Este tipo de identidades son denominadas por Dubar como de Red, sin embargo Reygadas las denomina flexibles como producto de su trabajo en maquiladoras en México.

esclarece en qué consiste cada uno en relación a los datos empíricos y en la elaboración de las hipótesis.

Por cultura de trabajo siguiendo a Reygadas se entiende:

(...) Un proceso de generación, transmisión y apropiación de significados. Proceso que incide en la manera como los sujetos perciben su trabajo, desarrollan sus actividades productivas y se relacionan con otros sujetos en el proceso de trabajo, por eso tiene una eficacia simbólica. Al mismo tiempo, en el trabajo se generan procesos significativos y en la manera en que se desarrolla la actividad laboral, tiene repercusiones sobre las estructuraciones culturales. Por eso, el trabajo tiene una eficacia simbólica. (Reygadas, 1997:43).

Otro concepto que se toma de Reygadas, es el de eficacia simbólica del trabajo, para advertir lo que ocurre, cuando los agentes que participan en la producción material, aportan “maneras de percibir, sentir y valorar desde el conjunto de la experiencia social hacia la actividad productiva” (Reygadas, 2002a:110). Por lo tanto, en los centros de producción hay un flujo en doble dirección de símbolos, el cual se establece a partir de la interacción cotidiana de los agentes productivos. El siguiente diagrama representa la dirección en la que se lleva a cabo el proceso de la eficacia simbólica del trabajo.

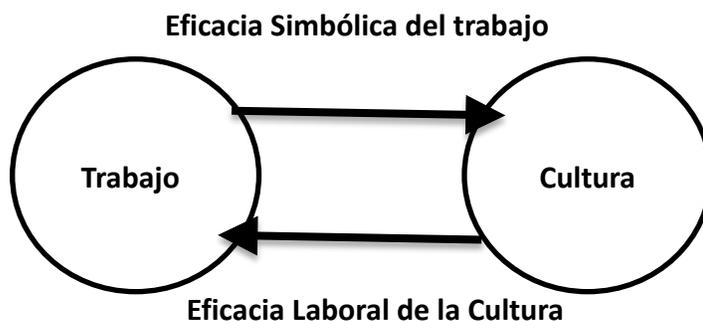


Figura: Luis Reygadas (1998:50).

En la Manufacturera de Acancéh se observó la interacción de personas de diferentes orígenes: los gerentes estadounidenses, los mexicanos del centro y norte del país, los yucatecos de Mérida y los trabajadores y trabajadoras de origen maya; grupos con diferentes bagajes culturales, con respecto al trabajo. Asimismo, se observó que es en la fábrica, con la convivencia cotidiana, donde la empresa fomenta la cultura corporativa, basada en la

ingeniería cultural; es decir, es donde el corporativo impulsa la calidad total, el compañerismo, los reconocimientos en los cursos de capacitación, el trabajo en equipo para lograr las metas para mantenerse como empresa líder en la fabricación de ropa. Sin embargo, a pesar de este fomento de la cultura corporativa, la empresa también va incorporando elementos culturales de los trabajadores, lo que Reygadas llama “eficacia simbólica de la cultura en el trabajo”. Ejemplo de ello son los festejos que organiza la empresa en días festivos importantes para los trabajadores como el Día de la Madre, Día del Padre, Navidad; vacaciones en Semana Santa y conmemorando el *Hanal Pixan* o Finados.

La hipótesis que da fundamento a esta investigación, es que los trabajadores y trabajadoras de origen maya, que laboran en la manufacturera de exportación construyen al interior de la fábrica una cultura laboral o de trabajo propia, al adueñarse de prácticas aprendidas en la empresa e integrarlas y resignificarlas en su bagaje cultural. Esta cultura de trabajo se basa en los saberes compartidos en torno al oficio, la construcción de un lenguaje común en el proceso productivo y la apropiación de elementos promovidos por la empresa a través de su cultura corporativa.

Dicha hipótesis se justifica teóricamente, con los planteamientos desarrollados por Luis Reygadas, quien afirma que en los centros laborales se dan procesos de generación, transmisión y apropiación de significados (Reygadas, 1997:43). Por ello, se puede decir que el trabajo es un ámbito de socialización secundaria, en el que los individuos modifican la concepción que tienen de ellos mismos, al interactuar con los objetos de trabajo y con los “otros” en estos mundos de vida. En este sentido, el trabajo es visto como una práctica en la que los individuos construyen formas de reconocimiento de sí e identificaciones con los demás, como resultado de una negociación, entre la identidad para sí y la identidad para y por el otro en el trabajo. Esta negociación genera transacciones objetivas y subjetivas que modifican en mayor o menor medida la identidad personal.¹⁹ (Solís, 2009:28).

En cuanto a la identidad laboral, a manera de hipótesis se afirma que los trabajadores y trabajadoras construyen su identidad como un grupo social al interior de la Manufacturera como un “nosotros” (autoascripción) en contraposición con los “otros” (heteroadscripción) a

¹⁹ Solís en su estudio sobre las identidades en las mujeres de las maquiladoras en Tijuana utiliza en su modelo teórico los conceptos de cultura de trabajo de Reygadas y el poder y la negociación en la construcción de identidades laborales de Dubar. Para mayor información véase Solís (2009).

quienes consideran diferentes. El que los trabajadores y trabajadoras se identifiquen entre ellos, se debe a que laboran en una corporación internacional y comparten una cultura de trabajo basada en los saberes productivos, un lenguaje laboral y una raíz común; así como su extracción maya y habitar en la población de Acancéh. Por otro lado, se consideran diferentes al resto de los trabajadores (as) de la manufacturera, y a que “los otros” tienen puestos distintos en la jerarquía ocupacional y son de diversos orígenes nacionales y estatales. Asimismo, se consideran diferentes a la gente que vive en Acancéh; pero que no son trabajadores de la manufacturera.

Sin embargo, a pesar de que los trabajadores y trabajadoras se identifican entre ellos a nivel grupal; cada uno de ellos construye su identidad individual, es decir, para “sí mismos”, al sentirse reconocidos o no por parte de la empresa. En este reconocimiento juegan un papel importante las trayectorias de continuidad y ruptura que plantea Dubar (2005) que hay en sus biografías laborales y el significado que tiene para ellos el trabajo. Así, se encontraron en estos trabajadores (as) “identidades de empresa”, “identidades de oficio”, “identidades fuera del trabajo”.

Para explorar la construcción de la identidad laboral de los trabajadores y trabajadoras se retoman las aportaciones de Reygadas y se reincorpora de Dubar (2005) que las formas identitarias se refieren a distintos modelos o maneras de apropiarse de la cultura del trabajo en espacios particulares de producción; son resultados de un proceso de negociación de la identidad para uno mismo y para el otro, y sintetizan lo individual y lo colectivo, lo subjetivo y lo objetivo, así como lo biográfico y lo relacional. Dubar señala al respecto:

En efecto, estas formas de identidad, reconstruidas inductivamente por los sociólogos, constituyen no sólo maneras de vivir el trabajo y darle sentido, históricamente determinado por las formas de organización, sino también formas de contar y anticipar su ciclo de vida laboral y, además, su trayectoria personal, por cierto condicionada socialmente por su origen social, su formación de base y toda la trayectoria de su linaje (Bourdieu, 1980), pero también personalmente construida en y por su experiencia no sólo de trabajo sino además de su vida privada, especialmente afectiva, y de sus creencias y prácticas simbólicas, en especial las religiosas y políticas (...)

(Dubar, 2001:13).

En este estudio no se aborda la clase obrera como tal, ya que originalmente la propuesta no era abordar el estudio desde el marxismo. Esto se debe a que hablar de la clase

obrero en la actualidad, es referirnos a un todo más o menos homogéneo, en donde los trabajadores se enfrentan a la burguesía tanto en la relación capital-trabajo, como en los procesos ideológicos y culturales, tal y como se trabajó en la década de los setentas por la antropología mexicana. Por el contrario, en este estudio, se aborda a los trabajadores de la fábrica; que si bien entrarían dentro de la categoría del trabajo formal clásico definido por De la Garza (2011), se constituyen también como un grupo diferente a los demás ámbitos laborales, como podrían ser los trabajadores de Tijuana, muchas veces inestable, que combina el trabajo formal con el informal o no clásico, lo que hace aún más complejo caracterizar a la clase obrera actualmente.

De igual forma, no se aborda el conflicto capital-trabajo, ya que desde el principio de la investigación, el propósito fue conocer y analizar cómo se construía la cultura e identidad laboral, sin enfocarme en las luchas obreras o resistencias de la maquiladora. Pero no por ello se niega la existencia del conflicto en el ámbito laboral estudiado. De hecho, en capítulos posteriores se menciona el testimonio de un trabajador de la manufacturera estudiada, cuando pararon el funcionamiento de las máquinas del área de planchado por unas horas. Momento que se interpreta como un conflicto entre el capital y el trabajo y un acto de resistencia por parte de los trabajadores. Sin embargo, no se profundiza al respecto.

Hasta aquí se han expuesto los conceptos que servirán como andamiaje en el análisis de lo observado durante el trabajo de campo. Ahora bien, con el propósito de situar al lector en el contexto social en donde se desarrolla la investigación, a continuación describiré la población de Acaucel Yucatán, lugar de donde son originarios y habitan los trabajadores y trabajadoras de la Manufacturera. Se narrará su historia, costumbres y su relación con la fábrica desde la perspectiva de la “nueva ruralidad”.

CAPÍTULO II

ACANCÉH

En este capítulo se presenta el ámbito sociocultural de la población de Acancéh, en dónde se encuentra localizada la maquiladora transnacional, lugar donde viven los obreros de este estudio. Asimismo, con el fin de conocer sus antecedentes históricos, se exponen brevemente los orígenes prehispánicos de la población y su sometimiento bajo el régimen colonial español, a través de la encomienda.²⁰ También se hace mención que después de la Independencia, se presentaron en la región una serie de cambios paulatinos en las actividades agroeconómicas de sus habitantes durante todo el siglo XIX. Tales transformaciones culminaron con la etapa de esplendor de Yucatán denominado del “oro verde”, a través de la exportación del henequén (*Agave fourcroydes*). El monocultivo haría de Yucatán la sede mundial de exportación de dicha fibra por más de un siglo.

En este capítulo se expone cómo se insertó la maquiladora estadounidense en una localidad rural, para contrarrestar la debacle henequenera, como parte de lo que se conoce como “Programa de Reordenación Henequenera y Desarrollo Integral de Yucatán”. Como se había mencionado, este programa fue promovido por el gobierno yucateco, para incentivar la economía a través de la diversificación productiva. Además, en este apartado se profundiza la relación estrecha existente entre Acancéh y Mérida, a través del concepto de “nueva ruralidad”, tal como lo explican Ramírez y Arias (2002).

UN RECORRIDO POR LA HISTORIA

Acancéh es uno de los 106 municipios que integran el Estado de Yucatán. Queda comprendido entre los paralelos 20° 48' y 20° 56' latitud norte y los meridianos 89° 23' y 89° 32' longitud

²⁰ Cabe destacar que la encomienda en Yucatán duró tres siglos y durante esta época, la población maya atravesó una serie de modificaciones en su cultura, su economía y su religión; sin embargo, supo adaptarse creando un sincretismo en todos los aspectos de su vida cotidiana y ceremonial.

oeste, a una altura promedio de 15 metros sobre el nivel del mar. Tiene una superficie total de 153.29 K ilómetros cuadrados y una población de 13,166 habitantes. El clima es cálido subhúmedo con lluvias en verano, sin embargo, se pueden presentar sequías de medio verano. Colinda al Norte; con los municipios de Kanasín y Tixpeual; al Sur; con Tecoh; al Este con Seyé y al Oeste con Timucuy. Su distancia a la ciudad de Mérida es de 24 kilómetros en dirección Sureste. A escasos 15 kilómetros se ubica el asentamiento prehispánico de Mayapán. Este sitio fue fundado por el linaje Cocom, a quienes se ha asociado como los portadores de la cultura Maya-Tolteca. Su edificación data del período posclásico tardío entre 1250 y 1442 d. C. y alcanzó una población de 12 mil habitantes.

Según los datos de Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI, 2010), el municipio de Acancéh, cuenta con 15,337 habitantes y se integra por cinco comisarías: Petectunich, Canicab, Tepic Carrillo, Sácchich y Ticopó.²¹

ÉPOCA PREHISPÁNICA

Los antecedentes más antiguos de Acancéh datan de 3000 años a.C. Como ciudad maya tuvo varios períodos importantes: en 1500 a.C y durante el Clásico temprano (300 a 600 d.C.). Posteriormente, en 1200 a.C. fue eclipsada por su vecina Mayapán y como toda la población maya peninsular de la época prehispánica, las ciudades se construían en torno a los cenotes, ya que eran sus principales abastecedores de agua. Esta población posee dos de ellos: uno en el centro del pueblo y otro a un kilómetro (Mézquita, 2007:2).

Las investigaciones arqueológicas muestran que Acancéh fue un importante centro prehispánico, como capital de la provincia o cacicazgo de *Chakán*. En la actualidad, los restos arqueológicos casi han desaparecido por la construcción del pueblo, sin embargo, se han encontrado vestigios importantes como un basamento de tres cuerpos escalonados al norte de la plaza, el último basamento decorado con mascarones de estuco. Asimismo, a 300 metros de la plaza principal, se encuentra el “Palacio de los Estucos”, que corresponde al fin de los

²¹ Las comisarías son los órganos de gobierno de las poblaciones que integran los municipios de Yucatán. es decir, cada municipio cuenta con una cabecera municipal y comisarías.

horizontes formativos (100 a 300 d C). Esta construcción es de planta rectangular y mide trece metros de largo (Mézcuita, 2007)²².

Otros de los hallazgos arqueológicos en Acancéh es el friso descubierto en 1905, entre dos corazas: la inferior decorada con signos astronómicos y la superior con unas como bolsitas colgantes. El friso tiene dos filas de motivos escalonados parecidos a nichos, decorados con varias representaciones de animales; abajo los tigres, reptiles y una notable reproducción de ardilla. Cabe subrayar que Acancéh es mencionada en el *Chilam Balam de Chumayel*, lo que deja en claro la importancia del asentamiento dentro de la cultura maya prehispánica (Casares, 1998:57, tomo II).

ÉPOCA COLONIAL

La fundación del poblado de Acancéh, tal y como lo conocemos hoy en día, surgió en la segunda mitad del siglo XVI, después de la conquista. La población se incluyó al sistema colonial a través de la encomienda. El sistema de encomienda fue el régimen que rigió toda la época colonial, en donde la mayor parte de la población indígena realizó trabajo forzado (Solís, 2003).

Según la historiadora Manuela Cristina García Bernal, esta población no figuró en el primer reparto de encomiendas de 1542. Fue tiempo después, hasta 1549 cuando se nombró al capitán Francisco de Arceo como primer encomendero de varias mitades, entre ellas las del pueblo de Acancéh, con 400 indios tributarios. Los descendientes de este encomendero heredaron la encomienda por el derecho de “segunda vida”, y en 1607, la localidad tenía 480 tributarios. Posteriormente la Sra. Ana de Argüelles se benefició de esta encomienda (Casares, 1998:56).

Durante las primeras décadas del siglo XIX, se presentó un proceso de transformación productiva en Yucatán, con la proliferación de haciendas dedicadas a la producción de maíz y ganado con fines mercantiles, que incluyó dos procesos principales: la captación de mayores extensiones de tierra por estas unidades productivas, en detrimento de las comunidades mayas,

²² Entrevista que realiza Ma. Teresa Mézcuita a la Arqueóloga Beatriz Quintal del INAH, Yucatán, publicada en la red: <http://www.mayadiscovey.com/es/arqueología/acacneh.htm>

y el acasillamiento de un gran número de trabajadores bajo la denominación de sirvientes o criados, es decir, como fuerza de trabajo fija. Bracamonte (1988) ha calculado que en la región que cubre los territorios de Mérida, Izamal y Acancéh, entre el 65% y 75% del territorio era propiedad de terratenientes, en cuyas haciendas maticeras y ganaderas se concentraba mayoritariamente la población indígena (Bracamonte, 1988).

ÉPOCA DEL “ORO VERDE”.

Durante el siglo XIX, después de haber formado parte del partido de la Sierra Baja, cuya cabecera era el pueblo de Mama, la localidad de Acancéh se integra al distrito de Mérida, y es cabecera de su propio partido.²³ A partir de mediados de siglo, las haciendas maticero-ganaderas que existían en la zona fueron transformadas en haciendas hequeneras, modificando la economía y el paisaje a través de los sembradíos del agave. Por este aspecto se señala que Acancéh cumplía con las características de la antigua vida rural.

La importancia de la población se puso de manifiesto cuando en 1876 se le concedió el rango de Villa. Posteriormente en 1914 fue elevado al rango de Ciudad por un corto período de tiempo. En 1915 regresa al status de Villa, y pocos años después, en 1922, por decreto del gobernador socialista Felipe Carrillo Puerto, Acancéh, se transformó en cabecera municipal con categoría de pueblo a fin de dotarla de ejidos.²⁴

EL SIGLO XX

La historia del siglo XX de Acancéh está ligada básicamente al campo, y con ello a lo que se podría definir como la “antigua ruralidad”: paisaje predominantemente agrario; actividades de autoconsumo y la migración pendular. Para la década de los treinta, al igual que la mayor parte de los municipios de Yucatán, Acancéh se ve inmersa en el reparto agrario. Como parte de

²³ Los partidos y distritos fueron divisiones territoriales en que el gobierno organizaba las regiones para una mejor administración. El nombramiento de una población como cabecera de partido, pone de realce la importancia regional que detentaba.

²⁴ Estos cambios se produjeron a raíz de que el presidente Felipe Carrillo Puerto decretó algunas ciudades a pueblos para el reparto agrario, debido a dicho reparto tenía que efectuarse en pueblos, no en ciudades. Esta información se puede constatar en el Diario Oficial del Gobierno Socialista del Estado Libre y Soberano de Yucatán, del 30 de diciembre de 1922.

esta política gubernamental, se repartieron las tierras ejidales y los peones acasillados se convirtieron en pequeños propietarios y productores, quienes con apoyos gubernamentales, cultivaban el agave para venderlo al Estado, a través de Cordemex, que era la empresa paraestatal que tenía el control de la compra-venta del agave.

Durante esta época, las mujeres se dedicaban básicamente a las labores del hogar. Entre las actividades que realizaban se señala: la limpieza del hogar, la crianza de los hijos y el cuidado de los ancianos. A estas tareas domésticas se le sumaba el trabajo en el solar, en donde las mujeres cultivaban árboles frutales, algunas otras plantas alimenticias y curativas; así como la cría de animales (aves de corral y cerdos). A las actividades de las mujeres se les agregaban las artesanales: confección de ropa bordada para autoconsumo, días festivos y ceremoniales.

Cabe señalar que la producción campesina y artesanal que predominó durante la mayor parte del siglo XX, llevó a que los hombres y las mujeres de Acancéh contaran con una cultura de trabajo basada en los saberes y conocimientos del campo y procesos artesanales. Esto significa que la vida del trabajo se encontraba presente, no sólo en sus cotidianidad, sino en los rituales vinculados al trabajo campesino-artesanal.

Uno de los ejemplos de estos rituales que puede ilustrarnos la importancia del trabajo campesino y artesanal que regía a la población de Acancéh, y que se lleva a cabo hoy en día es el *Hetzmek*. Este rito de paso es parecido al bautismo en la religión católica. Consiste en que el niño o la niña recién nacida, se le consigue un padrino y una madrina quien la va a acompañar en su proceso de socialización. El ritual radica que en la casa del niño o niña, la madrina toma a la niña a horcajadas y camina alrededor de una mesa con la niña cargada, no antes de haberle dado tela e hilos, como un presagio de que la niña aprenderá a elaborar su ropa, así como una cuchara o algún implemento de la cocina. Por otro lado, el niño es tomado por su padrino quién también da vueltas alrededor de la mesa, pero al niño se le brinda algún instrumento de labranza. Estos son rituales que persisten hasta nuestros días, como una de las prácticas culturales de la población maya de Acancéh. Este ritual se realiza entre la población maya de todo el estado de Yucatán.

La década de los setentas del siglo XX vino a romper con estas actividades, ya que se presenta la crisis agraria que azota al país entero y junto con ella, se llevan a cabo los cambios

en las actividades de la población yucateca. Los hombres campesinos van dejando las actividades agrícolas para combinarlas con los trabajos de la construcción en la ciudad de Mérida y en la Riviera Maya. Por su parte, las mujeres incrementan su trabajo como empleadas domésticas en la ciudad y en las actividades artesanales, produciendo ropa tradicional bordada, para la venta al turismo que se intensificaba en la zona.

Para la década de los ochenta, la diversificación ocupacional se incrementó aún más en Acancéh, sin embargo, la juventud cada vez tiene menos que ver con las labores del campo y artesanales. Las actividades laborales predominantes son: al bañilería, jardinería, vigilancia, limpieza, trabajo en fábricas. Estas ocupaciones son realizadas en la ciudad de Mérida mediante la “migración pendular”, es decir, yendo y viniendo todos los días. En cuanto a las mujeres, durante esta década, las ocupaciones siguen vinculadas al trabajo doméstico, e incurrir en nuevas ocupaciones como los trabajos de limpieza a domicilios y como obreras en fábricas de Mérida. También se empiezan a ver los profesionistas del pueblo, pero de una forma escasa. Entre las profesiones que se destacan son: maestras, maestros, abogados y médicos.

Por su parte, la década de los noventa del siglo XX marca un antes y un después en los trabajos de la población de Acancéh, ya que se instala en el pueblo la Manufacturera y con ello el incremento del trabajo asalariado. Así, la Manufacturera llega a la localidad a mediados de los noventa, lo que representó para los pobladores tener un trabajo fijo, “seguro”, con prestaciones. Sus habitantes se comienzan a incorporar al nuevo centro productivo a través de un proceso de reclutamiento originario del pueblo, pues un trabajador recomendaba a otro y así sucesivamente. Esto condujo a que en la fábrica trabajaran un importante número de hombres y mujeres de la localidad, y con vínculos de parentesco y amistad. Según datos arrojados por la investigación que se realizó, que en cada casa de Acancéh, al menos existe un obrero (a) de la manufacturera. E incluso, este hecho conduce a que haya familias que tengan entre dos y tres integrantes de la familia trabajando en la fábrica.

Antes de iniciar la descripción de la localidad, como una de las características del trabajo etnográfico, se advertirá que Acancéh, pese a la modernidad de la globalización que implica la llegada de la maquiladora, aún cuenta con terrenos ejidales y una minoría de su población se dedica a las labores agropecuarias (cultivo de maíz, calabaza, chile y la crianza

de aves y cerdos). Sin embargo, la localidad debe entenderse como una población de la “nueva ruralidad”, con baja producción en el sector primario, con una diversificación en las actividades ocupacionales, con todos los servicios públicos y con un vínculo estrecho y cotidiano con la ciudad de Mérida.

Como mencioné en el capítulo anterior, este vínculo entre campo y ciudad se explica por las necesidades del capitalismo actual de extenderse por todo el mundo, y los avances en materia de comunicaciones (terrestres y telefónicas) y medios electrónicos que facilita al capital entrar a las áreas rurales. En otras palabras, dicha infraestructura ha permitido que la industria globalizada ya no solamente se instale en las áreas urbanas, como fue tradicionalmente de sede que pareció la industrialización en Europa; sino en poblaciones rurales. La existencia de infraestructura en las áreas rurales garantiza a las empresas el traslado diario del personal, materias primas, maquinarias, mercancías y servicios básicos (electricidad, agua, telecomunicaciones) de la ciudad al campo y viceversa.

Por lo anterior, se considera importante insistir en el concepto de “nueva ruralidad” entendido como los cambios presentados en los ámbitos rurales, producto de la globalización y el desarrollo de los medios de comunicación. Estos cambios traen consigo transformaciones en las actividades primarias, las cuales se combinan con las secundarias y terciarias. Además, conllevan a la diversificación del mercado laboral y al abandono y transformación de prácticas tradicionales v inculadas a la alimentación, vestido, recreación y atención sanitaria; sustituyéndolas por el consumo industrializado.

En Yucatán, los diferentes gobiernos del estado, en respuesta a las necesidades del nuevo sistema productivo, han modernizado la infraestructura carretera y servicios a las poblaciones rurales, sobre todo en aquellos municipios más cercanos a la ciudad de Mérida. Esto lleva a que la comunidad de Acancéh se encuentre cotidianamente relacionada con la ciudad capital y que su población pueda emprender una “migración pendular” con mayor facilidad, de la localidad a la ciudad, para realizar actividades laborales, educativas y de consumo. Precisamente, esta movilidad de los trabajadores hacia la capital, en búsqueda de fuentes de empleo, muy común en las poblaciones cercanas a Mérida, es uno de los fenómenos que el gobierno intentó abatir con la ubicación de las fábricas de la industria maquiladora en las localidades rurales en Yucatán.

Al mismo tiempo, gente de la ciudad de Mérida se traslada a Acancéh para realizar actividades laborales en escuelas, servicios médicos, en la empresa de alimentos avícolas, en la manufacturera trasnacional; el turismo, y en las excavaciones arqueológicas del Instituto Nacional de Antropología e Historia (INAH). Actualmente, Acancéh es visitada por el turismo nacional y extranjero; por sus vestigios arqueológicos y sus cenotes; ya que es el turismo el que ha formado parte de la política gubernamental durante las últimas dos décadas, con el fin de crear empleos.

La infraestructura carretera y de servicios en Yucatán y en especial en Acancéh, facilitó que la maquiladora trasnacional se instalara en ese poblado, pues permitía a los gerentes, empleados administrativos e ingenieros poder vivir en Mérida, acudir día con día a trabajar en la fábrica, y regresar a sus casas después de terminar la jornada laboral. Sin embargo, no hay que perder de vista que lo más importante para la maquiladora es el traslado de mercancías de Acancéh a Mérida y al Puerto de Progreso; porque es de esos lugares que se envían los productos a fin de exportarse a EEUU por Puerto Progreso.

De esta manera, Acancéh es un sitio que facilita a la maquiladora contar con trabajadores (as) que puedan laborar en ella sin problemas de transportación. La cercanía de la fábrica con el pueblo permite que los obreros y obreras asistan a la fábrica maquiladora cotidianamente, sin necesidad de pagar transporte. Esto se debe a que se trasladan caminando o en bicicleta. Con ello, la empresa resuelve uno de los problemas constantes, el de “rotación de personal”, presente en la mayoría de las empresas maquiladoras de Yucatán y México.

A continuación se presenta la descripción etnográfica de Acancéh basada en la observación directa durante el trabajo de campo.

MI PRIMERA VISITA A ACANCÉH

Para llegar a Acancéh, saliendo de Mérida, tuve que tomar la carretera que va a Cancún y un poco más adelante la carretera a Chetumal. Era un día con mucho calor, como son la mayoría de los días no sólo en Yucatán, sino en la Península. La carretera estaba despejada, lo que me permitió conducir mi vehículo a 80 kilómetros por hora a proximadamente, sin ningún problema. Ésta se encontraba rodeada de vegetación baja y plana que caracteriza al estado de Yucatán. Después de pasar por un restaurante en una ex hacienda maicero-ganadera, de las

que predominaban en el siglo XIX y transformada posteriormente en henequenera, a la vista un letrero que dice “Maquiladora”. Allí di vuelta a la izquierda para entrar al poblado.

Al penetrar al pueblo por un camino estrecho, pero pavimentado, efectivamente, lo primero que observé fue la manufacturera transnacional. Por ese camino sólo se puede ver el costado derecho de la fábrica, en donde sobresalen las dos inmensas bodegas y el estacionamiento, todo ello se percibe a través de un enrejado negro. En la parte trasera de los bodegones se observaban los contenedores en donde se transportan las prendas para su destino final y comercialización. Los contenedores se distinguen por la publicidad colocada en ellos con las marcas de los pantalones LEE y WRANGLER. El estacionamiento se percibe muy lejos, debido a que hay un terreno muy grande. La manufacturera se visualiza en un paisaje rural rodeado de monte y algunas viviendas modestas de los obreros.

Continúo el recorrido por la calle, con dirección al centro de Acancéh y al transitar con cuidado, los topes indican la presencia de viviendas, un jardín de niños, dos o tres tienditas de abarrotes y un expendio de cerveza. Avanzando un poco más, se visualiza la entrada al fraccionamiento construido por el Instituto del Fondo Nacional de la Vivienda para Trabajadores (INFONAVIT) en donde obreros de la maquiladora han adquirido sus casas.²⁵ En el costado izquierdo de la curva, donde se sitúa el panteón municipal, es cuando podemos decir que llegamos a la localidad de Acancéh.

En ese entonces, eran alrededor de las doce del día del mes de junio de 2007. Al entrar por la calle principal que atraviesa el centro, en dirección al municipio de Oxkutzcab, poblado importante del estado por su producción agrícola, observé la clínica del Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS) y algunos otros pequeños comercios, y restaurantes, alternados con casas-habitación. Por la calle circulaban camiones foráneos, camionetas, vehículos particulares, bicicletas y triciclos-taxis. Los vendedores conducían los vehículos, descargaban los camiones en los comercios y realizaban alguna otra actividad de su vida cotidiana.

La primera impresión que tuve de la localidad es que estaba densamente poblada, por la cantidad de personas que veía en las calles. Las mujeres efectuaban sus actividades

²⁵ El INFONAVIT es el fondo de vivienda para los trabajadores creado en la década de los setenta, para proporcionar apoyo crediticio a los empleados de empresas no gubernamentales. Para acceder a un crédito del INFONAVIT, los trabajadores deberán obtener cierta antigüedad en el empleo y cotizar para el fondo. Este fondo ha construido cientos de fraccionamientos de viviendas de interés social, a lo largo y ancho del país.

cotidianas: la compra de tortillas y de otros alimentos para preparar la comida del día. Las mujeres mayores portaban su indumentaria tradicional: el hipil con rebozo; a diferencia de las jóvenes y niñas vestían con ropa “moderna” como pantalones de mezclilla, playeras, sandalias, faldas y vestidos de diversos colores y materiales. Sólo en eventos especiales como las vaquerías y en actividades religiosas (misas y gremios), las niñas y jóvenes usan la indumentaria tradicional. Se sabe que en las últimas décadas, las escuelas fomentan en las niñas el uso de la vestimenta tradicional maya, para participar en sus ceremonias cívicas, sobre todo, los lunes durante el homenaje a la bandera.

A diferencia de las mujeres, los varones ya no usan el traje típico (filipina, pantalón y alpargatas blancas). Han modificado su vestimenta a partir de las últimas décadas por ropa occidentalizada (camisas y camisetas de diversos colores, pantalones de mezclilla o de otros materiales, tenis, zapatos de diferentes tipos o huaraches). Esto se debe a dos factores: por un lado, las mujeres laboran menos en la producción de ropa de autoconsumo, por dedicarse al trabajo asalariado y por la facilidad que tienen de adquirir ropa industrializada, tanto en su propia comunidad, como en la ciudad de Mérida, esto las ha orillado a abandonar paulatinamente la ropa tradicional.



FOTO: Pirámide de Acancéh visitada por turistas en Semana Santa

FUENTE: Verónica Garza Navejas, 2009.

Al llegar a la c orazón del pobl ado, lo pr imero que a trapó mi a tención fueron los vestigios arqueológicos: la Pirámide del período maya Clásico Temprano ubicada junto al Palacio de los Estucos. Ambos edificios se sitúan a un costado de la iglesia de “Nuestra Señora de la Natividad” construida en el siglo XVI, y una capilla también representativa de la influencia católica, en el sitio conocido como “La Pirámide”.



FOTO: Concentración para observar el “*Via crucis*”, Acancéh, Yucatán

FUENTE: Verónica Garza Navejas, 2009.

A un costado de la Iglesia casi enfrente de la Pirámide, se encuentra el mercado municipal y la explanada en donde se realizan las fiestas tradicionales del pueblo maya contemporáneo: corridas de toros, jaranas y los bailes populares amenizadas por grupos musicales de la región.

La plaza principal corona al centro del pueblo con sus imponentes lámparas que permiten a la gente protegerse del sol, mientras disfrutan de una plática en las bancas del parque. “La Plaza” también es el lugar preferido de los estudiantes de secundaria, que uniformados acuden a ese lugar para encontrarse con sus compañeros. Aquí la vida cotidiana transcurre apacible, lejos de la caótica vida urbana de las grandes ciudades contemporáneas. En medio de la plaza se distingue la estatua de bronce de un venado, que es representativo del

lugar, ya que el significado toponímico de Acancéh en lengua maya es “bramido de venado”, “quejido de venado”, o “donde se queja el Venado”, por derivarse de las voces mayas Acan, Quejido y Ceh o Ceeh, Venado.²⁶

Los habitantes relatan la historia de Acancéh, enfatizando que sus primeros pobladores encontraron un venado herido haciendo bramidos, por el dolor que sentía, de allí el nombre de la localidad. A la Plaza la rodean los edificios del Ayuntamiento (Palacio y oficinas) y algunos comercios (farmacias, tlapalería, restaurantes y comerciantes de abarrotes). Esta Plaza queda enfrente de la Iglesia del siglo XVI, ubicada a un costado de “La Pirámide”, por lo que la gente del lugar la identifica como la “Plaza de las Tres Culturas”.



FOTO: Explanada en el centro de Acancéh

FUENTE: Ygnacio Rivero²⁷

Después de visitar la pirámide, me dirigí al mercado municipal donde atrapé mi atención que entre las vendedoras, se encontraban mujeres entre cuarenta y cincuenta años,

²⁶ Información obtenida del Enciclopedia de los Municipios de México. Asimismo, esta información se cotejó en el “Calepino de Motul. Diccionario Maya-Español I” en donde “acan” significa bufar de algunos animales o bramar (Arzápalo, 1995:2). Y “ceh” venado de los grandes (Arzápalo 1995:115).

²⁷ Publicada en el artículo de Ma. Teresa Mézquita (2007) en la red: <http://www.mayadiscovey.com/es/arqueología/acacneh.htm>

vestidas con sus hipiles, vendiendo productos industriales: discos compactos de música y películas “piratas”; ropa “moderna” de mujer y niños. Había también puestos de comida de la región: cochinita pibil, panuchos y salbutes. Además de la venta de fruta, verdura y carne; otros productos que comúnmente se comercializan en los mercados municipales de Yucatán.

OTRAS CARACTERÍSTICAS DE LA LOCALIDAD

En Acancéh predominan las viviendas construidas con mampostería. Las casas se encuentran edificadas en terrenos familiares. En dichos terrenos se encuentran las viviendas y los solares²⁸, es decir, el huerto familiar en donde se siembran diversos productos como árboles frutales (naranjas, mandarinas), verduras (chile habanero) y achiote. Además, se cría animales como gallinas, pavos y cerdos. Los solares juegan un papel importante en la economía doméstica, ya que se consumen cotidianamente por el ahorro que representa. Casi ya no se construyen las tradicionales casas mayas con techos de palma de guano.

En Acancéh existen todos los servicios públicos: luz, agua, teléfono, alumbrado público y calles pavimentadas. El incremento de la población generó que los medios de transporte saturen las calles, dificultando que los vehículos puedan transitar en los dos sentidos viales. El transporte público es muy accesible por sus constantes rutas, sobre todo a la ciudad de Mérida y a localidades vecinas como Seyé. Se puede constatar que la población de este sitio tiene comunicación cotidiana con la capital del estado, porque acuden en días laborales, estudio, servicios médicos, trámites legales o a realizar algunas compras, entre otras. A pesar de que asisten a Mérida para recibir atención Médica, en Acancéh la clínica del IMSS atiende a un porcentaje importante de la población y es adonde concurren los trabajadores de la maquiladora, ya que los obreros y obreras cuentan con este servicio, como una de las prestaciones sociales proporcionadas por la empresa, a las que tienen derecho por ley.

Las actividades económicas predominantes son de tipo comercial (tiendas de comestibles, farmacias, de servicios y otros); una empresa de producción de alimento avícola

²⁸ Los solares siguen jugando un papel importante en la economía doméstica en las comunidades rurales yucatecas, pues allí se encuentra el huerto familiar, en donde se siembran diversos productos como árboles frutales (naranjas, mandarinas), verduras (chile habanero) y achiote. Además se continúa con la crianza de animales como gallinas, pavos y cerdos.

y la industria con la Manufacturera. La actividad agrícola es mínima, se reduce al autoconsumo (huertos de hortalizas, milpas y solares).

El consumo de los habitantes de Acancéh, se efectúa en la propia localidad y en Mérida. Hay escasos comercios establecidos de ropa y otros artículos de uso personal. A excepción del mercado municipal, existen minisupers, papelerías, tlapalerías, locales en donde se oferta comida para animales, telefonía celular y otros. A través de la venta por catálogos (Andrea, Impuls) la población compra zapatos, productos de belleza y para prevenir enfermedades (vitaminas, bebidas energizantes, complementos alimenticios). Asimismo, sus pobladores adquieren en Mérida ropa, calzado, telas, alimentos, muebles, electrodomésticos, juguetes para los niños, bicicletas y automóviles.

En el rubro de la educación, ésta se conforma por los grados, desde preescolar hasta el bachillerato. Las cuatro escuelas primarias son públicas y muy antiguas. La secundaria también es pública, así como los estudios de bachillerato a través del Colegio de Bachilleres de Yucatán (COBAY). Este centro educativo se encuentra exactamente enfrente de la “Manufacturera de Acancéh”. Es primordial especificar que muchos jóvenes acuden a Mérida a recibir educación preparatoria y superior: universidades, normal, carreras técnicas y otras.

Durante mi trabajo de campo, la organización política del municipio se encontraba polarizada. Tuve la oportunidad de presenciar la participación política de más de tres partidos políticos que contendían para las elecciones federales en 2008. Asimismo, observé la alternancia en el poder, ya que el Partido Acción Nacional (PAN) había sido sustituido por el PRI. Sin embargo, para el 2010 ganó la presidencia municipal el Partido Verde Ecologista de México.

