

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

PROGRAMA DE POSGRADO DE ANTROPOLOGÍA

**FACULTAD DE FILOSOFÍA Y LETRAS/INSTITUTO DE INVESTIGACIONES
ANTROPOLÓGICAS**

MUJERES EMPRESARIAS EN LOS SECTORES RURALES

TESIS

**Que para obtener el grado de
DOCTORA EN ANTROPOLOGÍA**

Presenta:

ROCÍO FUENTES VALDIVIESO



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



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.

Para Edgar, mi hijo, con todo mi
amor.

Agradecimientos

El proceso de varios años de investigación para la elaboración de esta tesis y concluirla, comprendió momentos agradables de mi vida. Sin embargo, no todo fue grato. Para hacer una tesis doctoral no sólo bastan las buenas intenciones, sino además, sobrepasar un conjunto de situaciones que influyen de manera directa e indirecta, positiva y negativa, en las circunstancias de vida para llegar al final del trabajo y no desistir. Durante este proceso recibí el apoyo, la comprensión y los conocimientos de quienes me rodean.

Agradezco al Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACYT) por la beca otorgada para realizar mi doctorado. A la doctora Patricia Torres Mejía, directora de la tesis, con quien dialogué ampliamente sobre el tema y me proporcionó la confianza para continuar con la investigación. A la doctora Haydee Quiroz Malca, y al doctor Luis Reygadas Robles Gil, quienes leyeron cuidadosamente las primeras versiones de esta tesis, y sus comentarios y observaciones fueron útiles para darle forma al trabajo. A la doctora Anabella Pérez Castro, al doctor Hernán Salas, a la doctora Sara Lara y al doctor Mario Castillo, que aceptaron leer un proyecto que parecía arriesgado para muchos otros por la propuesta que se plantea en el tema; e hicieron una lectura cuidadosa del manuscrito y cada una de sus observaciones fueron tomadas en cuenta. Fue un honor contar con la opinión del doctor Mario Cerutti y sus comentarios alentadores en torno al trabajo; con el doctor Octavio Luís Pineda, quien me orientó sobre el tema de la Industria Maquiladora de Exportación.

Mi reconocimiento a Eduardo Arriola Mendoza, quien fue mi asistente de investigación, además de ser cuidadoso en todo lo que le sugería para hacer la observación detallada durante las entrevistas en el trabajo de campo. Gracias a la tecnología de la comunicación, compartí con amigos los borradores de la tesis: a Julio García Miranda, Lorena Segrove. A Mercedes Olvera González., por su solidaridad. Recibí un gran apoyo de Arturo Rubio Gómez quien revisó cuidadosamente los borradores para hacerlos legibles, pero que cualquier error en el texto es mi responsabilidad.

Trabajar entre mis profesores y colegas ha sido grato, por lo que le agradezco al doctor Ricardo Antonio Tena, Jefe de la Sección de Posgrado de la Escuela Superior de Ingeniería y Arquitectura, unidad Tecamachalco, del Instituto Politécnico Nacional, lugar donde laboro, por el apoyo que me proporcionó facilitándome el tiempo para realizar los trámites de titulación; así mismo, al maestro Arturo España Coordinador del Posgrado de ciencias de la Arquitectura.

La experiencia de hacer la investigación en Cuauila fue agradable y sumamente enriquecedora para mi vida académica como antropóloga, porque me llevó a contrastar a las mujeres de empresa y que trabajan con las del istmo de Tehuantepec y Juchitán Oaxaca, lugar donde nací, espero un día escribir sobre este tema. En Cuauila, conocí a varias personas que me proporcionaron información y en todo momento me ofrecieron muestras de amistad y aceptación, especialmente a Elena Ramírez, al señor Otilio Rivera, a Eduviges Illescasy a doña Trinidad García; a las propietarias de los talleres que me compartieron sus historias de vida y sus estrategias empresariales. A los artesanos de ojos de vidrio a la señora Amelia Illescas y a su esposo Cresencio Rivera, así también, a todos los trabajadores de los talleres.

Deseo agradecer también a todos los empresarios y administradores de empresas quienes me proporcionaron datos aunque sus nombres no aparezcan.

A los amigos y a mi familia que me ofrecieron su apoyo con muestras de cariño y solidaridad. A mis queridos padres, Ezequiel Fuentes y Teresa Valdivieso que aunque ya no estén en esta vida, en su momento, apoyaron mi formación profesional y mis decisiones. A mi hermano y hermanas: Javier, Mirna, Alma, Lourdes y Teresa Fuentes Valdivieso.

Estoy en deuda con Edgar López, mi esposo, que durante el trabajo de investigación me proporcionó ayuda técnica para hacer los cuadros, anexar las fotografías y muchas veces escuchó cuidadosamente las ideas que expresaba en torno al tema lo que me ayudó a afinar el trabajo.

Esta tesis está dedicada a mi hijo Edgar, quien compartió conmigo los momentos emotivos de la investigación y las preocupaciones por concluirlo.

ÍNDICE

Agradecimientos.....	7
Introducción.....	9
Resumen.....	11
Planteamiento del problema.....	12
Aproximación al lugar de investigación.....	14
Aplicación de técnicas de investigación.....	17

CAPÍTULO I

Economía mundial, cambio cultural y relaciones de género

Economía mundial y maquila.....	27
La reaparición de la microindustria	30
La maquila.....	32
Unidad doméstica.....	36
Cambio cultural.....	36
Relaciones de género y procesos de trabajo en la maquila de ropa.....	39
Empresarias y microempresas de maquila de ropa.....	45

CAPÍTULO II

Santiago Cuauila: un pueblo de comerciantes, artesanos y costureras

El ambiente de la localidad.....	55
Ubicación y su asentamiento.....	59
Unidades domésticas y celebraciones.....	68
Organización política.....	71
Situación económica.....	73

CAPÍTULO III

Los ojos de Santiago. El antecedente de los talleres de maquila

El surgimiento de la actividad empresarial en Santiago Cuauila.....	79
Los talleres de artesanos en Santiago Cuauila.....	80
Relaciones de género y artesanía.....	83
Los ojos de vidrio en el mundo.....	85
La relación global local de los ojos de vidrio.....	88
Estudio de caso: Doña Trinidad.....	94
¿Artesanas y empresarias?	102

CAPÍTULO IV

Procesos de trabajo y maquila de ropa

Mujeres, hombres, playeras y camisetas.....	107
La extensión de la maquila o ensamblado en Santiago Cuauila.....	108
El inicio de la maquila: el caso de los primeros maquileros.....	112
Competencias y alianzas por la maquila en Santiago Cuauila.....	114
La importancia de las relaciones de género para la extensión y desarrollo de la maquila de camisetas.....	115
Hombres y maquila.....	120
La participación de las hijas adolescentes y las suegras en la maquila y armado....	122
La interacción fábrica localidad.....	123
Propios y extraños.....	126
Requisitos y estrategias para conseguir empleo.....	128
La calidad en el trabajo y la puntualidad en la entrega de las prendas.....	129
Inversiones y previsión del futuro.....	132
Las tandas.....	134
¿Cómo se expanden los talleres?	136

SEGUNDA PARTE DEL CAPÍTULO IV

Los procesos de trabajo en los diferentes modelos de las camisetas.....	140
Precios y tallas.....	144
Los pasos de la maquila.....	148
Los tipos de máquinas.....	152
El tiempo y los horarios de trabajo.....	154
Tipología microempresarial de Santiago Cuauila.....	158
Prestaciones y servicios.....	164
Los accidentes de trabajo	166
Tres casos de talleres.....	169
El taller 1.....	169
La patrona	172
El patrón.....	172
Los trabajadores de Elsa.....	173
Las trabajadoras domiciliarias.....	174
Taller 2.....	175
Taller 3.....	177
Ideas y competencia por el poder.....	182

CAPÍTULO V

Patronas, patrones y trabajadores

Las relaciones interpersonales.....	188
Las patronas, maquileras y empresarias de microempresas.....	188
Patrones, maquileros y microempresarios.....	195
Madre, padre y patrón.....	198
La participación de los niños y las niñas en la maquila.....	199
Los ancianos y las ancianas.....	201
La confianza.....	202
La desaparición de la maquila: estrategia para ¿lograr la productividad?	204
Limitaciones en el crecimiento y expansión de las unidades productivas.....	209

CAPÍTULO VI

Estrategias empresariales

El matrimonio o unión conyugal: una estrategia empresarial.....	213
El matrimonio en Santiago Cuauila.....	218
La unión legalizada.....	220
La herencia de la unidad productiva	223

CAPÍTULO VII

Conclusiones

Perspectivas teórico-metodológicas.....	225
La incrustación de un modelo productivo.....	229
Anexo fotográfico.....	239
Bibliografía	247

Mujeres empresarias en los sectores rurales

Introducción

En las últimas décadas del siglo XX e inicios del XXI, se incrementaron las investigaciones en la Antropología, que dan cuenta de los cambios en las culturas de los pueblos desde lo local, nacional y transnacional; promovidos por los espacios interconectados y las políticas económicas mundiales (Bueno y Aguilar, 2003; Kearney, 1995; Salas 2000 y 2002; Wolf, 1985). La interacción económica mundial, que se ha venido gestando desde Europa a lo largo de los últimos siglos (Wallerstein, 2003; Wolf, 1985) ha propiciado un capitalismo globalizado (Kearney; 1995). Lo que aquí se estudia obedece a un fenómeno económico internacional que incide en el ámbito local. En México esto se refleja en diversas ramas de la industria, que pequeñas unidades productivas incrustadas en ambientes domésticos, van sustituyendo los espacios fabriles. Este fenómeno, no ha pasado inadvertido por los países desarrollados, pues se ha extendido en sus propios territorios (Benería, 2003; Klein; 2003). Las fábricas se están fraccionando y están siendo desplazadas por talleres de manufactura doméstica. Pequeñas unidades de producción se van ubicando tanto en ámbitos urbanos como rurales. En estas nuevas unidades están participando mujeres, hombres, niños y ancianos de una misma localidad y generalmente, relacionados por parentesco. El proceso o ensamblado de maquila de partes va de la mano con la atomización de la producción industrial en condiciones de trabajo y relaciones de género diferentes.