La religión católica es la predominante, seguida por el protestantismo: testigos de Jehová, evangelistas y pentecostés. El catolicismo está impregnado en gran parte de las tradiciones de la población de Acancéh, como el Día de los Fieles Difuntos, “Finados” o *Hanal Pixán*, como se conoce al “Día de los Muertos” en la población. En Acancéh se practica el sincretismo religioso combinando las tradiciones heredadas del catolicismo, con creencias de origen prehispánico. El *Hanal Pixán* o comida de las Ánimas, es una práctica cultural que ejemplifica la combinación de dichas creencias. Las otras religiones, si bien son cristianas y

han proliferado en la población, aún no han logrado fundirse ampliamente en las tradiciones culturales de la localidad.

LAS FIESTAS TRADICIONALES

La Semana Santa es una celebración católica muy arraigada en la población de Acancéh. Sobre todo por la representación viviente del “Vía Crucis” y/o crucifixión y muerte, que se realiza todos los años. Esta celebración es importante en la localidad y en el estado, ya que es una de las representaciones más reales a nivel nacional, debido a que el sufrimiento de quienes cargan la cruz es un calvario, portan la corona de espinas, de manera real, en la cabeza los actores que recrean la personificación.



FOTO: “Vía Crucis”

FUENTE: Verónica Garza Navejas, 2009.

En esta festividad, los trabajadores de la fábrica que viven en Acancéh, esencialmente los católicos, participan con fervor. Asisten a las liturgias, a la peregrinación, en las actividades organizadas por la Iglesia.



FOTO: Representaciones del “*Vía Crucis*”

FUENTE: Verónica Garza Navejas, 2009.

El pueblo de Acancéh realiza sus fiestas tradicionales a partir del día 27 de noviembre, hasta el 12 de diciembre, día de la Virgen de Guadalupe. La festividad se lleva a cabo en dos fases: se comienza con la alborada y bajada de la Virgen de Guadalupe de su capilla y es

trasladada en procesión a la plaza; posteriormente se lleva a la iglesia, marcando así, el comienzo de las festividades anuales. Durante estos días, se celebra con la salida de gremios, corridas de toros, jaranas y bailes populares.

RELACIÓN FÁBRICA-COMUNIDAD

La importancia de la manufacturera en la comunidad no puede soslayarse. Basta preguntarle a cualquier persona sobre cómo ha influido la fábrica en la localidad, para conocer los cambios que se han presentado a raíz de su llegada. La manufactura juega un papel importante en Acancéh por la derrama económica que genera, además de participar en acciones en beneficio directo a la comunidad. La empresa trasnacional dedica un día al año para trabajar en una obra comunitaria. Sin embargo, esto no significa que se haya resuelto el problema económico de la mayor parte de sus habitantes.

PERCEPCIÓN Y APORTACIONES DE LA EMPRESA EN LA COMUNIDAD

El sentir de una gran parte los pobladores de Acancéh, es que hay un cambio considerable a partir de que la manufacturera opera en el pueblo, ya que la gente puede “construir sus casas”, y ampliar o mejorar las condiciones de sus viviendas. Además, la gente puede contar con un “trabajo fijo”, valorado por las personas del pueblo, debido a que el trabajo en las otras ocupaciones, incluyendo el campo y la venta de artesanías, por lo general no es estable. Así bien, la maquiladora les trajo a los trabajadores y trabajadoras las prestaciones de ley, como seguro social y créditos para la vivienda, aspecto que era difícil de acceder en otro tipo de ocupaciones.

Además, la Manufacturera le proporcionó, una reestructuración en la vida familiar, de acuerdo a los tiempos de trabajo y descanso; trasfirió a los trabajadores los saberes industriales, mayor poder adquisitivo, mayor consumo, la posibilidad de seguir participando en las fiestas del pueblo, y distintas formas de entender y vivir el trabajo.

La contraparte de esta percepción positiva, es que mucha gente del pueblo coincide en pensar que la manufacturera incrementó el alcoholismo, sobre todo en los varones, por el aumento en el nivel adquisitivo para comprar licor. Otro problema que vislumbraron como

consecuencia de la llegada de la fábrica es el descuido de las madres al interior del hogar, ya que ambos padres de familia trabajan, y no siempre tienen quien les cuide a sus hijos. Estos se quedan al cuidado de la familia (madres de las obreras, hermanas, o hijas mayores) pero en ocasiones, no hay quien cuide a los menores en casa.

Hasta aquí, en términos generales he descrito la población donde viven los obreros y obreras de la manufacturera transnacional y las razones por las cuales se instaló en esa localidad. Esto me llevó a introducirme en el estudio de lo local y lo global, como una de las características del análisis antropológico contemporáneo. También expliqué cómo Acaché, de ser un pueblo rural dedicado predominantemente al campo, hoy en día se encuentra en estrecha relación con la ciudad y cuenta con una diversidad ocupacional; en otras palabras, posee las características de la “nueva ruralidad”.

En el siguiente capítulo explicaré las características de la empresa, cómo se encuentra integrada, sus tipos de trabajadores, su organización, lo que produce y cómo se produce; los tiempos de trabajo y descanso, y cómo las prácticas culturales de Acaché influyen en la dinámica fabril.

CAPITULO III

LA MANUFACTURERA

Para comprender cómo se introyecta la cultura corporativa en la manufacturera de Acancéh y explicar de qué manera se construye una cultura de trabajo y una identidad laboral, en este capítulo se describe la fábrica, como filial de una corporación a nivel internacional. Además, se explica su historia, organización productiva y su cultura corporativa, como parte de la “ingeniería cultural” que caracteriza a la industria globalizada contemporánea; ingeniería que se concretiza en la p olíticas de la empresa, el “liderazgo participativo” y en los rituales, celebraciones y festividades que se realizan en su interior.

Por “liderazgo participativo” se entiende, siguiendo a Castilla, como la estrategia empresarial enmarcada en la teoría de las relaciones humanas y en componentes propios del llamado *management* japonés con una nueva imagen. La imagen de una autoridad empresarial que se preocupa por el factor humano y en correspondencia la mano de obra deviene orgullosa (Castilla Ramos, 2004:34-35).

Cabe recordar que la cultura corporativa es un producto de las necesidades de la industria que lleva consigo una filosofía de trabajo y responde a los requerimientos internacionales de demanda de artículos. Con ella se impulsa un nuevo quehacer productivo cuyos valores, actitudes y métodos se orientan hacia la eficacia y el control de calidad. Esta filosofía de trabajo se resume en la fórmula calidad total y justo a tiempo.²⁹ Su objetivo es involucrar al trabajador con la empresa, al trabajo en equipo, a la filosofía cliente proveedor, a la mejora continua, a los círculos de calidad, por citar algunos ejemplos (De la Garza et.al, 1998).

²⁹ El concepto de “Calidad Total” en México no sólo ha sido utilizado en la industria, sino en otros ámbitos de la vida social, promovido por los diferentes gobiernos a través de frases como: “la calidad de vida”, “la calidad en el tiempo”, “la calidad en la educación”, por mencionar algunos ejemplos.

Asimismo, De la Garza (2000) señala que este nuevo esquema de organización laboral se caracteriza por “[...] buscar el acuerdo productivo entre el capital y el trabajo en un nivel descentralizado, con mayor flexibilidad obrero-patronal en el piso de la fábrica” (De la Garza, 2000:25). En cuanto a la importancia para las empresas de implementar una filosofía de trabajo para enfrentar las exigencias del mercado global, el autor señala:

“Se acepta que hay una nueva situación del mercado (abierto, competido, globalizado) y el éxito productivo y social con la flexibilidad pero con consenso, ha sido intervenir componentes morales y de acuerdos grupales que van más allá del actor racional” (De la Garza, 2000:25).

Por lo anterior, se afirma que uno de los propósitos de la ingeniería cultural, es la búsqueda del consenso entre los trabajadores, sin embargo, es necesario socavar como una posibilidad que los trabajadores lleguen al consentimiento con la empresa, en la medida que se adapten a los intereses de la misma. Sin embargo, como actores sociales que son, los trabajadores se pueden adecuar a los intereses de las empresas, pero también presentar acciones de resistencia y organización a las condiciones laborales. El que los trabajadores colaboren con los intereses empresariales se explica, siguiendo a Torres (1997), por que reproducen imágenes conceptuales que presentan condiciones alienantes que de finen su deterioro sistemático de sus condiciones de vida y de trabajo. Este autor subraya la importancia de revisar el concepto de “hegemonía patronal”, a la considerarla como una realidad que debe de ser siempre problematizada. Al respecto, el autor señala que es necesario:

(...) entender el proceso de dominación-subordinación como algo inconcluso y como resultado de circunstancias de la vida que es tan por definirse, en los cuales los trabajadores saben que pueden desarrollar conductas diversas a las subordinadas, aunque también por diversas razones pueden llegar a consentir su propia explotación (Torres, 1997:13), como el establecimiento de arreglos consensuales con sus empleadores. Sin, por ello, excluir las distintas formas de resistencia que surgen por mejores condiciones de trabajo (Burawoy, 1979; Torres, 1997).³⁰

³⁰ Burawoy (1979) y Torres (1997) hacen una llamada de atención a los estudios que generalizan las relaciones entre los trabajadores y sus empleados como siempre desfavorables para los primeros. Por ello, proliferaron las investigaciones que subrayan las condiciones de explotación a las que son sometidos los trabajadores, sin considerar el significado que los mismos construyen sobre sus empleos y despreciando diversos estilos de resistencia de los trabajadores, como la apatía, rumores por citar algunos. Para mayor información al respecto ver Torres (1997).

Esto significa que en la relación capital trabajo existe una contradicción, sin embargo, no siempre lleva a la reivindicación laboral, sino en ocasiones, se acepta la explotación, ya que se considera tolerable para obtener ciertos fines. En el caso de los trabajadores de la Manufacturera de Acancéh, el consenso es para obtener un trabajo con un sueldo seguro y las prestaciones de ley, así como laborar jornadas de cuatro días de trabajo por cuatro de descanso, para dedicarse a otras actividades remunerativas. En el caso de la maquiladora estudiada, el consenso es un acuerdo implícito que logra la empresa con las y los obreros, a pesar de sus largas jornadas de trabajo, y las inconformidades que suelen presentarse en estos.

A continuación se expone brevemente la historia del corporativo, la instalación de la manufacturera en Yucatán, su organización, las políticas em presariales; así como el establecimiento de la jornada de trabajo 4 x 4 entendida como resultado del consenso que la empresa tiene con los trabajadores.

Asimismo, en este apartado se explican las celebraciones interpretadas como rituales que se realizan al interior de la fábrica, producto del ejercicio del poder por parte de la empresa, de la ingeniería cultural, y el liderazgo participativo. Es decir, se pretende mostrar las celebraciones y rituales como estrategias utilizadas por el corporativo en la búsqueda de aprobación.

UNA EMPRESA A NIVEL MUNDIAL

La Manufacturera de Acancéh pertenece al corporativo internacional “*Fashion Vanity Corporation*”, conocida por sus siglas en inglés “*FV*”. Es una firma estadounidense que fabrica prendas de vestir: pantalones de mezclilla, ropa interior, ropa casual y ropa de trabajo. La oficina central se encuentra en Greensboro, Carolina del Norte, USA.³¹

La empresa inició en Pennsylvania, en octubre de 1899. El fundador fue *John Barbey* junto con un grupo de inversionistas, a través de las firmas *Reading Glove and Mitten Manufacturing Company*. Empezó con 11,000 dólares y en un espacio de 320 pies cuadrados,

³¹ Cabe reiterar que por solicitud de la manufacturera, el nombre del corporativo se modificó, para proteger su anonimato.

por la cual pagaban de renta 60 dólares mensuales. La inauguración formal fue el 4 de diciembre del mismo año. Para 1919 la compañía fabricaba ropa interior, con el nombre de *Vanity Fair Mills*. Las acciones se empezaron a vender en al público en 1951. Más tarde, en 1969 se adquirió la *H.D. Lee Company* (ahora *Lee Jeans*). El nombre de la compañía cambia a *FV Corporation*, con objeto de reflejar la diversidad de productos. En 1986, el corporativo adquirió la compañía *Blue Bell Inc.*, dueños de las marcas como “*Wrangler*” y “*Jan Sport*”. Con esta nueva adquisición, la FV duplicó su tamaño convirtiéndose en la compañía de ropa con mayor cotización en la bolsa de valores.

Otro dato histórico del corporativo fue el 23 de enero de 2007 cuando anunció la compra del negocio de la ropa interior marca “*Fruit of the Loom*” por \$350 millones de dólares. Posteriormente adquirió “*Majestic Athletic*”. El 26 de Julio de 2007, *FV Corporation* anunció la compra de *Seven For All Mankind & Lucy Activewear* por un total de 885 millones de dólares. El 13 de julio de 2011 intentó comprar *Timberland* por 2,2 mil millones de dólares, sin embargo logró su adquisición en septiembre del mismo año.

Actualmente, el corporativo se encuentra distribuido a lo ancho y largo del mundo, teniendo fábricas, tiendas y subsedes en cuatro regiones: Región de Estados Unidos, Región Americana, Región Europea, Oriente Medio y África; Región Asia-Pacífico. A continuación se muestra el planisferio y las regiones en las que se encuentra distribuida la corporación.

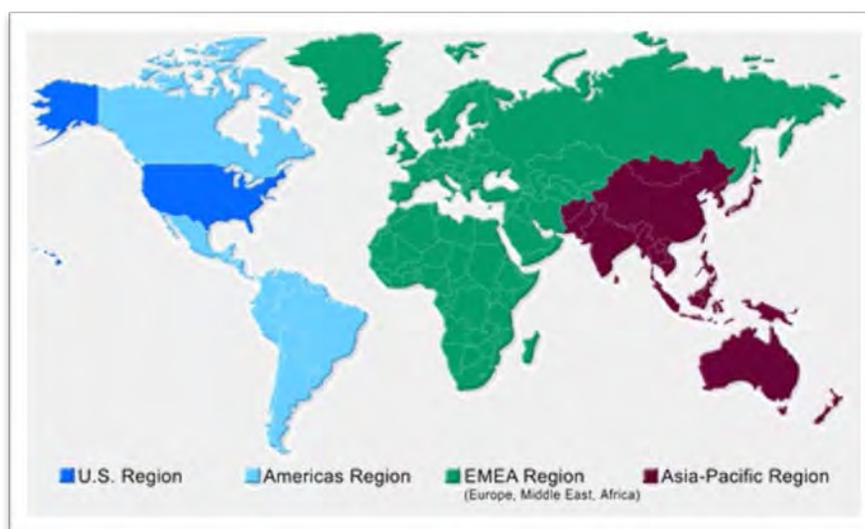


IMAGEN: La presencia del corporativo a nivel mundial.

FUENTE: (<http://www.vfc.com/>).

La sede principal de la corporación en Carolina del Norte, cuenta con un equipo de alta dirección. Es allí en donde se diseña la estrategia corporativa, las finanzas, la tecnología de negocios global, y los equipos de recursos humanos. El modelo de negocio es considerado como único e incomparable con su visión y misión. Cada sede tiene su propio equipo y la gestión se centra en sus consumidores y clientes.

Las características de la empresa hacen a esta multinacional en tenderla como una firma red. Esto se debe a la búsqueda de materias primas y mano de obra en diferentes partes del mundo, aunado a la acumulación de capital a través de los inversionistas a nivel mundial y el aprovechamiento de las tecnologías de información y comunicación.

Como toda organización de este tipo, la firma aprovecha los beneficios del desarrollo tecnológico, la informática y los medios de comunicación para fragmentar las fases de los procesos productivos por el planeta, mientras controla desde Estados Unidos como su país central, los aspectos estratégicos como el diseño, coste, etcétera.

Para esta firma, la Región América integrada por Canadá y los países de América Latina, es de suma importancia por la cercanía con Estados Unidos, tanto para la producción como la distribución, ya que cuenta con un mercado muy extenso y amplia aceptación de los artículos que fabrica. La producción y comercialización se centra en los pantalones de mezclilla y en la ropa deportiva. Aparte de Estados Unidos, el corporativo tiene oficinas en Quebec, Canadá y en Buenos Aires, Argentina.

En la Región Europa-Medio Oriente y África, la comercialización de las prendas ha tenido gran éxito, ya que reúne las expectativas de la demanda de los europeos. En esta región, la infraestructura de la compañía en cuanto a la comercialización (tiendas) es tá altamente desarrollada, así como la distribución, la tecnología y la administración.

En la región de Asia y el Pacífico, al igual que otras regiones, hay un importante consumo y operaciones del corporativo "FV". Sus marcas se venden en tiendas minoristas, tanto en forma directa, como a través de concesionarios y distribuidores. Además, las operaciones en cuanto a abastecimiento de materias primas y distribución de mercancías tiene como centro de operaciones Hong Kong.

Las principales marcas que maneja el consorcio, son: *Riders, Rustler, The North Face, Vans, Reef, Napapijri, Kipling, Náutica, John Varvatos, Jansport, Eastpak, Eagle Creek, Lee Sport, Majestic y Red Kap.*³²



FOTO: Tienda en una elegante plaza comercial de Bombay, India.

Muestra el posicionamiento de la firma a nivel mundial.

FUENTE: Beatriz Castilla Ramos, 2014.

La corporación se define a sí misma como:

FV es más que la mayor agrupación de ropa del mundo. Somos una potencia mundial dinámica con más de \$ 7.7 mil millones en ingresos anuales, más de 30 marcas (...) y más de 47.000 asociados que trabajan en lugares de todo el mundo. Nuestras marcas se venden en más de 150 países a través de 47.000 distribuidores, desde la masa de departamento para los minoristas de especialidad. Además, poseemos y operamos más de 780 tiendas al menudeo. Muchas de nuestras marcas también venden productos directamente a los consumidores a través de Internet. El suministro y fabricación se gestionan a través de nuestra organización Cadena de Suministro Global, que supervisa la producción de 500 millones de artículos al año en más de 1.400 instalaciones de propiedad o de origen en lugares de todo el mundo.

³² Información obtenida en red: http://www.vfc.com/sub_pages/about_vf.php

Éste es un ejemplo de la presencia que tiene la firma a nivel mundial, sus espacios de venta, la producción anual de 500 millones de artículos. A pesar de la existencia de varios centros y al igual que otros corporativos internacionales, la toma de decisiones se encuentra condicionada por el funcionamiento de una red internacional, sin que por ello deje de concentrarse una enorme capacidad de control en Estados Unidos. De cualquier manera, siguiendo a Reygadas, su funcionamiento posibilita la creación de una cultura corporativa global (Reygadas, 1998: 201).

En el siguiente apartado se expone, cómo llegó la Manufacturera que confecciona una prestigiada firma de *jeans* a la localidad de Acancéh, su personal, criterios de contratación, la organización de la producción y de qué manera se manifiestan los símbolos de la empresa, como parte de la cultura de la misma.

LA MANUFACTURERA EN YUCATÁN

El consorcio mundial, instaló la Manufacturera de pantalones de *jeans* en Yucatán en 1994, en pleno auge de la Industria Manufacturera en México, apenas iniciado el Tratado de Libre Comercio. Por su parte, el gobierno del Estado facilitó su instalación, ya que con ello, pretendía contrarrestar el desempleo que azotaba la región, por la caída de la agricultura en general y de la del cultivo de henequén, en particular. La primera planta que se abrió fue en el municipio de Izamal, le siguió la de Tekax (1995) y finalmente se edificó la de Acancéh (1996). Oficialmente, ésta última se inauguró en 1997, con la presencia del Presidente de la República Ernesto Zedillo Ponce de León; en el marco de la política de diversificación productiva de la zona henequenera; siendo gobernador de Yucatán Víctor Cervera Pacheco. Se inauguró con una capacidad para contratar 500 empleados, con una inversión de 25 millones de dólares.³³ Para el 2004, la capacidad de contratación de la manufacturera alcanzó los 1,348 trabajadores, que junto con los de las plantas de Tekax e Izamal sumaban un total de 3,756 empleados (Miami, 2005: 75).

Para cuando se realizó el trabajo empírico, la Manufacturera en Yucatán contaba con cerca de 2000 empleados. Actualmente sigue realizando todo el proceso productivo en la

³³ Información obtenida del Gobierno de Yucatán, www.yucatán.gob.mx

fabricación de pantalones. Este proceso se lleva a cabo en las tres plantas (Acancéh, Izamal y Tekax). Como se mencionó, en la planta de Acancéh se realiza el corte, lavado y acabado de los pantalones; mientras que en la de Izamal y Tekax se costuran o arman las prendas. En otras palabras, el proceso productivo se realiza en los tres establecimientos y la firma generó una integración vertical, al especializar sus procesos en sus distintas factorías y lograr el *full packet*, es decir, realizar todo el proceso productivo, es por ello que no necesita recurrir a la maquila a domicilio, para abaratar sus gastos fijos y de fuerza de trabajo (Castilla y Torres, 1999).

En la misma fábrica, se ubican los representantes de la empresa a nivel gerencial, ya que esta planta se encarga de coordinar las acciones administrativas y productivas de las tres fábricas en Yucatán. En Acancéh se recibe la materia prima (mezclilla y otras telas de algodón) que llegan de Estados Unidos y del estado de Coahuila. En esa planta se corta la tela, se costuran las bolsas traseras y delanteras de los pantalones (partes chicas) y se reparten las piezas para llevarlas a armar a las plantas de Izamal y Tekax. Una vez armados los pantalones regresan a Acancéh para el proceso de terminado: lijado de tela *dry process* para dar apariencia de deslavado, lavado, planchado, etiquetado y empaque.



FIGURA: Organización productiva de la manufacturera por plantas.

Sin embargo, a pesar de que en Izamal y Tekax se arman los pantalones, en la planta de Acancéh hay una sección dedicada también al armado de estas prendas, aunque en pequeña proporción, si la comparamos con las otras dos plantas. En otras palabras, en Yucatán las tres

plantas maquinadoras juegan un papel importante en todo el proceso productivo, por su generación de empleos en cada localidad donde operan.

EL PERSONAL

El corporativo genera más de 2,000 empleos entre obreros de ambos sexos, sus supervisores, trabajadores de limpieza y mecánicos originarios de Yucatán. Además integra personal procedente de otros estados de la República quienes desempeñan los puestos de “mandos medios”: sus supervisores, ingenieros y jefes de recursos humanos. La gerencia general es ocupada por personal de Estados Unidos.

La administración la integra un gerente que es la máxima autoridad de la División Yucatán, representa a las tres fábricas localizadas en Acancéh, Izamal y Tekax, ante el corporativo a nivel internacional. Además de contar con un gerente de producción y otro de recursos humanos, que igualmente tienen como sede la planta de Acancéh. Asimismo, cada fábrica posee un gerente de recursos humanos y uno de producción. Por lo general, los gerentes de recursos humanos de las plantas son mujeres. El área administrativa opera también con una subgerente de recursos humanos cuyas funciones abarcan las tres fábricas.

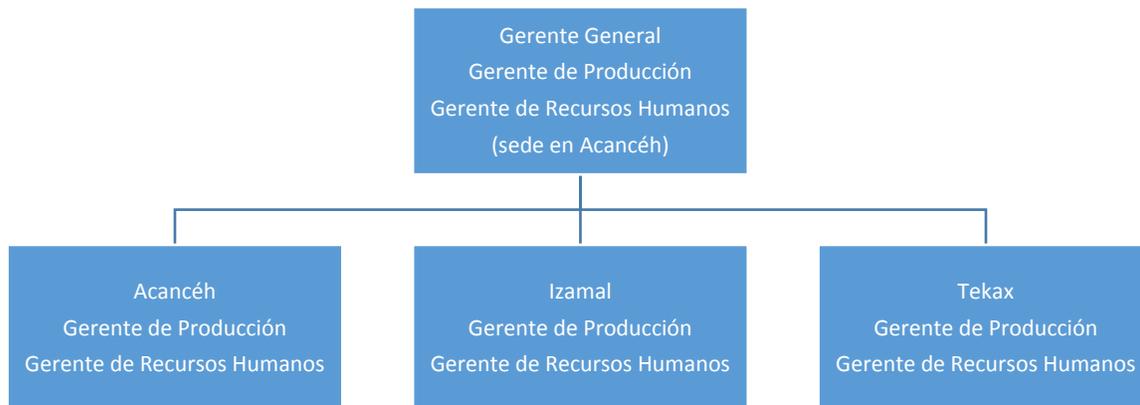


IMAGEN: Organización de gerentes por planta.

Los mandos medios, los tienen las jefas de recursos humanos, los de seguridad, los ingenieros de producción, los superintendentes, y los supervisores (as). Estos trabajan directamente en el piso de la fábrica. Hay un ingeniero encargado de la producción de cada

planta. Posteriormente, en la pirámide laboral existen los superintendentes que también son ingenieros, pero son responsables únicamente de algunas áreas productivas. Por su parte los supervisores (as) vigilan que las operaciones se lleven a cabo adecuadamente. Tienen a su cargo grupos de obreros y obreras. Estos últimos trabajan directamente en cada área del proceso productivo y dependen del gerente de producción. Cada planta tiene jefas de recursos humanos que cubren los turnos diurnos y nocturnos. Hay una jefa de seguridad que se encuentra a cargo de las tres plantas, para evitar los accidentes laborales. Su labor es capacitar al personal de la empresa en el área de seguridad.



FIGURA: Pirámide al interior de la empresa, de acuerdo a la jerarquía de los empleados.

Los empleados de recursos humanos y los supervisores (as) poseen un papel importante en la maquiladora, ya que son el vínculo directo entre la empresa y los obreros y obreras. Lo son en menor grado, los gerentes de producción y superintendentes, sobre todo en las juntas que se realizan cada mes, para informar sobre las metas alcanzadas y los problemas concernientes a la productividad. Las jefas de recursos humanos se comunican con los empleados para informar de todo lo relativo a prestaciones, salarios, impuestos y celebraciones. Es preciso mencionar que como estímulo a la producción, se premian a los mejores empleados o empleadas, cuando rebasan las metas de trabajo asignadas previamente por los supervisores.

Los obreros y obreras son quienes laboran en el piso de la fábrica. Trabajan directamente en la producción, con las máquinas. A estos trabajadores, la empresa les denomina operarios y operarias. Incluso, como parte de la ingeniería cultural, les llaman “asociados”, porque la empresa los considera “socios” en cuanto a sacar adelante la productividad. La mayoría son originarios del municipio de Acancéh, y las edades fluctúan entre los 18 y 45 años. Por ello se destaca que referirse a los trabajadores como “socios”, es manejar un discurso de integración por parte del corporativo, en donde la gerencia magnifica al trabajador en la organización, para un posible consenso con los trabajadores.

La manufacturera clasifica a los empleados en directos e indirectos. Los empleados directos son los obreros y obreras, los que están en el seno de la producción. Por el contrario, los indirectos son los que no laboran en la producción. Entre estos se encuentran, aparte de los administrativos, los mecánicos, los trabajadores de limpieza y los montacarguistas.

CRITERIOS DE CONTRATACIÓN

En sus inicios, la política de contratación de la Manufacturera fue seleccionar al personal que solamente supiera leer y escribir. La mayoría de los trabajadores contratados habían estudiado la secundaria. Sin embargo, en los últimos años, la empresa ha contratado a personas preferentemente con educación media superior. Por tal motivo, el Colegio de Bachilleres en Acancéh, firmó un convenio con la empresa, para que ésta diera prioridad a sus egresados e incorporarlos al trabajo maquilador.

El reclutamiento de mano de obra, sobre todo a la llegada de la Manufacturera, se basó en las redes de parentesco y amistad de los trabajadores. Los primeros operarios invitaron a trabajar a su fábrica, es decir, a sus cónyuges, hermanos, primos, amigos, compadres e incluso hijos. De tal manera que el reclutamiento del personal prácticamente quedó en manos de los operarios. La gerente de recursos humanos explicó que la contratación del personal, a través de las redes sociales y familiares de los y las obreras, favorece a la empresa, porque los operarios se recomiendan entre ellos mismos, y la responsabilidad con la empresa es más fuerte, pues no recomiendan personas que los vayan a “dejar mal”. Sin embargo, esto no

excluye problemas de ausentismo cuando los trabajadores (as) acuden a reuniones familiares como bodas, quince años y funerales llevados a cabo en su localidad.³⁴

La antigüedad de los trabajadores y trabajadoras en la maquiladora es variada. Durante el momento que se realizó el trabajo de campo, algunos obreros entrevistados fueron de los primeros contratados por la empresa con una antigüedad de más de 11 años, sin embargo, otros tenían entre 5 y 7 años. Eran pocos de recién ingreso, y a que la manufacturera ha mantenido los puestos de los empleados por largos períodos, y con ello ha evitado la alta rotación de personal que otras maquiladoras presentan, sobre todo las instaladas en Mérida. La antigüedad de los trabajadores y el reclutamiento de personal, a través de las recomendaciones, son un ejemplo de la importancia que tiene para la empresa trasnacional al haberse instalado en una localidad rural, ya que tiene fuerza de trabajo cautiva y barata.

EL PISO DE LA FÁBRICA

EL INGRESO A LA FÁBRICA Y EL RECIBIMIENTO DE LOS GERENTES

La manufacturera de Acancéh, como se mencionó anteriormente, está integrada por dos naves industriales: una en donde se encuentran las oficinas administrativas y el piso de la fábrica, es decir, donde se fabrican los pantalones: corte, costura, lavado, planchado y empaque. En la otra, más pequeña, sólo se arman los pantalones (cierre de costados y entrepiernas).

La fábrica mide aproximadamente mil metros cuadrados. La fachada es color crema y la arquitectura se asemeja a las haciendas henequeneras de Yucatán. Merfiero al tipo de ventanas, muy largas y a la vez angostas con la típica herrería que se usaba en esas magnas construcciones. Exactamente en medio de la fachada hay una palapa con techo de guano, que recrea las viviendas mayas. Esta palapa es uno de los comedores de la planta maquiladora en donde todos los empleados pueden acceder a tomar sus alimentos. Ahí se congregan desde los

³⁴ Este tipo de reclutamiento fue observado por Beatriz Castilla en Ormex, debido a que las trabajadoras se sentían comprometidas con la empresa por las acciones de sus recomendados; de hecho “asumían la responsabilidad de éstos como propias” (Castilla Ramos, 2004:214). Asimismo, el fenómeno de reclutamiento lo detectó Reygadas (1998) en su estudio realizado en Guatemala en donde afirma que los obreros de origen rural introducen códigos de reciprocidad, incubados en relaciones de parentesco, para después recrearlas en el mundo de la fábrica.

operarios hasta los gerentes. También en la parte de enfrente, se encuentra el estacionamiento en donde hondea una bandera mexicana muy grande.



FOTO: Costado de la fábrica³⁵.

FUENTE: Verónica Garza Navejas, 2002.

Llama la atención que en la fachada de la maquiladora se ubique una bandera de México. Con el propósito de que los trabajadores de origen maya y mexicanos, se identifiquen con el corporativo internacional y se sientan identificados con una fábrica mexicana y no extranjera. Tal aspecto se analiza como parte de la política del liderazgo participativo que las corporaciones practican para lograr mayor eficiencia entre sus empleados.³⁶

Para ingresar a la maquiladora, necesariamente hay que entrar por el estacionamiento enrejado y pasar por la caseta de vigilancia con cita previa, en virtud de que el acceso es rigurosamente restringido.

³⁵ Cabe subrayar que no se me permitió tomar fotografías al interior de la Manufacturera, pero las tomé de lejos.

³⁶ Para mayor información sobre el liderazgo participativo como parte de las nuevas gestiones empresariales dirigidas a los empleados de las maquiladoras ver. Castilla Ramos (2004).

El paisaje que la rodea es “puro monte” -como se refiere la población yucateca a las amplias extensiones de terreno sin cultivar- llenas de vegetación nativa, propias del área rural de la entidad.



FOTO: Costado izquierdo de la fábrica

FUENTE: Verónica Garza Navejas, 2002.

Se aclara con ello que esta descripción se realiza, con objeto de demostrar cómo se ve una manufacturera perteneciente a una firma con alcances mundiales, en un pueblo rural de Yucatán. Además, lo simbólico que representa el diseño arquitectónico de la maquiladora y la bandera mexicana como parte de la ingeniería cultural, para que los trabajadores no se sientan “ajenos” en su propio centro laboral.

MIS PRIMEROS CONTACTOS CON EL PERSONAL ADMINISTRATIVO

Al entrar a la manufacturera lo primero que hice fue dirigirme a la recepción para entablar una plática con la jefa de recursos humanos. Fui acompañada de una colega con quien realicé mi primer trabajo de campo en el 2008. Nos recibió una joven recepcionista que atendía el conmutador telefónico. Nos invitó amablemente a sentarnos en el espacio de la recepción. Mi primera impresión fue que éste se asemejaba al lobby de un hotel lujoso: asientos y sillas de color azul rey muy confortables y una pequeña mesa de centro. De sus paredes pintadas de

blanco pendían carteles de modelos (mujeres y varones) luciendo pantalones de las marcas *Lee* y *Wrangler*. También a caparó mi atención un cuadro donde estaban enmarcados dos pantalones de la empresa, y su similitud con una pintura. También advertí las fotografías aéreas de la maquiladora y los carteles grabados en serigrafía que difunden las políticas de la corporación hacia sus empleados, así como su identidad corporativa que contemplaba la perspectiva y la misión de la empresa. Esto me parece importante resaltar, ya que son símbolos que se utilizan en la empresa, y en donde se destaca la identidad corporativa.

Estuvimos unos diez minutos esperando en dicho recinto, cuando salió la gerente de recursos humanos de las tres plantas. La ejecutiva nos saludó gentilmente y nos pasó a la oficina de su jefe, el gerente general de su departamento. Entramos a su amplia oficina decorada en tonalidades claras, en lo alto se ubicaba una estantería con libros. Es preciso mencionar que los colores predominantes de la decoración de la maquiladora son azul rey y blanco que simbolizan la imagen de la empresa dedicada a la manufactura de pantalones de mezclilla. En la estantería se encontraba una carpeta gruesa con cerca de 500 hojas. Posteriormente, el gerente hizo referencia a dicha carpeta, ya que contenía los resultados de las investigaciones que constantemente la empresa realiza a sus fábricas. Tales investigaciones consistían en la aplicación de encuestas continuas a los trabajadores para conocer lo que piensan sobre la empresa, sus problemas y necesidades productivas y sus sugerencias para mejorar. Esta acción también es estudiada como parte de la política del corporativo, producto de su gestión de liderazgo participativo.

Por su parte, el gerente general de recursos humanos nos saludó cordialmente. Nos dijo que la subgerente de recursos humanos, le había explicado de qué trataba el estudio que se deseaba realizar en la fábrica. Señaló que ya habían pasado cinco meses desde que solicitamos el permiso para entrar a realizar el trabajo de campo, pero que no era fácil acceder a una empresa como esa Manufacturera. Explicó las razones de lo por qué, no se nos había autorizado la entrada. El argumento fue: “que la Manufacturera pertenecía a una empresa privada, y que por lo mismo toda la información que se maneja al interior de la empresa, es confidencial”. Añadió que el corporativo cotiza en la bolsa de valores, y la información mal empleada les podía perjudicar. El gerente nos explicó de casos en el Norte del país, en donde “ciertos grupos” habían hecho mal uso de la información y por ende, se vieron afectadas decenas de maquiladoras.

Además explicó que en la política del corporativo trasnacional en México, existen posturas que están a favor de “abrirse más a la sociedad”, en cuanto a participar en acciones como este estudio; y otras propuestas que no aceptan proporcionar información de ningún tipo. Fue cuando le pregunté: ¿quiénes eran las personas que se oponían a que la empresa se abriera a la sociedad?, si provenían de los mexicanos o los extranjeros. El gerente respondió: “¡No se lo voy a decir!, lo único que les puedo informar es que en las dos posturas existen diferencias muy fuertes al respecto”. Y prosiguió con su discurso afirmando lo difícil que era abrirse en ese sentido.

Acentuando, que el gerente manifestó, que le interesaba mucho nuestra investigación, porque a pesar de que la empresa realizaba diferentes estudios, sabía que el nuestro tendría un enfoque distinto, además que constituía un punto de vista externo y que seguramente los empleados podrían responder de diferente manera a nuestras preguntas, al ubicarnos como ajenas a la empresa.

Posteriormente retornamos a la oficina de la gerente de recursos humanos. Ahí se encontraban dos empleadas más. Una de las empleadas tenía junto a su escritorio la imagen de la Virgen de Guadalupe que estaba colocada en un corcho colgado en la pared, a manera de decoración. Me pareció importante ver la imagen, ya que se trata de una empresa de capital extranjero y la Virgen de Guadalupe no sólo es un símbolo religioso muy apreciado en nuestro país, si no que constituye un símbolo de identidad nacional para muchos grupos sociales de México, Estados Unidos y Latinoamérica.

La subgerente de recursos humanos nos ofreció gentilmente tomar asiento y levantó la bocina del teléfono, con la intención de comunicarse con uno de los ingenieros de la planta para iniciar nuestro primer recorrido y observar el proceso de producción. Sin embargo, no lo encontró. Posteriormente se escuchó que hablaba con varias personas en forma amable e incluso, con buen sentido de humor. Luego nos dijo, que no fue posible contactar al ingeniero, y que era una lástima, ya necesitábamos escuchar su explicación para poder entender mejor el proceso de trabajo y conocer bien la planta. Se le preguntó si no tenía radio y me respondió que no, pues había mucho personal en la Manufacturera y resultaba oneroso tener muchos radios, lo cual no era rentable para la empresa. Pero insistió y finalmente logró comunicarse con el ingeniero que justamente era el gerente de producción.

Entonces le avisó que íbamos a “piso”. La subgerente de recursos humanos se puso de pie y nos dijo: que antes de entrar a observar el proceso productivo teníamos que pasar a recoger unos lentes y audífonos a la recepción, porque la Manufacturera no permitía que nadie entrara al piso de la fábrica sin los dispositivos de seguridad: lentes, tapones especiales para los oídos, y zapatos cerrados. Nos explicó que estas normas son importantísimas debido al potente ruido de las máquinas, que podrían afectar la audición o si alguna aguja se desprendiera de cualquier máquina nos podía dejar ciegos. Además, los zapatos cerrados protegen los pies de los trabajadores de posibles lesiones con algún químico, o de alguna lesión con una máquina. Nos explicó que los trabajadores y trabajadoras deben acatar rigurosamente las medidas de seguridad para desarrollar diariamente su trabajo en la producción de manera óptima y segura.