La política empresarial de fomentar la maquila y el trabajo de ensamblado parcial de productos genera nuevas formas de relación laboral con consecuencias socioculturales en los entornos rurales. El impacto trae inestabilidad social al trastocar las formas anteriores de organización. En México, las repercusiones de estas políticas, retomadas de tendencias económicas mundiales, en la década de los sesenta y setenta condujeron al deterioro de las condiciones económicas, laborales y socioculturales de la población, siendo estas últimas las menos estudiadas pero no por ello irrelevantes.

Esta tesis trata de las consecuencias sociales del fenómeno de desplazamiento de las manufacturas en las zonas rurales de México; en especial sobre los cambios generados en las condiciones de trabajo y en las relaciones de género. Me interesa particularmente, el proceso de reposicionamiento y empoderamiento de las mujeres al incorporarse como empresarias de microempresas, como talleres domésticos dedicados a la maquila de ropa.

RESUMEN

La presente investigación estudia el proceso de cambio sociocultural que se deriva de la conformación de unidades productivas de maquila o ensamblado de ropa, incrustadas en espacios domésticos rurales, creadas por la iniciativa de mujeres. Se analiza el surgimiento de un empresariado rural femenino que está cobrando importancia en México, a partir de la década del setenta hasta nuestros días. La investigación de campo para dar cuenta de las repercusiones socioeconómicas y culturales de la expansión de las microempresas de maquila de ropa en zonas rurales, se realizó en la población de Santiago Cuauila, Tlaxcala, México. Ubicada a unos cincuenta kilómetros al noreste de la capital mexicana, la población se ha dedicado al cultivo de maíz y cebada en tierras de temporal agrícola (ejidales, de propiedad privada y comunal). Desde la segunda mitad del siglo XX, surgen dos actividades económicas: la producción artesanal de ojos de vidrio en los años cincuenta, y quince años después, la costura de prendas de vestir. Con este estudio se muestra el empoderamiento de las mujeres en la maquila de ropa aunque todavía la importancia de la participación masculina siga siendo determinante para las relaciones empresariales. La maquila es vista como un fenómeno económico mundial que incide en los aspectos locales.

Planteamiento del problema

La presente investigación estudia el proceso de cambio sociocultural que se deriva de la conformación de unidades productivas de maquila o ensamblado de ropa, incrustadas en espacios domésticos rurales, creadas por la iniciativa de mujeres. Analizo el surgimiento de un empresariado rural femenino que está cobrando importancia en México, a partir de la década del setenta hasta nuestros días.

La investigación de campo para dar cuenta de las repercusiones socioeconómicas y culturales de la expansión de las microempresas de maquila de ropa en zonas rurales, la realicé en la población de Santiago Cuauila, Tlaxcala, México. Ubicada a unos cincuenta kilómetros al noreste de la capital mexicana, la población se ha dedicado al cultivo de maíz y cebada en tierras de temporal agrícola (ejidales, de propiedad privada y comunal). El maguey para extracción de aguamiel y elaboración del pulque está en vías de extinción. Desde la segunda mitad del siglo XX, surgen dos actividades económicas: la producción artesanal de ojos de vidrio en los años cincuenta, y quince años después, la costura de prendas de vestir.

En este estudio pretendo responder las siguientes interrogantes: ¿qué consecuencias socioeconómicas y culturales se han originado por el surgimiento de un empresariado femenino en un contexto rural?, ¿cómo participan las mujeres y hombres rurales en este proceso de conformación empresarial a partir de la maquila de ropa?, ¿cuáles fueron las principales motivaciones de las mujeres para ser maquileras?

Las hipótesis que planteo son las siguientes: 1) La experiencia de la población en la producción artesanal de ojos de vidrio contribuyó a que las mujeres buscaran otras actividades productivas remuneradas susceptibles de ser realizadas dentro del hogar. Y, 2) La actividad continua y exitosa del ensamblado de ropa durante los últimos treinta años en Cuauila, se debe al desarrollo del liderazgo femenino en los talleres domésticos.

La transformación en la organización del trabajo y en la economía local con la llegada de la maquila es notable, pero los cambios socio culturales lo son aún más. Las mujeres que encabezan los talleres, son empresarias porque son propietarias de los talleres de maquila, invierten en máquinas de coser; organizan el trabajo, administran y controlan la producción; el taller se encuentra en su casa. Todo ello, a partir de una lógica desarrollada por la experiencia. La relación con los hombres, especialmente con sus cónyuges, ha cambiado radicalmente a partir del desarrollo de la maquila. Se observa en Cuauila, y en otras poblaciones, un fenómeno de empoderamiento y reposicionamiento del lugar de las mujeres en la sociedad rural.

A lo largo de este trabajo, profundizo en un tipo de producción: la maquila o armado de camisetas, playeras y otras prendas confeccionadas con tela de punto. La maquila ha estado indisolublemente asociada con las fábricas de ropa de la ciudad de México, que entregan piezas de tela cortada para que sean armadas o maquiladas en diferentes lugares. A partir de los datos que la investigación sobre esta producción me ha proporcionado, he reconstruido el contexto socioeconómico y las condiciones laborales concretas que se propiciaron tanto desde sus inicios como las que ahora existen.

La industria del vestido está organizada en forma atomizada: la producción no se realiza bajo un mismo espacio. Parte de la manufactura se hace en talleres de hogares rurales, con características de trabajo domiciliario, en el que participan mujeres con antecedentes en el trabajo remunerado como sirvientas, o eran esposas de campesinos. Las hijas de las primeras mujeres que llevaron la maquila de ropa a Santiago Cuauila y que hoy son administradoras de unidades productivas, en su mayoría casadas, se han especializado en la fase de la confección que corresponde al armado final de prendas, actividad caracterizada como femenina; sin embargo, también participan hombres de diferentes edades.

Los ejes temáticos que guían esta investigación son los de cultura, trabajo y género. A partir de ellos, analizo tanto las características económicas de este proceso productivo como las representaciones ideológicas. Considero que la interacción de trabajo y género, desde un punto de vista cultural, modela la forma y lógica productiva: su división técnica, la organización del trabajo

de hombres y mujeres, las relaciones laborales, las relaciones sociales y los valores que tal actividad genera en sus participantes.

Se trata de una investigación sobre mujeres, cuyo trabajo consiste en la administración de la unidad productiva. Interesa resaltar la conformación de las unidades productivas y las consecuencias sociales de la inserción de ellas en dicho proceso; planteando el modo concreto en el que se articulan unos y otros factores: los que surgen de las determinaciones económicas sociales e ideológicas y los derivados de su dependencia con respecto a la lógica dominante del sistema económico capitalista.

Las características del proceso económico por estudiar y la conformación de las empresarias de microempresas, propietarias de las unidades productivas, así como los objetivos que me planteé en esta investigación han condicionado la metodología y las técnicas concretas que se emplean en el desarrollo de ésta. Tal trabajo parte de la Antropología Económica, en tanto que estudia la forma en que hombres y mujeres se organizan para producir y cómo se insertan en un contexto más amplio; es decir, la lógica que se aplica para realizar la parte de la industria del vestido en la que participan. Ha sido necesario también, recurrir a la utilización de las fuentes documentales y de tradición oral, es así, como se ha reconstruido el proceso hasta la actualidad.

Aproximación al lugar y tema de investigación

Mi primer contacto con Santiago Cuauila fue en junio de 1995, cuando estaba haciendo prácticas de campo durante mis estudios de maestría. Aunque mi encuentro fue casual, una vez que conocí la localidad me interesó estudiar las actividades económicas que desarrollaban sus habitantes, en ese momento: la maquila (ensamblado) de ropa y la producción artesanal de ojos de vidrio alternado con actividades agrícolas: la cría de animales. La tesis de maestría (2001) fue el resultado de un estudio sobre la organización social del trabajo en los talleres de maquila de ropa; una vez concluida quise profundizar acerca de la participación femenina en la administración de las microempresas. La producción maquilera, al parecer, estaba asociada con redes complejas de producción a escala nacional e internacional; tal fenómeno debería repercutir de varias maneras en la vida local. Me cuestioné sobre cómo participaba una localidad como Cuauila de la vida económica nacional cuando

en algunos mapas apenas se vislumbra. Recordé el trabajo de Wolf (1994), que aborda la participación económica de los pueblos llamados por él, irónicamente, sin historia, que se adhieren paulatinamente a la dinámica capitalista. El caso de Santiago Cuauila muestra que los cambios sociales y económicos ocurridos en la localidad, en las últimas décadas, se han dado de manera acelerada y que las actividades del campo están siendo desplazadas por la maquila de ropa.

Al ingresar al doctorado, tuve la oportunidad de continuar con la investigación. Decidí estudiar la posición de las mujeres propietarias de los talleres productores de maquila de ropa, de ahí el título de esta tesis: *Mujeres empresarias en los sectores rurales*. La investigación doctoral permitió un acercamiento más profundo a problemas planteados en la tesis de maestría. Volver a Santiago Cuauila después de dos años, con nuevas preguntas y perspectivas, fue muy bien recibido por los pobladores, sobre todo por las mujeres que colaboraron conmigo anteriormente.