ORGANIZACIÓN DEL PROCESO PRODUCTIVO

Antes de iniciar la exposición del proceso productivo, considero preponderante puntualizar que en la maquiladora se observaron tanto características del modelo de producción taylorista, como del pos fordismo o toyotismo. Entre los elementos que definen al taylorismo se encuentra que cada trabajador se especializa en una operación parcial distinta. Hay estandarización y repetición de las tareas y estudios de tiempos y movimientos. Por otro lado, entre los factores que definen al toyotismo se hallan la calidad total, el “justo a tiempo”, que la gerencia debe tener una relación directa con los trabajadores y la utilización de la ingeniería cultural para la participación de los obreros en los objetivos de la empresa en el ámbito laboral y extralaboral.

La combinación entre características tayloristas y toyotistas en la maquiladora, se explica porque, al menos en México, difícilmente se encuentran en las fábricas, modelos de producción “puros”, es decir, fábricas con un modelo 100% taylorista, fordista o toyotista. Dicho de otro modo, los procesos productivos suelen ser combinados, por ejemplo, procesos manuales con la robótica. De ahí que se afirma que las maquiladoras en nuestro país se an heterogéneas (De la Garza, 2005:38).

Esta combinación de modelos no sólo es característica de la manufacturera de Acancéh. Más bien, se puede afirmar que es una constante en la IME en México. Autores

como Carrillo (2000) y De la Garza (2005) que han estudiado profundamente la industria maquiladora de exportación en nuestro país, afirman que las empresas mexicanas tienen características heterogéneas. Al respecto De la Garza señala:

“Las maquiladoras en México son heterogéneas, ya que los procesos productivos suelen ser combinados [...] En una región, rama o sector como la maquila pueden convivir uno o más modelos de producción principales” (De la Garza, 2005:38-39).

En este trabajo no se examina el modelo de producción existente en la manufacturera de Acancéh, debido a que no fue uno de los propósitos de la investigación. De haberlo efectuado, se hubiese considerado el nivel de la tecnología, de organización laboral, relaciones de trabajo, perfil de la mano de obra, entre otros indicadores. Sin embargo, me parece importante mencionar algunas de sus características, para conocer cómo las mujeres y los hombres de Acancéh trabajan al interior de la maquiladora.

A continuación se describe la organización productiva tal como se observó durante el recorrido por la fábrica.

Almacén

Después de haber pasado por el área administrativa, entramos al piso de la fábrica. El gerente de producción nos condujo al almacén. Éste es un galerón bastante grande. Ahí se almacena la tela en rollos gigantes colocados en repisas, las cuales atraviesan de lado a lado el almacén. Al llegar, lo primero que vimos fueron los inmensos rollos de tela de mezclilla. El ingeniero, originario de la Ciudad de México, de 28 años de edad, nos explicó que en esta área se descarga la tela y otras materias primas, así como la maquinaria y los equipos necesarios para la producción procedente de Estados Unidos y de algunos estados del Norte de México. Los rollos de tela se bajan de los tráileres auxiliándose con montacargas, debido a su gran peso. El ingeniero agregó, que una parte de la tela se almacena para contar con reserva de materia prima (*stock*), ya que en ocasiones la Manufacturera debe surtir los pedidos solicitados de improviso por algunos clientes.

Corte

Después pasamos al área de corte. El ingeniero nos trasladó al “cuarto de impresión”, en donde se concentra el equipo computarizado con el que se trazan los moldes o patrones para cortar la tela. En esta área se avistan varias computadoras y una máquina para imprimir dichos moldes. El ingeniero nos explicó que éstos se programan cotidianamente a través de una computadora y luego se imprimen en unas hojas amplias, para luego cortar la tela. El cliente, *Walmart* por ejemplo, pide un estilo de pantalón y éste se bosqueja en la computadora.

Inmanente destacar que en las computadoras de esta área de la fábrica, también se programa el número de piezas que cada trabajador debe armar por día. Dicha información se imprime en un cupón o tarjetón, el cual la compañía a los bultos de pantalones durante el proceso productivo.

Posteriormente, observé a un trabajador trasladar los rollos de tela en un carro y llevarlas a unas mesas. Había cinco mesas de corte. Éstas eran largas, aproximadamente de diez metros de longitud. Una máquina extendía los rollos de tela para ser cortada. Cada rollo contenía sesenta capas de tela. Otra máquina colocaba el molde por encima de ella, luego pasaba la máquina y la cortaba. Todas estas operaciones eran automatizadas, programadas en la computadora por un trabajador. En esta área hay pocos obreros y ninguna obrera, dos o tres en cada mesa de corte, son pocos, por ser este un proceso que exige un adiestramiento muy especializado. Los operarios manejan el sistema computarizado y vigilan el buen funcionamiento de las máquinas. La labor de estos trabajadores se circunscribe a la programación y vigilancia de las máquinas.

Partes chicas

Siguiendo con el recorrido pasamos al área de “partes chicas”, donde se costuran las bolsas traseras de los pantalones. El ingeniero nos mostró unas máquinas de bordado también de pequeñas dimensiones, que por cierto nadie utilizaba. Nos explicó que con esas máquinas se bordan los detalles o adornos del pantalón, según lo soliciten los clientes. Por ello, en ese momento no estaban en funcionamiento, por que no había ningún pedido específico. Luego caminamos unos pasos más y vimos las máquinas bordadoras, que son de gran tamaño, largas con “cabezas” para insertar los hilos de colores, que tampoco estaban funcionando.

El área de “partes chicas” concentra un gran número de operarios y operarias. Es un lugar provisto de aire acondicionado y bien iluminado, que permite a los trabajadores desempeñar sus labores sin el agobiante calor que caracteriza a Yucatán. Allí se encuentran mujeres y varones con mandiles azules y lentes de plástico transparentes quienes costuran de pie, frente a pequeñas máquinas que estaban distribuidas en una línea a lo ancho del área. El espacio entre una y otra máquina es estrecho. Las máquinas se distribuyen en cuatro hileras, dando espacio para que los operarios caminen entre ellas libremente, sin sufrir accidentes. Es en ese lugar donde más se escucha el ruido de los dispositivos. Dicho estrépito, se debe a la cantidad de maquinarias que trabajan al mismo tiempo. Aquí la maquiladora permite a las obreras seleccionar la música de su agrado y escucharla a niveles muy altos de volumen que llega a ser estridente. Esto se interpreta como parte de las acciones que realiza la empresa para que el trabajador se sienta más cómodo y trabaje de mejor manera. También, el escuchar música hace menos pesada la jornada de trabajo.

En cada una de las máquinas de coser se ubica una especie de reloj checador computarizado, en donde él o la operadora ingresa el cupón. El reloj codifica el número de operaciones realizadas durante el día de trabajo. Al final de la jornada laboral, el cupón es revisado por el ingeniero responsable, quien verifica que las operaciones de costura coincidan con las marcadas en el cupón. Asimismo, se cuentan las piezas realizadas y corrobora si los trabajadores alcanzaron sus metas de producción.

Al otro extremo de la fábrica observé cómo se costuran las bolsas delanteras y cierres de los pantalones. Las máquinas de costura se encuentran situadas en la misma distribución y cada una es manejada por un trabajador o trabajadora. Me llamó la atención el proceso de automatización que tenía la máquina de cierres que abrochan los pantalones. No era de gran tamaño, pero poseía dos compartimentos: uno cortaba el cierre, y el otro colocaba el ganchito con el que se cierran las prendas. La tela de los cierres estaba enrollada. La operaria de la máquina sólo cuida que funcione correctamente, además de recoger los cierres cortados, contarlos, ordenarlos y acomodarlos en un carrito. Se trata de un proceso completamente automatizado. El ingeniero nos explicó que la empresa renta la máquina de cierres a una compañía japonesa. Cuando la máquina necesita reparación, los japoneses le envían a uno de sus mecánicos desde su sede en la ciudad de México, y cuando la máquina no tiene reparación, los japoneses las cambian.

En suma, el proceso de producción para la fabricación de pantalones comprende desde el corte hasta el pegado de las partes pequeñas (bolsas delanteras y traseras). Después de este proceso, los pantalones son trasladados para ser armados a las fábricas de Izamal y Tekax y al área de costura (anexo de la fábrica de Acancéh). En esta etapa de la producción, la tela es muy dura, ya que no ha recibido tratamiento previo. Lo menciono porque este proceso fue motivo de las constantes quejas encontradas en las entrevistas de los y las trabajadoras de Kimbilá que laboran en la fábrica de Izamal, ya que no es fácil manipular la tela en esas condiciones, sobre todo la m ezclilla.³⁷ En esta área encontramos una fase manual en la costura y otra automatizada, en los cierres de los pantalones.

Lavado y acabados

Después de haber estado en “partes chicas”, nos fuimos al área de lavados y acabados. Particularmente, en el área de lavado se reciben los pantalones armados procedentes de las plantas de Izamal y Tekax. El proceso de lavado va acompañado en ocasiones por algunos tratamientos que se le dan a los pantalones; por ejemplo, se ablanda la tela y a veces se tiñe. De hecho, el área de lavados y acabados es de la más peligrosa de la fábrica debido al daño que pueden sufrir los trabajadores a causa de los diversos químicos que se manejan. Fue el lugar en donde percibí con mayor fuerza el olor a cloro y a sustancias utilizadas en el tratamiento de las prendas. Era visible el uso de protección de los trabajadores a través de lentes, guantes y cubrebocas. Los pantalones son trasladados en bultos (costales blancos) muy grandes a través de rieles que están en el techo de la fábrica. Una vez que los bultos llegan a las lavadoras se introducen en una “carga”³⁸ y se lavan y tiñen con los químicos. Al mismo tiempo, para suavizar la tela, se colocan en las lavadoras dos o tres kilos de piedra pómez. Estas piedras son especiales por ser muy blandas y pequeñas, de tal manera que se desbaratan en las lavadoras. Las piedras son importadas desde Turquía, lo que hace que las materias primas y los insumos utilizados en la producción tengan procedencias internacionales

³⁷ Uno de los hallazgos de investigación de Castilla Ramos, (2002) fue que las obreras de la confección dejaban sus trabajos por lo a gobiante que implica trabajar la m ezclilla por ser “muy dura”, por lo cual se fueron a la manufacturera donde se fabrican aparatos dentales (Castilla Ramos, 2002)

³⁸ Se le conoce como “carga” al volumen de pantalones que cabe en una de las lavadoras industriales.

diversas, como parte de la industria maquiladora globalizada, en la que se encuentra inmersa la Manufacturera en estudio.

Una vez suavizada la tela, el siguiente paso es transportar los pantalones a las dos máquinas centrífugas, para quitarles el residuo de las piedras. Pude observar cómo estas máquinas extraordinariamente grandes, separan los residuos de las piedras como en un colador. Los pantalones, ya sin residuos, son conducidos a las secadoras. Por supuesto que esta área de lavado y secado es automatizada. En ella se emplean sólo varones, ya que se necesita mucha fuerza física para cargar los bultos. Son pocos, pero muy calificados, incluso contratan químicos que conocen las fórmulas requeridas para el teñido de los pantalones. Estos trabajadores se distinguen del resto de los operarios por las batas blancas que usan como uniformes.

Ya secados los pantalones son colocados en bultos para ser trasladados al área de “acabados”. En esta área hay una sección que se llama “*Sand Blast*” en donde se lijan manualmente los pantalones para darle a la tela un tono de spintado (*dry process*). Esto se realiza sólo en ciertas partes de la prenda. Puede ser en las piernas, desde la antepierna hasta un poco más debajo de las rodillas, y/o en la parte trasera, es decir, en la cadera. El proceso se realiza en un cuarto cerrado, pero se puede ver a los obreros y obreras a través de los cristales. En el cuarto trabajan diez operadores, hombres y mujeres, quienes tenían una mesa y una especie de maniquí inflable de la cintura para abajo. Los trabajadores colocan los pantalones en las piernas de los maniqués y los lijan manualmente. Hay otra sección donde se lanzan líquidos que los despintan, con fórmulas químicas, pero no nos permitieron el acceso al lugar por su peligrosidad. Este proceso se realiza manualmente, aunque se emplean máquinas sofisticadas.

Compostura

Aquí los pantalones son revisados para evitar que salgan de la fábrica con algún defecto. Y si lo tienen, las y los trabajadores deben desbaratar la pieza para volverla a armar. En esa área existen máquinas para cada uno de los pasos que se requieren en la compostura del pantalón. Los operarios son pocos (dos o tres) por turno. Pueden ser hombres o mujeres, pero deben poseer destreza en todos los pasos del proceso de trabajo. Los pantalones que no tienen

remedio, se convierten en una pérdida económica para los trabajadores que los realizaron, ya que se los descuentan de su sueldo, sobre todo, para quienes se equivocaron en alguna de las partes del proceso. Aquí el proceso es manual.

Planchado

El planchado o “Paris”, denominado así por la marca de las máquinas, se realiza en unas planchas de vapor muy pa recidas a las de las tintorerías. Son quince máquinas, pero a diferencia de otras partes del proceso, el trabajo de los operarios es más intenso. Por ejemplo, se encargan de meter cada uno de los pantalones en una mesa de planchar tan angosta como el tamaño de las piernas de los pantalones. Principalmente son hombres los que operan las máquinas. Éstos colocan una pierna del pantalón en la mesa y les pasan velozmente la plancha y los sacan también rápido para poner la otra pierna alternando los movimientos. Los operarios trabajan de esta manera toda su jornada hasta cumplir con el número de piezas programadas. El planchado es una parte del proceso productivo que se realiza de pie. De hecho, son muy pocas partes del proceso productivos en donde los operarios trabajan sentados. La fase productiva es manual.

Etiquetado

El gerente de producción se despidió y nos quedamos con el ingeniero encargado de esta área, quien nos invitó a entrar a conocer el lugar donde se imprimen las etiquetas. Allí nos explicó que después de que los pantalones pasan por el proceso de lavado, planchado y compostura, se les costuran las etiquetas y la publicidad. Por publicidad entiéndase aquí, los impresos con fotografías de hombres y mujeres modelando los pantalones y la marca de la ropa.

El área en donde se imprimen y ponen las etiquetas a los pantalones, no es muy grande. Hay pocos empleados: una mujer y dos varones. Uno de ellos era el jefe, ya que el ingeniero le preguntó que sí nos permitía entrar a observar su trabajo. Sólo pudimos pasar a un espacio pequeño, contiguo a la puerta donde se nos mostró el proceso de elaboración de las etiquetas. Observamos que se elaboran a través de las computadoras. Las etiquetas son de tela de algodón blanca y en ellas se imprimen datos referentes a las tallas, instrucciones de lavado

y el país donde fueron fabricados. Posteriormente, los obreros y obreras las costuran en la pretina trasera del pantalón, junto con las marcas y la publicidad. Las marcas “Lee” o “Wrangler” se encuentran impresas en piel color marrón. La publicidad llega de Estados Unidos con los logotipos de las tiendas, esto significa que llegan los pantalones con las etiquetas, la publicidad, incluso los precios. Esto se debe a que la empresa facilita que la mercancía salga lista para su venta desde la propia fábrica. El ingeniero reiteró que las tiendas *Walmart* y *Sears* son los principales clientes de la empresa. En esta parte se observa la fase semiautomatizada de las etiquetas realizadas a través de las computadoras y la costura manual de las mismas.

Control de calidad y empaque

Más tarde, entramos al área de control de calidad y empaque. Esta es la última área en el piso de la fábrica. Allí se encontraban veinte mujeres directamente en la producción y un ingeniero como responsable del área. El uniforme de las mujeres consistía en un mandil azul con amarillo que las distinguía del resto de las trabajadoras y trabajadores. En el control de calidad se revisa detalladamente cada uno de los pantalones y se separan los que tienen fallas. Aquellos con fallas se consideran como un fracaso para el conjunto de los agentes de la producción, incluso desde el jefe de la planta, por eso, nos explicó el ingeniero que es muy importante que los y las trabajadoras que participan en todo el proceso realicen bien su trabajo, con una supervisión constante y resolviendo los problemas, como se van presentando, en el quehacer cotidiano de la producción. Destaco entonces, que el cuidado de la calidad, en todo el proceso productivo, es una característica del sistema Taylorista, encaminada a reducir desperdicios, pero la supervisión directa del trabajador es toyotista, con fines de control sobre la mano de obra.

La última fase del proceso es el empaque. Éste consiste en doblar los pantalones y ponerlos en cajas. Estas cajas pasan por una máquina que las pesa y de esa manera se ratifica el número de pantalones que contienen, para que no falte ninguno. Asimismo, en cada caja se imprime el número de pantalones que tienen. Son las mujeres las que trabajan en esta área, aunque se observan algunos varones acomodando las cajas en los contenedores, para

trasladarlas desde el puerto de Progreso, Yucatán, hacia su destino final de distribución y comercialización en Estados Unidos.

Luego, nos despedimos del ingeniero encargado del control de calidad quien fue muy amable y bromista. El ingeniero, de apenas 24 años, es oriundo de Saltillo Coahuila, con estudios en el Tecnológico Regional de Nuevo León.

El siguiente diagrama muestra la distribución del proceso productivo:

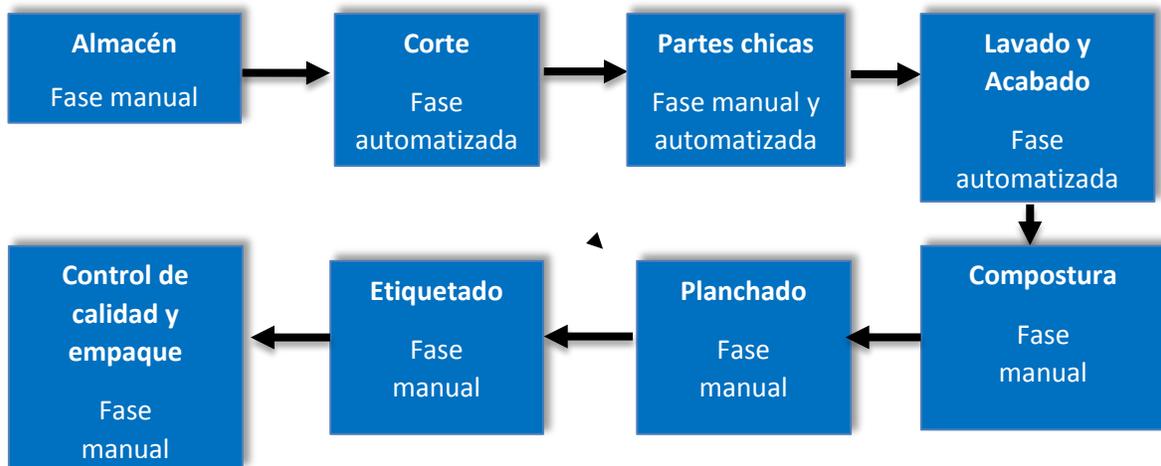


FIGURA: Proceso manufacturero de la planta de Acancéh.

Después de observar el proceso productivo, caminamos rumbo a las oficinas con la jefa de recursos humanos quien tenía mucha prisa, porque ya era la hora de la comida (1:00 p.m) y la empresa iba a festejar a los obreros por el “Día del Padre” que acababa de celebrarse a nivel nacional. Nos comentó que previamente se habían festejado a los papás que trabajaban en el turno anterior. No hay que olvidar que las fiestas en la fábrica sirven para introyectar la cultura del corporativo como parte de las características del toyotismo y tratar de construir el consenso entre la empresa y los trabajadores.

Durante el recorrido se observó a los obreros y obreras muy concentrados en sus labores. Hombres y mujeres portaban un mandil azul con las iniciales del corporativo “FV” y los lentes de protección. Los empleados de limpieza laboraban al interior y exterior del piso de la fábrica: los baños, el comedor y las oficinas. Por su parte, los mecánicos son quienes usan como uniforme un mandil café y se encuentran en el piso de la fábrica para reparar los daños de las máquinas a la brevedad posible. De esta manera, se evita parar la producción,

pues la maquiladora trabaja los siete días de la semana, en turnos diurnos y nocturnos. Según el gerente de producción, “las máquinas nunca paran, porque son muy costosas” y la empresa necesita obtener la mayor productividad al menor tiempo. Aclararé, que los operarios y operarias suspenden momentáneamente las máquinas, pero el menor tiempo posible, cuando tienen que ir a comer, o cuando van al baño. Contrario a ello, los trabajadores son los menos interesados en pausar la producción, ya que sus ingresos dependen de las metas de productividad y el número de prendas que realizan.

De la misma manera, cuando caminábamos por la planta, llamó nuestra atención toda la información impresa que se encontraba en las paredes. Ésta se interpreta como símbolos de la cultura corporativa. Había señalamientos en rojo para alto y/o precaución para evitar accidentes de trabajo; flechas en color verde y naranja para entradas y salidas; carteles que decían: “no a la discriminación”, “no al acoso sexual”, “política de puertas abiertas”; y pizarrones en donde se escribían datos sobre la producción. Una parte de los pizarrones estaban escritos en inglés y otra en español. Un ejemplo de ello es lo que señaló la gerente de recursos humanos, cuando mencionó que una de las políticas más importantes de la empresa, era “la política de puertas abiertas”. Esto se interpreta como parte de su “Liderazgo Participativo”. La gerente argumentó por cierto que: “estas son características del toyotismo”.

En FV contamos además con políticas y procedimientos que nos permiten mantener una estrecha comunicación con todos nuestros asociados [léase operarios y operarias]. Mantenemos y mantendremos vigente nuestra política de “puertas abiertas”, para garantizar que todas las preocupaciones y sugerencias de todos nuestros asociados sean escuchadas y atendidas oportunamente.

La organización productiva está ligada a las diferencias entre género. En la planta de Acancéh, en las áreas de corte lavado y planchado laboran mayormente hombres. Esto se justifica, porque el trabajo requiere de mayor esfuerzo físico en el manejo de las máquinas y en la carga de los bultos de los pantalones. Por el contrario, las mujeres predominan en las áreas de costura, empaque y etiquetado. Aunque es preciso decir que en el área de costura, también hay hombres. Esto se debe, como se ha mencionado, a los fenómenos de incorporación de hombre maya-yucateco a las labores de bordado y costura de ropa tradicional (bordados y guayaberas) desde la década de los setenta, en donde los varones han incursionado en prácticas laborales que eran sólo de la mujer maya, debido a la falta de

oportunidades en el trabajo del campo, ejemplo de ello es Kimbilá, Tecoh y en últimas fechas, Thadziú.

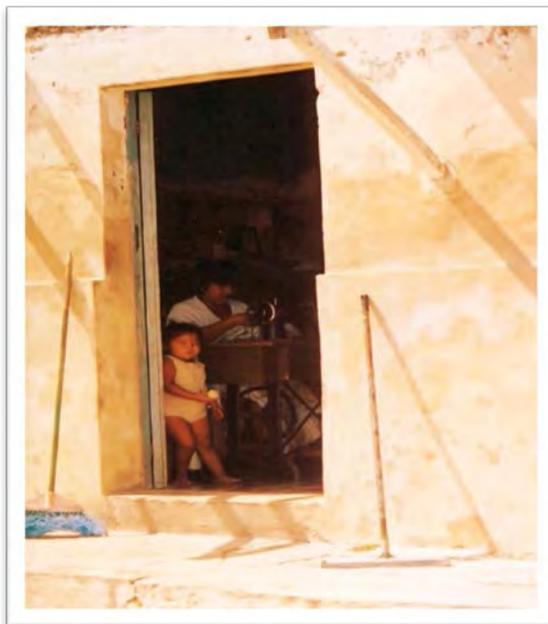


IMAGEN: Mujer costurando en el portal de su casa, Kimbilá, Yucatán.

FUENTE: Verónica Garza Navejas, 2005.

El hecho de que los hombres supieran bordar o costurar con máquina, les permitió ingresar a la fábrica en el área de costura. Además, de no ser mal visto por la comunidad, ya que poco a poco ha ido disminuyendo la idea en esas poblaciones, de que la costura es una actividad sólo para mujeres.

El trabajo manual de las y los trabajadores debe ser muy rápido y con precisión, ya que las máquinas son muy veloces. Además, no pueden atrasar el envío a Izamal y Tekax, y no deben parar el trabajo, ya que afecta la cadena productiva.

En el caso de esta maquiladora, no hay trabajo artesanal al interior. Me refiero a que los de talles de los pantalones no se costuran manualmente. Y tampoco hay maquila a domicilio, como en otras manufactureras en México, en donde parte de la producción se envía a talleres de costura fuera de la fábrica. Este procedimiento permite a los dueños de la maquiladora, a horro de salarios y prestaciones de los trabajadores, así como en pagos de instalación, luz, agua y desgaste de las máquinas.

OTROS ESPACIOS AL INTERIOR DE LA PLANTA

Al interior del piso de la fábrica, se encuentran algunas oficinas con personal administrativo, conformados por las encargadas de recursos humanos y de seguridad. Su presencia en esta parte de la fábrica, tiene como propósito estar cerca de los trabajadores y vigilar si se presenta cualquier problema de incendio o accidente de trabajo. En general, estas oficinas son amplias y cómodas. Se trata de espacios donde las paredes y puertas son de cristal, lo que les permite a los empleados administrativos tener visibilidad desde la oficina, al espacio productivo.

Por otro lado, se encuentra el comedor, que es uno de los lugares importantes de socialización en la manufacturera; ya que es el lugar donde interactúan de manera relajada los y las trabajadoras, así como los mandos medios. El comedor es amplio y está junto al espacio en donde se lleva a cabo la producción. De hecho, desde allí se ve el interior de la fábrica a través de unos cristales muy amplios.

El comedor está provisto de mesas (tipo gabinetes) en donde caben cuatro personas y hay dos filas en el centro, con diez mesas cada una. En la barra de servicio, es donde los trabajadores van pasando con una charola, para adquirir su comida diariamente. Cuando visitamos la fábrica había papadzules en el menú, es decir, comida yucateca. También se venden refrescos, yogurt, galletas, Sabritas, dulces, chocolates y otros productos a manera de prestación a los trabajadores. La comida es muy económica, ya que sólo costaba 18 pesos, porque la mitad la paga la empresa. La comida no estaba subsidiada completamente, porque como dijo la gerente de recursos humanos, “los operarios deben de pagar una cantidad simbólica por la alimentación”. Se veía que los empleados rápidamente se formaban en la barra de comida, para que les sirvieran, a la brevedad posible, porque el tiempo de comida era de 30 minutos.

Las paredes del comedor, al igual que en el ámbito de producción, se encontraban tapizadas de símbolos del corporativo, a través de letreros con la siguiente información: avisos de cumpleaños, empleados del mes, política de puertas abiertas, política contra la violencia en el lugar de trabajo, discriminación y acoso sexual; formas de contratación, consejos de nutrición, y prevención de enfermedades como la diabetes y despidos por embarazo, entre otras. En este lugar se hace tangible la política del corporativo.

En el comedor, se acentúa un trofeo ganado por su participación en un campeonato inter-plantas de la Manufacturera. Éste era la réplica en latón de un retablo de la estela 2 de Yaxchilán, zona arqueológica maya. Esto es de llamar la atención, ya que es un ejemplo de cómo la empresa, como parte de sus políticas, utiliza los elementos culturales de los propios trabajadores para que se identifiquen y se sientan “a gusto” en el trabajo.

Además, de ser el espacio ideal de convivencia entre los operarios y operarias. Observamos que se sentaban a comer de dos a tres por mesa. Los ingenieros y otros empleados administrativos originarios de Mérida, la Ciudad de México y de otros estados de la República, se alimentaban en el comedor, o en “la palapa” que también funcionaba como comedor. A los mandos medios difícilmente se les observa convivir con los operarios, a menos que éstos fueran del municipio de Cancén, como era el caso de una de las jefas de recursos humanos. La palapa cuenta con hileras de mesas y refrigeradores de autoservicio, donde se pueden comprar refrescos y botanas. La palapa es un espacio poco usado por los operarios y operarias, aunque tienen el derecho a utilizarla. Sin embargo, es el lugar preferido de los gerentes y mandos medios, por lo que no se ven los trabajadores en ese lugar.

ORÍGENES DE LOS EMPLEADOS Y PRÁCTICAS CULTURALES

Los orígenes de los empleados que confluyen al interior de la fábrica (Estados Unidos, Distrito Federal, Nuevo León, Coahuila, Yucatán), permite observar prácticas culturales que se expresan, en los varios idiomas que se escuchan al interior de éste (español, inglés, maya) y poder advertir la variedad de alimentación, formas de vestir y otros. Sin embargo, la lengua maya se usa poco entre los trabajadores en la fábrica, ya que uno de los requisitos del ingreso para contratar a los obreros, es que sepan hablar español. Esto no quiere decir que los trabajadores no sean bilingües y usen la lengua maya en el espacio familiar y comunitario, o traten de comunicarse entre ellos con esta lengua. Asimismo, al observar la interacción de los empleados, se advirtieron las diferencias en relación a sus costumbres y formas de relacionarse, en donde los trabajadores se agrupaban por puesto laboral y grupo de origen, ya sea nacional o extranjero.

Ligadas a las diferencias de origen y prácticas culturales, se percibieron las diferencias socioeconómicas. El origen nacional de los empleados, se encontraba en estrecha relación con

los puestos de trabajo y salarios. El salario y la capacidad de consumo, se reflejaban principalmente en el uso de la indumentaria, del medio de transporte y en los espacios de trabajo.

RELACIONES LABORALES: JORNADAS, SALARIOS Y PRESTACIONES

Desde que abrió la Manufacturera de Acancéh, la jornada para los trabajadores (as) es de 12 horas diarias con dos descansos de 30 minutos para alimentación. Los obreros (mujeres y hombres) trabajan cuatro días a la semana, por cuatro de descanso. Este esquema 4 X 4 fue consensado con los trabajadores de la manufacturera desde sus inicios. Pero, como se mencionó en párrafos anteriores, el acuerdo fue implícito, es decir, nunca se reunieron representantes de los trabajadores con los empleadores para llegar al consenso. No obstante, los trabajadores se muestran interesados en ingresar a esa maquiladora, precisamente porque trabajan 4 días y 4 días descansan a la semana, tiempo en el que se pueden dedicar a otras actividades remunerativas, tales como el cuidado de sus cultivos; meseros, taxistas, en el caso de los hombres. Para las mujeres, este tipo de jornada les permite estar en su casa más tiempo, al cuidado de sus hogares y familias. Cabe destacar que es la única manufacturera del corporativo que trabaja este sistema. Coincido con Castilla Ramos cuando afirma que si bien, el proceso productivo resulta un lugar de conflicto, en tanto confrontación de intereses entre los empresarios y los trabajadores, constituye también un espacio de arreglos consensuales, es decir, de cooperación (Castilla Ramos, 2004:33).

La empresa organizó el horario de los trabajadores a través de cuatro turnos: dos diurnos y dos nocturnos. De tal manera que cuando el turno A (diurno) trabaja cuatro días, el B (diurno) está descansando. Cuando el turno A termina el cuarto día de trabajo, el turno B lo releva igualmente por cuatro días y así sucesivamente. Lo mismo ocurre con el turno C (nocturno) y D (nocturno). Esta organización de la jornada de trabajo por turnos, permite que la producción se lleve a cabo día y noche durante los siete días a la semana. La empresa cierra las tres plantas durante las vacaciones y tiene dos períodos vacacionales de quince días cada uno: el primero en Semana Santa, y el segundo durante las fiestas decembrinas.

Las y los trabajadores cuentan con un salario base, más incentivos a la producción. Es decir, cada trabajador recibe un pago por las operaciones que realiza diariamente. La empresa

día con día proporciona al operario (a) un paquete con un promedio de trescientas prendas y una meta productiva que cumplir. Hay un mínimo de producción que deben realizar en su jornada laboral. Esta corresponde al salario base que la empresa les otorga diariamente (40 a 50 pesos). Si producen más, ganan más; si rebasan la meta, reciben un bono extra; pero si se atrasan, repercute en su salario.

El pago es semanal, los trabajadores cuando terminan su sueldo de trabajo reciben cerca de 700 a 1,000 pesos por toda la producción que realizaron. Los más experimentados llegan a obtener de 1,000 a 1,200 semanales. Depende mucho de las operaciones que efectúan. Entre más difícil es la operación, se costura menos rápido, por lo que los trabajadores prefieren realizar operaciones fáciles, o aquellas que realicen con mayor destreza. El salario se incrementa cuando se trabaja horas extras.

Para que los trabajadores y trabajadoras obtengan sus metas diariamente y logren una estabilidad en el salario, es importante que no los cambien de área de producción; ya que para lograr las metas, los trabajadores requieren de entrenamiento y práctica. Como dijo uno de ellos, necesitan de “una curva de entrenamiento”. De ahí que se dan casos en donde los trabajadores que cambian de área de producción, salgan perjudicados en la reducción de su salario, sobre todo cuando éste ha sido comprometido en pago de vivienda o en algún préstamo a título personal. Como explicaba una trabajadora, quien después de siete años de antigüedad en un área productiva, la trasladaron a otro departamento en perjuicio de su salario.

Al respecto, la obrera explicó cómo del área de inspección, pasó al área de raspado de pantalones (*hand sam*) y le afectó en su salario:

No me gusta [se refiere a la nueva operación] porque pasamos a un retroceso porque tienes que aprender. Te piden, como en toda área, un porcentaje de trabajo. Si lo aprendes, o sea si lo cumples, te respetan tu trabajo, te respetan tu sueldo de dónde vienes anteriormente [de reparación], si no bajas. Pero yo llevo casi un mes, todavía no estabilizo mi sueldo. Yo en reparación, ganaba de 950 a 1000 pesos por los cuatro días a la semana. Y me descontaban Infonavit, Fonacot, y me vengo quedando como con unos 600 pesos, pero ahora no, me quedo con 250, con 300, entonces sí perjudica mucho. Obviamente en el área de *hand sam*, es un área que sí se paga muy bien, pero es un desgaste físico muy fuerte, cansa mucho. Pero déjese del desgaste, sí perjudica, porque mientras que agarras el ritmo y aprendes, hay que manejar estilos en todas esas áreas, sí baja mucho el sueldo.

En cuanto a las prestaciones, los trabajadores de la Maquiladora cuentan con las obligatorias por ley. Estas son Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS), para atención médica; Instituto del Fondo Nacional de la Vivienda para los Trabajadores (INFONAVIT), para adquisición o ampliación de vivienda con crédito hipotecario; Fondo Nacional para el Consumo de los Trabajadores (FONACOT), para muebles y electrodomésticos. Así como prima vacacional, reparto de utilidades, y aguinaldo una vez al año.³⁹

Como parte de las prerrogativas y políticas de integración de la empresa hacia los trabajadores, se les ha concedido la alimentación, ligada a sus gustos y costumbres; así como festejos especiales y vacaciones durante los días religiosos; significativos para los empleados, por ser las tradiciones arraigadas en la localidad. Estas prerrogativas se interpretan como espacios que la empresa consensu con los trabajadores, en otras palabras, respeta sus espacios de autonomía, para conseguir que los trabajadores se sientan más a gusto y lograr el consenso y un trabajador más participativo. Esto como parte de la gestión del corporativo, a través de la nueva filosofía del trabajo y del Liderazgo Participativo⁴⁰.

En cuanto a la creación del consenso por parte de los agentes productivos (gerentes y trabajadores) en las maquiladoras Beatriz Castilla Ramos señaló:

“[...] al emerger nuevas formas de negociación directas entre los operarios y los empresarios maquiladores, mediante juntas [...]. En otras palabras, ante la ausencia de los sindicatos, los obreros y obreras tienen que negociar individualmente sus condiciones laborales. Pero, si bien generalmente la negociación es individual, surgen también nuevas formas orgánicas, impulsadas por la empresa, para promover el involucramiento. Formas donde el trabajador tiene espacio para expresarse y para establecer relaciones menos verticales con los administradores de la fábrica, como se reveló en la fábrica [se refiere a su estudio en Ormex] donde existen dos instancias jurídicas que representan a los y las obreros en sus demandas laborales” (Castilla Ramos, 2004:124-125).

³⁹ Es necesario señalar que a partir de que la Manufacturera otorga créditos a los trabajadores y trabajadoras para vivienda y electrodomésticos, en las poblaciones de Acancéh, Kimbilá e Izamal, la casa maya se ha modificado notablemente. Ahora, las casas de techos de palma de guano han disminuido. En las cocinas de algunas casas de las y los obreros se encuentran instaladas cocinas integrales, estufas de gas y hornos de microondas. A diferencia de ello, anteriormente la cocina se encontraba más al aire libre con comal de leña.

⁴⁰ Castilla (2004) encontró en su investigación que la empresa promovía el “liderazgo participativo”, apuntalada en una estrategia de ascender mediante un “programa de niveles” y un esquema de incentivos a la producción, premios de asistencia, premios de puntualidad y seguro de vida para las y los trabajadores para ellas y sus familias. Los premios se basaban en electrodomésticos importantes para su hogar que los trabajadores agradecían.

En cuanto a la manufacturera de Acancéh, las juntas de los trabajadores son internas y con la empresa. No hay un organismo formal que vigile los intereses de los trabajadores como los sindicatos y otras organizaciones. La función de las juntas mensuales y trimestrales, es informar a los trabajadores (as), detectar problemas de la productividad, las metas alcanzadas y los aspectos relacionados con salarios y prestaciones.

En las juntas, se nombra a los mejores empleados del mes, se entregan los reconocimientos (diplomas) por haber terminado algún curso o superado las metas, y se dan los avisos para las actividades en donde participaran los trabajadores, ya sea en cursos de superación o en actividades de recreación como eventos de portivos y convivios. Los reconocimientos por antigüedad (10 años en la empresa), son otorgados en la posada navideña. En el siguiente apartado, se verá como celebraciones y encuentros deportivos, forman parte de la cultura corporativa, así como en qué consisten y cómo se promueven al interior de la fábrica y como los reconocimientos y actividades, sirven para integrar al trabajador.

LA CULTURA CORPORATIVA

La cultura corporativa de la Manufacturera de Acancéh, es diseñada desde el corporativo internacional, con el propósito de transmitir en sus factorías a nivel global, los mismos valores y conceptos sobre el trabajo. La intención es homogeneizar los procesos laborales y los valores de la empresa en todos internacionalmente. Con ello, se pretende contrarrestar la diversidad cultural de los trabajadores y trabajadoras que laboran en sus fábricas y enfrentar la demanda de productos a nivel internacional. Además, se trata de eliminar a toda costa el conflicto con los trabajadores haciéndolos parte de la empresa como “asociados”, como pertenecientes a la misma “familia” productiva.