El retorno a Santiago Cuauila me llevó al encuentro con los cambios ocurridos en la localidad, donde observé la estabilidad económica de las mujeres propietarias de talleres, que reflejaba el aumento del número de máquinas, aunque con la misma cantidad de trabajadores. Los arreglos y mejoras de algunas casas eran evidentes, también se construyó un edificio de una planta para las gestiones municipales, donde había existido un jagüey que servía para que abrevaran el ganado mayor y menor desde el periodo colonial hasta el año 2000. Se advertían más camionetas de carga y mejoras en calles y banquetas; por lo que considero, regresé a un pueblo más prospero y dinámico.

La naturaleza del proceso productivo de la maquila de ropa, requería investigar sobre sus orígenes, por ello era necesario dar seguimiento desde las fábricas al trabajo a domicilio y viceversa. Busqué información en algunas fábricas de ropa de la Ciudad de México, para conocer los lugares donde facilitaban la entrega de prendas para maquilar así; establecí contacto con algunos propietarios de las fábricas surtidoras de telas a talleres de maquila de ropa. Los empresarios¹ confirmaron que varios de ellos contrataban maquileros para dar empleo a personas de bajos

¹ Las entrevistas se aplicaron a varios empresarios productores de ropa, quienes consideraron que es un tema complicado y pidieron mantener el anonimato, por tal razón no se mencionarán sus nombres.

recursos, reconociendo que una parte importante de la producción de ropa en México se sustenta en el trabajo a domicilio; en su discurso ellos no aceptan que la subcontratación como lo es en la maquila, facilite la producción y permita un margen de ganancia mayor. También, me aproximé a otras comercializadoras que venden tela para playera por toneladas, y constaté que la mayor parte de las telas de punto son de origen brasileño, coreano y chino. Además, visité una fábrica de ropa en Monterrey, establecida desde principios del siglo XX, en donde pude confirmar que aunque existan fábricas, éstas completan su producción con la subcontratación de maquileros. Entrevisté a otros empresarios del estado de Puebla para corroborar los datos sobre la distribución de las telas y cómo las trasladan a los talleres rurales.

Una vez adquirida tal información, traté de acercarme a las áreas geográficas donde se distribuían las telas cortadas, hecho nada fácil por la discrecionalidad con que se maneja dicha actividad. Me percaté de que existe una relación simbiótica entre la fábrica y los talleres de maquila de ropa, sin importar si son rurales o urbanos. La información recabada me permitió conocer la ubicación de los talleres y fábricas. Entonces, procedí a centrarme en las mujeres propietarias de los talleres en Cuauila, específicamente con las unidas conyugalmente, por ser más accesibles y tener mayor prestigio dentro de la localidad. El grupo seleccionado para esta investigación se orientó hacia las mujeres encargadas de la administración de la microempresa, mujeres emprendedoras y dispuestas a trabajar sin descuidar sus labores domésticas, el cuidado de los hijos y del marido.

La administración de un taller y las consecuencias sociales que acarrea formaban parte de una complejidad que no podía ser advertida a simple vista, a medida que me aproximé más a través de las entrevistas y la observación participante, se distinguieron las diferencias de la lógica administrativa entre los talleres de artesanos y artesanas de ojos de vidrio y los de maquila, así como los conflictos entre los productores.

El tema sobre mujeres empresarias de microempresas me llevó a considerar a todos los actores hombres, mujeres, niños y niñas que participan en la maquila de ropa. También, confirmé empíricamente que existen otras localidades que se están especializando en un tipo de maquila (armado) de ropa específica, y que dichos pueblos comparten formas de organización de la

producción al igual que en Cuauila; el taller lo administran las mujeres y los hombres son los que realizan las ventas.

En el municipio de Calpulalpan, cabecera de Cuauila y ciudad más cercana (siete kilómetros de distancia, hacia el sureste), conocí a varias personas que me facilitaron amplia información sobre los cambios sociales que han percibido en la región a partir de la aparición de talleres de ropa a lo largo de las últimas décadas. Durante las pláticas, el tema se fue delimitando aún más, porque me llevó a cuestionar sobre el papel de las mujeres que asumen el control de la unidad productiva y las tensiones con las que se enfrentan. Sin embargo, fue menester reconsiderar la ampliación de treinta a cincuenta años el periodo de estudio. Se requería conocer el antecedente de la maquila, es decir, qué actividades económicas previas favorecieron su surgimiento, por lo cual, decidí iniciar desde 1950 hasta el 2004, lapso suficientemente vasto que permitiría conocer las variaciones de las actividades económicas y la participación en ellas por género. Resultó ser un periodo adecuado porque aparecieron las dos actividades económicas que marcaron los cambios en la localidad: la producción artesanal de ojos de vidrio y la maquila de ropa. Simultáneamente, continué con la búsqueda de material bibliográfico, para enriquecer los aspectos teóricos de la investigación, además de estar al pendiente de los fenómenos globales actuales. Asimismo tuve en cuenta la importancia de la artesanía de vidrio en Santiago Cuauila durante las décadas de los cincuenta y sesenta. Y, finalmente, en el 2004 regresé a Cuauila para recabar información que había quedado incompleta.

CAPÍTULO I

Economía mundial, cambio cultural y relaciones de género

Economía mundial y maquila

En este trabajo se estudia la maquila de ropa como parte de un fenómeno económico mundial, que permite el análisis del proceso de la formación de un empresariado rural femenino; no se trata de la Industria Maquiladora de Exportación, sino de una rama de la industria que se efectúa en pequeñas unidades productivas, desde espacios domésticos. Las empresas derivadas de esta rama de la industria no están fuera de la dinámica económica mundial, más bien, los pueblos y comunidades participan con la modernización de la producción a través de procesos de trabajo diferentes que son necesarios para el desarrollo del capitalismo. Algunos investigadores, entre ellos Blim (1990), Salas (2002), Saraví (2003) y otros, dan cuenta de los conglomerados industriales sostenidos en modelos de empresas familiares.¹

La economía es uno de los componentes fundamentales de toda sociedad. La economía mundial implica el conjunto de actividades y transacciones económicas que se realizan en todo el orbe. Hoy en día, la forma de obtener ingresos y gastarlos o ahorrarlos en un país depende en parte de cómo se realice en los demás países, en la etapa desarrollada del capitalismo. Estos vínculos internacionales han existido desde hace varios siglos (Smith, 1994; Wallerstein, 2003, t. I), pero debido al cambio de su naturaleza, a su intensificación y ampliación, la economía mundial actual es muy distinta a la del pasado. Sin embargo, la mercancía es lo que distingue e identifica a las sociedades capitalistas; en tanto que la fuerza de trabajo como mercancía es lo fundamental para incrementar el capital (Marx, 1984: 3), en este sentido, la mercancía es un hecho universal. Weber menciona que el capitalismo se sustenta en la economía doméstica y la industria (1998: 12), repara que el afán de lucro ha estado presente en todas las sociedades y no es propiamente una característica capitalista. Además, señala que detrás de las formas de organización económica en apariencia capitalistas (que incluso usan instrumentos de la organización empresarial propia del capitalismo) no necesariamente se encuentra un espíritu capitalista y de igual modo, es posible que tras una unidad productiva con fuertes rasgos tradicionalistas se descubra un empresariado

¹ Se entiende por empresas familiares aquellas que provienen de un capital común, cuyos propietarios conformaron un capital y emplean a parientes consanguíneos, por afinidad y a otros que no lo son. En una empresa familiar los trabajadores y administradores no necesariamente tienen que ser parientes. Véase Kevin E. Gersick y otros, *Empresas familiares generación a generación*, Mc Graw Hill, México, 1997, p. 59.

profundamente embebido del espíritu del capitalismo. Aunque la pretensión de lucro ha estado presente en todas las sociedades, es en la fase del capitalismo desarrollado y globalizado donde la competencia económica por lograr un mayor enriquecimiento impulsa a las sociedades y a los individuos que habitan en ellas, a competir cada vez más, pero en una competencia desigual que antepone intereses particulares, tanto en los espacios domésticos íntimos y privados como en las relaciones sociales y de parentesco.

En una sociedad capitalista no todos poseen el capital para invertir y acumular riqueza, debido a fenómenos y a contextos socioeconómicos específicamente contradictorios, es decir, la expansión del capitalismo es desigual. Chayanov (1981) consideró a la familia como un elemento importante para consolidar las unidades productivas campesinas, dado que la fuerza de trabajo familiar no era remunerada. De acuerdo con este autor, la tendencia económica en las sociedades campesinas no era la acumulación de riqueza, aunque éstas se encontraran inmersas en una economía mayor. Por tanto no había necesidad de producir mercancías, pues lo más importante de la producción era lo que se destinaba al consumo.

Lo relevante de estas referencias es que permiten reconocer diferentes contextos sociales en los que aparecen los cambios socioculturales, que se expresan como parte de la vida económica de las sociedades, también muestran que existen diferentes circunstancias para la aparición de mujeres y hombres de negocios. Así, las unidades productivas pueden reaparecer en una diversidad de contextos sociales, como ocurre actualmente en el mundo. La expansión de las unidades productivas basadas en la elaboración de una parte del proceso de producción, aun con características de bajo o alto nivel tecnológico, no son exclusivas de los países en vías de desarrollo.

La maquila o ensamblado es un fenómeno mundial desarrollado con más intensidad a partir de 1970 (Grunwald y Kenneth, 1985; Castells, 2001, vol. 1), y se considera que la incorporación de la fuerza de trabajo femenino contribuyó a su expansión. Principalmente la fuerza de trabajo de las mujeres del tercer mundo que se incorporaron a las fábricas en las décadas de los setenta y ochenta (Salzinger, 2003: 47).

De acuerdo con Grunwald, las empresas multinacionales propietarias de instalaciones productivas en varios países existen desde el siglo XIX y desde luego, permanecen hasta nuestros días (Grunwald y Kenneth, 1985). La característica distintiva de las multinacionales, a partir de la década de los setenta, es precisamente la división productiva a escala internacional. En lugar de crear fábricas en otros países, las multinacionales han creado redes de fábricas especializadas de una parte del proceso de producción, como subdivisiones o departamentos del proceso organizado a escala internacional (Castells; 1999; Reygadas, 2002). Otro cambio mundial importante es que antes las multinacionales tenían su domicilio fiscal en Estados Unidos o en algún país de Europa occidental, ahora muchas, incluso de origen japonés y coreano, se ubican en países poco industrializados (Beck, 1998).

En América Latina la maquila se ha convertido en un proceso reactivador de la economía, al mismo tiempo que un generador de empleos (Tokman, 1995; Castells y Portes, 1995). El proceso de industrialización se ha dispersado gracias a la tecnología de la comunicación, a las políticas de desarrollo, a la migración y a las respuestas de los grupos sociales a esta nueva división internacional del trabajo que reaparece sostenida en formas artesanales de producción, lo que indica su incorporación desde etapas tempranas del capitalismo. La esencia del capital consiste en su capacidad para movilizar trabajo social, comprando fuerza de trabajo y poniéndola a trabajar. Esto requiere de un mercado en el cual la aptitud de los hombres para trabajar pueda comprarse y venderse como cualquier otra mercancía: los compradores de fuerza de trabajo ofrecen salarios, que son aceptados por los vendedores de una mercancía particular, su fuerza de trabajo (Wolf, 1994: 428).

En México, al igual que en muchos países de América Latina, África y Asia, el siglo XX y el inicio del siglo XXI se han caracterizado por múltiples transformaciones de sus sociedades agrarias, sobre todo en las últimas décadas (Domínguez y Brown, 2003: 86; Salas 2002: 31). Se trata de naciones en las que hoy coexisten diferentes grupos sociales y étnicos que se incorporan cada vez más a los procesos de globalización económica, social y cultural. La globalización, la fase más desarrollada del capitalismo, surge como consecuencia de la internacionalización aguda de los procesos económicos, de los conflictos sociales y de los fenómenos político-culturales. En ella no

han dejado de presentarse profundas desigualdades sociales y económicas. El sistema capitalista obstaculiza que en una sociedad se repartan de manera más equitativa y, consecuentemente, justa los logros del desarrollo.

La reaparición de la microindustria

Las micro y pequeñas empresas han resurgido en el ámbito laboral en los más diversos contextos económicos y sociales, y se han generado innumerables discusiones en torno a ellas. No obstante, a principios de este nuevo siglo siguen existiendo y expandiéndose cada vez más en distintos sectores de México y en diversas partes del mundo. Se ha encontrado que en los diferentes niveles sociales, en particular en las comunidades estudiadas por los antropólogos, se da una interacción con una economía mayor, lo que crea nuevas formas de adaptación económica (Salas; 2002). A partir de estas formas se da una absorción de actividades y nuevos elementos económicos ajenos a las comunidades, lo que provoca una desigualdad social (Schweizer, 1997: 739).

Actualmente la Antropología Cultural se centra en considerar lo mundial como un cruce de conexiones culturales. El capitalismo transnacional, las redes de los medios de comunicación y la movilidad de la gente han dado lugar a una concepción de lo mundial como espacio interconectado. La antropología trata de explicar la relación entre lo global y lo local;² en esta interacción inciden las fuerzas económicas, políticas, sociales y culturales de un momento histórico determinado, punto de entrada de este trabajo para analizar la complejidad de la problemática planteada, lo que no implica que las nuevas formas y procesos sociales surjan como consecuencia del cambio tecnológico, ni que la sociedad determine los cambios por sí solos; acorde con ello Castells (2002: 31) señala lo siguiente:

² La antropología empezó como un fenómeno global en su fase temprana. Varios antropólogos, entre ellos Eric Wolf (1994), explican la dinámica de la economía mundo a partir de lo que dio pie al sistema económico mundial: cómo los pueblos sin historia fueron siendo absorbidos por una complejidad mayor. A mediados y finales del siglo XX, varios antropólogos como Manning Nash (1961), June Nash (1994), Alice Littlefield (1976), Victoria Novelo (1993), entre otros, han explicado que el capitalismo ha absorbido a las comunidades indígenas, pero se puede decir que se ha puesto poca atención al estudio de las voluntades de los sujetos sociales para aceptar, o transformar los aspectos sociales y culturales nuevos, como si éstos no transformaran también a su entorno como parte de la voluntad o la manifestación de resistencias colectivas ante los cambios.

La tecnología no determina la sociedad. Tampoco la sociedad dicta el curso del cambio tecnológico, ya que muchos factores, incluidos la invención e iniciativas personales, intervienen en el proceso del descubrimiento científico, la innovación tecnológica y las aplicaciones sociales, de modo que el resultado final depende de un complejo modelo de interacción.

Así, los aspectos personales de un conjunto de individuos, llevan también al desarrollo tecnológico de una sociedad, como por ejemplo los sentimientos de exclusión de grupos marginados de América Latina, o bien las respuestas sociales particulares ante las crisis económicas, políticas, y existenciales de los hombres y mujeres.

Las políticas económicas mundiales han conducido a un proceso acelerado de intercambio comercial, lo que también conduce a una interacción cultural y de negociaciones y consumos que no se daban anteriormente, por ejemplo, la moda generalizada por todo el mundo, el consumo de algunos productos de firmas específicas, entre ellos bebidas, restaurantes, bancos, hoteles, formas de diversión mundiales (Kearney, 1995), así como la fragmentación del proceso productivo con carácter de maquila que es internacional.

En este sentido, Eric Wolf (1994) muestra cómo a través de largos procesos de cambios sociales e históricos, el sistema capitalista absorbió a los llamados pueblos sin historia, lo que generó particularidades que le dan sentido a los estudios antropológicos. Sin embargo, la historia de occidente de la que habla el autor, no es la historia de los pueblos americanos, sino que cada cual tiene una historia propia. La industria manufacturera o de maquila es un hecho global que involucra no sólo a un país, sino que aparece en todo el mundo de manera descentralizada y fraccionada del capital, es decir, se convierte en un fenómeno multicultural que afecta a diversas sociedades (Carrillo, 1990: 15; Domínguez y Brow, 2003: 88). Sin embargo, los individuos también transforman el medio a través de las respuestas sociales, ante dichos fenómenos. Tal es el caso del trabajo a domicilio en México, que se desarrolló durante el período colonial (Viqueira y Urquiola, 1990; Miño, 1993); y más tarde en el siglo XX, coincidió con la división internacional del trabajo a través de la maquila o ensamblado de partes, dicho fenómeno derivó en una complejidad empresarial

que varía de acuerdo con contextos y ramas de la industria (Alonso, 2002: 28). Actualmente, el trabajo a domicilio opera desde la discrecionalidad de los espacios pero también aporta a la economía nacional, por ejemplo: 80% de la producción nacional de ropa se produce en talleres con características de maquila y trabajo a domicilio (INEGI, 2000).

La maquila

El término maquila tiene su origen en la lengua árabe y significa medida. En español, maquila designaba la parte del grano con que se hacía la harina y del aceite dado al molinero como pago en especie por la molienda (Levy y Alcocer, 1983: 13). Actualmente se entiende por maquila algo totalmente diferente: se considera como la subcontratación hecha por una empresa para producir y ensamblar algunos elementos que serían empleados en el proceso productivo de otra empresa; también se refiere al proceso donde se unen y se ensamblan piezas, que puede estar asociado al término manufactura. La maquila como actividad económica es considerada por algunos especialistas como sinónimo de atraso económico y marginal.

... la idea de maquila se basa en el atraso y la mano de obra barata de los países pobres y las regiones más deprimidas del mundo. La pobreza es el *sine qua non* de la maquila. La palabra maquila se originó en el medio evo español para describir un sistema de moler el trigo en molino ajeno, pagando al molinero con parte de la harina obtenida. La estirpe feudal y semifeudal del vocablo se remozó con el nuevo uso del término para denotar plantas de ensamblaje que se aprovechan de las míseras condiciones laborales existentes en los países dominados (Fernández, 2003).

A pesar de que la maquila se considera como característica de los países pobres, es actualmente una modalidad de producción internacional que abarca países desarrollados. La subcontratación de la subcontratación, como en el caso de la maquila o ensamblado, está asociada con el trabajo esclavo, sin embargo está presente en diversas partes del mundo (Klein, 2001: 498).

La maquila es un modelo de fragmentación del proceso de producción distribuido en varios países, como consecuencia de la expansión capitalista y de las políticas integracionistas mundiales, pero no globaliza de manera inmediata y homogénea las culturas, sino que es resultado de la interacción de los grupos sociales, de hombres y mujeres, lo que le da sentido y contenido a los cambios sociales.

Uno de los aspectos que rige la globalización es la economía de mercado, según el sociólogo Ulrich Beck (1998), que lleva a la desnacionalización al no poder competir los empresarios nacionales con las grandes empresas transnacionales, pues mientras unos pagan impuestos a escala nacional, otros no lo hacen en el ámbito mundial y esto ocasiona un poder económico que conduce a la problemática de la política económica mundial.

Para Beck, la globalización deteriora las instituciones sociales, por la pérdida de la soberanía del Estado nacional, además origina una sociedad civil transnacional y cosmopolita. La economía mundial socava los cimientos de las economías nacionales y de los Estados nacionales, lo cual desencadena a su vez una subpolitización de alcance completamente nuevo y de consecuencias imprevisibles.