Un ejemplo del porqué el corporativo trata de implementar dicha homogenización en sus diferentes factorías a nivel mundial, lo explicó un gerente de origen costarricense, encargado de la planta que opera en Izamal. Mencionó que la corporación tiene sus políticas para todas sus maquinadoras, por que contrata personas de diversos orígenes lingüísticos y culturales, por lo que habría la necesidad de homogeneizar los conceptos del trabajo y los

procesos productivos. De esta manera, se podrían coordinar con otras fábricas ubicadas en otras partes del mundo, por ser un corporativo a nivel mundial.

La cultura corporativa de esta empresa en Yucatán, se basa en la misión, visión, políticas empresariales, y en los conceptos que sobre el trabajo transmiten cotidianamente a sus empleados en la fábrica. La empresa diseña sus políticas para difundir los valores en torno al trabajo, mismos que se deben promover entre los obreros, cuyo objetivo principal reside en el incremento de la productividad. Cabe resaltar que uno de los valores relevantes para la empresa, es el cuidado de la calidad de los productos (calidad total), y los servicios que ofrece, a fin de satisfacer las necesidades de los clientes. Al respecto, la gerente de recursos humanos enfatizó: “que para el corporativo, los operarios y operarias son de gran importancia, porque constituyen la base de la producción”. Al respecto la gerente señaló y distinguió el concepto de “misión, con el de visión”

No está definida [se refiere a la misión]. La empresa maneja el concepto de misión y visión. La misión como usted constató en nuestra fábrica de Izamal, está dirigida primeramente a nuestros clientes. Pero realmente la misión de la empresa está dirigida, cien por ciento, a los empleados, son nuestros asociados. Lo más importante es cuidar el bienestar de los asociados, es lo principal. Todas las políticas hablan a favor de ellos. Para el corporativo son más importantes los empleados directos [operarios], no tanto los indirectos, porque repercute en alcanzar el éxito en las ventas. La misión habla de satisfacer a los clientes, y del bienestar de los asociados. El cliente lejano, si no está contento, a nosotros nos va a repercutir. Pero si nuestros operarios están bien, a todos nos va bien, “ellos son los que nos dan de comer”. Para la empresa los operarios son los más importantes, los que están costurando. Siempre se busca el bienestar del empleado.

Otras de las políticas de la asociación, es la gestión de la mano de obra que se expresa en el intento de incluir a los trabajadores. Esta acción se observó en el fomento continuo de la empresa para que el personal se identifique con ella. Además de la política de respeto al trabajador y a sus condiciones laborales, la compañía es consciente de la necesidad de respetar la cultura de origen de los trabajadores, como parte de su política corporativa. Esto se debe, a la tendencia de las entidades de actuar con responsabilidad social porque son miembros del WRAP: “*Wordwide Responsible Apparel Production*”.

La identificación con la empresa se fomenta a través de todos los gráficos que hay en la maquiladora con las siglas y logotipo de la empresa: “*FV Corporation*”. De la misma forma

como la empresa de fines su misión y operaciones horarias y procesos de producción establecidos, sustenta su filosofía en ciertas políticas que forman parte de sus características como corporativo transnacional y dichas políticas van dirigidas principalmente a los obreros.

El corporativo diseñó un reglamento que en su discurso tiene como finalidad el bienestar del empleado, y evitar problemas comunes que se presentan en las fábricas (impedir conflictos). Dicha normativa o reglamento se le conoce como “políticas de la empresa” y está basada en la regulación internacional sobre maquiladoras WRAP. Se trata de “normas dictadas a nivel internacional para sistematizar el trato que las empresas transnacionales deben proporcionar a sus empleados”.⁴¹

La reglamentación internacional en la que basa sus políticas, se conoce con el nombre de “12 principios de WRAP”, que son las iniciales de la organización internacional”, a la que pertenece la corporación. El objetivo del Programa de Certificación Internacional es:

“[...] promover y certificar la manufactura de productos de la aguja, bajo condiciones legales, éticas y humanas a nivel mundial”. Según este programa, aquellas empresas que busquen su certificación pretenden un compromiso para establecer prácticas comerciales socialmente responsables. Entre los requisitos básicos para obtener la certificación del WRAP, las empresas deben de implementar el programa en sus prácticas laborales, condiciones de trabajo y en el cumplimiento con ordenanzas aduaneras y ambientales” (WRAP).

Una de las razones por las cuales la manufacturera de Acancéh se encuentra entre las corporaciones adscritas al WRAP, obedece a que sus principales clientes, *Sears* y *Walmart* exigen que los productos que comercializan no provengan de fábricas que poseen malas condiciones de trabajo. Para ello, el personal adscrito al WRAP realiza inspecciones anuales a las corporaciones, con objeto de verificar que las políticas sean difundidas en los trabajadores. Dicho de otro modo, los principios se basan en las obligaciones que deben cumplir los empresarios en relación a sus empleados.

Los 12 principios del WRAP son los siguientes:

1. Cumplimiento con las leyes y reglamentos del centro de trabajo.
2. Prohibición del trabajo forzado.

⁴¹ Información obtenida del Programa de Certificación de la *Wordwide Responsible Apparel Production* (WRAP) página 3. <http://www.grupo3mt.com/HandbookSpan.pdf>

3. Prohibición del trabajo de menores.
4. Prohibición del acoso o abuso.
5. Compensación y prestaciones.
6. Jornada de trabajo.
7. Prohibición de la discriminación.
8. Salud y seguridad.
9. Libertad de Asociación y la negociación Colectiva.
10. Ambiente.
11. Cumplimiento de Aduanas.
12. Seguridad.

Los gerentes de la manufacturera refrendan que dichas políticas son diseñadas para el beneficio de los operarios, ya que si éstos se encuentran en óptimas condiciones en cuanto al desarrollo de su proceso de trabajo, la empresa logrará mayor eficiencia en la productividad. La ejecutiva comentó al respecto: “el objetivo de las políticas basadas en la *WRAP*, es que nuestros asociados estén a gusto en donde estén trabajando. Esas personas les servirán bien a la empresa. Eso eleva los niveles de productividad, por eso nos interesa que conozcan sus políticas”.

A continuación se describen las políticas que diseñó el corporativo basado en el *WRAP*, dirigido principalmente a las trabajadoras y trabajadores a nivel internacional. Cabe aclarar que se cree relevante describir dichas políticas de la empresa, ya que aparecen en los discursos de los trabajadores (as) en forma constante, lo cual se interpreta como una apropiación de los operarios y operarias de tales normas. A pesar de ello, como se verá en el siguiente capítulo, las políticas son resignificadas por los obreros y obreras de acuerdo a sus propios conceptos de trabajo.

POLÍTICAS DE LA EMPRESA PARA INTRODUCCION Y PROYECTAR LA CULTURA CORPORATIVA

La política de “seguridad” es la más fomentada por la empresa y acogida por los trabajadores. Consiste en cumplir altos estándares de calidad para alcanzar las certificaciones de la *WRAP*. Esto implica el cuidado de la salud y de seguridad para todos, con especial atención a los que manejan las máquinas. Las normas parten desde las más básicas como proteger los ojos y oídos; y se usan desde el momento de ingresar al piso de la fábrica. Hay reglas hasta para encender y apagar las máquinas, así como para las rutas de evacuación, más adecuadas para cada zona de trabajo, e incluso, comprende normas de ergonomía, para evitar la deformación de la columna o de los pies, por las largas jornadas laborales. Los trabajadores entrevistados señalaron que hay pocos accidentes en la fábrica. Los que se llegan a presentar son algunas quemaduras entre los trabajadores del área de planchado, o en el área de lavado, al inhalar algún solvente por equivocación. Pero éstas son esporádicas y cuando llegan a ocurrir, la empresa brinda atención inmediata.

La política de “puertas abiertas” es la más conocida entre los trabajadores debido a su difusión e ineditos espacios. Ésta consiste en proporcionar a todos, la posibilidad de acercarse a cualquier autoridad, en caso de tener algún problema o querer hacer algún comentario, sin necesidad de limitarse a sus jefes. Sin embargo, difícilmente los obreros tienen acceso a hablar con el gerente general, pues antes de llegar a su oficina, los problemas deben ser resueltos por los mandos medios, de ahí que la política de puertas abiertas sea sutil y opere en el plano simbólico.⁴²

La política de “no discriminación” tiene como principal propósito evitar la segregación por edad, género, etnia o nacionalidad. El corporativo promueve que todos los empleados, varones y mujeres sean tratados de igual forma. Si en algún momento alguien se refiere de manera ofensiva a algún trabajador, por sus diferencias de género, por sus

⁴² Edward T. Hall (1972) en su obra “La dimensión oculta” habla de la importancia que tiene el entender el lenguaje no verbal de las culturas en estudio. Señala que para los norteamericanos, el tener las puertas abiertas en las fábricas y negocios es una costumbre positiva, mientras que para los alemanes pueda llegar a ser inapropiado (Hall, 1972:166). Entre los alemanes las puertas cerradas son indicación de privacidad, más no de esconder algo. Tal característica de la cultura estadounidense se lleva a las empresas transnacionales, pues se ha convertido en una política para escuchar las quejas, sugerencias e inquietudes de los empleados. Para más información sobre el concepto de espacios y tiempo en las culturas ver Hall, 1972.

características físicas, o incluso, por promover despidos por gravidez; si esto ocurre, en caso de comprobarse, los sujetos son amonestados, o despedidos según el agravio.

En efecto, los trabajadores entrevistados (mujeres y hombres) señalaron que no se sentían discriminados por su origen maya, aunque sí consideraban que había un trato preferencial al personal administrativo y profesional.

Otra de las políticas de la empresa ampliamente difundida entre los trabajadores es: “No acoso sexual”. Se define por la intolerancia a cualquier expresión de tipo sexual de los varones hacia las mujeres. La empresa despide a cualquier trabajador que insinúe o moleste a alguna trabajadora y sobre todo, si la obliga a tener relaciones sexuales para conservar su empleo.

RITUALES EN LA FÁBRICA: RECONOCIMIENTOS, CELEBRACIONES Y ENCUENTROS DEPORTIVOS

Como parte de la cultura corporativa y el liderazgo participativo, la empresa fomenta rituales de diferentes tipos: presentación, de paso, de conformación de identidades, de estatus y otros. Tal como lo detectó Castilla en su estudio en Yucatán (Castilla Ramos, 2004: 111). En la manufacturera de Acancéh, los reconocimientos se otorgan cuando los operarios rebasan las metas productivas, cuando concluyen un curso de capacitación y por su desempeño laboral. Estos premios son entregados durante las juntas informativas mensuales y trimestrales y en las celebraciones anuales como la posada navideña. Para citar un ejemplo: en una de las juntas mensuales, a un obrero le entregaron un diploma por haber alcanzado el 100% de eficiencia en la operación de partes chicas, como se demuestra en la siguiente ilustración:



IMAGEN: Diploma de productividad.

FUENTE: Obrero de la manufacturera. 2009.

Otro de los aspectos de las políticas utilizadas por la empresa para conseguir que los trabajadores asuman la cultura corporativa, son los convivios y celebraciones que organizan conjuntamente la gerencia y sus empleados, así como la integración de los equipos deportivos; con el propósito de que lleven el nombre de la empresa. En estas actividades los trabajadores de ambos géneros son protagonistas, se les reconoce su trabajo y la utilidad de éste, “se les trata bien”. Según los gerentes de la empresa, dichas actividades se basan en el respeto a la cultura de origen. Las celebraciones o festejos que organiza la empresa ligadas a la cultura de los trabajadores son: Día del Padre, Día de la Madre, Día del Niño, *Hanal Pixan* (Día de Muertos) y La Posada Navideña.

Para los trabajadores, las celebraciones son los espacios donde conviven de cerca con los mandos medios y gerenciales. Las celebraciones apuntan al consenso en la fábrica. Castilla Ramos (2004) afirma que dichos rituales deben ser analizadas como “la teatralización del poder”, concepto tomado de Clifford Geertz y utilizado por Reygadas (1998) y Castilla Ramos (2004) quienes señalan que no sólo las relaciones laborales expresan los valores y la

concepción del mundo de una empresa, sino que también contribuyen a su constitución. Al respecto Castilla señala:

“La centralización del poder es una construcción de los intelectuales de las organizaciones en el contexto de la ingeniería cultural. Pero, es un juego en el que las trabajadoras participan porque les aporta la posibilidad del ascenso o de un futuro. Y las personas requieren tener un futuro. Opera también para estimular su productividad”. (Castilla Ramos, 2004:150).

DÍA DEL PADRE, LA MADRE Y DEL NIÑO

Como se señaló anteriormente, la firma festeja: el Día del Padre, el Día de la Madre y Día del Niño. En los dos primeros, la gerencia felicita a los padres y las madres en su día, otorgándoles una comida especial, la cual se lleva a cabo en el comedor de la fábrica. Esta se concreta a un menú diferente, una felicitación y a partir un pastel. A los trabajadores les agrada esta práctica de la empresa, ya que son tratados bien y reconocidos, comparados con los ratos que escuchan que otras maquiladoras les dan a sus empleados. Doña Olga, operadora de partes chicas (elásticos) con siete años de antigüedad en la fábrica señaló:

En la planta, conmemoran los cumpleaños cada mes, una cosa sencilla, les compran su pastel, se nos toma en cuenta. El día de las madres, el día del papá. El día del niño se hace una fiesta para los hijos de los de la planta, les dan un regalo, algo sencillo, pero un regalo.

En el Día del Niño, la gerencia organiza una fiesta para los hijos de los trabajadores y trabajadoras fuera de la maquiladora, en uno de los locales del gobierno municipal de la localidad de Acancéh. La festividad se realiza a medio día y los niños acuden con sus padres. La maquiladora ameniza la fiesta con música infantil y un mago, se hacen concursos; y se les obsequian juguetes atractivos. Se les ofrece comida (untamal, pastel y refresco). Esta celebración dura aproximadamente tres horas, y si bien es organizada por el departamento de recursos humanos, no asisten los mandos medios ni gerenciales, sólo los organizadores. Sin embargo estos festejos del Día del Padre, Día de la Madre y Día del Niño, han sido celebraciones poco arraigadas en la historia de la población de Acancéh, pese a su promoción en escuelas y por los medios de comunicación.

En términos generales, se puede afirmar que los trabajadores están satisfechos con esta política de la empresa, incluyendo los apoyos que se les brinda, como becas a los hijos con

mejores promedios en la escuela y el reparto de los útiles escolares. Prerrogativas que no encuentran en otras maquiladoras del estado.

LA POSADA NAVIDEÑA

Las fiestas, como las posadas, son de los festejos que organiza la empresa a los empleados antes de salir de vacaciones decembrinas. Para la celebración, la fábrica renta un salón de fiestas e invita a los empleados sin excepción. También la fiesta puede realizarse en un local prestado de l gobierno municipal de A cancéh. L a pos ada na videña e s e l e spacio de convivencia por excelencia, ya que es allí, donde se relacionan los obreros y obreras con los mandos medios y gerenciales. Aquí los trabajadores conviven entre sí, o en parejas, ya que en esta maquiladora laboran trabajadores con relaciones de noviazgos o matrimonios. Doña Olga agrega al respecto:

Nos hacen una fiesta de fin de año. Antes era una cena baile, con rifas y todo, pues éramos pocos. Estamos hablando como de mil empleados. Nosotros nos damos cuenta, que la planta gastaba mucho, nos pagaban un conjunto musical local, vamos a decir bueno, de moda. A la cena iba muy poca gente, iban doscientas, trecientas personas y todo el gasto ya se había hecho. Creo que entonces, a raíz de eso, la planta dijo ya no hay cena baile, sólo baile.

Como se había comentado, es en la posada en donde se ofrecen reconocimientos de los trabajadores por productividad o antigüedad. Tales fiestas se analizan desde la óptica de la “teatralización del poder”. Al respecto, Beatriz Castilla (2004) encontró lo mismo en su estudio en Yucatán, la autora señala:

Otro hallazgo interesante en mi trabajo de investigación fue el dep resenciar l os llamados “montajes teatrales” para apuntalar la constitución de la nueva cultura de trabajo. Éstos se manifiestan no sólo en la filosofía novedosa de la calidad total, o en los cursos de capacitación, sino también en convivencias de gran magnitud con el fin de que toda la población de la empresa y sus familiares, sin distinción alguna compartan. Dichas convivencias se realizan dos veces al año: el *Pic Nic* en el mes de junio y la gran fiesta de Navidad. En ambas, los escenarios reales están ambientados por conjuntos musicales que amenizan los bailes, y en el *Pic- Nic* se implementan un sinnúmero de juegos. Ambos eventos son aprovechados para otorgar las premiaciones –ansiadas por los trabajadores– que ratifican su alta productividad y su buena conducta. En algunos *Pic-Nics* y fiestas navideñas, incluso estuvieron presentes los representantes de la matriz estadounidense para celebrar con ellos y ser testigos de la “Gran Familia” (Castilla Ramos, 2004:150).

Siguiendo a Castilla, los trabajadores de la Manufacturera de Acancéh comparten la posada navideña, disfrutan del agasajo, la música, conviven, se divierten; y ven en este festejo una posibilidad de conseguir regalos extras, como una extensión del salario, que puedan llevar a sus hogares. Algunos de estos artículos son sorteados o rifados en la fiesta decembrina tales como televisores, reproductores de video, lavadoras, refrigeradores o estufas, muy apreciados por todos. Para ellos significa la posibilidad de seguir obteniendo metas al interior de la compañía. Además, no hay que olvidar que las fiestas en la factoría sirven para introyectar la cultura del corporativo y tratar de construir el consenso entre la empresa y los trabajadores, al mismo tiempo que se pretende reducir los conflictos.

OTROS DIAS FESTIVOS EN LA FÁBRICA

Como parte de las políticas del corporativo, la empresa ofrece el “día libre” a los operarios de acuerdo a las celebraciones cívico-religiosas como son el 12 de diciembre que se celebra a la Virgen de Guadalupe, la Semana Santa y la Navidad. Esta concesión de la empresa constituye una medida para evitar las costumbres del ausentismo entre los trabajadores, problema que se presentan en maquiladoras de otros estados de la República Mexicana, y sobre todo, en las poblaciones indígenas de origen rural, que poseen un alto apego a sus celebraciones tanto paganas como religiosas.

El 12 de Diciembre es un día especial para los católicos en México, porque se celebra la aparición de la Virgen de Guadalupe, considerada como “Patrona” de los mexicanos. En Acancéh el día de la Guadalupana se celebra con una peregrinación, en donde participan los llamados “antorchistas”. Son jóvenes que corren desde Acancéh a la ciudad de Mérida con una antorcha encendida. Es una forma de expresar su agradecimiento por las bendiciones y gratitudes del personaje religioso. Aparte, la gente prepara una comida especial, e instala en sus hogares altares en honor a la Virgen.

La empresa también ofrece vacaciones durante la Semana Santa. Estas consisten en cerrar las tres plantas por dos semanas, las cuales coinciden con las vacaciones escolares de los hijos de los trabajadores. De esta manera, no sólo los trabajadores y trabajadoras del piso de la fábrica disfrutan de los días de descanso por ser días religiosos; sino todos los

empleados de la Manufacturera. Lo mismo ocurre con las vacaciones decembrinas, en donde coinciden con la temporada vacacional de las escuelas de sus hijos y con las fiestas navideñas. Cabe destacar que la Manufacturera de A Cancéh es de las pocas firmas internacionales que considera los días festivos de la localidad, para programar los períodos de vacaciones de sus trabajadores. Esto la convierte en una empresa valorada y respetada por sus empleados.

LA CULTURA LOCAL AL INTERIOR DE LA FÁBRICA: *HANAL PIXAN*

El *Hanal Pixan* “comida de ánimas” o Día de Muertos en lengua maya, es una tradición arraigada desde la época prehispánica, no sólo en México, sino en toda Mesoamérica. En Yucatán, la tradición se representa con un altar en la casa de la población maya, en donde se ofrece alimentos a los difuntos, ya que prevalece la idea de que durante las noches del 1 y 2 de noviembre regresan a alimentarse y convivir. Esta celebración se ha folklorizado (Bonfil, 1987b), ya que ha sido apropiada por instituciones gubernamentales para promover la cultura yucateca en escuelas y espectáculos culturales. Dicha folklorización no sólo ha sido por parte de los gobiernos federales y estatales en el país; sino por los empresarios dedicados a la industria turística.⁴³ En la manufacturera estudiada, al igual que el Gobierno de Yucatán, la gerencia promueve un concurso de altares entre los trabajadores. Éstos se organizan en equipos y presentan sus propuestas de altar al concurso. Ese día los concursantes no trabajan en la fábrica y se dedican a decorar sus altares. Para la premiación, la gerencia invita a jueces externos a la empresa quienes eligen el altar ganador. Los jueces pueden ser especialistas en cultura maya, maestros, funcionarios de gobierno, entre otros. Los ganadores obtienen dinero, el cual es repartido entre los participantes.

Para los trabajadores, el que la empresa haga este tipo de concursos es agradable, ya que les gusta que ésta, reconozca y fomente sus tradiciones. Quienes participan directamente en el concurso, consideran que es positivo porque obtienen dinero extra. Sin embargo, para el resto de los trabajadores no tiene gran significado, ya que para ellos lo importante es la

⁴³ Por Folklorización de la cultura entiendo, siguiendo a Bonfil (1987b) el “ [...] mecanismo de control cultural de la clase dominante para controlar la cultura subalterna, que implica un proceso reciente de enajenación e imposición cultural sobre el mundo subalterno, al que se quiere ver convertido en consumidor de “cultura” y no como creadores de ella” (Bonfil, cfr. Pinkus, 2005:14).

manera como reciben el *Hanal Pixan* en sus hogares y en su comunidad. Pero si reconocen que es una buena acción de la empresa hacer este tipo de actividades en la maquiladora.

EQUIPOS DEPORTIVOS

La manera como la Manufacturera fomenta la convivencia entre las tres plantas en Yucatán (Acancéh, I zamal y T ekax) es a través de los encuentros deportivos. Para ello organiza torneos de béisbol, báscquetbol y voleibol en las ramas varonil y femenil. La empresa proporciona uniformes con el logotipo del corporativo a los equipos más destacados. Durante estos torneos, no sólo se promueven el reconocimiento de su participación a los trabajadores, sino la identidad laboral con la empresa.

Es interesante observar los símbolos empleados por la Manufacturera, para que los trabajadores se identifiquen con el corporativo, ya que recurre a elementos de identidad de la firma. Los trofeos representan divinidades mayas y son entregados a los trabajadores (as) en las ceremonias de premiación, al término de los encuentros deportivos. Es fundamental señalar que los trofeos simbolizan estos dos aspectos de los trabajadores al interior de la maquiladora: lo corporativo de la empresa y el origen maya de los obreros y obreras.

EL DIA DE LA COMUNIDAD

Como parte de la política de apoyo al trabajador en forma extra laboral, aualmente, el corporativo destina un día para apoyar a una de las comunidades donde viven sus trabajadores y trabajadoras. A este día, el corporativo le ha denominado “de la comunidad”, o “*Día FV*”. El problema a solucionar por parte de la empresa, es identificado previamente por los propios trabajadores, como la construcción de parques, bibliotecas, pintar escuelas, entre otras.

La manufacturera aporta el dinero y los obreros y obreras la mano de obra. Con este trabajo comunitario, la empresa cumple con su compromiso de beneficiar directamente a la localidad en donde se encuentra instalada, al tiempo que fomenta en los trabajadores la identidad laboral del corporativo y hacer explícito su vínculo con la comunidad. Es durante este día cuando se reparten camisetas y gorras a los trabajadores con el logotipo de la empresa, sobre todo para aquellos que participan en las labores comunitarias.

En resumen, en este capítulo se mostró que la maquiladora forma parte de un corporativo a nivel mundial y que concretamente en Acahualtán, existe una forma de organización del trabajo en donde se combinan características del modelo taylorista con la toyotista. Además, la forma que tiene la empresa de relacionarse con sus trabajadores a través de intentar introyectar la cultura de la empresa y el liderazgo participativo, así como el consenso en la fábrica para alcanzar mejor rendimiento del trabajador, mayor productividad y evitar el conflicto al generar una cultura laboral basada en los intereses del corporativo, tomando en consideración los aspectos culturales y beneficios de los trabajadores, sin que esto lesione las utilidades de la Manufacturera.

Lo anterior significa que no se puede dejar de lado, los problemas que surgen entre los trabajadores con la empresa, y que las relaciones entre ellos son verticales, sobre todo, entre los gerentes y mandos medios hacia los obreros. Estos conflictos se presentan y es precisamente por esta razón que la empresa trata de evitarlos. Su apuesta es al consenso y a la integración del obrero a la empresa a través de la cultura e identidad laboral.

Quisiera comentar que durante el tiempo que realicé la investigación, no observé conflictos entre los trabajadores con la empresa. No obstante, por las entrevistas con los trabajadores, se conoce que surgen problemas cotidianamente, en las inconformidades que tienen los obreros con la empresa, e incluso, las diferencias que a título personal se presentan entre trabajadores y mandos medios.

Por otro lado, el hecho que no haya conflictos graves, no significa que los trabajadores no sean conscientes de los trabajos tan extenuantes y desgastantes que se presentan como producto de las jornadas laborales de 12 horas; así como padecimientos comunes, como respirar la pelusa que se desprende de la mezclilla y que seguramente, como dicen ellos, les hace daño a los pulmones.⁴⁴

A continuación se explica cómo los trabajadores construyen su cultura de trabajo.

⁴⁴ El problema de la pelusa en los trabajadores es un tema pendiente para una futura investigación. No se conocen en Yucatán estudios medioambientales sobre la problemática. Tampoco se tiene noticia de que perjudique el ambiente en Yucatán. Es decir, que perjudique los mantos freáticos o algo por el estilo.

CAPÍTULO IV

LA CONSTRUCCIÓN DE UNA CULTURA DE TRABAJO AL INTERIOR DE LA FÁBRICA

La intención de este capítulo es responder a la primera pregunta que formulé al inicio del estudio: si en la Manufacturera se está construyendo una nueva cultura de trabajo entre los obreros y obreras de origen maya. De esta pregunta se derivan otros cuestionamientos tales como: si existen cambios en los conceptos del trabajo como consecuencia de su incorporación al mercado laboral. De qué manera estos cambios se manifiestan en las acciones de los trabajadores y trabajadoras al interior de la manufacturera.

Cabe recordar que por cultura de trabajo se entiende, siguiendo a Luis Reygadas “[...] los procesos de creación, transmisión y apropiación de significados que tienen lugar en el mundo del trabajo” (Reygadas, 2002a:19).

Con base en la observación directa en la fábrica, así como en las entrevistas realizadas a los trabajadores en sus hogares durante el trabajo de campo, me pude percatar que si bien, la empresa fomenta su cultura corporativa en los trabajadores como parte de la llamada “ingeniería cultural”; éstos sólo se apropian de algunos elementos culturales de la empresa; construyendo ellos mismos, como actores sociales, su propia cultura de trabajo. Esta hipótesis se explica debido a que la cultura fomentada por la empresa, no es asumida al cien por ciento por los trabajadores, ya que se presentan procesos de transmisión, apropiación, resistencia y negociación entre agentes productivos con diferentes sistemas de valores y conceptos del trabajo.

Siguiendo a Reygadas me permitiré concretar: no hay trabajadores en las maquiladoras sin cultura de trabajo. Asimismo, es en el trabajo donde se generan procesos significativos, así como en la manera en que se desarrolla la actividad laboral, tiene repercusiones sobre las estructuraciones culturales. Por eso, el trabajo tiene una “eficacia simbólica” (Reygadas, 1998).

Por eficacia simbólica del trabajo se entiende aquí el proceso en el cual la esfera productiva influye en la cultura, en otras palabras, la manera como el trabajo determina la cultura. Pero, el proceso también se presenta a la inversa, la cultura de los trabajadores también influye en el trabajo (Reygadas, 1997:50). Reygadas subraya al respecto:

Se puede decir que hay un proceso de creación de significados desde el trabajo: la actividad laboral siempre va acompañada de construcciones simbólicas. Al trabajar, los sujetos entablan relaciones consigo mismos, con otros sujetos y con objetos de diversa clase; al hacerlo, actualizan interpretan y producen significados mediante el uso de símbolos. Estos símbolos no sólo se refieren a su actividad productiva y a sus relaciones de trabajo, sino que son de naturaleza muy variada y pueden, después, ser reutilizados en la vida extralaboral” (Reygadas, 1997:51).

La cultura de trabajo en la manufacturera de Acancéh, es construida acorde a la forma como viven y recrean su vida cotidiana las y los trabajadores en la fábrica, sobre todo en los siguientes rubros: el proceso productivo, en la jornada laboral, en la construcción de un lenguaje común y en su manera de comprender la cotidianidad del trabajo. Es válido acotar que dicha cultura de trabajo, es el resultado de la combinación de elementos culturales propios de su localidad de origen, con los aprendidos en la fábrica. Se hace referencia, al conocimiento del trabajo industrial maquilador (el “saber hacer”), el discurso de la empresa y una serie de valores que tienen que ver con los significados del trabajo como lo es “la calidad total”. Estos se combinan con los elementos culturales que los trabajadores llevan consigo como el lenguaje, las costumbres alimenticias, la música de referencia, el culto a la Virgen de Guadalupe, el *Hanal Pixan* o Día de muertos, por citar algunos ejemplos.

Por lo anterior, se puede afirmar que la cultura de trabajo que construyen los trabajadores (obrerros y obreras) de la Manufacturera de Acancéh, se caracteriza por compartir un lenguaje laboral, los saberes aprendidos del trabajo maquilador aplicado en el proceso productivo y en la apropiación de elementos de la cultura corporativa fomentada por la empresa, como conceptos del trabajo como es la “calidad total” mencionada líneas arriba.

Esta construcción de su propia cultura de trabajo por parte de los trabajadores, se explica también como producto de la adaptación y apropiación que los obreros tienen del trabajo industrial y de sus necesidades consensuadas con la empresa, como es la duración y

distribución de la jornada laboral diaria de doce horas durante cuatro días de trabajo por cuatro de descanso, expuesto en los capítulos anteriores.

Con base en lo expuesto por Reygadas y Castilla Ramos, se parte del concepto de que la vida laboral, los hombres y mujeres construyen significados compartidos. Esto se presenta como resultado de una compleja interacción cotidiana en el espacio fabril, en donde se crea y se recrea esta cultura de trabajo y donde también se producen identidades laborales. Vale la pena decir que, los obreros y las obreras de Acancéh poseen una subjetividad aprendida en el seno de su cultura, la cual llevan consigo a la fábrica. Ésta tiene que ver con la manera como conciben el trabajo, los tiempos de descanso y días festivos.

Particularmente, en este capítulo expongo los aprendizajes en el seno de la fábrica y explicaré cómo los trabajadores de Acancéh, se apropian de los valores y conceptos de trabajo transmitidos en la empresa y les dan su propio significado. Las apropiaciones como los aprendizajes, combinado con sus conocimientos previos, los conduce a construir su propia cultura de trabajo.

LA CAPACITACIÓN COMO RECTOR DE TRANSMISIÓN DE VALORES

La principal forma como la empresa trasmite la cultura corporativa, es a través de la capacitación. Es decir, por medio del entrenamiento previo que reciben los trabajadores antes de ingresar a laborar en la planta. La empresa les imparte un curso de inducción, en el cual se explica qué es la Manufacturera y la corporación a la que pertenece. Se les informa sobre cuántas fábricas hay a nivel mundial, la misión, la visión y los objetivos de la firma. Y es precisamente en estos cursos, que la empresa comunica gran parte de los valores de la corporación.

En los cursos de inducción, la empresa explica a los trabajadores las formas de operar en la empresa, así como la importancia de la seguridad que debe existir en la planta, tanto en el propio trabajador, como en fábrica misma. Además, de explicar las políticas de seguridad. Estos cursos se inician desde que el trabajador entra a laborar en la planta, en donde cotidianamente los trabajadores deben dejar sus pertenencias para desempeñar sus labores. El día de trabajo para el operario comienza al ponerse los lentes y los taponés en los oídos. Después el trabajador o trabajadora toma el cupón que le indica cuál es la meta a alcanzar en

la jornada de trabajo. Además, el cu pón l es permite ch ecar l a en trada y sal ida, m edir l a cantidad de o peraciones realizadas y si se al canzó l a m eta de p roducción asi gnada p or el supervisor.

El aprendizaje del trabajo maquilador ocurre a través del entrenamiento o capacitación proporcionado por la empresa. El entrenamiento lo llevan a cabo directamente en el proceso productivo. El curso tiene una duración de tres meses y es remunerado, lo que significa que los obreros pe rciben un s alario de sde e l p rimer día de i nicio e n l a maquiladora. E s e n e l entrenamiento donde los trabajadores alcanzan el o bjetivo de manejar diestramente tanto la maquinaria como los pasos que requiere su operación. Y como se ha mencionado, necesitan realizar l a meta r equerida p or l a e mpresa. Igualmente, de berán c umplir dí ariamente c on l a producción necesaria para lograr el salario diario y aprender a dominar los ritmos de trabajo, para sincronizarse con el resto de los trabajadores que operan el proceso productivo.

Si bien, la cultura corporativa trata de homogeneizar a los trabajadores en términos de su operatividad al interior de la fábrica, los elementos de resistencia y aspectos de la cultura local se en tremezclan p roduciendo resignificaciones en l a cultura de trabajo de l as y l os obreros al interior de la empresa, como se verá a continuación

LOS SABERES Y EL LENGUAJE LABORAL: ELEMENTOS DE LA CULTURA DEL TRABAJO

Los el ementos b ásicos de l a construcción de l a cu ltura de t rabajo de l os o breros de l a Manufacturera de Acancéh, se en cuentan en los conocimientos y destrezas adquiridos en la propia fábrica y e n l a construcción de u n l enguaje f abril. Dichos as pectos se comparten cotidianamente en e l p roceso de t rabajo. E s d ecir, en el manejo de l as m áquinas, de los tiempos y movimientos, de la agilidad para desempeñar sus operaciones y la antigüedad en la empresa. Esto deriva en l a a cumulación de un c onjunto de “saberes” que gi ran e n torno al trabajo i ndustrial y q ue co nstituyen l os el ementos b ásicos de l a cu ltura de t rabajo de l os operarios de Acancéh. El siguiente fragmento de entrevista ilustra la manera cómo se aprende a trabajar en la manufacturera. Una obrera señaló:

Yo s iempre he di cho q ue uno de l os be neficios que m e h a de jado l a pl anta e s l a experiencia de saber manejar varias máquinas. Porque en el caso del área de corte, se

quedan específicamente en una sola máquina. O en el área de terminado. Si una chava de inspección que se dedica a checar pantalones durante ocho, nueve y diez años, llegara a renunciar a la fábrica, su experiencia seguramente le ayudará a checar el pantalón, los defectos. Cuando ella compre un pantalón lo va a poder checar. Va a saber si es un pantalón de primera, segunda o tercera clase. Es la experiencia que va a tener. Pero en mi caso, que yo ya tengo 10 años en la fábrica, sé manejar varias máquinas. Entonces, si llega a ver recorte de personal, yo voy a tener la oportunidad de conseguir otro empleo, pues yo he manejado esas máquinas. Pienso que sería una oportunidad, porque ya aprendí y podría trabajar en otra fábrica. (Doña Olga, 7 años de antigüedad).

En este fragmento, la trabajadora explica el conocimiento adquirido en la fábrica a través de los años de trabajo. La antigüedad en la empresa le ha permitido tener un oficio, una especialización. A diferencia de otras regiones de la República, en donde las trabajadoras de las maquiladoras se especializan sólo en una tarea del proceso productivo. Muchas de las veces se deben a la constante rotación de personal, situación poco usual en la Manufacturera de Acancéh, en donde hay una capacitación constante y posibilidades de ascenso de acuerdo a los saberes, capacidades y habilidades de los trabajadores, aunque precisando, son pocos los obreros y obreras que logran ascender a un puesto de supervisor. Más bien, el ascenso radica en la capacitación que algunos de ellos proporcionan a los nuevos operarios.

Otro de los entrevistados mencionó, en relación al aprendizaje del proceso de trabajo, cómo su conocimiento y destreza lo ha llevado a resolver problemas productivos, incluso desafiando los métodos propuestos por la empresa:

Trabajamos los pantalones con un método, por que cuando agarramos el patrón de mezclilla, abrimos los ruedos. En una carpeta está escrita la forma como se debe checar un pantalón. Nos dicen que en los costados debemos medir seis pulgadas. (...) Hay que checar si no viene dañado ese material. Pero no seguimos el método, porque se nos hace más difícil, porque no avanzamos.

El conocimiento del trabajo maquilador de los obreros y su intervención en el proceso productivo, es un ejemplo de la acumulación de conocimientos y destrezas en el trabajo. Además, el testimonio ejemplifica la manera como utilizan sus saberes para no ser afectados por políticas de la empresa, cuando ésta pretende ahorrar en gastos relacionados con la productividad. Cabe destacar que la capacidad de los trabajadores para intervenir en el proceso productivo, es importante en la filosofía japonesa del trabajo (toyotismo), para hacer más

eficiente la productividad, a través de los “círculos de calidad”. Sin embargo en la Manufacturera de Acancéh, no se observaron “círculos de calidad”, aunque las propuestas de los trabajadores para mejorar el proceso productivo son tomadas en consideración por los supervisores como parte del liderazgo participativo.

LENGUAJE LABORAL

El lenguaje fabril es una construcción de los obreros necesario para poder comunicarse entre ellos y con la empresa. Así como con los mandos medios con quienes comparten cotidianamente el trabajo productivo (ingenieros, superintendentes y supervisores).