Los fenómenos económicos internacionales de hoy se beneficiaron de unidades de producción de países distantes unos de otros pero que ofrecen fuerza de trabajo barata e infraestructura para transportar la mercancía. Todo ello proporcionó una vía para que las empresas explotaran sus ventajas competitivas y, de esta manera, la intensidad de la reaparición de pequeñas unidades productivas en el marco económico internacional generara un cambio social y cultural en los contextos locales, como en aquellos lugares, durante las últimas décadas, donde los sujetos sociales se han dedicado a maquilar o ensamblar particularmente ropa.

En el panorama internacional, desde 1978, México se perfilaba como el principal país maquilador de manufactura para el comercio estadounidense. Ya en 1982, el valor agregado generado en México, por concepto de maquila superaba en más de dos veces al de Singapur, que fue el segundo país en importancia. Paralelo a la importancia de la maquila en México se ha dado un

proceso de expansión y de diversificación de los productos maquilados (Carrillo, 1990: 15; Grunwald, 1990: 65). A mediados de 1960, en la época de la sustitución de importaciones, los aranceles a la importación y otras disposiciones elevaban el costo de las exportaciones de México o hasta las imposibilitaban. Por ello surgen incentivos para construir centros de producción en México a fin de tener un mercado promisorio en el proceso de industrialización (Domínguez y Brow, 2003: 87). Como resultado, la inversión extranjera dirigió sus intereses a la industria manufacturera, en la que repercutió la sustitución de importaciones, la apertura comercial de 1993 y el Tratado de Libre Comercio (TLC) con Estados Unidos y Canadá en 1994. Con la apertura comercial que se venía gestando en México, la industria del vestido nacional se vio seriamente afectada al no poder competir los empresarios de la ropa con las firmas internacionales que ingresaban al país, de ahí que la fuerza de trabajo barata y abundante contribuyera a la producción de ropa nacional e internacionalmente, pero también a un mercado regional y nacional con poco poder adquisitivo. De esta manera, se diversificaban las empresas en la industria de la ropa en México sin que necesariamente la producción se concentrara en fábricas, sino en espacios domésticos informales (Suárez y Rivera, 1994:157).

Varios autores señalan como determinante la década de los setenta para el surgimiento del modelo de maquila en México,³ si bien en esta década se intensificó la maquila o ensamblado, este suceso fue resultado de una combinación de factores históricos, económicos y políticos que no sólo obedecieron a fenómenos locales, regionales, nacionales, sino también mundiales. Para Salas (2000), desde la antropología rural, cuyos estudios comenzaron a comprender los años cuarenta hasta después de los ochenta, muestra que las sociedades rurales tuvieron contactos modernizadores que se derivaron de la expansión de empresas capitalistas en el agro, “la incorporación de la población rural a mercados más amplios, el incremento de los lazos extracomunales de parentesco y amistad, la declinación de la jerarquía cívico religiosa y de la transformación de la competencia local por el poder de una contienda política nacional” (p.190), llevaron a la conformación de las diferencias entre los campesinos, viéndolas, el autor, como sociedades articuladas aunque de manera asimétrica dentro de la sociedad global.

³ Véanse Patricia Arias, 1992; Margarita Velázquez, 1992 y Estela Suárez Aguilar y Miguel Ángel Rivera Ríos, 1994.

Patricia Arias menciona que a partir de la década de los setenta aparece una nueva rusticidad en el campo mexicano, como una respuesta a las crisis económicas de México; esto se manifiesta a través de la maquila, es decir, los campesinos dejan de hacer producir sus tierras para insertarse en un nuevo proceso productivo (Arias, 1992: 12-14).

Margarita Velázquez (1992), señala el periodo de 1965-1982 como el inicio de la crisis agraria en el país, lo que llevó a la pérdida de la autosuficiencia alimentaria y más tarde, a una profunda crisis agraria y agrícola que generó un nuevo modelo de desarrollo nacional. En el campo, las mujeres comenzaron a insertarse al proceso productivo de manufactura y maquila a través de actividades caracterizadas de femeninas como la costura, lo que propició el desarrollo económico actual de diversas zonas rurales mexicanas. Para Lara (1995) la inserción de las mujeres en los mercados laborales a mediados del siglo XX, obedeció a las estrategias de sobrevivencia de las mujeres campesinas, y no por decisiones personales. El deterioro del sector campesino tradicional provocó que un mayor número de mujeres campesinas jóvenes se hayan visto obligadas a dejar sus hogares y las tareas que ahí se realizaban cotidianamente para incorporarse a un mercado de trabajo. “Los cambios en el manejo del tiempo les llevaron afectar su vida cotidiana, incluso su identidad como mujeres se transformó, no sin conflictos, para poder integrar una sola personalidad, de tal manera que también su identidad étnica se trastocó al insertarse al mercado laboral, porque rompe las prácticas culturales sobre las cuales ésta se construye”⁴ (pp.195-98). Si bien el deterioro del campo provocó una mayor inserción de las mujeres al mercado laboral, tales cambios, también favorecieron el incremento de una producción maquilera en las zonas rurales al buscar otras alternativas de empleo dentro de la misma localidad (que no necesariamente fueron las fábricas), formándose así, unidades productivas en diversas ramas de la industria. Sin duda, los cambios que se dan con la inserción de las mujeres en los mercados laborales trastocaron las relaciones familiares, así como, la unidad doméstica, dando paso a una nueva posición de las mujeres dentro del hogar.

⁴ En cuanto a los cambios identitarios, en los hombres y las mujeres sin duda los hay, pues, con los cambios sociales se constituyen identidades distintas respecto de las demás posiciones anteriores y actores sociales. Las mujeres frente a nuevas actividades laborales desarrollan identidades de acuerdo con la experiencia vivida. Deseo aclarar que no es el objeto de este trabajo estudiar la identidad de las mujeres, sino los procesos de conformación de la lógica administrativa que aplican las mujeres maquileras para crear sus talleres o unidades productivas.

Unidad doméstica

La trayectoria de la unidad doméstica en una economía capitalista, sobre todo en lo que se refiere a la participación de las familias en las relaciones capitalistas, es una cuestión complicada que implica controversia tanto en ámbitos académicos como políticos. No resulta fácil decir que de la unidad doméstica se desprenden formas de organización por sí solas, sino que, a mi parecer, se encuentran influidas por una serie de factores socioeconómicos y culturales que hace que tales unidades se organicen, distribuyan su tiempo y control sobre la unidad para producir. Esto último se constata en Cuauila, en donde las relaciones que se establecen en el interior de las unidades domésticas no son estáticas, sino que corresponden a situaciones específicas que permean las prioridades económicas, como resultado de tales prioridades y ante las limitaciones de contratación de fuerza de trabajo con que se enfrentan las propietarias de los talleres, se modifican las relaciones en el interior de la unidad doméstica, como se verá en los siguientes capítulos. Se entiende por unidad doméstica “el conjunto de personas que comparten un espacio vital y un presupuesto, conjunto que suele basarse aunque no necesariamente, en relaciones de parentesco” (Benería y Roldán, 1989, p.35); además de la residencia. Es dentro de la unidad doméstica donde se refleja con más precisión, la posición de las mujeres, pues, es ahí donde se hace notar su presencia y poder en la toma de decisiones, en el ahorro, la inversión y la previsión del futuro.

Cambio cultural

Una de las principales preocupaciones de la Antropología desde su aparición ha sido el cambio social y cultural. Desde diferentes perspectivas se han estudiado los cambios ocurridos en la historia de la humanidad. Entiendo por cambio cultural, las múltiples formas en que la sociedad modifica sus pautas o patrones de conducta, es decir, aquellas actividades relativamente uniformes que le sirven de modelo.

El cambio cultural puede ser resultado de factores internos o externos dentro de una sociedad. Se puede decir que en la teoría antropológica se han considerado cuatro factores de

carácter general que influyen en el cambio cultural: las alteraciones en el ámbito ecológico, por ejemplo, cambios en el medio ambiente, migraciones de población y adaptación (Steward, 1955); el contacto de dos sociedades con pautas de conducta distintas como la asimilación y la aculturación (Herkovits, 1973, Linton, 1982; Aguirre, 1982); el cambio evolutivo a una sociedad determinada, por ejemplo, el paso de una economía de recolección a una economía agrícola y de domesticación (Palerm y Wolf, 1992) y, por último, la perspectiva materialista que pone énfasis, como lo hizo Carlos Marx, en el lugar central que ocupa el trabajo en los procesos de las relaciones sociales de producción por medio de los cuales se dan la movilización, la organización y la apropiación de aquél (Godelier, 1978). Una cantidad considerable de trabajo antropológico marxista aplica el concepto de modo de producción de Marx a los procesos de evolución social (Wolf, 1994), principalmente el modo de producción capitalista como una fase de la historia de la humanidad.

El cambio cultural suele analizarse en periodos de breve o de larga duración (niveles reducidos o amplios), pero los métodos de investigación requieren siempre del estudio comparado, esto es, confrontar los procesos de cambio del comportamiento individual, la estructura social y las etapas del desarrollo cultural (Evans-Pritchard; 1971).

Aquí interesa demostrar los procesos de cambio sociales ocurridos a partir de la aparición de pequeñas unidades productivas incrustadas en espacios domésticos en una sociedad rural. Principalmente, los procesos de trabajo que realizan las mujeres propietarias de unidades productivas de maquila o ensamblado de ropa, durante un momento histórico globalizado. Lo que se pretende resaltar es la relación dialéctica de lo rural con una sociedad mayor a partir de una actividad económica, es decir, examinar el conjunto de formas por medio de las cuales la maquila como actividad económica ha sido apropiada a lo largo del tiempo, en términos de las relaciones internas de una sociedad y de su relación con otros conjuntos similares.

Desde el siglo pasado, Alexander Lesser (1961) explicó que para estudiar la sociedad ésta debía entenderse como un campo social, dentro del que se dan pequeños eventos de interacción social entre diferentes grupos, a los que hay que concederles peso e importancia para entender el

cambio a través de los contextos históricos y culturales. Dicha propuesta metodológica se encuentra vigente hasta la fecha, por ello el presente trabajo se inscribe en esta dirección.

La cultura dentro de un grupo social se encuentra integrada, no es un conjunto accidental de costumbres y hábitos reunidos al azar. Las culturas cambian y se modifican a velocidades y circunstancias diferentes. Con esto quiero decir, que los cambios ocurridos dentro de las localidades se deben al sistema económico prevaleciente que es el capitalismo, pero también a las alternativas que los habitantes de un pueblo o comunidad producen para enfrentar situaciones adversas. Considero que la cultura no sólo es la interpretación de los símbolos, sino también de una serie de actividades presentes en la vida diaria y que suelen ser resultado de la interacción social. Es ahí donde se expresan los procesos de cambio. Robert L. Bee (1975) señala que “el proceso de cambio es la interacción de los factores causales para producir una transformación de una condición a otra” (p. 15). En este sentido, se coincide con Lesser (1961), al considerar que los procesos sociales toman en general lugar, pero en una relación de secuencias particulares que conducen al cambio. Geertz (1987) muestra que la cultura denota un esquema históricamente transmitido de significaciones representadas en símbolos, un sistema de concepciones heredadas y expresadas en las formas simbólicas por medio de las cuales los hombres se comunican, se perpetúan y desarrollan su conocimiento y actitudes frente a la vida (p. 88). Por ello la cultura permite conocer la lógica operante en los grupos sociales y cómo se trasmite históricamente, pero a la vez, expresa las contradicciones que emanan de ella, no hay sociedad sin contradicciones y conflictos. Así cotidianamente se construye una práctica que se ha denominado costumbre en varios pueblos, pero es también como lo señala Bourdieu (1988) un *habitus*, a través del cual las discrepancias sociales y los comportamientos específicos transmiten los valores culturales entre las clases sociales, que tienen que ver con los estilos de vida socialmente contruidos; estilos de vida que son producto sistemático de los *habitus*, que se perciben de las mutuas relaciones según los esquemas del *habitus*.

Para Bourdieu (1997) la sociedad es un sistema relacional de diferencias en el que se dan una serie de campos con sus particulares reglas del juego. Es en esos campos, campos de fuerzas, en los que se desarrollan los conflictos específicos entre los agentes involucrados. La educación, la burocracia, el intelectual, el religioso, el científico, el artístico, etcétera, son campos específicos, esto

es, estructurados conforme a esos conflictos característicos que confrontan diversas visiones que luchan por imponerse. El poder se expresa a través del conflicto que surge dentro de un campo o de la sociedad. Dentro de la sociedad no existe una vivencia independiente de la sociedad misma y sus reglas; las experiencias están mediatizadas por las configuraciones de los diferentes campos. Si el campo es el marco, el habitus es el efecto del marco; su interiorización, así también es donde se expresa el poder y el cambio cultural.

Relaciones de género y procesos de trabajo en la maquila de ropa

La cultura y las relaciones de género no están exentas de los cambios económicos ocurridos en el mundo. Las relaciones de género son una expresión de las relaciones entre hombres y mujeres que corresponden a un momento histórico y culturas específicas. El proceso de trabajo es un conjunto de pasos y secuencias que el individuo puede llegar a desempeñar a través de la observación y la práctica que conduce a un nuevo conocimiento.

La maquila o ensamblado es un proceso productivo que deriva de la cada vez más parcializada industrialización en el nivel internacional, y permite desempeñar una serie de actividades como las labores del hogar, el cuidado de los hijos y del marido, alimentar a los animales domésticos, entre otras, lo que no significa que mejoren considerablemente su calidad de vida. Los ámbitos rurales son incorporados a los nuevos procesos productivos a través de los espacios domésticos, como las habitaciones de la casa y la cocina.

Los espacios domésticos dan cabida a la producción maquilera o de armado. Sin embargo, en dicho proceso se niega el carácter productivo del trabajo femenino, pues se considera como “natural”, más aún cuando se desarrolla en un ámbito doméstico (Benería, 2003: 136; Lagarde, 2001: 64). Todo ello sin contar que los procesos de trabajo están constituidos por sistemas técnicos, destrezas, habilidades y conocimientos organizados en etapas secuenciadas necesarias para aprender su adecuado desarrollo. Es así como se “naturaliza” el trabajo femenino y no es valorado (Aguilar, 1998: 29). Paradójicamente, la dinámica femenina en el trabajo pagado, es decir, remunerado, lleva a una participación activa que la conduce a adoptar un rol diferente al tradicional, sobre todo cuando

se contrae una nueva actividad, esto es, un reposicionamiento o una nueva posición dentro de su ámbito de relaciones sociales, lo que puede llegar a un empoderamiento. El término empoderamiento es utilizado en este trabajo como una categoría de análisis para mostrar los cambios de posición de las mujeres dentro de la unidad productiva, así como en la localidad de estudio.

El término *empowerment*, proviene del inglés, y denota que el sujeto se convierte en agente activo como resultado de un accionar que varía de acuerdo con cada situación concreta. El término contiene la palabra *poder*, de manera que su uso es un llamado de atención sobre las relaciones de poder o del poder como relación social. El concepto de empoderamiento que retoma Massolo (2003) permite entender que es “un proceso de superación de la desigualdad de género”, y que:

...no es un proceso lineal con un inicio y un fin definidos de manera igual para las diferentes mujeres o grupos de mujeres. El empoderamiento es diferente para cada individuo según su vida, contexto, historia y según la localización de la subordinación en lo personal, familiar, comunitario, nacional, regional y global.⁵

En este sentido, las mujeres a través del trabajo pueden empoderarse, pero no siempre mantener el poder porque puede ser transformado en una lucha política correspondiente a un momento específico (Lagarde, 2001: 156), por lo que la sociedad señala los poderes ejercidos por mujeres y hombres. Los desafíos del poder atañen a todos los sujetos, sectores e instituciones que se encuentran vinculados a lo universal y a lo global y pueden recibir apoyos positivos y oportunos, así como impactos negativos. Considera Massolo (2003) que:

...sí hay que precisar y enfatizar que los desafíos frente al empoderamiento de las mujeres en los espacios locales no son asuntos de mujeres de los que se desentienden los hombres, fundamentalmente porque son las relaciones sociales entre los géneros las que están

⁵ Véase Alejandra Massolo, 2003.

comprometidas en las posibles respuestas exitosas a las oportunidades y desafíos, que beneficiarán al conjunto.⁶

En este trabajo se puede observar que ser maquilera y tener un pequeño taller, para la mayoría de las mujeres aquí estudiadas, es un logro que equivale a la conquista de la modernidad y que otorga prestigio dentro del medio social donde se desenvuelven (en su localidad), lo que lleva a un empoderamiento como una acción individual, colectiva y situacional; a la vez, el empoderamiento conduce al reconocimiento y a la obtención de prestigio y valor, éste último asociado con el honor, aparecen a medida que son percibidos por los otros como valores; es decir, no tiene una existencia real, sino un valor efectivo que se basa en el reconocimiento por parte de los demás de un poder a ese valor. Para que ese reconocimiento se manifieste tiene que haber un consenso social sobre el valor del valor. Bourdieu (1997) se ha dedicado al descubrimiento o revelación de los mecanismos dedicados a la constitución de esos elementos que configuran el capital simbólico en cada campo social. Así, cuando habla de una "teoría de la violencia simbólica", la califica como una teoría de la producción de la creencia, de la labor de socialización necesaria para producir unos agentes dotados de esquemas de percepción y de valoración que les permitirán percibir las conminaciones inscritas en una situación o en un discurso y obedecerlas. En otras palabras, para que un valor sea concebido como tal se genera toda una serie de acciones cuya función es la construcción de la creencia que perciba, reconociéndolo, el valor. Sólo así puede funcionar el concepto de capital simbólico. El prestigio y el honor pueden no ir acompañados de riqueza o bienestar material (Rivers, 1979: 88) pero hay una práctica cotidiana que la sostiene, así el poder se hace notar.

Hablar del concepto de género hace referencia a un conjunto de factores sociales y culturales que se encuentra relacionado con los procesos de construcción de las diferencias de comportamiento que se asignan, se aprenden y se transmiten basándose en la diferencia sexual. El concepto permite comprender el complejo de relaciones de competencia por el poder que determina la desigualdad entre hombres y mujeres. La discusión que realiza Martha Lamas (2002) al señalar que la anatomía ha sido una de las importantes bases para la clasificación de los seres vivos, y como existen dos; el

⁶ *Idem.*

macho y la hembra de la especie, por tanto corresponden al masculino y femenino. Tal división corresponde a la naturaleza de las cosas sólo cuando esas palabras se aplican a animales, pero cuando se aplican a humanos no es lo mismo el sexo biológico que la identidad asignada o construida.

El género se considera como una construcción social y cultural, a partir de la asignación de identidades de los individuos en etapas tempranas que se manifiesta en el papel o rol de género que se configura en un conjunto de normas y prescripciones que dictan la sociedad y la cultura sobre el comportamiento femenino y masculino (Lamas, 2002: 31-36). Aquí se entiende por relaciones de género la manera de relacionarse de los hombres y las mujeres en diversos campos sociales y en situaciones particulares.