Como se mencionó, esta construcción de un lenguaje fabril, se presenta en la Manufacturera de Acancéh y en otras maquiladoras de la región. El lenguaje utilizado en el seno de la producción tiene características particulares. Los obreros a pesar de ser de origen maya, su idioma predominante es el español, pero aprenden sus tareas utilizando muchos vocablos en inglés. Ejemplos concretos: el nombre de la mayoría de las máquinas y operaciones del proceso productivo como “*hand sam*” que es el raspado de los pantalones para deslavarlos y “*Sand Blast*”, para referirse a otras de las operaciones, no tanto por la dificultad para pronunciar en otro idioma, sino porque lo adaptan a sus referentes culturales. En otros casos, los vocablos en inglés se han ido hispanizando. Según los ingenieros de producción, el que no se traduzcan todos los nombres de las operaciones al español, se debe a que hay vocablos difíciles de convertir a éste idioma, y en ocasiones son más cortos en inglés, y por ello, más prácticos.

En cambio, hay una serie de palabras que se han traducido al español; por ejemplo, las tarjetas en donde se anotan las imperfecciones de las prendas, originalmente eran en inglés y posteriormente la empresa las escribió en español, para ser entendidas por las trabajadoras. De esta forma, dicho reiteradamente, el lenguaje del proceso productivo se conforma por vocablos en inglés e incluso en su uso latinizado; de ahí que sea una combinación de ambas lenguas y por lo tanto de ambas culturas.

Un ejemplo de esta combinación de palabras la podemos observar en el fragmento extraído de una plática con un operario del área de lavado quien afirmó lo siguiente:

Todas las cosas que vienen [se refiere a las materias primas], vienen en inglés, no viene nada en español. Manejamos mayormente las promociones: *sizes*, *pe-ces*, pero cuando hay un cambio te lo explican en español. A veces llegan *mails* directamente de Estados Unidos o *mails* directamente de la gerencia, sobre lavado, y lo traen, y te dicen: verifica que los códigos estén bien; si hay diferencias, te hacen referencia a otro código de lavado. Un código de lavado tiene una fórmula, para un tipo de pantalón, un estilo de pantalón, como por ejemplo éste [señala el pantalón que traía puesto], no lleva mucho químico. Para un pantalón con desgaste le llaman un *San Blas* y vienen unos códigos de unos pantaloncitos que llevan tinte...

De esta manera, los trabajadores de la maquiladora construyen un lenguaje común para comunicarse en torno al trabajo y en donde se mezclan palabras en español e inglés y algunos vocablos en inglés han sido castellanizados. Este mismo caso Castilla Ramos lo encontró en su investigación en una empresa transnacional de capital estadounidense, donde las trabajadoras resignifican las áreas de trabajo al nombrar “manualidades” al área de ensamble, “maquinados” a las líneas donde operan con máquinas automatizadas y “robótica” al área donde se operan con estos equipos de alta tecnología robotizados (Castilla Ramos, 2004:221).

Tanto obreros como obreras expresan la manera como aprendieron a trabajar en la maquiladora aprovechando la cultura propia y apropiándose de las instrucciones en inglés al español. Un ejemplo es lo que dijo una obrera:

[...] el supervisor nos decía los nombres de los hilos diferentes a los que estamos acostumbrados, pero no le hacíamos mucho caso a los nombres, más bien los identificábamos por el color, veíamos el estilo del pantalón, porque cada pantalón tiene su estilo, entonces decíamos, que el tamarindo, que el naranja, que el amarillo, no específicamente nos íbamos por los nombres, más bien por los colores. Ese problema tal vez si lo tenga inspección, que tiene que ponerles el *size*, el *queleibonzol*, nombrecitos que casi no se nos hacen comunes, pero en reparación nunca es tanto. En el área de elásticos, vienen unos pantaloncitos con dos ojales, en la cintura, y su nombre lo dice hay que meterles unos elásticos, es todo. Yo estoy específicamente fijando los elásticos, para que no se corran los elásticos. En la parte de atrás se le pone un pequeño rematito, así, un pequeño rematito. Y esos es lo que yo hago en todo el día, en la máquina, en la de *atrakes*, así se le llama a la de *atrakes*.

Cuándo se le preguntó a una de las operarias más antiguas en la fábrica si en su área de trabajo “composturas” hay palabras en inglés mencionó:

Creo que eso es más en “costura”, porque allá puro inglés hablan, las partes están en inglés, en cambio con nosotros, el área de “compostura” puro español. De antes las tarjetas estaban en inglés ahora las pasaron en español, es más fácil, en cambio antes

nos las tenían que explicar cuál era entropierna, bolsa trasera, bolsa delantera. [...] Si estaba mal costurada la entropierna, tachabas entropierna, tenías tarjetitas de colores, rosado, blanco, verde y amarillo. El verde es de costura, amarillo es tono y dimensión, el blanco de anchas y hoyos, el rosado es de anchas de óxido, así se van clasificando. Si encontrabas descosturada la entropierna, en el bulto tenías que poner la tarjeta de entropiernas, ya ni me acuerdo como va. Mayormente en la planta de costura las operaciones son en inglés, creo que *wash poket* es pegar bolsa trasera, mayormente los hombres trabajan allí en costura, ellos saben cuál es cuál.

Otro trabajador explicó su participación en el proceso productivo y el lenguaje utilizado que permite entenderse con sus compañeros y con los otros actores que intervienen en la producción. El operario comentó:

A veces las instrucciones vienen en inglés, no vienen nada en español. Manejamos mayormente las promociones que el *sticker, size* [...] son cosas maneables, en el sentido de que hay que explicarle a la gente, por ejemplo, cuando hay cambios. Las órdenes te las dan en español, y después te dicen algunas palabras en inglés. A veces llegan *mailes* directo de Estados Unidos, o llegan de la gerencia con un código de lavado y te dicen: ¡verifica los códigos! O si ves referencias de un código que no hay, pero se hace referencia con otro código. Los códigos de lavado son fórmulas. O sea, un código de lavado tiene una fórmula para un determinado tipo de pantalón, de un estilo, éste no lleva mucho químico. Este pantalón no tiene un *san blas*, o un desgaste. A veces unos pantaloncitos vienen con unos códigos, G98. Éste lleva tal fórmula[...] Con el tiempo ya te vas adecuando al pantalón, y al estilo, lo vas trabajando diariamente, y en determinado momento ya sabes reconocer qué estilo es. Los pantalones pasan por las lavadoras, secadoras, el planchado que le llaman "*parís*". Todos son importantes, y en un momento dado, la lavandería es la más importante. Las lavadoras, si se echaran a perder, ya no hay producción, aunque corte haya terminado. Aunque las fábricas de Tekax e Izamal hayan ensamblado todo y hayan llegado los pantalones, pero si no hay lavadoras, no hay secadoras tampoco, y a no se puede hacer nada. O sea es una cadenita. Todos tenemos metas diferentes, en este mes tenemos metas diarias, dependiendo de material que haya de 32,000 unidades, 37, 45,000 unidades, todo depende de cómo esté el material (Bernardo, 5 años de antigüedad, control de calidad).

El proceso productivo y la comunicación que se observa en la manufacturera, se puede estudiar como una forma de intercambio de mensajes producidos entre personas de diferentes idiomas y culturas, que se ha definido aquí como comunicación intercultural. Sin embargo, el inglés al interior de la fábrica, ubicada en una población de origen maya en Yucatán, se presenta como idioma dominante, al cual se deben adaptar los trabajadores para desempeñar sus labores cotidianas. Pero es en el proceso de producción en donde los obreros se apropian de esos vocablos en inglés, los combinan con el español, integrándolos a su cultura de trabajo

produciendo sus propios significados. Ejemplo de ello lo tenemos con el nombre del área de raspado de los pantalones “*sand blast*”, que lo relacionan con elementos de su cultura como “San Blas”, más a fin a ellos, que el vocablo en inglés.

Hay que esclarecer que la comunicación que se establece en la empresa, se interpreta como intercultural, porque es entre grupos de personas con idiomas distintos. Que no se trata de un “diálogo intercultural” entre los mandos gerenciales de la empresa y los trabajadores de origen maya, en virtud de que la comunicación que se desarrolla en la maquiladora es vertical, o sea, de la gerencia hacia los operarios. Se entiende por “diálogo intercultural” siguiendo a Krotz (2004), cuando integrantes de culturas diferentes se comunican en términos de igualdad. Así, a pesar de los esfuerzos de la empresa por respetar la cultura de los trabajadores y trabajadoras, el inglés es un idioma que se impone por encima del español; aunque la mayoría de la gente que labora en la maquiladora de Acancéh no habla inglés.

APROPIACIÓN DEL DISCURSO DE LA EMPRESA POR LOS TRABAJADORES (AS) Y SU RESIGNIFICACIÓN

Aparte del aprendizaje del trabajo maquilador y del lenguaje de trabajo, uno de los elementos de la construcción cultural de los trabajadores (as) es la apropiación del discurso de la empresa. Como discurso de la empresa, me refiero a la transmisión de valores y la forma de entender el trabajo por parte del corporativo. Es decir, cómo la empresa difunde en sus empleados el concepto de calidad, la importancia del trabajador en el corporativo, el ser líderes a nivel mundial, la integración del trabajador a través de una buena comunicación y el respeto al mismo mediante sus políticas (de puertas abiertas, seguridad, no a la discriminación, al abuso sexual, entre otras). Dicho de otro modo, las diferencias entre cómo entiende la empresa el trabajo y de qué manera lo entienden los trabajadores, se encontró lo siguiente:

Los obreros entrevistados, se han apropiado del discurso de la agrupación, porque repiten una serie de frases y conceptos de la empresa. Ejemplo de ello son las siguientes expresiones:

- “Trabajar más para ganar más”
- “Sabemos que si trabajamos más, ganamos más”.

- “Todos somos importantes en la empresa, no hay unos más importantes que otros, el trabajo de todos es importante”.
- “En la empresa está la política de puertas abiertas, si tú quieres decir algo puedes ir con el gerente, él te va a atender”;
- “Mi trabajo lo hago con calidad, siempre debe ser con calidad”

Cuando se le preguntó a los trabajadores (as) sobre la comunicación con los gerentes de la empresa, la respuesta constante entre los trabajadores, casi automática fue: “la política de puertas abiertas”. Los obreros se la saben de “memoria”. La política de puertas abiertas es entendida por los trabajadores como uno de los valores de la empresa y difundida como tal por la compañía. Antes de que los trabajadores lleguen a la gerencia, los supervisores tratan de resolver los problemas presentados directamente con el trabajador. No obstante, a aquellos operarios que deciden hablar con el gerente, guardan una buena impresión de él, ya que fueron recibidos y tratados amablemente. Este proceso se interpreta como una forma de resignificar los elementos de la cultura corporativa. Sin embargo, hay quienes señalaron que la política de puertas abiertas en la práctica, no se llevaba a cabo, porque difícilmente un obrero u obrera logra llegar a la gerencia, pues casi siempre los problemas de la vida cotidiana fabril los resuelven los supervisores.

Cuando se le preguntó a uno de los obreros si consideraba que en la empresa le interesaba el bienestar de sus empleados, contestó:

Definitivamente, hay muchas personas que piensan que las políticas son para perjudicar, para perjudicar. La empresa siempre se ha preocupado para que haya un buen ambiente de trabajo. Nos dan cursos cada determinado tiempo, que dos meses de cada tres meses, de seguridad, de higiene, tenemos un doctor en la fábrica, y si uno quiere consultar, pues lo hace. La empresa ha tratado de que siempre estemos contentos, y nos cuida a todos, independientemente del área en el que estemos, a todos les tienen dado sus protectores, lentes, taponos de oídos, checan la vista, yo pienso que sí, para mí sí son importantes”.

Otras políticas empresariales que la Manufacturera difunde a sus empleados, se encuentran las de seguridad, no al racismo, a la discriminación, al acoso sexual y el derecho de las mujeres a no ser despedidas en caso de embarazo. En las entrevistas realizadas, en

términos generales, podemos decir que los trabajadores argumentaron que dichas políticas se cumplían en la empresa y las consideraban importantes para el buen desarrollo de la misma. Al respecto, uno de los trabajadores que tienen el puesto de inspector de calidad afirmó:

Yo pienso que una de las políticas más importantes es la seguridad, ya que exigen al trabajador que respete las reglas de seguridad, tanto para su bien, como para el de los demás. Por ejemplo, un montacarguista no puede invadir un área que tiene restringida, porque puede ocasionar un accidente y puede dañar a otras personas.

El testimonio del inspector de calidad es relevante porque refrenda la política del corporativo en torno a su personal, esta es su voz:

Es bueno que tomen en cuenta al trabajador. Pues al menos, yo tuve un problema de salud y me resolvieron. Yo ahora soy inspector de calidad, y le digo me atendieron. La política de puertas abiertas si funciona, siempre y cuando la utilicemos [...] No hay discriminación, incluso hay personas con capacidades diferentes que hacen trabajos de acuerdo a sus posibilidades.

El hecho de que entren a personas con capacidades diferentes para trabajar en la maquiladora es un dato que expresa la política de no discriminación. Esta práctica no está reglamentada por la Ley Federal del Trabajo, es decir, no se obliga a las empresas a incorporar a personas que presentan una discapacidad, como se estipula en países europeos y en las fábricas de USA. Sin embargo, no todos los empleados tienen perspectivas positivas sobre las políticas en general y la empresa en particular. Ejemplo de ello es uno de los operadores que mencionó lo siguiente:

Pienso que son políticas muy estrictas, si tal vez nosotros como operadores hemos guiado a la empresa a que nos trate de esta manera porque antes habían muchos jóvenes, y la gente no iba a trabajar. Ahorita se volvió muy estricta la empresa. Ahorita, operador que falte es operador suspendido, y por una parte eso es bueno. [...]

En el siguiente discurso de un trabajador de 38 años, con 11 de antigüedad, salta a la vista, cómo la política de la empresa trasciende el ámbito de la planta, al apoyar a las comunidades mediante el rubro que denominan “servicios comunitarios”. El informante, después de destacar el reconocimiento que la empresa ha hecho a la empresa, acreditado en cuatro diplomas, toca el punto de la comunidad:

La empresa da reconocimientos, tengo como cuatro diplomas, uno por alcanzar mi meta de trabajo, mi eficiencia, mi producción. Otro por apoyar a la empresa. La empresa cada año hace “servicios comunitarios” y he participado con ellos y los dos diplomas son por eficiencia, las otras dos por apoyo a la empresa, por apoyo a la comunidad; salimos hacer trabajos a la comunidad. Me parece muy bueno, me gusta mucho, nos vamos a pintar las escuelas que más lo necesitan [...] Sobre los reconocimientos, ¡vaya! bastante bien, eso quiere decir que la empresa sabe lo que uno hace, lo que hace cada obrero, cada operador. Y así están pendientes de tu actividad y festejan [se refiere a las festividades locales] con un almuerzo o un regalito.

La entrevista con otro trabajador, especifica algunos aspectos de cómo el discurso de la empresa se ha interiorizado en los trabajadores. Cuando se le preguntó si lo que ha aprendido en la fábrica ha influido en su desarrollo personal respondió: “Sí, definitivamente, independientemente de las áreas por las que he pasado, siempre he salido adelante y no me he estancado, sino trato de ver cómo salir adelante, ir escalando, ya sea en un buen puesto, para mejorar económicamente. He tenido la suerte que donde yo estoy, me han ayudado”.

En este testimonio es importante destacar la movilidad vertical que tienen los trabajadores, en otras palabras, como ascienden a través de sus aprendizajes y capacidades en su quehacer productivo. Situación que Castilla Ramos (2004) denominó en su investigación “mercado interno de trabajo”; ya que la firma tiene un programa de niveles, para que los trabajadores asciendan de puesto. Cuando se le preguntó a un operador de 33 años cuáles son los aspectos que la empresa les inculca contestó:

Que debemos de tener una buena calidad en el trabajo, una buena producción, se enfatiza el compañerismo más que nada, se enfatiza mucho entre jefes, empleados, todos. Es la base para que una empresa opere con éxito, si hay un buen compañerismo hay un buen ambiente. En la producción, que tratemos de dar de lo que tenemos ahora, y la verdad con la crisis económica que tenemos, se nos está haciendo difícil. Porque según la empresa, ya está compitiendo con otras empresas más grandes que dan precios más baratos. Ahorita estamos compitiendo más que nada con China, ya que ahí dicen que les pagan muy barato a los obreros. Entonces, nos dicen que tenemos que hacer bien nuestro trabajo, para que el cliente esté conforme con lo que está viendo y no se compre más prendas y así ganemos un poquito más. Esto es lo que se nos enfatiza en el trabajo.

Sin embargo, en los discursos llamó la atención la nostalgia de los trabajadores más antiguos, en relación a cómo actuaba la empresa cuando llegó a la localidad y su cambio en comparación al día de hoy. Se repiten las expresiones que lo afirman: “todo era mejor antes”

“se ganaba más”, “El gerente era muy bueno”. Pero, como repito, es una añoranza, ya que los trabajadores en su discurso afirman no recibir los mismos salarios que en años anteriores y tener mucho trabajo. De ahí que a veces las metas de producción sean inalcanzables.

Algunos trabajadores piensan que lo anterior es sólo el discurso de los supervisores para hacerlos producir más, por lo que se sienten desmotivados, en cuanto a su desempeño laboral. Los supervisores les recalcan que en las fábricas de la corporación ubicadas en Chihuahua y Torreón, los obreros son mucho más rápidos. Esta actitud de los supervisores y gerentes de la empresa hace que algunos obreros y obreras de Acancéh se sientan insuficientes, lentos y bajos en productividad. Por ello, los gerentes siempre los felicitan cuando cumplen con las metas de la empresa.

No obstante, no toda apropiación de los trabajadores viene de los aprendizajes y adaptaciones, sino también se presentan acciones en tendidas como actos de resistencia por parte de los trabajadores a adquirir la cultura de la empresa. Esto se puede ver en la manera como los trabajadores se han apropiado de espacios como es el baño. Es decir, los baños en el piso de la fábrica y el comedor son los principales espacios que los trabajadores se apropiaron simbólicamente en la maquiladora. Hablaré aquí brevemente de los baños, ya que es en ellos donde principalmente las obreras se expresan escribiendo en las paredes. Una de las operarias me explicaba que si me quería enterar de las cosas que pasaban en la maquiladora, sobre todo quién era novio de quién, no había como ir al baño y leer todo lo que escribían las operarias. Esta trabajadora de control de calidad decía que la empresa les impartió un curso de aseo y los instructores proyectaron unas fotografías en donde estaban los baños de las mujeres y los hombres. Para ella, lo más vergonzoso del caso fue que el baño de las mujeres se encontraba más sucio que el de los hombres. Dijo que no lo podía creer, pues al ser mujeres debería de estar limpio. En este caso, el hecho que las obreras escriban en el baño constituye un espacio de apropiación, en donde se pueden expresar libremente, a pesar de que existe una apertura para que los trabajadores se expresen acorde con la política de “puertas abiertas”.

PERCEPCIONES DE LAS Y LOS TRABAJADORES ENTREVISTADOS DE SU EMPLEO EN LA FÁBRICA

En este apartado se muestran las percepciones que tienen los trabajadores en relación con su trabajo en la Maquiladora y las transformaciones acordes a sus oficios previos. Para la mayor parte de los trabajadores, el conocimiento del trabajo industrial se torna “novedoso” cuando ingresan a la fábrica, porque sus antecedentes laborales no son en el trabajo industrial. Un ejemplo de la manera como los operarios (as) se capacitan y llevan a cabo su proceso de aprendizaje y la apropiación de significados fomentados por la empresa, se observa en las narraciones de Martín de 44 años con 12 años de antigüedad. Este obrero explica cómo llegó a la fábrica y el proceso de aprendizaje por el que pasó, para poder integrarse al trabajo industrial como operario. Ésta es su voz:

Pues ese día fui a mi entrevista [*se refiere a su primer día de trabajo*]. Me dijeron que pasaría a la planta para observar el trabajo. A mí me tocó estar en área de planchado y ya ahí, era ver los puestos de los operadores, como trabajaban. Así estuvimos durante varias horas. Estuve dentro de la planta como 4 horas. Y después nos preguntaron qué nos pareció el trabajo. Y luego nos dijeron que ya estábamos contratados, tuvimos que tomar un curso que le llaman de inducción, que es un curso donde nos hablan de las políticas de la empresa que hay que respetar. Y ya luego nos dijeron que pasáramos a la planta, y luego nos pusieron unos videos. Después de los videos, nos llamaron a recursos humanos y asignaron el número de empleado, y nos entregaron nuestra tarjeta de banco para cobrar, [*en el cajero automático*], y al día siguiente, comenzamos a laborar normalmente.

En el siguiente fragmento de entrevista, el obrero expresa su opinión sobre los videos de inducción utilizados por la Maufacturera de Acañeh, la capacitación recibida y la importancia del trabajador en la producción como parte del curso de la empresa, al respecto, el obrero señaló:

Pues la verdad son buenos los videos. Yo ya estaba familiarizado con ese tipo de videos, ya los había visto allá en la embotelladora de la “Coca Cola”, muy parecidos [*se refiere a la industria refresquera en donde estuvo trabajando*]. Nos hablaron en esa empresa sobre cuestiones de seguridad, usar los equipos en todo momento, en esa empresa la preparación no fue difícil, ahí teníamos un instructor que era el que nos indicaba, y nos enseñaba el método; y es que yo sólo había pegado las bolsas, los pantalones estaban cortados por piezas y la máquina hacía prácticamente todo el proceso. Cuando empieza el operador con una operación, le llaman “curva de entrenamiento” que consiste en asignarle al operador una meta. En mi caso era de 22 operaciones por noche y así hasta llegar a una curva del 100%. Entonces, cuando yo

llegué de la fábrica de Tekax, estaba en una curva del 75% casi llegando al 100% y allá cuando alcanzas el 100% te dan un reconocimiento, un incentivo que la fábrica maneja. [...] El incentivo, yo no lo veo mal, aunque depende mucho de la mentalidad de cada persona, porque algunas decían que sienten que las están presionando de esa manera, para alcanzar su meta. Y es que yo pienso que está bien, porque para que una empresa persista debe haber buenos operadores, sino hay una buena producción, pues no hay ganancias. Éste es mi punto de vista.

Otro obrero narró su experiencia en torno a la capacitación recibida en donde se observa cómo la empresa transmite su cultura corporativa.

Los cursos son buenos, te dan pláticas de todo, seguridad, dobles guantes, de lantal especial para prevenir los accidentes. Una persona está en peligro cuando no tiene los zapatos especiales. Si no obedecen, los suspenden del trabajo y últimamente ha habido muchos accidentes.

Sobre las bases de reclutamiento de personal, otro obrero señaló:

Cuando yo entré te daban unas pláticas, después te ponían unos videos de cómo está la fábrica, el procedimiento de trabajo, contingencias. De ahí me pasaron al área donde iba a estar, ahora no sé cómo le hacen, pero creo que sí, ya cambió. En una ocasión, pasando por allá, supe que ahora también les hacen un estudio como de “agilidad”. Les ponen una cajita donde hay como 100 palitos, te dan un tiempo para que tengas que llenarlo.

Aun así, en las entrevistas realizadas, los trabajadores (as) explicaron que sus habilidades adquiridas en sus trabajos previos a la fábrica, les habían ayudado poco en el aprendizaje del trabajo en la maquiladora. A diferencia de estos testimonios, los obreros y obreras de la localidad de Kimbilá que trabajan en la maquiladora de Izamal, y que en sus tiempos libres laboran como bordadores y bordadoras de ropa tradicional, ya sea en sus talleres familiares o haciendo trabajo a domicilio tienen otra opinión. Estos trabajadores expresaban con orgullo cómo la manufacturera los había reclutado fácilmente, ya que contaban con conocimientos previos al trabajo industrial, que les proporcionaba el bordado y la costura en general. Uno de los operarios de Kimbilá dijo al respecto: cuando ibas a conseguir trabajo a la empresa, te decían, “eres de Kimbilá, pásale”. No te hacían pruebas ni nada para entrar a la fábrica, y a que sabían que “en Kimbilá sabemos trabajar, sabemos

manejar las máquinas semi-industriales” (Garza, 2005) .⁴⁵ El caso de los trabajadores de Kimbilá que trabaja en la fábrica de Izamal, es diferente a los de Acancéh. Esto se debe a que el concepto del trabajo maquilador es distinto; ya que tienen una cultura de trabajo previa basada en el bordado y en saber manejar máquinas semi-industriales. Por el contrario, a los y las trabajadoras de Acancéh, les cuesta más tiempo aprender el trabajo manufacturero de confección, ya que no cuentan con esos conocimientos y destrezas antes de ingresar a la fábrica. En relación a los horarios, para los obreros de Acancéh cuyos antecedentes laborales eran la agricultura, trabajar doce horas diarias en la maquiladora significa “comodidad”, ya que el trabajo agrícola es mucho más desgastante, por las largas jornadas de trabajo bajo los intensos rayos del sol que predominan en Yucatán. Uno de los trabajadores comentó sobre las ventajas de laborar en la fábrica poniendo acento en el aire acondicionado en contraste con el arduo trabajo agrícola bajo el sol.

Son las operarias quienes manifestaron que tener experiencia previa a la fábrica en las labores de costura y bordado, es muy importante para ser contratadas, pues se les facilita el aprendizaje del proceso productivo. Según Reygadas (2002a) estos antecedentes son parte de la cultura del trabajo que poseen los obreros y obreras, antes de ingresar a la fábrica, la cual se vincula con el trabajo industrial.

A manera de conclusión, es imprescindible exponer que en la manufacturera de Acancéh confluyen dos culturas de trabajo: 1) la promovida por el corporativo y 2) las culturas de trabajo de las y los obreros. Sin embargo, los trabajadores construyen su propia cultura de trabajo al compartir saberes, un lenguaje laboral y al apropiarse de valores y prácticas promovidas por la empresa. Retomando una vez más la definición de cultura de trabajo como los procesos de creación, transmisión y apropiación de significados en los ámbitos laborales (Reygadas 2002a:19).

Aparte de los saberes, lenguaje laboral y conceptos sobre el trabajo, es decir, que debe ser de calidad; la cultura de trabajo de los obreros tiene que ver con las actividades que realizan cotidianamente, desde que llegan a la fábrica y se preparan para trabajar, el uso de los uniformes, pantalones y zapatos. Esto último modificó la vestimenta de la mujer, ya que era

⁴⁵ Extracto de una entrevista a uno de los obreros de Kimbilá con antecedentes laborales en el bordado de ropa típica y que laboraba en la planta de Izamal.

básicamente ve stido t radicional (hipil) o bi en, f aldas y b lusas “m odernas”. T ambién l a maquiladora i nfluyó e n e l us o de zapatos cerrados de l os t rabajadores, ya que l a ge nte acostumbraba usar, por el clima caluroso que caracteriza a Yucatán, huaraches y/o sandalias, Cabe r eiterar q ue l as co stumbres d e l os trabajadores l levadas a l a fábrica e n r elación a l a alimentación, festividades y celebraciones, se interpretan como parte de su cultura de trabajo. Es así como en esta manufacturera se puede observar la eficacia simbólica de la cultura, en otras palabras, de qué manera la cultura de los trabajadoras se expresa en la fábrica y en qué forma los elementos de la fábrica influyen en los trabajadores.

Dicho de otro modo, la cultura de trabajo de los trabajadores, como se pudo observar en e l c apítulo, s e ha c onstruido como pr oducto de l os saberes a prendidos e n e l t rabajo maquilador, e l lenguaje fabril, e l trabajo co n calidad, l a eficiencia. Es decir, l os obreros de Acancéh, al i ntegrarse al t rabajo a salariado maquilador, s e v e n i nmersos e n u n proceso de aprendizaje de los conocimientos y saberes, así como a n uevas formas de entender y vivir e l trabajo, e n donde l a empresa j uega un pa pel i mportante, ya que f omenta una c ultura “corporativa” aj ena a l a aco stumbrada p or l os o breros y l as obreras de or igen maya-campesino-artesanal.

En el siguiente capítulo se explicará si se construye o no, una cultura laboral entre los obreros de la manufacturera de Acancéh, Yucatán.

CAPÍTULO V

¿EXISTE UNA IDENTIDAD LABORAL ENTRE LOS TRABAJADORES Y TRABAJADORAS DE LA MAQUILADORA?

El objetivo de este capítulo es determinar si los empleados de Aconcáh que laboran en la Manufacturera, construyen una identidad laboral, como parte de su inserción a la industria maquiladora. Esto se debe a la inquietud por conocer y profundizar si en la industria maquiladora de exportación se están construyendo identidades laborales, ya que parte del debate académico sobre la identidad ocupacional radica en afirmar que el trabajo flexible y dinámico de los trabajadores dificulta la construcción de identidades en el trabajo, incluso lleva a una no identidad (Offe, 1985).

La opción es inclinarse, por la perspectiva que sostiene que a pesar de la industrialización globalizada y la flexibilidad laboral, el trabajo sigue siendo creador de sentido. Es decir, en los centros laborales, los trabajadores construyen sus identidades, a diferencia de otras épocas, alejadas de las antiguas instituciones como el Estado, el cual jugaba un papel rector en el trabajo; y los sindicatos que fomentaban la identidad de los agremiados. A pesar de eso, esta flexibilidad laboral lleva a que las identidades puedan ser efímeras. Al respecto, Guadarrama (2007) señala “ [...] al cambiar las condiciones en el trabajo, los individuos ya no pueden construir identidades muy duraderas. Más bien, en un centro laboral, se pueden construir varias identidades”.

Por otro lado, como parte de su “ingeniería cultural”, las empresas pretenden lograr el consenso y la identidad de los obreros (as), para conseguir que se comprometan con el trabajo de la empresa (que se pongan la camiseta) y cubrir la demanda de productividad que exige el dinamismo del mercado globalizado.

Partiendo de este marco de referencia, en el presente capítulo se pretende responder los siguientes cuestionamientos:

1) ¿La empresa ha logrado que sus trabajadores se identifiquen con ella, sustentado en el fomento a la cultura corporativa? 2) ¿Existe una identidad laboral en los trabajadores vinculados a la maquiladora, ya que la organización de los turnos en la modalidad 4 x 4 les permite desempeñar otros trabajos no remunerativos en sus días de descanso? 3) ¿qué papel juega la cultura de trabajo de los obreros en la construcción de su identidad laboral? 4) ¿Qué significados tiene la manufacturera en la vida de estos trabajadores y trabajadoras?

En este capítulo se explica cómo la empresa pretende influir en la identidad de los trabajadores, a través del fomento de una afinidad corporativa y con ello, lograr una integración del trabajador al nuevo sistema laboral, basado en un régimen de competencias, en donde se intenta borrar la lucha de clases y acentuar la relación con los trabajadores de una forma individualizada.

Posteriormente se expone cómo las y los trabajadores de la maquiladora configuran su identidad laboral tomando en consideración sus conocimientos y destrezas. Esto forma parte de la cultura de trabajo que construyen a lo interior de la maquiladora, así como las transacciones objetivas que se generan en la fábrica y las subjetivas que crean los propios trabajadores de acuerdo a la manera como se relacionan con los “otros” (gerentes y mandos medios) así como con la empresa.

Para finalizar el capítulo, presento los significados del trabajo, es decir, cómo las y los trabajadores se identifican individualmente (“identidad para sí”), así como el papel que juega el reconocimiento o no reconocimiento por parte de la empresa (identidad para los “otros”). Como parte de esta identificación, se exponen sus trayectorias laborales, los tiempos vividos a lo largo de su vida (biológica, familiar e histórica), así como sus expectativas de vida. Para ello se añaden las narraciones biográficas de los trabajadores y trabajadoras reconstruidas de una manera inductiva, es decir, de lo particular a lo general. De esta forma, son consideradas las subjetividades, su contexto histórico y cultural, así como la dimensión de edad, género y etnicidad.⁴⁶

⁴⁶ Dadas las características de la maquiladora en estudio, ubicada en una localidad rural del estado de Yucatán, considero importante estudiar los procesos de construcción de las identidades entre los trabajadores tomando en cuenta el contexto sociohistórico. Cabe aclarar que éste se podría encontrar también en los estudios de los trabajadores de las maquiladoras fronterizas debido a su fluidez y diversidad (Solís, 2009:26). Lo anterior, puede presentarse en forma distinta en otras latitudes, como lo es Yucatán, en donde las trabajadoras y trabajadores son

IDENTIDAD LABORAL DE LOS TRABAJADORES DE LA MANUFACTURERA DE ACANCÉH

Para explicar la construcción de la identidad laboral observada, en un contexto rural, se partió de la idea de que la flexibilidad, la precariedad en el trabajo y la falta de organización sindical dificultan la construcción de identidades ocupacionales. Sin embargo, la antigüedad entre ocho y once años de los trabajadores y trabajadoras entrevistados, ha jugado un papel importante para la construcción de una identidad laboral.

Dicha identidad se construye a partir de reconocerse como “nosotros” (autoadscripción), por compartir una cultura de trabajo (lenguaje laboral, saberes), así como solidaridad y padecimientos. A estos elementos de la identidad laboral, se suma la apropiación de aspectos que promueve la empresa como parte de su identidad corporativa. Al mismo tiempo, estos trabajadores se consideran diferentes a los “otros” (heteroadscripción) por no compartir el mismo oficio de obreros, así como tener orígenes culturales diferentes. Me refiero a los mandos medios y gerenciales de diferentes puestos e incluso nación.

A pesar de que los trabajadores (hombres y mujeres) comparten una identidad laboral en relación con la manufacturera, ésta no es homogénea; difiere de acuerdo a si se sienten reconocidos o no, por parte de la empresa. Esto se debe, siguiendo a Dubar (2001), a que en los centros laborales se establecen relaciones de poder entre los actores, que influyen en la construcción de las identidades ocupacionales. Es decir, si las empresas reconocen el esfuerzo de los trabajadores y la negociación que éstos realizan a dicho reconocimiento, las posibilidades de ascenso y los intereses de desarrollo personales que pueden estar al interior de la empresa o fuera de ella.

Siguiendo al mismo autor: “las identidades en el trabajo se construyen, tanto al interior como al exterior de los centros laborales, pues éstos no son los únicos espacios de socialización en los que se ven inmersos los trabajadores”. Así bien, las identidades laborales no sólo se construyen en el espacio de la fábrica, sino a lo largo de la vida, en las diferentes

originarios de los lugares en donde se encuentran operando las maquiladoras y mantienen su cultura e identidad étnica independientemente de su trabajo.

trayectorias de trabajo, en un interactuar cotidiano entre el quehacer productivo y la cultura de los trabajadores.

Como se verá más adelante, hay trabajadores que se identifican más con la empresa que otros. De acuerdo al significado que tienen para ellos el trabajo en la maquiladora, si se sienten reconocidos o no por la empresa, o si son más importantes para ellos sus otras actividades laborales y oficios, historias personales y proyecciones a futuro.

A continuación se explica cómo la empresa fomenta la identidad corporativa en sus trabajadores, para posteriormente presentar la construcción de la identidad laboral de los mismos, quienes son los “otros” tanto al interior de la empresa como en la comunidad. Finalmente, se explicarán los significados del trabajo y los matices de la identidad siguiendo el modelo de Dubar.

EL FOMENTO DE LA IDENTIDAD CORPORATIVA

En la maquiladora se observó que la identidad empresarial o corporativa, busca la identificación de los trabajadores y trabajadoras con la fábrica, para optimizar su productividad, como parte de la ingeniería cultural y según el modelo de Dubar, constituyen los “actos de atribución”. Esta identidad empresarial, se representa con las siglas “F V” (*Fashion Vanity*), nombre de la corporación a nivel mundial y que constituye el emblema de la empresa. Por identidad corporativa se define, siguiendo a Joan Costa:

Un sistema de signos visuales que tienen por objeto distinguir –facilitar el reconocimiento y la recordación- a una empresa u organización de los demás. Su misión es, pues, diferenciar (base de la noción de identidad), asociar ciertos signos con determinada organización y significar, es decir, transmitir elementos de sentido, connotaciones positivas; en otras palabras, augurar la notoriedad de la empresa (Costa, 2003:15).

Las iniciales corporativas de la empresa en cuestión, como se señaló, se observan en la papelería, los carteles, los uniformes, las camisetas, las gorras, los diplomas, los cheques de pago, a fin de introyectar el sentido de pertenencia con el corporativo internacional y que aparece como símbolos de la empresa.

Así bien, la identidad corporativa es la forma como una empresa se distingue de las otras y fomenta el orgullo de pertenencia en sus empleados, con el objeto de que los trabajadores se sientan identificados con el corporativo y alcancen mayor rendimiento y productividad. Durante la investigación de campo, acaparó mi atención que los trabajadores y trabajadoras se referían a la empresa como “FV”, es decir, a través de las iniciales de la identidad corporativa de la empresa, a pesar de que la Manufacturera tiene su nombre. Éste es un ejemplo del efecto que logra la empresa en los trabajadores, al fomentar su identidad corporativa.

La empresa transmite a sus empleados su identificación corporativa, tanto en forma explícita como implícita. La primera, la manera explícita, se transmite a través de los cursos de capacitación y los videos de inducción, en donde todos los empleados conocen la identidad de la empresa, sus objetivos y su misión. Así como también, el orgullo por la corporación es fomentado por los gerentes a través de reuniones en la fábrica y en las celebraciones. Al mismo tiempo, la transmisión implícita se otorga mediante el recurso del lenguaje silencioso, que representa la simbología del emblema omnipresente en la maquiladora.

El motivo por el cual, el corporativo involucra a los trabajadores a través de su misión e identidad corporativa, la podemos ejemplificar a través de un fragmento de entrevista con la gerente de recursos humanos, donde afirma la importancia para la empresa que los trabajadores se identifiquen con el corporativo. La gerente señaló:

Lo más importante es que los empleados estén a gusto donde estén trabajando, ya que de esta manera, esas personas le servirán con gusto a la empresa. Ello eleva los niveles de productividad. De ahí el interés de la firma, para que sus trabajadores conozcan su política y a la corporación a la que pertenecen.

En varias entrevistas con los trabajadores, fue habitual escuchar las narraciones sobre los estímulos fomentados por la empresa y la importancia de trabajar en una maquiladora como la de Acañé, que “motiva” a sus empleados; es estímulos que tienen como objetivo alcanzar las metas productivas. Una de las trabajadoras explicó cómo la empresa fomentaba el orgullo al trabajo:

Nos dicen los de la empresa que nos sintamos orgullosos, que es un buen trabajo, si te sientes bien, vas a estar orgulloso trabajando ¿no? Te dan ánimos para que te sientas bien, que te sientas orgulloso de estar trabajando allá. La verdad, yo sí me siento a

gusto. Los del pueblo te miran bien⁴⁷: ¡Ah! esos trabajan en la maquiladora, que bien pues, salen adelante, así lo dicen, hay quien así lo dicen, hay quien no. Sólo porque trabaja en la maquiladora tiene eso, si no trabajaría no tiene nada', hay quien sí, te lo dice, ha y quienes no, cada quien entiende diferente (trabajadora con 11 años de antigüedad).