La categoría de mujeres contiene significados específicos y se refiere a distintos niveles de representación. Marcela Lagarde (2001) hace referencia al ser mujer como al género femenino y a su condición histórica. “En la cultura patriarcal, la mujer se define por su sexualidad; frente al hombre que se define por el trabajo” (p. 80), por lo que en varias sociedades el trabajo de las mujeres no es valorado y tampoco reconocido por ellas.

Ser mujer o ser hombre es un hecho sociocultural e histórico; los papeles asignados a los géneros son sociales y culturales y puede haber pequeñas variaciones en los comportamientos de ser mujer de un lugar a otro, por tanto, la teoría de género, en este sentido, permite visualizar a las sociedades y a las culturas en su conjunto.

Para los fines de esta investigación es necesario rescatar cómo las mujeres, a través de una actividad productiva como la maquila o ensamblado de ropa, se reafirman como mujeres trabajadoras y a la vez como empresarias, quienes cumplen con su papel de esposas, madres, abuelas, hijas, hermanas, vecinas o amantes.

Sin embargo, se cuestionan sobre su condición de mujeres, no sólo por su participación en la maquila, sino porque observan las relaciones desiguales en el proceso de trabajo entre los géneros.

Así se muestra que la sociedad impone lo que espera tanto de los hombres como de las mujeres (Montesinos; 2002), pero esto no quiere decir que los hombres y las mujeres lo acepten de forma mecánica, como seres pasivos y contemplativos, sino a través de su participación en la vida diaria reflejada en los campos de acción que manifiestan las inconformidades y los conflictos.

La maquila como parte del proceso productivo se inserta mediante la fuerza de trabajo femenina en los hogares, en los espacios domésticos donde predomina la discrecionalidad. Como actividad económica no rompe directamente las relaciones entre los habitantes de una localidad, pero sí los lleva a formar grupos de poder que se expresan a través de alianzas sociales frágiles. No permite la formación de colectividades sociales como sindicatos, sino más bien fracciona las relaciones entre los mismos pobladores mediante la competencia, por acaparar el mayor número de prendas para maquilar.

Para los hombres, quienes se ocupan de la intermediación entre los fabricantes de ropa y las microempresarias, es un logro tener un taller. Aunque su inserción en esta actividad es tardía, consideran que sin su presencia no podría existir tal labor en la comunidad, dado que ellos son considerados naturalmente más fuertes que las mujeres, otorgándoles garantía y protección. Así lo consideran, lo asumen y lo transmiten.

En su afán de lograr sus objetivos las empresarias de microempresas convierten, por medio de las relaciones sociales, los elementos del medio (objetos, materias primas, artefactos y conocimientos) en los recursos considerados como necesarios para su fin. Ser maquilera, como ya se mencionó, es un logro social, porque muestra el esfuerzo de las mujeres por conseguirlo a través del trabajo, de las inversiones en máquinas de control de la unidad productiva y de sus éxitos, pero sólo se reconoce de manera individual ya que ser maquilera es el deber ser de la mujer en una localidad como Santiago Cuauila, donde las mujeres deben apoyar en todo momento al hombre, pues en tanto que están unidas se consideran parte de él.⁷ En Santiago Cuauila, para varias mujeres una máquina de

⁷ Esta es una de las características que señala Meillasoux (1987) de las sociedades domésticas, cuando dice que “el papel de la mujer comienza con la pubertad, con la aparición de sus capacidades potenciales de reproductoras. Pero sólo el hombre puede reproducir el lazo social y de ésta manera la subordinación de las mujeres se vuelve susceptible

coser se convierte en una fuente de trabajo que les permite obtener una remuneración económica, pero también representa el acceso a una categoría social de empresaria de una microempresa, lo cual otorga prestigio en su población.

El concepto de género en su acepción general permite aproximarse al estudio del surgimiento de un empresariado, en el contexto específico de una localidad rural, donde la lucha por el poder entre hombres y mujeres se expresa a través de la vida cotidiana en la que cada uno desea adquirir el control de la microempresa. Paradójicamente han surgido entre las propietarias de las microempresas serias dudas sobre su condición social al compararla con la de los hombres; se preguntan por qué si trabajan más que los hombres se les subordina en las negociaciones e incluso en ocasiones son agredidas física y verbalmente. Lo anterior es consecuencia de la desigualdad, ya que ellas han impulsado el crecimiento y expansión de los talleres, además de llevar el control del gasto pero no siempre del dinero. Sin embargo, esta reflexión en torno al trabajo de las mujeres conduce a un cambio sociocultural que se expresa en las relaciones entre hombres y mujeres.

Los hombres en los talleres de maquila de ropa también cosen, es decir, arman las prendas, pero a diferencia de las mujeres se pueden levantar de las máquinas y ausentarse del taller las veces que consideren necesario, no tienen la presión constante del tiempo como ellas, tampoco realizan las labores del hogar ni atienden las necesidades cotidianas de los hijos. El tiempo de esparcimiento fuera del taller lo utilizan en las relaciones con los amigos y en pasatiempos como las peleas de gallos. Cuando hacen las entregas a las fábricas, una o más veces a la semana, al término pueden divertirse en un tugurio, bar o antro. No así las mujeres, quienes por su condición femenina no tienen acceso a estas diversiones aunque lo puedan hacer, pero no lo hacen debido a la construcción cultural hecha para ellas. Es difícil que una mujer unida conyugalmente tenga este tipo de diversiones; ellas casi siempre quieren regresar a su hogar para atender a sus hijos y avanzar en el armado de las prendas para tener tiempo de cumplir con las tareas domésticas. Esta construcción sociocultural de género hace que muchas veces las mujeres se apropien de un discurso que no siempre cumplen, esto es, que no siempre quieren cumplir, pero lo importante es que a través del

a la explotación de su trabajo y del esposo”. Véase, Claude Meillasoux, *Mujeres, graneros y capitales*; México, Siglo XXI, 1987, pp.111-112.

discurso se reafirman como mujeres. Es aquí donde radica esta construcción social de las diferencias de género, en la que se observa la desigualdad social, a través de lo que dicen, hacen y cómo se reafirma la condición de mujeres y hombres. La condición de género en contextos sociales y culturales como el que aquí se analiza posibilita la dispersión de la producción a espacios domésticos, pero en condiciones de trabajo distintas a las de una fábrica.

Empresarias y microempresas de maquila de ropa

Se ha expuesto en este trabajo que la maquila de ropa basada en pequeñas unidades productivas, obedece a un fenómeno internacional que genera un cambio sociocultural en las localidades donde se realiza y cómo las relaciones de género contribuyen a su aparición, principalmente con el trabajo de las mujeres desde los espacios domésticos, pero no es el trabajo por sí solo, sino a través de los conflictos que emanan de las relaciones de género por la lucha por el poder de la empresa o bien los espacios de trabajo; este conjunto de hechos induce a plantear que existe una diversidad de empresas en México, en diferentes contextos, y en condiciones distintas. En este trabajo estoy hablando de un tipo de empresa que existe con particularidades culturales y formas administrativas que subyace la economía formal. A continuación se explicará por qué se les llama empresarias rurales a las mujeres maquileras que aquí se estudian.

Hablar de mujeres empresarias en los sectores rurales de México parece un tanto desconcertante, ya que el término empresa⁸ inmediatamente remite a los grandes negocios y fábricas que no existen necesariamente en las zonas rurales de México.⁹ Asimismo, las grandes empresas que operan en el país tampoco son forzosamente administradas por mujeres. Sin embargo, sí existe

⁸ El término empresa proviene de emprender, del latín *prehendere*, y se define como la acción de emprender y cosa que se emprende. Obra o designio realizado. Las mujeres aquí estudiadas han emprendido sus negocios y tratan de mantenerlos a pesar de los obstáculos culturales como comerciales.

⁹ La mayoría de los estudios sobre empresarios en México se asocian con una clase social alta y con una participación política de la vida nacional, es en los últimos diez años cuando se ha mostrado una mayor preocupación por entender la importancia del empresario, pero aún así, considero que es un tema relativamente nuevo y que requiere de estudios científicos rigurosos y no necesariamente vistos de manera romántica, pues, el estudio del empresariado en México da cuenta del comportamiento económico de la vida nacional y de los cambios sociales y culturales por regiones en un país. Si se revisan los orígenes de las empresas de manera objetiva, varias de ellas están repletas de historias de corrupción, explotación y discriminación.

una pequeña empresa que se ha desarrollado en un ambiente doméstico: el taller-fábrica que aquí se le llama unidad productiva. Estas empresas se inscriben en el llamado sector informal de la economía que ha sido ampliamente estudiado.

Entre los principales estudios hechos en México sobre mujeres empresarias se encuentran los de Alonso (1992), quien estudia a microempresarias de ciudad Nezahualcoyotl y donde resalta la importancia del estudio de las mujeres que se dedican a la maquila de ropa de manera clandestina e informal. Alonso muestra que es a través del esfuerzo y del ahorro como las mujeres se convierten en propietarias de las máquinas que paulatinamente van adquiriendo y aumentando, además de utilizar la fuerza de trabajo familiar del esposo o compañero y de sus hijos. Alonso define a estas mujeres subcontractadas por las fábricas para maquilar desde sus hogares con sus propias máquinas como microempresarias. Lo que demuestra que la maquila de ropa se ha extendido tanto a zonas rurales como a urbanas, basándose en la fuerza de trabajo femenina, pero que hoy día se ha ampliado, en una dinámica específica, a la participación de hombres, mujeres y niños. Otro de los trabajos recientes que expone la multivariada empresarial tanto en ámbitos urbanos como rurales y que las mujeres desempeñan una labor importante, son los trabajos compilados por Suárez y Bonfil (2003). Las autoras señalan que las microempresas familiares son un mecanismo de sobrevivencia para las mujeres en condiciones de pobreza; resaltan la importancia de la cooperación familiar para la producción, esto último es considerado por las autoras como una de las estrategias más sobresalientes para el funcionamiento de las empresas a escala mínima. Sin duda, es importante pero existen un conjunto de situaciones que en términos de análisis científicos, hace falta abordar para analizar casos concretos que lleven a una mejor comprensión de la dinámica empresarial a escala y su inserción en una dinámica económica mayor.