Otro ejemplo es el de una operadora quien explicó la manera como la empresa fomenta el orgullo entre los empleados y la importancia de la identidad corporativa. Sin embargo, para ella, la empresa no siempre hace lo que “predica”, pues no siempre hay veracidad entre el discurso de la empresa y sus acciones en la maquiladora (transacciones subjetivas).

[...] Hay momentos en que nos hacen sentir importantes. Que sin nosotros no saldría ese trabajo, pero a veces nos dan nuestro cubetazo de agua fría. Cuando te dan un cambio drástico, ¿no que éramos muy importantes en esa área? Lo bueno es que nos siguen dando trabajo. El logo de la empresa es una F y una V (FV). Al principio cuando lo de Fox⁴⁸, decían que... ya ve que la gente de pueblo, así somos, es nuestra costumbre. Se ponían a decir, en aquel entonces eran todos del PRI, de hueso colorado y decían que la maquiladora le vino a hacer propaganda a Vicente Fox, porque su logo es una F y una V. Y en aquella época se festejaba también un día FV, le decían, que viene desde Estados Unidos. Nos daban un almuerzo y nos daban regalitos, detallitos. En aquel entonces nos regalaron una gorra, y decían que era propaganda de Vicente Fox, porque en la época creo de Vicente, fue cuando empezó, o al poco tiempo, no sé, pero pensaban que la empresa le estaba haciendo propaganda a Vicente Fox, porque decían todas las gorras FV.

En relación a las estrategias de estímulos a la producción utilizadas por la empresa, para lograr la identidad de los trabajadores, se obtuvo el siguiente testimonio.

[...] antes nos daban metas por año o cada medio año. Incluso, a horas se siguen llevando las metas, porque si tú llegabas a la meta, te daban tu gratificación, pero para llegar está difícil. Si eres buen empleado, pues te dan una playera, o te dan una gorra, o que te daban algo con las siglas de la empresa, o algo por el estilo, siempre te dan para que sigas adelante, esas son las estrategias que la empresa tiene para que te sientas orgulloso y que sigas trabajando.

⁴⁷ En el trabajo de Castilla Ramos (2004) se destaca la importancia de “la mirada de los otros” (*les regards des autres*) que ella misma encuentra con las trabajadoras de la maquiladora transnacional que estudió.

⁴⁸ Se refiere a la campaña para la presidencia de la República de Vicente Fox en el 2000.

Sin embargo, estas estrategias no siempre cumplen sus objetivos, y a que dichos estímulos no adquieren relevancia para todos los y las trabajadoras. Uno de los ex operarios entrevistados dijo al respecto:

Al principio si nos gustaba cumplir las metas y ganar los estímulos que nos fijaba la empresa. Pero ya después, empezamos a ver que no eran tan buenos esos estímulos. Pues que más te puede dar la empresa, una gorra o una camiseta. ¿Que te sientas orgulloso? No, a la empresa lo único que le interesa es la lana (dinero). Mucha gente va a la maquiladora por el dinero que le hace falta, no porque realmente quieran trabajar en la fábrica. Yo iba porque necesitaba el dinero, no había terminado mi casa, no porque realmente estaba entusiasmado de ir, al contrario, llegaba y me enfadaba.

Para los trabajadores en general, la identidad corporativa que trata de fomentar la empresa es percibida como “algo cotidiano”, que los conduce a sentirse parte de la maquiladora. Sin embargo, no contiene un significado trascendente, ya que los trabajadores construyen una identidad laboral en relación al trabajo que realizan, de acuerdo a los actos de reflexión que en el esquema de Dubar se llama “actos de pertenencia”. Es una identidad relacionada con el saber hacer, con sus propios saberes y no se inscribe en la “ingeniería cultural” que fomenta la identidad corporativa. Pese a todo, hay excepciones, ya que existen trabajadores, que aparte de identificarse como obreros por compartir una cultura de trabajo, tienen una identidad de empresa, ya que perciben que son reconocidos por la corporación, y piensan que pueden ascender al interior del corporativo. A diferencia de otros trabajadores y trabajadoras que no se sienten reconocidos por la empresa, y sus identidades individuales son más bien de origen, que de empresa.

El fomento de la identidad corporativa por parte de la empresa (“actos de atribución”), poco influye en la identidad de los operarios. Esto se debe a que los trabajadores le imprimen su propio significado a esa estrategia de la empresa, como resultado de su reflexión y su posición en la maquiladora. Asimismo, es producto de las relaciones asimétricas en las que se encuentran al interior de la fábrica, y en la negociación que éstos realizan con los “otros” actores laborales, como consecuencia de las relaciones de poder que se establecen en su interior.

“NOSOTROS” LOS OPERADORES DE LA PLANTA: SABERES, SOLIDARIDAD Y PADECIMIENTOS

En el trabajo de campo, en la fábrica y a través de las entrevistas en los domicilios de los trabajadores, me pude percatar que ellos si bien se apropian de algunos elementos de identidad que fomenta la empresa, construyen su propia identidad laboral, por compartir un origen común y una cultura de trabajo maquilador. Hay que recordar que el trabajo es una acción simbólica, y por lo tanto, en ese proceso se producen y reproducen significados. Se trata de producción de significados compartidos, construidos en el espacio de la fábrica y en el trabajo cotidiano. En el caso concreto de los trabajadores y trabajadoras de la Manufacturera, éstos se identifican como “nosotros”, en contraposición a los “otros”, con quienes se relacionan y consideran diferentes. A esto se le denomina en términos antropológicos alteridad.

Durante el trabajo de campo pude detectar que la cultura de trabajo permite a los trabajadores compartir conocimientos, lenguaje, jornadas, padecimientos. Pero no sólo eso, también les permite identificarse como grupo social y responder a problemáticas comunes a través de acciones de solidaridad, dada la ausencia de los sindicatos y otras formas de organización gremial o instancias de la fábrica. De ahí que la identidad laboral de los trabajadores y trabajadoras, se base en la cultura de trabajo que construyen en su quehacer productivo en la fábrica.⁴⁹

Los conocimientos o saberes y destrezas de los y las trabajadoras tienen que ver con la manera como desarrollan el proceso de trabajo; en el manejo de las máquinas, de los tiempos y movimientos y de la agilidad para desempeñar sus operaciones. Uno de los obreros explicó cómo eran sus jornadas de trabajo y el compañerismo que había en su área de trabajo:

Al principio sentía difícil tantas horas de trabajo. Porque estás en la misma posición haciendo lo mismo. Pero te vas acostumbrando al ambiente de trabajo, como somos varios compañeros. En el área donde yo estaba, había veintidós máquinas de planchar. Nos distraíamos un poco platicando entre nosotros. Pero pos estábamos trabajando, y así se pasaban las horas. El compañerismo que ha y entre nosotros, nos ayudaba a seguir laborando. La mayoría de los compañeros nos llevamos bien. Claro que hay algunas fricciones entre los compañeros, porque a algunos quieren producir más que

⁴⁹ Esta definición de identidad laboral la trabajé en el estudio de las bordadoras de Kimbilá, Yucatán, la cual considero que puede ser aplicada al caso de los trabajadores de la maquiladora de Acancéh y que elaboré con la Mtra. Cecilia Lara de la UADY, tomando en cuenta el papel fundamental que cuenta la cultura de trabajo propuesto por Reygadas. Para mayor información ver Garza (2005).

otros. Pero es como todo, habremos algunos que venimos con más agilidad. No todos somos iguales, y pues tal vez hayan algunas fricciones, pero lo cotidiano de un grupo [...]

Entre los padecimientos comunes que expresaron los trabajadores y trabajadoras, se encuentra el respirar “la pelusa” que se saca de los pantalones a la hora de manipularlos. Pues la consideran dañina para su salud. Carlos, uno de los extrabajadores entrevistado mencionó lo siguiente:

[...] sin exagerar, la pelusa se queda en la mesa de trabajo por mucho tiempo. Después de una hora que se dejó de trabajar el área, usted pasa la mano por la mesa, y se le llena de pelusa. Ya se imaginará cuanta se va al pulmón. ¡Claro! El lugar está limpio, pero no la pelusa. La prenda está en movimiento, el clima (*aire acondicionado*) que está funcionando, eso es lo que alza la pelusa. Por lo mismo, por la pelusa, empiezan a padecer de alergias. Apenas llegamos a esa área, empezamos a estornudar, porque ya no está bien tu sistema respiratorio. También te empiezan a salir unas ronchitas, algo así como unos granitos en el brazo, por la pelusa.

Una de las operadoras explicó el problema de la pelusa y otros padecimientos comunes:

“Generalmente ese es un problema [se refiere a la pelusa]. Dicen los trabajadores, ¡mira! Ya me cansé los dedos. Es verdad que eso es lo que cansa, los pies, porque todos nosotros estamos parados. Pero, en el área de reparación, siempre estaba sentada, aunque también llegaba a cansarme, porque estamos en posición encorvadas. Ahora nos paran, ahora todo el personal está parado. Y pues obviamente, estar once horas paradas lastima los pies. En mi caso, siento que se me hincha la rodilla. [...] Los accidentes más impactantes que hemos visto en la planta, son en el área de reparación que es en donde he trabajado más tiempo. En reparación hay una maquina que se le llama *snab*, hay que ponerle una especie de broche al pantalón, dos compañeros se han machucado un dedo allá. O se majan con la máquina, las agujas, o se han quemado en las planchas.

La misma trabajadora señaló que son las desafecciones lo que más se comunican entre ellos. Otra operaria también mencionó algo sobre la pelusa y otros accidentes, producto del trabajo en la maquiladora:

Sí, si tienes gripe, por la pelusa, no puedes ni respirar. [...] por la tela que hay que cortar, en todos lados hay pelusa, en donde hay más es en *hand san* y *san blas*. Ahí donde raspan el pantalón, hay quienes lo raspan con una mano, con una lija, y hay quienes con una máquina. De esa área salen bien bañados de pelusa. Si la llevas blanca

termina azul. En esa área es donde hay más pelusa. Constantemente a los trabajadores los checa una doctora, les hacen exámenes. Una trabajadora que estaba allá empezó a tener problemas y estaba embarazada, tenía cuatro meses de embarazo. Constantemente le daba gripa y no podía tomar nada. Trabajas con una lija y con el tiempo te hace daño.

La solidaridad es uno de los aspectos imperantes que conforman la identidad entre los trabajadores de la maquiladora. Por solidaridad de fin a manera como un grupo de trabajadores se une para resolver problemas comunes, o bien que les afecta a su gremio. Igualmente, en las narraciones de los trabajadores se manifiestan momentos en donde se han unido para resolver problemas que les atañen. Por ejemplo, cuando el cajero automático de la planta no funcionó, y no podían recibir la nómina, los trabajadores se unieron para hablar con el gerente para que les resolviera el problema, debido a que el único lugar en donde hay un cajero automático en todo Acancéh es en la Maquiladora. El ex operario nos habló al respecto:

Si todos tenemos el mismo problema, nos juntamos y vamos a recursos humanos. O le decimos al supervisor que queremos hablar con el gerente de recursos humanos. Ya sea que el supervisor hable con él y le explique nuestro problema; o vamos nosotros, arreglamos los problemas por que los arreglamos. Pero para que haya esa unión, nos debe convenir a todos.

Otro ejemplo de solidaridad entre los trabajadores fue cuando hubo un paro en el área de planchado, denominada “*parís*”. Lo hicieron porque los obreros tuvieron un problema en el descuento de los impuestos. Comúnmente a los trabajadores les descuentan de sus nóminas los créditos que han adquirido a través de la empresa, como lo son: INFONAVIT y FONACOT. Pero, la empresa les estaba deduciendo un impuesto que no estaba contemplado. Esto los llevó a protestar debido a que su salario disminuía considerablemente. Fernando lo explica de la siguiente manera:

Los compañeros de “*parís*”, se dieron cuenta que nos afectó el incremento de los impuestos. Los empleados decían: ¿qué vamos a hacer? ¿Esto va a ser cada mes? Si es así, prefiero no seguir trabajando. Y pararon las planchas, tardaron como 3 horas sin trabajar. Lo que sucede en la planta es que si ellos no planchan, inspección no tiene trabajo, y no sale la producción. O sea, si paran, se para todo, y aunque haya lavandería, en “*parís*” truená todo. Tuvimos que llegar hasta la gerencia para exigir que se nos explicara, por qué nos descontaron de más. Sin embargo, ellos (*se refiere a la gerencia*) trataron de disfrazarlo, pues dijeron que no sabían realmente cuál era el problema. Nosotros que tratamos directamente con los de la gerencia les dijimos: no somos niños, ya no nos chupamos el dedo, a quién quieren verle la cara, no se puede,

cómo no vas a poder hacer algo, una empresa grande como ésta. Porque nos mandaron unos contadores públicos para que nos explicaran de dónde se quita el impuesto, que esto y lo otro. Pero les dijimos: ¡Oye nos otros no que remos tratar sobre impuestos, nosotros sabemos que tenemos que pagar impuestos, lo sabemos de antemano! Durante el tiempo que hemos estado acá, nunca tuvimos ese problema, quién autorizó a la de recursos humanos a hacer esto. ¿Por qué nos lo hicieron? ¿Por qué no nos hicieron saber antes que la empresa iba a descontar a muchos trabajadores en esa semana? para que a mortigüen la semana, para prepararnos, no somos adivinos. Entonces, fuimos a reclamar nuestros derechos en ese sentido. Le dijimos al contador: estás perdiendo tu tiempo, nosotros no que remos nada con ustedes, ustedes no tienen nada de culpa en este sentido, la que autorizó es la de recursos humanos. Entonces si tú vas a venir, vas a hacer que yo esté perdiendo mi tiempo contigo, no tiene caso. Para nosotros no tiene caso hablar con ustedes, porque, nosotros sabemos de antemano de dónde nos quitan los impuestos. Entonces, que venga el gerente y que nos dé la cara. Agarramos, nos quitamos esa vez, y le exigimos al gerente que nos dé la cara. Y ya después, por medio de las *shif manager* dijeron: no pues ya no va a volver a pasar. Es que realmente no midieron las consecuencias. Yo creo que para la empresa no hay problema, que si fuera una empresa pequeña, pues diría bueno, lo entiendo, su presupuesto no le alcanza a investigar qué tanto pasó. Pero no creo que una empresa transnacional, no tenga la experiencia para decir ¡oye les vamos a fregar una semana!, no nos cae el veinte en ese sentido. Y así pues, el pensamiento de nosotros arrastró a los demás, y ya desde eso ellos cambiaron al sistema, sin aumentar el pago de impuestos.

Con lo anterior, podemos observar cómo los trabajadores se organizan por sus derechos, ante la ausencia de algún sindicato u otras formas de organización gremial. Así bien, el compartir una cultura de trabajo construida al interior de la fábrica (lenguaje productivo, saberes, significados del trabajo fabril), así como padecimientos comunes, los hace construir una identidad como trabajadores al interior de la maquiladora, diferenciándose de los “otros”. Aquí, la reflexión que realizan los trabajadores sobre su “actos de pertenencia”, permite explicar la identidad colectiva que se construye al interior de la maquiladora.

LOS “ OTROS” TRABAJADORES DE LA EMPRESA: GERENTES Y MANDOS MEDIOS

La identidad laboral de los trabajadores de Acancéh, no sólo se construye por compartir una cultura de trabajo en esencia, sino por la manera como se relacionan con los “otros”, a quienes consideran diferentes. En este caso, los “otros” son el grupo de gerentes y mandos medios que

tienen mejores puestos y proceden de otros lugares, e incluso tienen características lingüístico-culturales distintas.

Por ejemplo, los gerentes son de Estados Unidos y los mandos medios, de otros lugares de la República Mexicana, incluso de países latinoamericanos como Costa Rica. La razón por la cual la empresa contrata empleados que proceden de otros lugares, se debe a la experiencia de tener trabajadores en la misma corporación en sus filiales. Por el contrario, los operarios y operarias son del municipio de Acancéh y otros empleados que laboran en la planta (limpieza, mecánicos), al igual que sus supervisores y jefes de recursos humanos. Estos últimos empleados hablan español predominantemente y son los encargados de recrear prácticas culturales al interior de la maquiladora.⁵⁰

Por lo anterior, la identidad laboral de los trabajadores y trabajadoras está ligada a sus orígenes étnicos, por compartir una cultura maya-yucateca que se refleja en prácticas culturales, y en la lengua maya hablada por los integrantes de su familia, aunque poco en la fábrica. Ejemplo de ello son los gustos por cierto tipo de comida, música, festividades expuestas en capítulos anteriores, e incluso, en la influencia que esas prácticas tienen en la administración del tiempo de trabajo y de descanso administrado por la empresa. Para concertar con los trabajadoras la empresa decidió que los periodos vacacionales de la maquiladora estén ligados a los tiempos festivos celebrados en México en general y en Acancéh en particular, como son “Semana Santa” y “Navidad”. Esta influencia de las costumbres locales y nacionales de los trabajadores es lo que Reygadas (2002a) llama eficacia simbólica de la cultura. Con esto quiero decir que, no sólo la cultura de la empresa influye en los trabajadores (eficacia simbólica del trabajo), sino la cultura de los y las trabajadoras influye en la empresa.

El origen de los trabajadores en la manufacturera se manifiesta en relación y contraste con los empleados de la empresa, tales como los gerentes y mandos medios. Esto se aprecia especialmente en los idiomas hablados en la planta, en este caso el español y el inglés, aunque el maya sea un idioma empleado en menor medida, sobre todo en las expresiones entre los trabajadores y trabajadoras a través de bromas, dichos y pláticas informales entre parientes,

⁵⁰ Algunas se remontan a épocas prehispánicas (*hanal pixan*). Y otras a las que los mayas asimilaron mediante la dominación española de siglos. Ejemplo de ello es la Semana Santa y Navidad, y las más contemporáneas: Festejos del Día de la Madre, Día del Padre, Día del Niño.

amigos y compañeros. De esta manera, se presenta en la planta la comunicación entre grupos con distintos idiomas (inglés, español y maya).

Siguiendo a Miquel Rodrigo (1999), la identidad entre los grupos se reafirma durante la comunicación intercultural. Es decir, en el acto comunicativo, los individuos pertenecientes a culturas distintas presentan formas de identificarse como grupos sociales, en otras palabras, la autoadscripción de “nosotros” en relación y contraposición a los “otros”, o sea, la heteroadscripción. En este caso, los empleados de la maquiladora observada, en su interacción cotidiana, afianzan lo que tienen en común: ser empleados de una empresa y lo que los hace diferentes lingüística y culturalmente, así como su rol en el ámbito de la producción.

A través de la narración de una operaria se observó cómo se establecía la comunicación entre los gerentes y empleados y el predominio del español en la maquiladora. Cuando se le preguntó a esta trabajadora sobre la comunicación con los gerentes contestó:

Hay gerentes de Estados Unidos que se meten a estudiar la lengua española porque no saben hablarla [...] pues ellos directamente no se comunican con nosotros, porque no pueden. Pero hay personas como los ingenieros que les ayudan, como les dicen, son sus traductores. Son empleados mexicanos y no se explican lo que dijeron los gerentes en español. Por ejemplo, cuando es 10 de mayo, ellos lo festejan y te hacen cortar pastel y todo eso. Para agradecerte, el gerente habla en inglés, pero no lo entendemos y luego los ingenieros lo traducen al español.

En cuanto a las relaciones entre los empleados de diferentes orígenes estatales y nacionales, según los trabajadores argumentaron que recibían un trato cordial. Afirmaron no tener problemas de discriminación por ser operarios, ni por ser de origen maya. Sin embargo, los trabajadores de la fábrica siempre ocupan espacios distintos al resto de los trabajadores no mayas, sobre todo en el comedor, en donde sólo se observó el predominio de los obreros, a diferencia del resto del personal que come en “La Palapa” o en los espacios destinados a ello en las oficinas administrativas. También los espacios en donde se marca la diferencia no sólo étnica sino económica, es el estacionamiento de la Manufacturera, en donde se observan carros en muy buenas condiciones e incluso de lujo, a diferencia del transporte de los operarios que son bicicletas y tricita-taxis.

Así, las relaciones que los trabajadores establecen con otros empleados en la Maquiladora, los lleva a identificarse como un “nosotros”, en contraposición de los otros, y de

esta manera construyen su identidad colectiva. No sólo por trabajar como un grupo homogéneo de operarios en el proceso de trabajo, sino por no compartir prácticas culturales asociados a su historia y cultura maya yucateca. Aspecto que influye de manera determinante en su identidad laboral.

LOS “OTROS” DE ACANCÉH

Es importante subrayar que en esta construcción de identidad laboral, los trabajadores de la manufacturera consideran también como “otros” a trabajadores de su pueblo que laboran fuera de la fábrica (empleos y oficios). Ellos se sienten privilegiados por trabajar en la empresa y recibir prestaciones y salario. Además, los trabajadores de la manufacturera son percibidos por los “otros” trabajadores del pueblo como beneficiados económicamente, por trabajar en esa fábrica y lo que implica: tener una remuneración segura y prestaciones. Además de ser un empleo que mucha gente quisiera, pese a que se sabe que es agobiante por las jornadas de trabajo de 12 horas.

En entrevista con el candidato a la municipalidad por el Partido de l Trabajo (PT) comentó que la maquiladora, si bien ha contribuido a mejorar las condiciones de vida de las y los trabajadores, no es del todo benéfica, porque el tipo de trabajo que realizan es repetitivo, monótono y no aprenden un oficio. Por ello, si la Manufacturera se va de Yucatán, los trabajadores (as) no van a saber realizar nada, ya que sólo aprenden una parte del proceso productivo.

Por su parte, un señor comentó que si bien los de la Manufacturera ganan buenos salarios, para una comunidad rural como es Acancéh, ha traído muchos cambios debido a que se ha incrementado el alcoholismo entre los obreros. Además, ha cambiado la tradición de usar ropa tradicional en el caso de las mujeres, por lo que esa tradición ancestral se ha ido perdiendo.

Por otra parte, una operadora de la área de inspección de calidad con ocho años de antigüedad en la fábrica señaló que la gente de Acancéh ve a los trabajadores de la maquiladora “como gente que tiene sus casas, porque trabaja mucho”. A pesar de ello, cree que su trabajo no puede durar por mucho tiempo, ya que es desgastante y los padecimientos se pueden volver crónicos, como estar respirando pelusa todos los días.

Como se puede observar, la construcción de su identidad laboral, no sólo es producto de considerar un “nosotros”, sino a los “otros”, aquellos que consideran diferentes.

MATICES DE IDENTIDAD Y SIGNIFICADOS DEL TRABAJO

En este apartado se mostrarán las diferencias encontradas en la identidad laboral de los trabajadores, a lo que se denomina “matices de identidad”. Esto quiere decir que los trabajadores tienen una identidad laboral que comparten (identidad para los otros), no obstante hay diferencias, de acuerdo a la manera como se relacionan con la empresa, es decir, si se sienten o no reconocidos por el corporativo y de acuerdo a los significados que tienen del trabajo (identidad para sí).

El hecho de que la identidad laboral como trabajadores de la empresa, se base en los saberes, habilidades y padecimientos compartidos, o sea, su cultura de trabajo; la identidad individual o “identidad para sí”, se configura a lo largo de la vida, de acuerdo a las trayectorias laborales de los trabajadores, su ruptura y continuidad en el trabajo, y el reconocimiento o no por parte de la empresa, así como sus intereses personales. Todo esto en relación a los tiempos vividos, ya sean biológicos, familiares e históricos. Éste, sigue siendo el proceso central, a partir del cual, se construyen formas de reconocimiento de sí mismo, el de un sujeto que no se reduce al conjunto de sus roles sociales (Dubar, 2001).

A continuación, se interpretarán las entrevistas biográficas de los discursos de los trabajadores y trabajadoras abarcando cuestiones laborales y personales, de acuerdo a sus reflexiones, e el significado que tienen del trabajo, sus trayectorias, sus tiempos de vida (biológicos, familiares e históricos). Relevante es recalcar que, según la clasificación propuesta por Dubar, las identidades de los trabajadores se han clasificado en identidad de empresa, identidad de oficio e identidad fuera de la empresa.

IDENTIDAD DE EMPRESA

En esta empresa si se puede ascender...

Wilbert tiene 11 años de antigüedad en la maquiladora, pero en sus tiempos libres se dedica a trabajar en las oficinas del municipio de Acancéh. Trabaja instalando el sonido para pequeños

eventos. Su esposa también trabaja en la Maquiladora. Terminó la secundaria y posteriormente se trasladó a Mérida a estudiar música en Bellas Artes, donde cursó cuatro años de solfeo, percusión y canto.

Este trabajador nació en Mérida, pero casi toda su vida ha vivido en Acancéh. Su madre es originaria de ese mismo pueblo y su papá de Ticul. El padre de Wilbert no fue campesino. Su papá siempre fue comerciante. Wilbert ingresó a la fábrica desde que ésta se empezó a construir, pues trabajaba con la constructora a cargo, para edificar la nave industrial. Trabajaba abriendo brechas, tirando material, pero se salió porque esa empresa labora por muchos lados haciendo carreteras y puentes; al ver la posibilidad de ocuparse en su pueblo, decidió renunciar a su trabajo y solicitar empleo en la Maquiladora. Sin embargo, como la maquiladora todavía no estaba en funcionamiento, tuvo que trabajar en otra empresa, en donde ensamblaba maquinaria, lavadoras, tuberías, plomerías. Allí trabajó un año hasta que abrió la fábrica, empezaron a entrar los empleados, se fueron promoviendo más vacantes conforme se ampliaban los departamentos y se incrementaba el proceso productivo. A Wilbert le fue difícil adaptarse a la maquiladora, porque las jornadas eran muy largas y estaba acostumbrado a trabajar sólo ocho horas. Pero ya se acostumbró, por el esquema que maneja la empresa de 4 por 4, pues le beneficia, debido a que puede dedicarse cuatro días a realizar otros trabajos. Actualmente, labora en un área que le dicen “huérfanos” que es a donde llegan los pantalones de Tekax o de Izamal y se revisan para ver si hay algún problema antes de embarcarlo. Se le llaman huérfanos porque son los que se quedan solos por área, es decir, los separan del resto de pantalones.

Para este trabajador, la fábrica le ha resultado muy positiva, ya que puede combinar su trabajo en ésta, con otras actividades remunerativas fuera de ella. Trabajar durante el día le favorece bastante porque puede trabajar como músico algunas noches, cuando hay una fiesta en el pueblo. Wilbert forma parte de un trío de Acancéh, pero su trabajo como músico no es estable, pues hay temporadas altas y bajas. Actualmente, Wilbert trabaja para el gobierno municipal instalando el sonido para los eventos que se organizan en el Palacio. Cuando se le preguntó cuál era el trabajo que prefería respondió:

Pues la fábrica si me gusta, por las prestaciones que yo tengo, por mi familia. Le digo, si me pusiera a escoger cuál dejaría, pues preferiría la fábrica, porque ya tengo mi historial. Y la música pues es como un pasatiempo, no es algo que siempre esté seguro,

por lo mismo. Cuando hay pues hay, pero cuando no hay, pues no hay (se refiere al trabajo como músico). Y oprimiero más la fábrica, y me gusta lo que hago. Pero también me gusta lo que estudié (la música).

Este trabajador considera que en la Maquiladora, sí hay reconocimiento al trabajo de los operarios. Señaló que se puede ascender, pero depende del trabajador, ya que la empresa siempre va a reconocer a aquellos que se esfuerzan. Afirmó que nunca ha tenido problemas con sus supervisores, ni con nadie en la maquiladora. Por el contrario, lo han apoyado, ya que en una ocasión bajó su rendimiento de trabajo por un problema que tenía en la cadera, pero la empresa comprendió y se mantuvo en esa área de trabajo. Sobre la derrama económica que ha generado la empresa en la comunidad, considera que gracias a la Maquiladora el pueblo creció y mucha gente ha sobresalido económicamente. En palabras del trabajador: “se ha crecido materialmente, vamos a decir que como el 65% que trabajan han salido beneficiados, o hasta me quedé corto, yo diría que como hasta un 85% han salido beneficiados”.

La identidad laboral de este trabajador es de empresa, ya que considera que es en la Maquiladora en donde puede crecer y en donde se reconoce sus esfuerzos, además su horario le permite realizar su vocación de músico y obtener ingresos extras para el beneficio familiar.

La empresa sí reconoce al trabajador...

Juan es otro trabajador que se identifica con la empresa. Cuenta con 30 años de edad. Es casado y tiene dos hijos pequeños, uno de cinco años y un bebé de dos meses. Su esposa también trabaja en la Maquiladora. Entró a la fábrica después de terminar su secundaria, ya que no pudo seguir estudiando, pues era el mayor de sus hermanos y sus padres ya no pudieron pagarle los estudios. Su madre fue la que le consiguió el trabajo debido a que en esa época laboraba en la cocina de la Maquiladora.

Empezó en el área de inspección. Luego lo pasaron a planchas. Al principio no fue fácil porque se le dificultaba el trabajo, ya que es una de las áreas más difíciles. Las máquinas son muy grandes y hay que colocarles los pantalones para que caiga la plancha gigante y esas planchas tienen un grado de calor intenso. Al principio Juan estaba asustado, porque se habían presentado algunos accidentes. Hubo trabajadores que se quemaron con las planchas, pero luego le agarró confianza a esa área. Recuerda esa época como muy positiva,

ya que había mucho compañerismo y se les pasaba el tiempo rápido, trabajaban y conversaban bastante entre ellos. Se apoyaban para salir adelante.

El trabajador señaló que colabora con la empresa reclutando personal cuando ésta lo requiere. La encargada de recursos humanos le pregunta si no conoce a interesados en trabajar en la fábrica. El trabajador muestra cómo hablan con la gente para que se animen a ir a trabajar a la fábrica.

No pues más que nada, hay ahorita mucha gente desempleada, muchos compañeros que tengo, me preguntan que cómo me va en la empresa. Yo en lo personal me siento muy bien donde estoy, en el sentido de que trabajo 4 días y descanso 4. Es cierto que son 11 horas de laborar pero hay un buen sueldo y eso depende de ti, porque ahí estás sobre tu producción. Mientras más produzcas; más vas a ganar. Más que nada eso les decimos a las personas, más o menos ganamos entre 1,200 o 1,400 pesos a la semana, por 4 días de trabajo. Cuando lo escuchan les parece bien, además que hay prestaciones de ley, tenemos de todo. Son muy estrictos en el trabajo, en que debemos de utilizar los equipos de protección en cada área. Así convencemos a algunas personas. También ven como estamos viviendo nosotros, mayormente muchas de las personas que están aquí en Acahualtán, y a viven mucho mejor de cómo estábamos antes. Hay quienes descansan y aparte trabajan en sus taxis.

Juan afirmó que la empresa reconoce el trabajo de los empleados. Este trabajador vivió una experiencia positiva cuando lo quisieron cambiar de área, aspecto que le perjudicaría. Sin embargo, habló con su supervisor para que no lo cambiaran, y éste le sugirió que recurriera al gerente general. Después de explicarle al gerente que tenía ocho años de antigüedad en la empresa, Juan permaneció en el área conservando su sueldo y satisfecho porque le reconocieron su antigüedad.

A pesar de que hay mucho trabajo en la fábrica, Juan no se siente presionado. La empresa le impone una meta y esa meta se la pide a él mismo, porque si la rebasa, obtiene más. A él le interesa el dinero, trabajar más, para ganar más. Considera que tanto a él como a los otros trabajadores de la maquiladora, trabajar en la planta les ha ayudado mucho en lo económico, pues la casa que tiene, así como muchas otras cosas, son producto de su trabajo en la Maquiladora. No tiene que viajar a Mérida para trabajar, como lo hacen otras personas de su pueblo.

En la actualidad, Juan no tiene otro trabajo remunerativo, pero años anteriores se dedicaba a vender zapatos por catálogo junto con su esposa. Vendían las marcas Impuls,

Andrea y Pirma. Los vendían en la manufacturera, comercializaban principalmente zapatos de mujer y de niños, pero lo dejaron porque tenían que invertir bastante, ya que los vendían a crédito y la gente tardaba en pagarles. En cuanto a la posibilidad de ascender al interior de la empresa señaló:

Sí, en la empresa aprendes mucho y tienes opciones de que puedes subir a otros puestos, si tú eres abusado. No necesariamente tienes que tener otros estudios, porque estando en otras áreas le aprendes y así puedes ganarte un puesto más. Cuando veo el logotipo de la empresa, me siento parte de la empresa, porque lo es gracias a nuestro trabajo. Siempre nos vemos como una familia, porque convivimos más tiempo en el trabajo que en la casa, y todos reconocemos que cuando vemos el logo ya nos sentimos parte de esa marca, de esa empresa. Y los demás enseguida reconocen esta empresa. Y eso a veces ayuda, su prestigio, cuando quieres hacer un préstamo, igual, por el tipo de ganancia que llevas. La verdad, se te abren mucho las puertas, yo creo que es como una empresa grandísima.

Juan y su esposa trabajan en la Maquiladora en el mismo turno, y cuentan con el apoyo de su madre quién se encarga de las labores de la casa, incluyendo la preparación de los alimentos y el cuidado de los hijos. Sin embargo, él también colabora en los quehaceres domésticos. Como él mismo lo dijo cuando se le preguntó si realizaba quehaceres domésticos: “Sí claro que sí, por ejemplo ahorita que nació el bebé, pues mi esposa tenía que estar con él y pues yo hago las labores y pues si me pongo a asear la casa, a trapear”. Este es un ejemplo de cómo el trabajo en la Maquiladora ha contribuido a la búsqueda de equidad de género entre los trabajadores y trabajadoras.

Juan tiene muchos planes a futuro. Por el momento pretende continuar trabajando en la maquiladora porque quiere mejorar su casa, por ejemplo, ponerle piso al porche, la escalera que aún no está terminada, hacer un tinglado en donde lava su madre. Quiere que sus hijos estudien porque como dijo:

Teniendo un poco más de estudios aspiras a mucho más. Que estudie lo que guste, pero que tenga una carrera, o que sea deportista. Pero que también estudie, que viva mucho mejor que yo, que tenga mucho más cosas de las que les damos ahora nosotros. Y así, pues también más adelante en mi vejez, él también me podría ayudar, porque no somos eternos, y ellos como son varones tienen que buscar familia y sería bueno que estudien, porque yo tengo muchos amigos que terminaron la escuela y están mucho mejor que yo. A algunos son enfermeros, licenciados, tienen su automóvil, su casita, se van de vacaciones, se pueden ir a asear a la playa cuando descansan, claro que nosotros si podemos pero no hay tanto dinero para eso.

A Juan le gustaría terminar su preparatoria en la escuela nocturna, y seguir estudiando, porque sabe que de esa manera puede acceder a un mejor puesto en la manufacturera.

La identidad de este trabajador pareciera ser instrumental, es decir, sin identificarse con la empresa al decir “trabajo porque me pagan”. Sin embargo, el hecho de apropiarse del discurso de la corporación y de sus conceptos de trabajo, lo ubica dentro de la identidad de empresa. Además la escolaridad secundaria y el tiempo laborado en la Maquiladora, ha significado para él un importante espacio de socialización de aprendizaje y de superación.

IDENTIDAD DE OFICIO

Quizás los que se identifican con la empresa, son los ingenieros, los que ganan bien...

Bernardo es uno de los trabajadores entrevistados más jóvenes. Cuenta con 28 años de edad. Es originario de Acancéh, al igual que toda su familia. Su padre es ejidatario y su madre falleció, cuando él tenía 10 años.

Este joven estudió en Mérida, en la preparatoria del seminario. Se trata de una escuela particular, perteneciente a la iglesia católica, que beca a estudiantes de las poblaciones del interior de Mérida con buen promedio, con interés de iniciarse en el sacerdocio. Sin embargo, los últimos años la escuela amplió su oferta educativa a otros jóvenes.

Una vez terminada la preparatoria, Bernardo dejó de ir a Mérida todos los días para ir a la escuela, e inició su vida laboral en una tienda de abarrotes en Acancéh. Estuvo algunos años allí antes de cambiarse a la Manufacturera. A la fábrica entró a través de la invitación de un amigo. El mismo que le ayudó a entregar sus papeles a la gerencia de recursos humanos. Bernardo tiene cinco años de antigüedad en la planta y trabaja en el área de etiquetado. Es uno de los trabajadores que tiene un puesto más calificado, ya que trabaja manejando la máquina computarizada con la que se imprimen las etiquetas.

Este trabajador manifestó estar contento con la empresa, porque al igual que sus compañeros, considera “han ganado mucho trabajando allí. Por la jornada de trabajo, por el salario, las prestaciones. De hecho, cuando se entrevistó a este trabajador se encontraba

colaborando en la campaña del candidato para la presidencia municipal, por el “Partido del Trabajo”. Al respecto Bernardo señala lo siguiente:

Bueno, hasta cierto punto estoy contento, o sea, es una empresa donde pues ya hemos ganado mucho, ha ayudado mucho en el sentido económico. Siento que lo que ganamos en cuatro días no lo vamos a ganar en otro lado. Son doce horas diarias, cuatro días, son 48 horas. Pero, aun así tienes cuatro días de ver qué haces, trabajar en otra cosa. Que es desgastante, porque estamos en la noche, es un doble esfuerzo. Pero esto se puede acabar, porque como toda Manufacturera, de antemano sabemos que no son para toda la vida. El desgaste también en una Manufacturera es demasiado y en un momento dado sí podría yo cambiarme de empleo consiguiendo algo mejor de lo que ahorita. ¡ Claro! Si hay una probabilidad de cambiarme de trabajo. Siento que la empresa ha beneficiado mucho a la población en el nivel económico. Lo vuelvo a repetir, es algo que ni los que van a trabajar a las maquiladoras de Mérida consiguen. Primero porque la mayoría somos de acá, entonces no tenemos que pagar pasaje, comida, pues todo podemos solucionarlo acá, en comparación con otros que van a otras maquiladoras. Yo no sé realmente cuánto se ganará en Monty, pero no creo que ganen lo que nosotros ganamos. Y ellos trabajan de lunes a sábado, tienen un día de descanso, se levantan a las 5:00 de la mañana, tienen que estar allá 6:30 o 7 de la mañana en el trabajo. A veces desde las 4:00 AM ya están despiertos, porque en lo que se bañan, se cambian y todo. A las 6:00 de la tarde llegan cansados, cuando aquí pues entras a las 7:00. Te despiertas 6 de la mañana, te bañas rapidito, te cambias, te estas yendo. Agarras tu biciletita y ya llegaste a la fábrica.

Bernardo, a pesar de tener mejor puesto que los otros entrevistados y de la mayoría de los trabajadores de Acancéh, no considera del todo positivo el trabajo en la Maquiladora, pues no se siente reconocido por la empresa, y no se apropia de su discurso. Por el contrario, critica sus acciones y manifiesta que todas sus políticas son sólo para favorecer a la empresa, luego a los gerentes e ingenieros y al final a los operarios.

Por lo anterior, Bernardo es un joven con identidad de oficio, al no sentirse identificado con la empresa. Piensa que los trabajadores le dan más a la empresa, que lo que ésta les aporta a los trabajadores. A pesar de tener un puesto más elevado en las computadoras, no considera necesario el reconocimiento, porque entiende el funcionamiento de las empresas transnacionales, en donde los trabajadores pueden ser sustituidos fácilmente. Considera que si los trabajadores se mantienen unidos pueden evitar abusos y atropellos. Piensa que quizás los ingenieros y los empleados que ganan bien en la Manufacturera, son los que se identifican con la empresa. Estas fueron sus palabras de Bernardo: “ el obrero que trabaja doce horas y el

desgaste que lleva, no va a decir ¡mare! Yo si soy de la Manufacturera de Acancéh, me pongo la camiseta, no para nada”.

Me cambiaron de área y bajó el salario...

Olga es una operaria de 36 años y originaria de Acancéh. Trabaja junto con su esposo en la Maquiladora. Ambos tienen 10 años de antigüedad en la fábrica, el esposo está en el área de lavado, y ella en elásticos. Esta trabajadora tiene estudios de secundaria y no habla la lengua maya, sólo la entiende. Antes de entrar a la Maquiladora, se dedicaba a las labores domésticas y realizaba pasteles y postres y su esposo los vendía, era el trabajo de ambos. Sin embargo, se les hacía muy difícil “salir adelante”, necesitaban seguro social y había pasado por una mala experiencia con el embarazo de su hija y no contaban con servicio médico adecuado para resolver el problema, además de no tener casa propia, vivían con sus suegros. Eso lo llevó a decidir entrar a trabajar a la Maquiladora.

El primer puesto de Olga fue en reparación y fue por seis años. Los problemas con su supervisora orilló a que la cambiaran dos veces de puesto: el primero a *han san* y el segundo a elásticos. Para ella, los cambios fueron desfavorables, ya que su sueldo bajó por la inexperiencia en el proceso de trabajo, en el nuevo puesto, y por consecuencia su producción disminuyó. Cuando se realizó la entrevista, la trabajadora estaba muy molesta por esta decisión de la empresa, ya que bajó su salario y no contaba con ello, ya que tenía muchas deudas por los créditos de vivienda y muebles. Además, no se sentía reconocida por la empresa, a pesar de que se consideraba excelente trabajadora, nunca faltaba, ni había creado problemas, la cambiaron de área y salió perjudicada. Olga dijo que no la querían en la empresa, porque cuando algo le parece mal, no se queda callada.

En general, para esta obrera trabajar en la Maquiladora le trajo muchos beneficios, pero también aspectos no muy positivos. Aparte de estar en desacuerdo por el cambio de área de trabajo, su esposo tuvo que cambiar del turno matutino, al nocturno para poder coordinarse entre los dos para el cuidado de sus hijos, porque como dijo: “tienen un hijo adolescente que requiere de mucha vigilancia”. Esto trajo problemas en la pareja porque casi no están juntos.

No obstante, Olga reconoció que trabajar en la Maquiladora le permitió repartirse más equitativamente los quehaceres de la casa con su esposo. Al respecto, la trabajadora señaló:

Nos organizamos de esta manera: mi esposo lava la ropa, a veces cocina, es tá pendiente de la niña. Va a las juntas de la escuela. El que esté más en casa, es uno de los beneficios del cambio de turno, él lo hace todo. Antes pagábamos a una muchachita para que hiciera el quehacer en la casa, pero lo poco que ganábamos, lo gastábamos en pagar la ayuda. Por ejemplo ahora, cuando salgo de mi turno preparo la comida, y al día siguiente, cuando llego a casa, nomás la caliento”.

Dentro de los aspectos que más le gustan a Olga de la fábrica, es el ambiente, aunque es un poco tenso porque como ella dijo: “una maquiladora es a base de producción, pero hay buen ambiente de trabajo”. Dijo que hay buenas relaciones con los gerentes y con el resto del personal, “pero a veces si abusan, nos hacen sentir un poquito mal”. Tener un sueldo seguro, prestaciones y aguinaldos, le permite a ella y a su familia vivir mejor que con sólo la venta de pasteles, a unque muchas veces, Doña Olga los sigue laborando junto con su marido, para obtener ingresos extras.

Pero, a pesar de los beneficios de la fábrica, su trabajo le ha acarreado a Olga padecimientos y las jornadas le parecen agotadoras. Hay momentos que se siente orgullosa de trabajar en la Maquiladora, cuando se encuentra motivada por lo que dice la empresa, que sin el trabajo de los operarios no saldría la producción, pero la mayor parte del tiempo, no siente reconocimiento por la organización.

Lo que a Olga le gustaría solicitar a la empresa, es que haya un mejor trato a los operarios por parte de los supervisores. En palabras de Olga “por ahí dicen, a veces el partido no es malo, sino los que conforman el partido. Que realmente los que están a cargo de unas personas, nos den el trato que realmente necesitamos”. Además, considera que los apoyos que la empresa ofrece a sus empleados son muy buenos, como la ayuda en útiles escolares, pero muchas veces esos útiles no corresponden a lo que les está pidiendo la escuela, por lo que les sirven muy poco. Considera que la empresa debe solicitar su opinión para que dichos apoyos los beneficien. El caso de Olga es el mismo que el anterior, la identidad laboral es de oficio, pues no siente que la empresa esté reconociendo el esfuerzo de tantos años.

IDENTIDAD FUERA DEL TRABAJO

Lo que más me gusta es, trabajar la tierra...

Eddy es uno de los obreros con mayor edad entre los entrevistados, tiene 35 años. Originario de Acancéh, lleva doce años trabajando en la Maquiladora, en el área de inspección. Al igual que los otros trabajadores maduros, su vida ha pasado por procesos de ruptura y continuidad. Es decir, de haber tenido una socialización primaria ligada al campo, posteriormente se desempeñó en otras ocupaciones y oficios, incluyendo el trabajo en la Maquiladora. Además, se vio en la necesidad de trasladarse a Mérida por cuestiones de trabajo o de estudio, ya sea de manera temporal, o yendo y viniendo de forma cotidiana.

Este operario está casado, tiene dos hijos: un varón de once años y una niña de siete. Su esposa trabaja en las labores del hogar y a la organización de actividades religiosas, al margen de la iglesia católica (rezos y gremios). Aparte de trabajar en la Maquiladora, Eddy se dedica a las labores del campo y es mesero en algunos eventos como cumpleaños, quince años y bodas. Es uno de los pocos trabajadores entrevistados que practica las ceremonias agrícolas mayas asociadas a la agricultura y de iniciación, pues le ha hecho *Hetzmek* a sus hijos (especie de bautizo maya)⁵¹. Eddy vive el sincretismo religioso, al participar de una manera comprometida en las ceremonias mayas ancestrales y las católicas, pues organiza periódicamente rezos de agradecimiento al “Santo Niño de Atocha”. La narración biográfica de Eddy es la siguiente:

“Mi papá trabajaba en el campo, hacía milpa y el henequén. Estaba a cargo de eso desde que yo tengo uso de razón. A los nueve años, me integré a trabajar con mi papá. Me llevaba al campo, a la milpa, y nunca se iba a la ciudad a trabajar, porque todavía había trabajo en el campo. Nosotros sembrábamos maíz, calabazas, íbes, frijol, sandía. Hace muchísimos años, el clima todavía no cambiaba. Seguían los temporales de lluvia normales. Yo me acuerdo que en ese entonces estaba y a grandecito y nunca comprábamos tortillas. Mi mamá diario tenía que tortear. Teníamos maíz todo el año. Si es que comprábamos maíz, era como un mes o mes y medio al año. Mientras llegaba la próxima cosecha y secaba el elote para poder cosechar y seguir consumiendo maíz. Yo me acuerdo que mi papá mantenía su altar de varios santitos y tenía a sí abajo cubetas de pita, íbes. En ese entonces, era un poco diferente la vida. Sólo una o dos veces comíamos a la semana carne, los íbes que teníamos, arroz, pollo, frijol colado. O

⁵¹ Rito de iniciación de origen maya que se practica a los hijos, en dos tiempos diferentes, dependiendo el sexo: a los cuatro meses de edad al niño, y a los tres meses de edad de la niña. La función de la ceremonia es preparar al menor para ser un buen hombre o una buena mujer de trabajo.

sea, era nuestra fuente de alimentación todo lo que cosechábamos en el campo. Era el consumo de nosotros, pero todo lo que tú sembrabas era cosecha. Lo que me enseñó mi papá no se me olvida, yo sigo haciendo mi trabajo en el campo”.

Cuando se le preguntó a este trabajador si había participado en las prácticas agrícolas y si aún las realizaba respondió:

Yo participaba en las ceremonias del campo, como hasta la fecha. Ahorita mi suegro, el papá de mi esposa, lo hace cada año, hace un ritual. Él es lo que nosotros acá llamamos *H'men*⁵².

Eddy narra con nostalgia cómo trabajaba el campo con su padre. Cuenta que el padre realizaba el proceso de tumba, rosa y que ma. Pero la temporada de lluvias y el clima en general han cambiado, ahora las lluvias tienen un atraso de dos a tres meses. No obstante, a Eddy le cambió la vida a muy temprana edad. A los 11 años se quedó huérfano de padre. En ese tiempo, Eddy estaba estudiando la secundaria y trabajando en el campo. Tenía tres hermanos, los dos mayores ya vivían en Mérida.

Poco después de la muerte del padre empezó a bajar la producción agrícola en Yucatán y Eddy decidió ir a estudiar a Mérida con su hermano menor. Estuvo dos semestres en el Conalep, a proximadamente era el año de 1988. Sin embargo, decidió por que necesitaba trabajar para ayudar a su familia. Trabajaba en el campo y en la albañilería. Apenas cumplió 18 años, entró a trabajar a un supermercado en Mérida. Allí laboró cuatro años como empleado de mostrador. Le pagaban muy poco y salía muy tarde, muchas veces se vio en la necesidad de pedir aventón en la carretera, porque ya no encontraba transporte de Mérida a Acancéh. Posteriormente, le salió una oportunidad de trabajo en el pueblo, en un expendio de cerveza. Trabajó seis años y luego entró a una fábrica de bloques, ya que consideraba no grato trabajar en un lugar vendiendo alcohol. Temía enviarse y no iba con sus principios. Trabajó seis años en la bloquera, pero era muy pesado. En esa época ya se estaba iniciando el trabajo en la Maquiladora, por lo que consideró solicitar empleo en la fábrica. Don Eddy recuerda:

⁵² Sacerdote maya, considerada una persona especial por ser intermediaria entre los hombres y las deidades. Hoy día son baluartes de la conservación de la tradición y cultura maya ancestral.

Me interesó la maquiladora a ver que había una maquinaria muy grande, muy especializada. Yo iba a personas que ya trabajaban en la planta. Escuchaba que era buena, que había comodidad en el trabajo. Comodidad en el sentido que en la planta, trabajas en la sombra, no en el sol, como en el campo. Para nosotros, que estamos acostumbrados hacer trabajos rudos, trabajos consiguientes, difíciles, trabajar en la maquiladora es un trabajo fácil.

Eddy fue de los primeros en entrar a trabajar a la maquiladora. De hecho, llevó su solicitud a una casa en donde se estaba reclutando a los trabajadores. La encargada de reclutar obreros (as) ahora tiene el puesto de supervisora y es de Acancéh. Eddy la conocía porque la mamá de la supervisora tiene un molino en el pueblo. Ella lo recomendó con la empresa y le pidió que no fuera a dejarla mal, pues confiaba en él.

Este trabajador tiene recuerdos positivos de la empresa cuando inició. Eran muy pocos trabajadores y les daban buen trato, a parte la paga era alta. Pero, poco a poco se fue desilusionando, a ver que a la empresa sólo le interesaba la productividad, y que había bastante rotación de los gerentes y mandos medios.

Para Don Eddy, los reconocimientos de la empresa consisten en los diplomas que otorga cuando el trabajador cumple satisfactoriamente sus metas de trabajo. Tiene cinco diplomas por alcanzar las metas de producción, dos por eficacia y dos por apoyo a la empresa en el “Día de la Comunidad” o “Día FV”. A Don Eddy le gusta mucho participar en las actividades que organiza la empresa, para mejorar la localidad de Acancéh, como pintar escuelas y parques. Subraya que los reconocimientos de la empresa hacia los trabajadores le parecen positivos. En sus propias palabras “...eso quiere decir que la empresa ve lo que uno hace, lo que cada obrero hace, cada operador, que están pendientes de tu actividad. Y pues allá festejan todos los días celebres con un muerzo o un regalito”. De las cosas que más le motivan a Eddy para trabajar en la Maquiladora, es la jornada cuatro por cuatro. Al respecto nos dice:

Pues personalmente para mí, son muy buenos los cuatro días de trabajo, porque tienes muchísimo tiempo para hacer otras cosas productivas. Pues eso me motiva a seguir trabajando, a pesar de las presiones o exigencias que son muchísimas. En los cuatro días de descanso trabajo mi milpa, trabajo en servicio de meseros, en eso invierto el tiempo. Y cuando no tengo servicios de mesero, pos le dedico tiempo acá a mi casa, apoyo a mi familia, a mi hija.

Lo más valioso que ha aprendido Eddy en la Maquiladora, es saber resolver problemas, incluso matrimoniales. Aprender a soportar las presiones y a salir adelante. El trabajo significa algo muy importante para él, pues desde muy niño trabaja, no le gusta quedarse acostado, se siente como un desocupado. Comentó que el trabajo del campo le gusta más que el de mesero y el de la Maquiladora, dijo al respecto:

Me gustaría tener mi terreno, con bomba para todo el año, producir algo. Producir en el campo, eso es lo que he anhelado por mucho tiempo. Tener una bomba, tener mis sembraditos, incluso acá hay un señor que tiene mucho terreno y se la pasa sembrando, y yo lo que hago es esperar las épocas de lluvia.

Cuando se le preguntó a Don Eddy si sentía orgullo por trabajar en la Maquiladora contestó:

Me siento contento, por que orgulloso no. Porque ha cambiado mucho la empresa. Contento sí, porque he podido estar con mi familia más tiempo, estoy en el pueblo más tiempo. Aquí en Acancéh, los trabajos con más prestigio son las profesiones, médicos o cosas así. Trabajar en la Maquiladora es prestigio porque hay más prestaciones y eso te ayuda a vivir mejor. Pero en las granjas ganan 580 pesos y trabajan todos los días. Y no hay otra empresa más grande, sólo la bloquera que tiene como 100 empleados, la cervecería que ya cerró. No hay otra, tal vez y por eso la Maquiladora los trata de esa manera, porque sabe que son los únicos que tienen ese poder de ese trabajo y piensan que a lo mejor no les queda de otra.

Para Eddy, el pueblo cambió a raíz de que llegó la manufacturera. Dice que se incrementó el alcoholismo y la juventud se inclina más a los vicios, ya que ve niños entre trece o catorce años fumando en las esquinas. También, lamenta que la gente esté dejando de producir en el campo y que se estén perdiendo las costumbres, como las ofrendas, ya que se va muriendo la gente antigua que sabe hacer los rituales, y no hay quienes las sustituyan. De hecho, critica las fiestas patronales en Acancéh, porque dice que ya son un negocio, e incluso han inventado nuevas para ganar dinero, porque antes la tradicional era en diciembre, pero ahora se hacen en mayo, septiembre y diciembre.

Este trabajador colabora en los trabajos domésticos, en el cuidado de los hijos. Señaló que él ayudaba mucho a su esposa en el aseo de la casa, lavando la ropa, barriendo, trapeando. Cuando su esposa ha estado enferma, él ha realizado todo el trabajo doméstico.

A pesar de que Eddy percibe cosas muy positivas de la fábrica, su identidad laboral se construye fuera de ella, ya que se identifica más con su origen campesino que como un empleado de la maquiladora. Esto se explica en relación al valor que le da a su socialización temprana, ligada al campo, a la cultura local y a los significados que tiene para él y para su familia el ser campesino en Acancéh.

Mi mejor trabajo, fue en el museo

Martín es un trabajador de la maquiladora con seis años de antigüedad y labora en el área de inspección de calidad. Tiene 42 años de edad, es casado con tres hijos: un adolescente de 15 años, un niño de 8 y un bebé de 2. La esposa vende productos por catálogo y apoya a su cuñada en un negocio en el mercado local. A Martín le gusta cuidar sus plantas y limpiar su terreno en su tiempo libre. Este trabajador nació en una familia campesina y artesana. Tiene un hermano dedicado a la joyería de oro y plata (filigrana) quien ha ganado premios en concursos estatales y nacionales, organizados por la Casa de las Artesanías del Estado de Yucatán y FONART.

Martín siempre ha vivido en Acancéh, pero la mayor parte de sus empleos fueron en Mérida. Igual que todos los trabajadores del pueblo, laboran en la Maquiladora para no tener que ir a trabajar todos los días a la ciudad, y lo que esto implica: levantarse a las 4:00 A.M y pagar transporte. Este operario narra cómo fue su infancia de extracción campesina en su lugar de origen:

Mi padre originalmente era campesino, cuando se les liquidó; pues empezó a buscar trabajos de lo que sea y el último trabajo que tuvo, fue de vigilante del IMSS. Trabajó allí nueve años. Cuando cambió la administración partidista, le quitaron el trabajo. Ahora trabaja como vigilante en la Maquiladora de Acancéh. Mi mamá siempre ha sido ama de casa, aunque cuando yo estudiaba vendía empanadas y panuchos en la escuela. Pero como prohibieron vender allá, por lo de la cooperativa y todo eso, entonces ella vende ahora en la casa.

Al igual que los campesinos del norte de Yucatán, el padre de Martín se dedicaba al chapeo o corte de henequén y al trabajo de la milpa. Pero se quedó “desempleado” cuando el gobierno de Yucatán dejó de pagar el corte del agave, a causa de la crisis agrícola y por su deslinde como rector de esa actividad económica. A pesar de recibir una pensión, los

campesinos se vieron en la necesidad de buscar otros empleos, ya que el dinero que recibían por la pensión era insuficiente para cubrir los gastos familiares.

Por otra parte, su madre era ama de casa, pero el concepto de ser mujer en la población maya es estar dedicada a su familia, lo que incluye el aseo y cuidado de los hijos y padres. Pero las mujeres mayas se han caracterizado por obtener ingresos para sus familias desde sus hogares, a través del bordado de prendas de vestir (hipiles y ternos), cultivos agrícolas y crianza de animales de corral en el solar; actividades que contribuyen a la economía familiar. No obstante, los últimos 20 años, las mujeres mayas también han diversificado su trabajo desempeñando otras actividades remunerativas como el empleo en limpieza y cocina, ventas diversas y el trabajo doméstico en Mérida (lavado y planchado).

Martín Santos empezó a trabajar desde los ocho años. Recuerda que se empleó desde muy pequeño, por la situación económica que vivía su familia y porque su padre era campesino y alcohólico. Es el mayor de los hermanos y a su corta edad, se fue a trabajar a Mérida como panadero, a la panadería de su tío. Mientras estudiaba en la secundaria trabajó como palettero. Después de tres años de trabajar tuvo que renunciar para estudiar la preparatoria. Martín ingresó a la Universidad de Yucatán, pero se le dificultaron sus estudios porque tenía que transportarse diariamente de Acahualtán a Mérida, y sus clases terminaban hasta las 3:00 PM; por lo que regresaba muy tarde al pueblo. Desafortunadamente, por falta de recursos económicos se vio en la necesidad de abandonar la Universidad y empezar nuevamente a trabajar.

Martín inició nuevamente su vida laboral en forma fluctuante. Trabajaba en Mérida en distintos lugares. Laboró en un supermercado en el departamento de frutas y verduras. Pero lo dejó porque los turnos eran rotativos, en ocasiones le tocaba trabajar en la mañana y otras en la tarde. El trabajo no le convenía porque en muchas ocasiones tenía que quedarse a dormir en Mérida, y a que salía a las nueve de la noche, y ya no en contrabata transporte a Acahualtán, entonces se quedaba a dormir en la “Casa del Pueblo”.⁵³

⁵³ "La Casa del Pueblo" es un edificio en el centro de Mérida construido con fines para artistas desde hace aproximadamente un siglo. En su interior, se volvió costumbre dar albergue a la gente del interior del Estado que no tuviese donde alojarse en su estancia nocturna en Mérida. Para pernoctar en este lugar, únicamente es necesario escoger un lugar en la amplia explanada de su teatro. Hoy es la sede estatal del Partido Revolucionario Institucional (PRI).

Su primera experiencia de trabajo en una maquiladora fue en una que producía lencería, ubicada en “El Parque de Industrias No Contaminantes” de Mérida. El operario narró su experiencia al respecto:

Aquí hice muchas cosas. Entré como operador, después tuve un puesto en el que mi función era ver que los operadores trabajaran óptimamente. De ahí me ascendieron a supervisor. Me quité de allí por la misma situación de estar viajando. Mi esposa es de Mérida, cuando nos casamos nos venimos a vivir acá y a ella se le hacía pesado. No sabe cómo se le hacía para irnos a la fábrica. Teníamos que levantarnos a las cuatro de la mañana, para así poder alcanzar el camión que pasaba a las cinco. Igual para alcanzar el camión para ir a la fábrica, agarrábamos los que van a Progreso y era muy cansado para ella. Y pues en ese tiempo me ofrecieron un trabajo en el INEGI, era eventual, pero más seguro, así que nos quitamos. Ya de allá, pues me quedé trabajando. Eran los censos agropecuarios.

Después de pasar por el trabajo en la Maquiladora, Martín Santos laboró en el INEGI como interlocutor entre los trabajadores del INEGI que realizaban levantamientos y aquella gente de su pueblo que no quería dar información sobre sus terrenos y trabajo agrícola. Aunque le gustó ese trabajo porque la paga era buena, fue un trabajo eventual, sólo duró seis meses. Las ocupaciones que le siguieron fueron por seis meses hasta llegar a la Maquiladora en donde trabaja actualmente:

Cuando se acabó el trabajo del INEGI, yo entré a trabajar a una granja que ahora se llama C RÍO, antes eran granjas Fernández. Ahí trabajaba como vacunador de los pollos que entraban allá, había que vacunarlos. Ahí estuve trabajando como seis meses. Ya después entré a una fábrica de yogurt, la marca era Yum, esa marca desapareció del mercado. Estaba allá por Villa Magna la planta, la planta se cerró porque el patrón tuvo problemas y la vendió, pero la persona que la compró no le interesó seguir vendiendo yogurt, y pues a mí no me pareció, y me quité de allá. Me retiré, y después de eso, pues vine para acá. Nunca me dieron liquidación, pues como yo me retiré. Pero pues tampoco a mis compañeros les dieron, aunque se quedaron. Luego entré a trabajar en el museo MACAY, como vigilante. Ahí estuve como año y medio. De todos los trabajos que he tenido en mi vida, es el que más me ha gustado, el del museo. Me encantó ese tipo de trabajo, porque aprendí muchas cosas, porque nos daban cursos y luego hasta nos entregaban un certificado que avalara dichos cursos, pero lo único malo es que pagaban muy poco. En ese tiempo me pagaban 900 pesos a la quincena, era muy poco. En el año del gobernador Granja Ricalde, cuando había la presentación de una exposición, él siempre iba. Le digo la paga era muy poca, pues estuve año y medio en el vestíbulo, y ya de ahí me pasaron al área de discografía. Ahí conocí a varios artistas como a José Luis Cuevas y a otros, aunque la mayoría eran extranjeros. Con lo que ganaba me alcanzaba para vivir al día, así que empecé a buscar un trabajo mejor, y pues hablé con la encargada de recursos humanos allá en el museo. Ella me apoyó, me

dijo que le parecía bien. Así que eso hice, pues en ese tiempo todavía funcionaba la bodega de la Coca Cola, por el aeropuerto. Entonces, yo metí mi solicitud allá y un día me avisaron de que yo me presentara para una entrevista, y ese mismo día me dijeron que me presentara en recursos humanos y fui. Me dijeron que les interesaba que trabajara allá, así que ese mismo día fui al museo y hablé con el director. Él no quería que me quitara, me dijo que no me daría de baja, que me otorgaría 15 días de licencia. Me dijo “prueba allá y si no te parece, pues regresas”. Ahí en la Coca Cola sí pagan bien, buenas prestaciones, pero desgraciadamente cerraron la bodega. Estuve corto tiempo allí, a los empleados de otras áreas los acomodaron porque todas las cosas que estaban allí, pues se lo llevaron a Mérida, pero a nosotros como vigilantes no nos requerían, porque cada bodega tiene su vigilante, así que nos fueron liquidando.

Después de la Coca Cola, este trabajador tuvo que buscar empleo. Ya estaba la maquiladora en Acancéh y metió sus papeles. Una compañera de Acancéh pasó a su casa a avisarle que la empresa lo iba a contratar, pues en esa época no contaba con teléfono. Entró al área de planchado, pero antes tomó el curso de inducción, que según este trabajador, realmente es un curso de las políticas de la empresa. Estuvo en plancha seis meses, pero el exceso de calor le reseca la garganta y todo el tiempo tenía problemas de salud, pero como no había lugar en la fábrica de Acancéh, lo enviaron a la planta de Tekax que estaba iniciando. Allí lo pusieron a trabajar en la costura, en el área de partes chicas, en el turno nocturno. Se fue a Tekax con 20 trabajadores más de Acancéh, los llevaba un transporte de la maquiladora y los regresaba cada cuatro días. En Tekax los hospedaban en un hotel pagado por la empresa, más viáticos. Esto era porque los estaban capacitando para el área. Así estuvo trabajando por tres meses y recuerda que fueron muy buenos tiempos en la maquiladora.

Martín señaló que estaba contento por trabajar en la empresa y que las presiones no las veía mal, porque hay trabajadores que se quejan de que la presión que ejerce la empresa para alcanzar sus metas es excesiva. En palabras del obrero: “yo pienso que está bien, porque la base para que una empresa persista es que debe haber buenos operadores, sino hay una buena producción pues no hay ganancias, ese es mi punto de vista”.

Para Martín, el trabajo significa ser lo más importante en su vida y considera que todo trabajador es importante, nos dice: “cuando yo trabajaba en el museo, la de recursos humanos nos decía: aquí todo trabajo es importante, nadie es más importante que otro. La verdad yo comparto su idea”. Argumenta que en la Manufacturera se les exige a los trabajadores cuidarse, tanto por su bien, como para los demás. Comentó que en la fábrica no hay ningún

tipo de discriminación e incluso, hay personas con capacidades diferentes que hacen trabajos de acuerdo a sus posibilidades. El beneficio que le ha dejado trabajar en la Maquiladora es tener un trabajo cerca de su casa, no tener que exponerse a algún accidente carretero al viajar a Mérida. Además, no sólo se siente beneficiado como trabajador, sino considera que la maquiladora ha beneficiado mucho al pueblo, ya que la gente vive mejor, más cómodamente.

En cuanto al significado del trabajo, señaló que a sus hijos les inculca que el trabajo es importante, pues “un hombre que no trabaja no tiene futuro” y a la persona que trabaja le va bien. Les insiste en que estudien lo que deseen, que ejerzan y que se destaquen. No le disgustaría que trabajaran en la Maquiladora, pero que estudien.

No obstante, se siente orgulloso de trabajar en una maquiladora como la de Acancéh, y participa cada año en los trabajos comunitarios, porque le gusta ayudar a su pueblo. Además considera muy positivo, que la Maquiladora otorgue becas para los hijos de empleados que deseen estudiar su bachillerato y tener buenos promedios. No ve grandes problemas en trabajar en la fábrica, pero como el mismo señaló: “quizás el trabajar de noche si sea con el tiempo un problema”. Sin embargo, para él no es raro el turno nocturno, porque toda su vida ha trabajado de noche. Reconoce que hay personas en la planta que sí se sienten perjudicados por trabajar en la Maquiladora.

La identidad laboral de Martín Santos se puede interpretar como una identidad construida por fuera de la maquiladora, aunque está muy contento por trabajar en ella; pero no ha recibido gran reconocimiento y ascenso para tener una identidad de empresa. Ve su trabajo en la Manufacturera como una buena forma de ganarse el sustento familiar, valorando otro tipo de trabajo que le gustaba más, como fue el muestreo, el cual le proporcionaba mayor satisfacción.

Por lo anterior expuesto, se puede subrayar que los significados del trabajo entre los trabajadores y trabajadoras de la manufacturera de Acancéh son compartidos. Sin embargo, hay diferencias o “matices”. Estos radican en la manera cómo los trabajadores se identifican con la empresa, o con las actividades productivas que desempeñan, es decir, el oficio. Los trabajadores que se identifican con la empresa, son los más jóvenes, que ven en ella una posibilidad de crecimiento. En el caso de las mujeres entrevistadas, aunque no cuentan con una identidad de empresa, si comparten la identidad de oficio y reconocen que la maquiladora

les ha permitido salir del espacio privado (el hogar); al espacio público (la Maquiladora), a través de su vida laboral y su participación en política.

Por el contrario, los más grandes de edad, en el caso de los varones, sus diferentes trayectorias laborales y con ellas sus distintos ámbitos laborales les han permitido identificarse más con otros trabajos realizados que con la empresa manufacturera.

Cabe subrayar, que independientemente del tipo de identidad con el cual se ha clasificado a los trabajadores y trabajadoras de esta Manufacturera, todos coinciden que ésta trajo un progreso a la localidad, reflejado en el aumento del nivel adquisitivo y del mejoramiento de las condiciones de vida.

SIGNIFICADOS DEL TRABAJO Y EL GÉNERO

En este apartado abriré un breve espacio para explicar las diferencias encontradas entre los significados del trabajo entre mujeres y hombres de la Manufacturera. Conviene mencionar, que no se profundizó al respecto, pero se considera tema pendiente para futuras investigaciones. Sin embargo, a continuación se muestran las diferencias encontradas entre uno y otro género.

A pesar de que las y los trabajadores de la Manufacturera comparten una cultura e identidad laboral como operarios y operarias, y un origen común: ser de Acancéh, Yucatán, de origen maya; ya que sus abuelos son maya-hablantes y conservan tradiciones ancestrales como el *hanal pixan* o finados; el *hetzme*, las primicias en el inicio del ciclo agrícola como el *Huajicol*; hay diferencias en cuanto a la identidad de género, es decir, ser mujer y hombre trabajador (a) de la Maquiladora.

Particularmente, las mujeres, siguen teniendo una identidad dual, al ser trabajadoras de la fábrica y amas de casa. Para las trabajadoras, si bien su identidad femenina está ligada al trabajo doméstico, la Manufacturera significa más que llevar ingresos a su casa, les permite tener sus propios ingresos. Recibir un salario les proporciona mayor autonomía al interior de sus hogares, ya que como dijo una de ellas: “si dejo de trabajar y regreso a mi casa, no voy a tener dinero, y no me gusta pedir, me gusta ganar mi propio dinero”.

El ser “amas de casa” es el concepto que predomina entre las mujeres de Acahualtán. Esto se explica con el concepto que se tiene, de ser mujer en la sociedad maya-yucateca. Etnografías como la de Villa Rojas (1978) y Elmendor (1972) describen la importancia que tiene la mujer maya en el cuidado de sus casas, la preparación de alimentos y el cuidado de los hijos, los padres y los enfermos. Sin embargo, la maquiladora ha contribuido en el cambio de identidad de la mujer en ser ama de casa y trabajadora, sobre todo en las mujeres casadas y con hijos. Pero, esta identidad de ser ama de casa y trabajadora, no deja de verse como un conflicto, ya que siempre es tan queriendo quedarse al cuidado de su familia y dejar la Maquiladora. Una trabajadora con 11 años de antigüedad señaló que su esposo quería que ya dejara la Maquiladora, porque su tienda de abarrotes y otros pequeños negocios, ya estaban dejando buenas ganancias. Sin embargo, la trabajadora manifestó que no quería dejar la Maquiladora, aunque trabajara de noche, porque su trabajo le gustaba, pero lo más importante, no quería dejar de ganar su propio dinero, de otro modo tenía que extender la mano, y eso no le gustaba.⁵⁴

La identificación de amas de casa-trabajadoras pareciera ser una constante entre las obreras de la industria manufacturera, y en otras trabajadoras como lo reportan las investigaciones de Guadarrama y Torres (2007). Estos autores, en un estudio en México y Costa Rica observaron que las mujeres obreras, antes de identificarse como trabajadoras, se identificaban como amas de casa. De hecho, trabajaban por que necesitaban recursos para llevar a sus hogares y les causaba conflicto tener que dejar a sus hijos y sus labores del hogar, para ir a trabajar. Por lo que es importante señalar que el “ser ama de casa” es parte de la cultura de la mujer maya y la mujer general. De ahí que se considere importante realizar en el futuro un estudio más profundo sobre la identidad de la mujer trabajadora de origen maya en el ámbito del trabajo maquilador.

Por otro lado, los varones se identifican como trabajadores de la Maquiladora. Esta autoadscripción se combina con la identificación que tienen con sus otras ocupaciones (meseros, taxistas, músicos, pequeños comerciantes, campesinos) Para ellos, el trabajo en la

⁵⁴ Esta misma idea de no gustarles a las obreras depender económicamente de los maridos, lo observé en mi investigación sobre las bordadoras de Kimbilá, Yucatán (2005) en donde estas mujeres realizaban la actividad de bordar, para ser autónomas en términos económicos.

Manufacturera de Acancéh significa poder cumplir con su papel de padre-esposo, y en el caso de los solteros, contribuir a la economía de sus hogares.

También, el trabajo en la fábrica ha permitido a los obreros cambiar la idea de que la mujer sólo debe estar dedicada al hogar. Por el contrario, a partir de la incorporación del hombre y la mujer de dicha localidad a la Manufacturera, ha y mayor colaboración de los varones en las actividades que antes eran destinadas a las mujeres, como la crianza de los hijos y las labores domésticas.

Para terminar, la pregunta general que guió este capítulo fue conocer si se construye una identidad laboral entre los trabajadores de la maquiladora estudiada. Dicha pregunta se responde de la siguiente manera: la empresa fomenta su identidad corporativa, mientras que los trabajadores se apropian de algunos elementos de identidad de la empresa, los re-significan y construyen su propia identidad laboral. Esta identidad se basa en compartir una cultura de trabajo desarrollada en la cotidianidad de la fábrica. Sin embargo, los trabajadores no son homogéneos, sus identidades individuales difieren de acuerdo al significado del trabajo que representa para ellos y ellas, así como por compartir padecimientos como el problema de la pelusa que afecta sus pulmones y las manifestaciones de solidaridad como cuando pararon el área de planchado para presionar a la gerencia en relación a los impuestos que se les habían descontado. De ahí que se vean unos trabajadores (as) más identificados con la empresa, que otros.

Asimismo, el trabajo en la manufacturera ha servido para integrar a las mujeres de origen maya de una localidad rural al mercado laboral, a través del trabajo remunerado y al encontrar, tanto en el ámbito fabril como en el doméstico mayor equidad entre los géneros. Para las mujeres, el trabajar en la fábrica 4 x 4 les ha permitido dedicar tiempo a sus hijos y a las labores domésticas. Incluso, las mujeres encuentran en la manufacturera la posibilidad de poder incapacitarse por embarazo y regresar a trabajar, incluso embarazadas. Asimismo, para los varones la jornada de trabajo 4 x 4 les permite dedicarse a otras actividades remunerativas, y con ello cumplir con sus papel de proveedores como es la costumbre en su localidad.

Finalmente, es necesario destacar que la cultura e identidad laboral en estos trabajadores y trabajadoras puede ser frágil y perderse, de acuerdo a la permanencia en la empresa, y a que la flexibilidad en el trabajo lleva a que las empresas terminen el contrato

laboral cuando le sea conveniente, de acuerdo a las necesidades de la demanda de productos a nivel global. Sin embargo, no por eso el trabajo deja de ser un espacio de producción de significados e identidades sociales, como lo afirmó Offe (1985) en su estudio sobre el fin del trabajo.

CONCLUSIONES

EL objetivo general de la investigación fue conocer y analizar, si se está construyendo una nueva cultura e identidad laboral entre los trabajadores de origen maya de Yucatán, quienes en las últimas décadas se han integrado al mercado laboral de la industria maquiladora de exportación. Particularmente, en la Manufacturera estadounidense localizada en Acancéh, población rural del estado, con un pasado campesino henequenero. La investigación etnográfica directa y en el lugar de estudio, me permitió observar a los trabajadores laborar en una empresa global y conocer su vida cotidiana en su localidad. A través de las entrevistas, me enteré de la manera como los obreros narran su jornada de trabajo, su ingreso a la fábrica, su reclutamiento a través de la invitación de algún pariente o conocido, de los cursos de inducción, entre otras cosas.

Al mismo tiempo, me introduje a la maquiladora y me di cuenta que pertenecía a un corporativo internacional con fábricas distribuidas por distintas partes del mundo, en donde se producen ropa de diferentes marcas. Se trata de una manufacturera que se encuentra inserta en el capitalismo global y que entra a nuestro país, principalmente por las políticas neoliberales del Estado mexicano, quien abre las fronteras a los mercados internacionales, permitiendo el ingreso de capitales, la exención de aranceles y facilitando mano de obra barata; como parte de los acuerdos con Estados Unidos de América y Canadá, a través de la entrada en vigor del Tratado de Libre Comercio en 1994.

Por su parte, la empresa se instala en Acancéh debido a las facilidades e infraestructura que el gobierno yucateco brindó a las empresas, para expandirse en donde antes predominaba el trabajo agrícola y artesanal. Además, la cercanía de Acancéh a la ciudad de Mérida y con el Puerto de Progreso facilitó a la Manufacturera el envío de sus productos (pantalones de mezclilla) a su destino final. Así como, la infraestructura carretera permite también, a los habitantes de Acancéh relacionarse cotidianamente con Mérida; y viceversa, a los habitantes de Mérida con Acancéh, principalmente a aquellos ligados a la producción manufacturera y a los servicios médicos y educativos, es decir, Acancéh está inmersa en lo que se conoce con el nombre de “nueva ruralidad”.

Asimismo, al observar el proceso productivo, me di cuenta que la Manufacturera combina características del modelo de producción taylorista y toyotista, ya que cuenta con procesos de manuales y automatizados de trabajo, además de una política de gestión hacia el trabajador más participativa, por lo que se reitera la idea de que en México las maquiladoras son heterogéneas y es difícil de encontrar “modelos” productivos “puros” tal como lo afirman autores como De la Garza (2005), Castilla Ramos (2004) y Torres (2002). La Manufacturera fue un laboratorio de observación de la diversidad cultural existente en su interior, y la manera como se establecen las relaciones de poder, no sólo capital-trabajo, sino entre gente de diferentes orígenes, lenguas y culturas. Me refiero a los gerentes estadounidenses, los mandos medios de origen mexicano de distintos estados de la República y la población de origen maya de A Cancéh. Aquí, la población maya se ubica en la parte más baja y amplia de la pirámide socio-laboral, lo cual se explica por el rezago educativo y pobreza al que han estado inmersos.

En cuanto a la diversidad cultural al interior de la Manufacturera y las prácticas observadas en el piso de la fábrica, escuché diferentes idiomas (inglés-español-maya), música en español para amenizar el proceso de trabajo y me percaté de prácticas culturales mayas ancestrales como el *hanal pixan*, (Día de los Fieles Difuntos), la palapa o comedor que replica una casa maya, y los trofeos que se les otorga a los trabajadores, los cuales son exhibidos en el comedor con las imágenes de dioses mayas prehispánicos, como parte del liderazgo participativo que practica la empresa como parte de su “ingeniería cultural”.

También pude constatar cómo el trabajo influye en la cultura (eficacia simbólica del trabajo) y cómo la cultura de los trabajadores influye en el trabajo (eficacia simbólica de la cultura); al percatarme de la forma en que la empresa incorpora elementos de la cultura de origen de los trabajadores a la vida fabril y por su parte, los obreros y obreras de origen maya, se adaptan al trabajo maquilador, modificando su vida cotidiana y conceptos sobre el trabajo.

Además, conocí una empresa que se propone respetar la cultura y el lenguaje de los trabajadores aplicando políticas de seguridad y respeto. Estas políticas son parte de las acciones para lograr su certificación a nivel internacional, en donde se debe respetar al trabajador y proporcionar buenas condiciones laborales. Esto le proporciona al corporativo gozar de prestigio a nivel internacional, garantizar sus ventas y cumplir con las exigencias de

los mercados internacionales. Ejemplo de estas políticas son: no a la discriminación, no al acoso sexual, no al despido por ingravidez. Por los testimonios de los trabajadores (as) pude verificar que la empresa efectivamente lleva dichas políticas a la práctica; y a que ningún entrevistado manifestó haber tenido problemas de discriminación, o saber de algún compañero o compañera que hubiera sufrido de discriminación por ser de origen indígena, acoso en el caso de las mujeres, o despidos por embarazo. De ahí que se trate de una empresa que se esfuerza por ser socialmente responsable.

Otra característica de esta manufacturera, es que en las sedes internacionales se elabora una cultura corporativa para ser fomentada en todas las fábricas a nivel internacional. Ésta consiste en difundir los valores, misión, visión y conceptos de trabajo al interior de sus fábricas. El propósito se encuentra en homogeneizar a sus empleados, con objeto de lograr un trabajador participativo que se identifique con la empresa, obtener mayor productividad y enfrentar la demanda y competencia internacional; así como lograr consenso con los trabajadores y evitar conflictos y organizaciones gremiales. Esta cultura corporativa o de empresa, es parte de la ingeniería cultural que se promueve en la industria a nivel global, pero los resultados no son los esperados, porque la empresa no toma en consideración la incapacidad de homogeneizar a los trabajadores, que poseen una trayectoria laboral y sus propias culturas del trabajo.

Como parte de mi observación al interior de la planta, y por las entrevistas de los trabajadores, pude conocer que no sólo la empresa introyecta la cultura corporativa (misión, visión y los valores); sino los trabajadores crean su propia cultura laboral o de trabajo, al apropiarse de algunos elementos de la cultura corporativa y al introducir elementos de su cultura propia. Ejemplo de ello es el lenguaje que se utiliza al interior de la maquiladora, en donde algunos procesos de la producción se dicen en inglés y los trabajadores (as) los españolizan. Por otro lado, los elementos culturales de la empresa los combinan con elementos propios, tales como su idioma y sus tradiciones. El hecho de que los trabajadores y trabajadoras construyan una cultura laboral o de trabajo, se explica porque en los centros laborales, se presentan procesos de apropiación, resistencia y resignificación que tienen que ver con el mundo del trabajo.

Es así que, el hecho de que los trabajadores de la Manufacturera de Acancéh, no se apropien al cien por ciento de la cultura de la empresa, se debe a que no son una tabula rasa, ya que adquieren del corporativo, lo que les parece importante y rechazan lo que no les interesa, construyendo su propia cultura laboral y sus significados del trabajo, como actores laborales que son.

Por lo tanto, no se debe confundir los conceptos de cultura corporativa, ya que ésta es entendida como la cultura de la empresa; mientras que la cultura de trabajo o laboral es el concepto utilizado para diferenciar, la manera como los trabajadores comparten sus saberes, lenguaje laboral, conceptos sobre el trabajo maquilador, y no es precisamente la cultura de la empresa. Además, la investigación teórica me condujo a entender la polisemia del concepto de cultura laboral, y a retomar la noción de cultura de trabajo, ya que explica lo que acontece culturalmente al interior de las fábricas, desde un enfoque plural, en donde se reconoce la diversidad, tanto en procesos productivos como en formas de ver y entender el trabajo, de acuerdo a la edad, el género, la etnicidad y orígenes nacionales. Es decir, al interior de la industria contemporánea confluyen diferentes culturas laborales.

La búsqueda de los significados del trabajo en los actores laborales estudiados, me condujo a entender que el trabajo sigue siendo creador de sentido. Y que para los trabajadores estudiados, la cultura que construyen en la Manufacturera, la solidaridad entre ellos y los padecimientos comunes, así como el origen maya-yucateco, los hace compartir una identidad como obreros y obreras de la empresa. Pero esta identidad, a diferencia de épocas anteriores, no se construye a través de estar afiliado a un sindicato; sino en la vida cotidiana, en la relación con los “otros”. Es decir, al identificarse como un “nosotros” en relación y contra posición a los “otros”, aquellos que consideran diferentes. Para las y los trabajadores, los “otros” se encuentran tanto al interior de la empresa, como al exterior. Al interior, son aquellos que tienen otros puestos y orígenes sociocultural; al exterior, “los otros” son las personas de Acancéh que no trabajan en la Maquiladora.

De igual manera, fue de llamar la atención la forma como se presenta la alteridad al interior del grupo de trabajadores, es decir, en los aspectos que son iguales, pero al mismo tiempo diferente. Esto se observó al analizar que los trabajadores y las trabajadoras no tenían los mismos significados en relación con la empresa. Tal aspecto se debía principalmente a la

edad, el género, antigüedad, trayectorias laborales, y a los sentirse reconocidos o no por la misma. De ahí que se haya clasificado a algunos obreros con identidad de empresa, de oficio e identidad fuera de la fábrica. Es por ello que afirmo que en los centros laborales, no se construyen identidades homogéneas, sino procesos de alteridad, en donde los grupos de trabajo son iguales en algunos aspectos y diferentes en otros. Aquí se demuestra una vez más, que en las maquiladoras se siguen construyendo identidades laborales, a pesar de la flexibilidad y precariedad en el trabajo de los trabajadores que caracteriza a la industria maquiladora de exportación. De ahí que la identidad laboral, no hay que buscarla sólo en las organizaciones gremiales, sino en sus trayectorias de vida, en las formas como se sienten reconocidos o no por la empresa, es decir, en la subjetividad de los trabajadores, y en las diversas formas como le dan sentido al trabajo.

En cuanto a los significados del trabajo, se encontró la idea generalizada de que la empresa ha contribuido notablemente al desarrollo de Acancéh, sobre todo porque ha representado un ingreso económico estable en la población, reabilitando con ello la economía; ya que antes de la llegada de la Maquiladora, la mayoría de sus pobladores no contaban con ingresos seguros y prestaciones de ley, y tenían que salir de la localidad para encontrar empleo. Es por ello que los trabajadores aprecian no tener que salir de su pueblo diariamente a trabajar a la ciudad de Mérida (migración pendular), y el ahorro que representa tanto en términos económicos, como en tiempo y descanso. Sin embargo, los trabajadores son conscientes de que en cualquier momento, la Manufacturera puede trasladarse a China y quedarse desempleados. O bien, verse en la necesidad de retirarse del trabajo prematuramente, por no aguantar las extenuantes jornadas de trabajo de 12 horas diarias, por cuatro días y cuatro de descanso. Es por ello que se habla de un consenso implícito con la empresa, ya que los trabajadores están de acuerdo con dicha jornada de trabajo, para dedicarse a otras ocupaciones en sus días de descanso, aunque las jornadas sean extenuantes. De ahí que se trate de trabajadores que fluctúan entre el trabajo conceptualizado como clásico o formal (en la maquiladora), y el trabajo no clásico (informal o trabajadores por cuenta propia), como ser meseros, taxistas, vendedores por catálogos, campesinos, por citar algunos ejemplos.

En cuanto a las relaciones de género de los trabajadores, se observó que giran de acuerdo a la tradición maya, en donde los hombres son los proveedores jefes de familia, y las mujeres amas de casa, en cargadas de la reproducción social y familiar. No obstante, la

maquiladora, al integrar a la mujer al trabajo asalariado y con ello, la aportación de la mujer a la economía doméstica, contribuyó al cambio en los conceptos del trabajo de la mujer en la comunidad; ya que los hombres permiten que sus mujeres, hijas y nueras asistan al trabajo en la fábrica, incluso en turnos nocturnos. Además, esto llevó a que los maridos comprendieran la importancia de ayudar a sus mujeres en las labores domésticas y en el cuidado de los hijos; dando un paso con ello a la búsqueda de la equidad de género.

La investigación permitió comparar hallazgos con estudios anteriores como los de Reygadas (2002), Castilla Ramos (2004) y Solís (2009), los cuales analizan la dimensión simbólica del trabajo y encontrar las semejanzas y similitudes. Las primeras se centran en la forma como se interyecta la ingeniería cultural, y en el caso del estudio de Castilla, el liderazgo participativo que se impone de forma similar en la Manufacturera de Acancéh. Las diferencias se encuentran en el contexto sociohistórico y en las subjetividades. Para las trabajadoras de la Frontera Norte (Reygadas, 2002; Solís, 2009), el trabajo en la maquiladora tiene una alta rotación, por lo tanto se dificultan las identidades laborales duraderas, además gran cantidad de los trabajadores son migrantes, incluso de paso hacia los Estados Unidos (Solís, 2009). Mientras para los trabajadores de Acancéh, la Maquiladora representa un trabajo estable y los aleja de la migración.

Particularmente, las diferencias encontradas entre el estudio realizado en Acancéh con el trabajo de Castilla Ramos (2004) radican en que, para las trabajadoras de la robótica, la empresa influyó en su constitución como agentes de cambio, por su mercado de trabajo interno que les permitía escalar al interior de la fábrica. En Acancéh, por el contrario, los trabajadores ven pocas posibilidades reales de ascender en el mercado de trabajo al interior de la manufacturera, aspecto que no lleva a todos a reconocer la importancia de la empresa en su desarrollo laboral.

Dentro de los aspectos que se pueden destacar en esta investigación, es el impacto de la manufacturera en el pueblo de Acancéh y viceversa, es decir, cómo la comunidad influye en la Manufacturera. En otras palabras, la existencia del binomio fábrica-comunidad, no puede dejarse de reconocer en este estudio.

La Manufacturera, como se mencionó en párrafos anteriores, contribuye notablemente a la economía de la población, en la medida que ocupa un importante número de habitantes en

su fábrica, al mismo tiempo que reavitaliza la economía del pueblo, a través del trabajo asalariado. Con ello, la maquiladora ha permitido a los trabajadores acceder a otra forma de consumo, así como poder participar con aportaciones económicas en las fiestas y celebraciones del pueblo. Asimismo, con la incorporación de hombres y mujeres a la fábrica, en Acancéh se configuró un nuevo sector social que son los obreros y obreras, y una nueva estratificación con una lógica diferente en el consumo. Por lo anterior, se puede afirmar que la maquiladora permite la reproducción social, a través de la rehabilitación económica y se ve inmersa en un proceso de reactivación y transformación de la comunidad.

Por su parte, la manera como la comunidad ha influido en la Manufacturera, ha sido en la medida en que ésta, utiliza las redes de parentesco para el reclutamiento del personal, aspecto que le beneficia al incorporar redes familiares a la producción industrial, asegurando el compromiso de los trabajadores con la empresa. Es así que, la manufacturera retoma de Acancéh su cultura (maya-yucateca) integrando algunos elementos a su vida fabril. Por ello, la incorporación de la cultura permite a la empresa lograr la productividad y su buen funcionamiento, adaptándose a los días festivos de la población y tratando de mantener a los empleados satisfechos, para evitar el ausentismo que caracteriza a una gran cantidad de maquiladoras en nuestro país.

Enfatizando que, la Manufacturera no ha transformado la cultura de la población, pero sí ha modificado la vida cotidiana de muchos hombres y mujeres, incluso familias, empero, la cultura como tal, sigue produciéndose y reproduciéndose al interior de Acancéh, al ritmo que le imprimen sus habitantes.

Por lo anterior expuesto, se subraya que no existe una respuesta única para lo que ocurre al interior de las maquiladoras en México. Sus dinámicas de trabajo y procesos sociales y culturales dependerán de los contextos en donde se encuentren. Por ello, lo que ocurre en las maquilas de la frontera norte, no puede ser igual, a lo que acontece en el sureste mexicano.

Y si bien, esta investigación tuvo como propósito conocer las culturas e identidades laborales al interior de las maquiladoras, que dan varios cuestionamientos pendientes para futuras investigaciones. Una de ellas es preguntarnos si esta cultura de trabajo de los obreros y obreras de Acancéh va más allá de la maquiladora, si se expresa en el espacio privado de las unidades domésticas, y se transmite de generación en generación. Me refiero a los valores y al

concepto que se tiene del trabajo adquirido en la empresa. En otras palabras, ¿cómo el trabajo en la empresa, influye en la dinámica familiar de los trabajadores?

Otro cuestionamiento es, si esta cultura e identidad laboral de los trabajadores de la Manufacturera de Acahualtán, puede ser sólo una cultura organizacional que responda a la adaptación de los trabajadores en la fábrica; ya que los operarios se dedican en sus días libres a ejercer otros trabajos tales como: meseros, taxistas, albañilería, músicos, empleadas de comercios, amas de casa, vendedoras de productos por catálogos.

Otras preguntas son: ¿cómo las trabajadoras construyen su identidad de género y qué papel juega la maquiladora al respecto? ¿Las mujeres han logrado un empoderamiento como parte de su trabajo en la manufacturera? ¿Cómo los trabajadores construyen su identidad étnica, se identifican como población maya, o lo maya se queda sólo en las prácticas culturales ancestrales, las cuales combinan con la cultura yucateca actual?

Éstas y otras preguntas se pueden abordar en futuras investigaciones. Queda como tarea seguir observando y analizando los procesos culturales, cambios y permanencias en donde se ven inmersos los trabajadores y trabajadoras de origen maya de Yucatán.

BIBLIOGRAFÍA

- Aguado José Carlos y Ma. Ana Portal (1992) *Identidad, ideología y ritual*. Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Iztapalapa, Colección Texto y Contexto núm. 9, México.
- Andrade, H. (1991) “Cultura organizacional, administración de recursos simbólicos y comunicación” en Collado F. (Coord.) *La comunicación en las organizaciones*. México: Trillas.
- Areanal, Sandra (1986) *Sangre Joven. Las maquiladoras por dentro*, México: Nuestro Tiempo.
- Arzápalo, Ramón (1995) *Calepino de Motul. Diccionario Maya Español*, tomo I, IIA-UNAM, México.
- Babba, Marietta (1995) “The cultural ecology of the corporation: explaining diversity in work group responses to organizational transformation”, preparado para *Journal of Applied Behavioral Science, special issue on Cultural Diversity*.
- Barkin, D. (2001) “La nueva ruralidad y la globalización”. En *La nueva ruralidad en América Latina. Maestría en Desarrollo Rural 20 años*, coordinado por E. Pérez y M. A. Farah, 21-40 Bogotá: Pontificia Universidad Javeriana, Maestría en Desarrollo Rural, Tomo 2.
- Bjornavold, J. (1997) “La evaluación del aprendizaje no formal: calidad y limitaciones de las metodologías” en: *Formación profesional*. Tesalónica, CEDEFOP, N° 12.
- Bonfil, Guillermo (1982) “Nuestro patrimonio cultural: un laberinto de significados” en: *Antropología Boletín del INAH*, núm. 17, Nov-Dic, pp.3-15.
- (1987a) “Comentario a la ponencia ‘Notas a cerca de la cultura obrera’” en: Victoria Novelo (Coord) *Coloquio sobre cultura obrera*, Cuadernos de la Casa Chata núm. 145, CIESAS: México, pp. 181-184.

----- (1987b) *La Teoría del control cultural en el estudio de los procesos étnicos*. México: Papeles de la Casa Chata , año 2, núm. 3, CIESAS-SEP 23-43.

Boutiller, Sophie y Beatriz Castilla (2011) “El nuevo capitalismo en el contexto de la mundialización, organización del trabajo y emergencia de la firma red. Elementos de análisis a partir de economistas: K. Marx, J.A. Schumpeter, J.K. Galbraith, M. Castells y P. K rugman”, en : Castilla Beatriz y Beatriz Torres (editoras) *Tras las huellas del trabajo: de la firma red a los “otros trabajos”*, Mérida, Yucatán: UADY pp.15-42.

Bourdieu, Pierre (1980) *Le sens pratique*. Paris. Editions de Minuit.

Bracamonte y Sosa, Pedro (1988). “Haciendas y ganado en el Noroeste de Yucatán, 1800-1850”. En: *Historia Mexicana*, Vol. XXXVII, Núm. 4, 1988. Pp. 613-639.

Bretón, Víctor (2007) La cuestión agraria y los límites del neoliberalismo en América Latina. Diálogo con Cristobal Kay. En *Iconos. Revista de Ciencias Sociales*. Num. 28, Quito, mayo 2007, pp. 119-133 © Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales-Sede Académica de Ecuador.

Burawoy, Michael (1979) *Manufacturing Consent*. Chicago y Londres: The University of Chicago Press.

Bjornavold, J. (1997) “La evaluación del aprendizaje no formal: calidad y limitaciones de las metodologías”. Formación Profesional. Tesalónica, CEDEFOP, núm. 12.

Carrillo, Jorge (2000) “Características y evolución de las maquiladoras en México” en Felipe Ahumada (coord.) *Memorias del quinto foro de proyectos integrales: maquiladoras de exportación*. Mérida, Yucatán: CONACYT- SISIERRA-UADY, PP. 3-12.

Carrillo, Jorge y Redi Gomis (2007) “¿La maquila evoluciona? ¿podrá evolucionar en el

contexto? En: Jorge Carrillo y María de los Ríos Barajas (Coord.) *Maquilas fronterizas. Evolución y heterogeneidad en los sectores electrónicos y automotriz*. México: El Colegio de la Frontera Norte y Miguel Ángel Porrúa

Casares G. Cantón, Raúl E. (1998) *Yucatán en el tiempo*, Tomo I, (1998) México: Inversiones Cares.

Casilda, Ramón (2004) “América Latina y el consenso de Washington” en: *Boletín Económico de ICE* N° 2803 Del 26 de abril al 2 de mayo pp. 19-39.

Castells, Manuel (1999) *La era de la información, Economía, Sociedad y Cultura*, 3 tomos, siglo XXI Editores, México.

----- (2006) *La era de la información. La sociedad red*. Vol 1, Siglo XXI Editores, México.

Castilla Ramos, Beatriz (1991) *La ocupación en Yucatán*. Ediciones de la Universidad Autónoma de Yucatán, Mérida, Yucatán.

----- (2002) “*Nouvelles technologies et changements culturels: l'exemple des ouvrières mayas travaillant dans une usine de montage au Yucatán, Mexique*”. Tesis doctoral. Université de Perpignan, Francia, octubre.

----- (2004) *Mujeres mayas en la robótica y líderes de comunidad tejiendo la modernidad*. Mérida: UADY.

Castilla, Beatriz y Beatriz Torres (1999) “Yucatán: la otra frontera o la desaparición del sistema agroexportador” en *Certeza Económica*, No. 13, Año III, ago-sep.

----- (2007) “Hacia nuevas formas de organizar el trabajo en la IME de Yucatán: análisis de dos empresas” *El Cotidiano*, México, D.F. Año 22, núm. 142 Marzo-Abril pp. 53-63.

----- (2009) “De hogar a la fábrica. Trabajadoras de las empresas transnacionales en Yucatán, México” en *Revista Trance*, núm. 55, de la Embajada de Francia, coordinada por Beatriz Castilla y María France Labrecque.

Costa, Joan (2003) *Identidad corporativa*, México: Trillas-Sigma.

De la Garza, Enrique (1988) “Los retos del marxismo en metodología” en: De la Garza, Enrique (Coord.) *Introducción: Hacia una metodología de la reconstrucción*, México: UNAM-PORRÚA

.....(1997) *Los estudios sobre la cultura en México: enfoques, balances y perspectivas*. México: CONACULTA.

----- et.al. (1998) “Modelos de industrialización en México”. *Cuadernos del trabajo. Secretaría del trabajo y previsión social*. México D.F. núm. 15.

----- (2000) *Tratado latinoamericano de sociología del trabajo. Introducción*, México: El Colegio de México. Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales, Universidad Autónoma Metropolitana, pp. 15-35.

----- (2001) *La formación socioeconómica neoliberal. Debates teóricos acerca de la reestructuración de la producción y evidencias para América Latina*, México UAM-Plaza y Valdés.

----- (2005) “La maquila en México: aspectos generales” en: Enrique de la Garza (Coord.) *Modelos de producción en la maquila de exportación. La crisis del toyotismo precario*. UAM-Iztapalapa-Plaza y Valdéz, México, pp. 13-31.

----- (2011) “Introducción: construcción de la identidad y la acción colectiva entre trabajadores no clásicos como problema” en: *Trabajo no clásico, organización y acción colectiva. Tomo I* UAM-Iztapalapa, Plaza y Valdés Editores: México.

Dubar, Claude (2001) “El trabajo y las identidades profesionales y personales”, *Revista Latinoamericana de Estudios del Trabajo*, año 7, núm. 13, pp. 5-16.

----- (2005) *La socialisation*, París, Armand Colin.

Elmendor Mary (1972) *Mujeres mayas y el cambio*, México: SEP.

Escobar Latapí, Agustín (1990) “Estado, orden político e informalidad: notas para discusión” en *Nueva Antropología*, vol. XI, núm. 37, abril, México pp. 23-40.

Estrada, Margarita (2002) “Nuevo orden rural: trabajo manufacturero y consumo, en *Ciudades: nueva ruralidad, nueva urbanidad*, abril-junio, núm. 54, RNIU, Puebla, México, pp. 29-34.

Fernandez- Kelly M. (1983) *For we are sold, i and my people: women an industry in Mexico's frontier*, Albany, State University of New York Press.

García Alejandra y Castilla Beatriz (1980). “El Yucatán colonial, mujeres telares y patíes” En: *Yucatán historia y economía*. D EES-CIR-UADY. Mérida, Yucatán. Año 4, Núm.20, jul.-ago. De 1980.

Garza, Verónica (2005) *Identidad laboral y artesanías: el caso de las bordadoras de Kimbilá Yucatán*. Tesis de maestría, Mérida, Yucatán FCA-UADY.

Gómez, Rosalía (2007) *Comunicación y cultura organizacional en empresas chinas y japonesas*. Edición electrónica gratuita. Texto completo en [www.eumed.net/libros/2007 al 221](http://www.eumed.net/libros/2007/al221)).

Geertz, Clifford (1989) *El antropólogo como autor*, Barcelona: Paidós

.....(2005) *La interpretación de las culturas*, Barcelona: Gedisa.

Giménez, Gilberto (1994) “Comunidades primordiales y modernización en México” en: Giménez Gilberto y Ricardo Pozas H. (coord.) *Modernización e identidades sociales*. UNAM. México, pp. 151-183.

Guadarrama, Rocío (2000) “La cultura laboral” en: De la Garza, Enrique (Coord.) *Tratado latinoamericano de sociología del trabajo*, México: COLMEX, UAM, FCE.

----- (2007) Identidades, resistencia y conflicto en las cadenas globales. Las trabajadoras de la industria maquiladora de la confección de Costa Rica” en Guadarrama Rocío y José Luis Torres (Coord.) *Los significados del trabajo femenino en el mundo global*, México: Anthropos, UAM. Pp. 9-24.

Guadarrama Rocío y José Luis Torres (2007) (Coord.) *Los significados del trabajo femenino en el mundo global*. México: Anthropos-UAM.

Hall, Edward (1972) *El lenguaje silencioso*, México, Alianza-Conaculta.

Harvey, David (2007) *Breve historia del neoliberalismo*, Madrid: Akal
http://www.extension.edu.uy/sites/extension.edu.uy/files/breve_historia_del_neoliberalismo_harvey.pdf Recuperado: 23/agosto/2015.

Hernández Marcela (2003) *Subjetividad y cultura en la toma de decisiones empresariales*. Tres estudios de caso en Aguascalientes, México: Universidad Autónoma de Aguascalientes- Plaza y Valdés.

Hernández, Juan José (2011) “Trabajo e identidad entre los trabajadores de Walmart” en: De la Garza, Enrique. *Trabajo no clásico, organización y acción colectiva. Tomo I* México: UAM-Iztapalapa, Plaza y Valdes Editores.

Hualde, Alfredo (1998) “Aprendizaje e identidad profesional entre los ingenieros de la frontera. Hacia una profesionalización de la maquiladora”, en Rocío Guaderrama (coord.), *Cultura y trabajo en México*. México: Casa Abierta al Tiempo (UAM)- Juan Pablos Editor-Fundación Friedrich Ebert, pp. 309-332.

----- (2007) “Mujeres y trabajo técnico en la industria maquiladora. Identidades y trayectorias profesionales” en : Guadarrama Rocío y José Luis Torres (2007) (Coord.) *Los significados del trabajo femenino en el mundo global*. México: Anthropos-UAM pp. 159-174.

Iglesias, Norma (1985) *La flor más bella de la maquiladora*, México, Secretaría de Educación Pública-Centros de Estudios Fronterizos del Norte de México.

- INEGI (2010) *Censo de Población y Vivienda*. México: Instituto Nacional de Estadística y Geografía.
- Kay, Cristobal (2007) “Pobreza rural en América Latina. Teorías y estrategias de desarrollo” en: *Revista Mexicana de Sociología* 69, núm.1 (enero-marzo) pp. 69-108.
- Kearney, Michael (2000) “Reflexión final” en: Carmen Bueno (coord.) *Globalización. Una cuestión antropológica*. México: CIESAS-Miguel Ángel Porrúa pp. 209-218.
- Krotz, Esteban (2004) “Diálogos interculturales en la Península de Yucatán: perspectivas para las relaciones entre la sociedad maya y la maya” En: *Temas Antropológicos*, vol. 26, núms. 1-2 pp. 33-54.
- Kunda, Gideon (1992) *Engineering Culture. Control and Commitment in a High Tech Corporation*. Philadelphia: Temple University Press.
- Larsh Scout y John Urry (1998) *Economía de signos y espacios: sobre el capitalismo de la posorganización*, Buenos Aires: Amarrourtu Editores.
- Llambi, Luis (1996) “Globalización y nueva ruralidad en América Latina”, en: S.Lara y M. Chauvet (coord.), H. Carton de Grammont, y H. Tejera (coords, g rales). *La sociedad rural mexicana frente al nuevo milenio*, Vol. I. La inserción de la agricultura mexicana en la economía mundial, México, Plaza y Valdés, INAH, UAM Azcapotzalco, UNAM, pp. 75-98.
- León, Carlos (2011) “El problema de la identidad y la acción colectiva en los microbuseros” en: De la Garza, Enrique (coord.) *Trabajo no clásico, organización y acción colectiva*. Tomo I México: UAM-Iztapalapa, Plaza y Valdés Editores.
- Marx, Carlos y Federico Engels (1971) *La ideología alemana*, Pueblos Unidos: Buenos Aires.
- Marx, Carlos (1974) “Prólogo a la contribución a la crítica de la economía política”, en: Marx, Carlos y Federico Engels, *Obras escogidas*, Progreso, Moscú.

- Medá, Dominique (1995) *El trabajo. Un valor en peligro de extinción*. México, GEDISA, Barcelona.
- Méndez, Luis (2005) *Ritos de paso truncos: el territorio simbólico maquilador fronterizo*, México, EON-UAM-Azcapotzalco.
- Mézquita, M. Teresa (2007) “Rescatando un sueño”. Sitio de Internet. www.mayadiscovery.com/es/arqueología/acanceh.htm.
- Miam, J. (2005) *Impacto socioeconómico de la manufacturera Lee en el municipio de Acancéh en el período de 1998-2003* Tesis de licenciatura, Mérida, Facultad de Economía, UADY.
- Monsivais, Carlos (1987) “Notas acerca de la cultura obrera” en: Victoria Novelo (Coord) *Coloquio sobre cultura obrera*, Cuadernos de la Casa Chata núm. 145, CIESAS: México pp. 167-179.
- Nieto, Raúl (1997) *Ciudad, Cultura y Clase Obrera: una aproximación antropológica*. Culturas Populares de México- CONACULTA- Casa Abierta al Tiempo: México.
- (2005) “La ciudad industrial y la cultura urbana”, en: Néstor García Canclini (coord.) *La antropología urbana en México*. México: CONACULTA-UAM-FCE.
- Novelo, Victoria (1984) “La cultura obrera, una contrapropuesta cultural”, en *Nueva Antropología*, núm. 23, México pp. 45-56.
- (1987) (Coord.) *Coloquio sobre cultura obrera*, CIESAS (Cuadernos de la Casa Chata, 145): México.
- (1988) “La vida obrera, un nuevo campo para la etnología” en *Cuicuilco*, núm. 1, ENAH: México pp.22-24.
- Offe, Claus (1985) *Disorganized capitalism. Contemporary transformations of work and politics*, Oxford, The MIT Press.

- Pérez Castro Ana Bella (2013) *Reseña del libro: Hernán J. Salas Quintanal, M a. Leticia Rivermar Pérez y Paola Velasco Santos (eds.), "Nuevas ruralidades. Expresiones de la transformación social en México" en: Anales de Antropología col. 47-11* Noviembre 2013, UNAM: México pp. 173-182.
- Pérez Luz y Gail Mummert (1998) "Introducción: la construcción de identidades de género vista a través del prisma del trabajo femenino" en: Gail Mummert y Luis Ramírez (Eds.) *Rehaciendo las diferencias: Identidad de género en Michoacán y Yucatán*, México: UADY-COLMICH pp. 15-31.
- Pérez Ruiz, Maya Lorena (1992) "La identidad como objeto de estudio" en: Leticia Méndez y Mercado (comp.) *El Seminario sobre identidad*, UNAM. Instituto de Investigaciones Antropológicas, México, pp. 61-69.
- Pinkus, Manuel (2005) *De la herencia a la enajenación: danzas y bailes "tradicionales" de Yucatán*. México, UNAM. Coordinación de Humanidades.
- Quintero, Cirila (1997) *Reestructuración sindical en la frontera norte. El caso de la industria maquiladora*. Tijuana: El Colegio de la Frontera Norte.
- Quintero, Cirila y Javier Dragustinovis (2006) *Soy más que mis manos: los diferentes mundos de la mujer en la maquila*, México: Friedrich Ebert stiftung-SJOIIM.
- Ramírez, Blanca y Patricia Arias (2002) "Hacia una nueva rusticidad" en *Ciudades 54*, México pp. 9-14.
- Ramírez, Luis Alfonso (1998) "La invención del tiempo: la identidad femenina entre el trabajo y la casa", en: Gail Mummert y Luis Ramírez (Eds.) *Rehaciendo las diferencias: Identidad de género en Michoacán en Yucatán*, México: UADY-COLMICH pp. 293-324.
- (2004) *Las redes del poder: corrupción, maquiladoras y desarrollo regional en México. El caso de Yucatán*. México: Cámara de Diputados-UADY-Miguel Ángel Porrúa.

Reygadas, Luis (1993) “Formación de identidades en la industria maquiladora”, *Cultura Norte*, núm. 23, pp. 11-14.

----- (1997) “La dimensión desconocida: el mundo simbólico del trabajo” en: *Los estudios sobre la cultura obrera en México*. Ma. Eugenia de la O, et.al. (Coord.) México: UAM-Conaculta.

----- (1998) *Mercado y sociedad civil en la fábrica: culturas del trabajo en maquiladoras de México y Guatemala*, Tesis doctoral. México: UAM-Iztapalapa.

----- (2002a) *Ensamblando culturas. Diversidad y conflicto en la globalización de la industria*, Barcelona, Gedisa.

----- (2002b) “¿Identidades flexibles? Transformaciones de las fronteras de clase, etnia y género en tre t rabajadoras de maquiladora”, en Aquiles Chih A mparán (coord.), *Sociología de la identidad*, México, UNAM-Porrúa.

----- (2002c) “Producción simbólica y producción material. Metáforas y conceptos en torno a la cultura del trabajo”. *Nueva Antropología* 60:101-119.

Rodrigo Alsina, Miquel (1999) *Comunicación intercultural*. España: Anthropos.

Ruíz, Sandra R. (2011) “La identidad y la acción colectiva en los vagoneros del metro” en: De la Garza, Enrique. *Trabajo no clásico, organización y acción colectiva. Tomo I* México: UAM-Iztapalapa, Plaza y Valdes Editores.

Ruz Lhuillier, Alberto (1981) *Los antiguos mayas*. México: Sep/80-FCE.

Salas, Hernán (2002) *Antropología, estudios rurales y cambio social. La globalización en la región lagunera*. México: UNAM.

San Miguel del Hoyo, Begoña (2000) *La fábrica dispersa*. Alicante, Instituto Alicantino de Cultura Juan Gil-Albert, Diputación provisional de Alicante.

- Sariego, Juan Luis (1986) *Enclaves y minerales en el norte de México. Historia social de los mineros de Cananea y Nueva Rosita*, Tesis de maestría. México: Universidad Iberoamericana.
- Sennett, Richard (1998) *The corrosion of character. The personal consequences of work in the new capitalism*. Londres-Nueva York, W.W. Norton & Company.
- Solís, Gabriela (2003) *Bajo el signo de la compulsión. El trabajo forzoso indígena en el sistema colonial yucateco 1540-1730*, México: CIESAS-ICY-CONACULTA, INAH.
- Solís, Marlene (2009) *Trabajar y vivir en la frontera. Identidades laborales en las maquiladoras de Tijuana*. México: El Colegio de la Frontera Norte-Miguel Ángel Porrúa.
- Terán, Silvia y Christian Rasmussen (1981) *Artesanías de Yucatán*. México: PESIP/arte y comunicación. Dirección General de Culturas Populares/SEP.
- Thompson, J. (1990) *Ideology and modern culture. Critical social theory in the era of mass communication*, Stanford University Press, Stanford.
- Tolentino, Hedald (2007) "Orientaciones y significados del trabajo en un grupo de enfermeras de élite en la ciudad de México" en: Guadarrama Rocío y Torres, José Luis (2007) (Coord.) *Los significados del trabajo femenino en el mundo global*. México: Anthropos-UAM pp.103-122.
- Torres, Beatriz (2002) *Modernización productiva, sistemas de trabajo y recursos humanos en la industria de alimentos y bebidas de Yucatán*. Tesis de Doctorado en Estudios Sociales. Línea Estudios Laborales. División de Ciencias Sociales y Humanidades. México: Universidad Autónoma Metropolitana. Unidad Iztapalapa.
- Torres, Gabriel (1997) *La fuerza de la ironía. Un estudio del poder en la vida cotidiana de los trabajadores tomateros del occidente de México*. México. CIESAS.

- Vallentin, Susann (2011) “ Los nuevos patrones migratorios en el sur de Veracruz. Transformaciones rurales, unidad doméstica y migración” en: Salas Hernán, Ma. Leticia Rivermar Pérez y Paola Velasco Santos (eds.) *Nuevas ruralidades. Expresiones de la transformación social en México.* México: IIA/Juan Pablos Editor.
- Villa Rojas, Alfonso (1978) *Los elegidos de Dios: etnografía de los mayas de Quintana Roo.* México: INI-CONACULTA.
- Villanueva, Nancy (1993) *Artesanías y economía campesina en Halachó Yucatán*, Folleto de investigación núm. 4, México: UADY.
- Wallerstein, Immanuel (1982) *El moderno sistema mundial II. El mercantilismo y la consolidación de la economía mundo-europea 1600-1750.* España, Siglo XXI México, Siglo XXI.
- Wajman, Judy y Bill Martín (2002) “ Narratives of identity in modern management: the corrosion of gender difference?” *Sociology*, vol. 36, núm. 4, pp-985-1002.