Las ciencias administrativas definen al empresario como un individuo que aplica una variedad de estrategias para controlar su capital. En las economías industrializadas las empresas son organizaciones económicas, jerarquizadas, con relaciones jurídicas cuya dimensión depende de factores endógenos (capital) y exógenos (economías de escala). La mayor parte de las empresas son sociedades, entidades jurídicas que realizan actividades económicas gracias a las aportaciones de

capital de personas ajenas a la actividad de la empresa, los accionistas. La empresa sigue existiendo aunque las acciones cambien de propietarios o éstos fallezcan.

La actividad y la estructura legal de las empresas se regulan mediante el derecho mercantil, que establecen los requisitos contables, las obligaciones de los gestores o administradores y los derechos de los accionistas. Existen otras formas jurídicas, como la empresa unipersonal o la cooperativa, pero la más usual es la organización en forma de sociedad (Stoner y Freeman; 1996).

En las economías industrializadas de finales del siglo XX, los conglomerados y las corporaciones han sustituido al empresario individual. Sin embargo, éste ha tomado fuerza a través de las micro, pequeñas y medianas empresas por diversas partes del mundo. Sombart (1986) caracterizó al empresario como el individuo dotado de espíritu conquistador, organizador y negociante.

Uno de los científicos sociales que estudió a los empresarios a principios del siglo XX, fue el economista Schumpeter, quien definió al empresario como el sujeto determinante del desenvolvimiento económico,¹⁰ en virtud de su capacidad y especialización en la generación de nuevas combinaciones de recursos que impulsan el cambio económico; acorde con ello, el empresario se caracteriza por su creatividad, su intuición, su carácter innovador y, fundamentalmente, por su capacidad de llevar a la práctica estas innovaciones. Consideraba que no es necesario tener una profesión para ser empresario, sino que el ser empresario era una casualidad que requiere de la voluntad. Para Schumpeter el éxito del empresario depende del liderazgo, no de la inteligencia y no debe confundirse con el invento (p. 605). Schumpeter es uno de los economistas que ha desarrollado el concepto de *empresario*, en su teoría de la innovación pues, considera que el empresario es uno de los agentes más importantes para el desenvolvimiento económico de un país, y por supuesto del capitalismo. Reconoce que en las sociedades campesinas, también existen empresarios en tanto que son innovadores, pero es un empresariado natural y espontáneo que se convertirá en capitalista cuando utilice el crédito para incrementar sus inversiones y negocios.

¹⁰ Véase, Robert Ekelund, y Robert F. Hébert, editorial Mc Graw Hill, México, 1996, pp. 602-606.

En un sentido parecido al de Shumpeter,¹¹ Pérez Lizaur (1994), siguiendo a Barth en una interpretación más antropológica, define al empresario como aquel actor que aprovecha las oportunidades del entorno para crear y reorganizar empresas tendientes a lograr ciertos fines, utilizando y reordenando las relaciones sociales dentro de la empresa y de ésta con su entorno; limitado en su quehacer por la disponibilidad de recursos y por las características políticas, económicas, culturales y tecnológicas del medio. Si bien este concepto es más próximo a lo antropológico, los soportes de estos trabajos como los datos que contienen, están enfocados a los empresarios de clases sociales altas que representan una elite.

Desde un punto de vista más bien sociológico, Gina Zabludovski (2001) define a la mujer empresaria como “aquella que es propietaria y dirigente de su empresa y quien además contrata por lo menos un trabajador asalariado dentro de la misma”. Encuentra que en su mayoría las mujeres empresarias se concentran en la venta de servicios y el comercio y, en menor medida, en el sector industrial. Fenómeno parecido al de otras partes del mundo. También las considera como propietarias, y excluye a aquellas mujeres que se autoemplean. Según la autora, algunas mujeres optan por establecer un negocio o empresa ante la carencia de una formación profesional, como respuesta al sentimiento de marginación en el ámbito intelectual o profesional. El concepto de empresarias se aplica regularmente a las mujeres que participan en la economía formal. Las desventajas de participación empresarial femenina en las empresas familiares, se manifiesta en que cuando se trabaja con otros miembros de la familia, por su proximidad afectiva, los papeles de autoridad se desdibujan y suelen invisibilizar el trabajo empresarial femenino. Más aun, aquellos procesos productivos que se realizan en los espacios domésticos que son considerados femeninos. El trabajo de las mujeres es poco reconocido y tampoco es contemplado dentro de la teoría económica (Benería, 2003: 33).

¹¹ El economista austriaco, Joseph Schumpeter, señalaba que el conocimiento científico no era lo más importante en una empresa, sino el solucionar con éxito la tarea *sui generis* de poner en práctica un método no probado (puede que no haya, y a menudo no hay, ninguna novedad científica implicada de ningún modo, e incluso si hubiera alguna implicada, no haría que la naturaleza del proceso fuera diferente), esto es lo que varios especialistas actualmente llaman: riesgo. Véase, Robert Ekelund, y Robert F. Hébert, editorial Mc Graw Hill, México, 1996. p. 605.

Por otra parte, Guadalupe Serna (2001; 89-90), en un estudio que hace sobre mujeres de empresa en dos provincias mexicanas, define a la empresaria como: “una mujer que encabeza y es propietaria de un negocio quien ha aceptado las responsabilidades y los riesgos financieros, administrativos y sociales que esto implica. Además, está efectivamente a cargo de la administración y conducción de la empresa día a día;” la autora limita su definición a aquellas mujeres que generan fuentes de trabajo, y excluye a las empresas familiares que no incluyen trabajadores remunerados y a los de una sola persona empleada. Las mujeres de Cuauila encajan en estas definiciones como se verá a lo largo del trabajo. Aunque el pago sea a destajo, lo considero como salario y compra de la fuerza de trabajo.

Patricia Arias (2001), quien estudia a mujeres empresarias de comunidades rurales de una zona de la región del occidente de México, relaciona la participación de las mujeres con la empresa y la migración, factor determinante en las actividades económicas femeninas, pues ante la ausencia del padre o del esposo inician algún negocio para sobrevivir. No obstante, la idea de Arias no puede aplicarse a las mujeres de Cuauila, ya que ahí las mujeres iniciaron su actividad empresarial de la maquila de ropa primero de manera individual y después continuaron en pareja.

Si bien es cierto que las mujeres ante situaciones económicas apremiantes buscan salida en algún negocio formando su propia empresa para sobrevivir, lo que provoca cambios en las identidades femeninas, en Cuauila existe la tendencia a crear empresas en asociación con los hombres, ya que el tipo de industria que aquí se estudia no siempre es posible hacerlo de manera individual. La maquila de ropa requiere salir de la localidad a buscar telas cortadas a las fábricas de ropa para armar, o bien, las mujeres que son productoras directas, envían a una persona de *suma confianza*, cuya asignación recae en la pareja o marido, para comprar y vender las prendas. La importancia de la participación masculina se deriva de dos aspectos principalmente: la competencia entre productores y maquileros de ropa, y la construcción cultural de las mujeres en unión conyugal, pues consideran que los hombres en tanto que son pareja, es su deber ayudarlas.

Arias (2001), define a las mujeres empresarias como “aquéllas que han desempeñado en su momento histórico y en sus sociedades respectivas funciones económicas distintas a las

tradicionales, que van más allá de la estrategia de la sobrevivencia” (p. 139). Dentro de las sociedades tradicionales también han existido mujeres innovadoras y que han trabajado en diversos momentos de sus vidas sólo que el trabajo femenino no siempre es reconocido en las sociedades patriarcales.

La participación empresarial femenina debe considerarse como una incursión distinta a la que ha tenido lugar en otros periodos en diferentes actividades. Se trata de no ser asalariada como en cualquier otro empleo, más bien plantearse el objetivo de ser propietaria y administradora de una empresa. Esto obedece al propósito de crear su propia fuente de trabajo, a fin de generar ingresos para sí y su familia, además ofrece la posibilidad de abrir nuevas fuentes de empleo para otras personas. Es ahí donde justamente radica el carácter empresarial, en la creación de fuentes de trabajo, en las negociaciones que realiza, en mantener el equilibrio del negocio o empresa a medida de lo posible, no en la intención de construir grandes empresas o líneas de diseño que las conviertan en mujeres famosas. Sin embargo, como se verá en el capítulo cuarto, las mujeres jóvenes de Santiago Cuauila aspiran a ser diseñadoras, productoras directas y no sólo maquileras, para lograr sus objetivos requieren hacer muchos esfuerzos individuales y colectivos de tal manera que puedan hacerse notar con sus productos en el mercado de la ropa.

A las empresarias se les define en este estudio como aquellas que aprovechan el entorno, acumulan capital, son propietarias de las máquinas,¹² invierten, crean y reorganizan con los recursos a su alcance y de acuerdo con la significación que le dan a sus relaciones con los demás, y sus intereses. Desarrollan estrategias para establecer relaciones contractuales tácitas con sus trabajadores, suelen ser sensibles a la problemática laboral, son las que negocian con los trabajadores y establecen los principios básicos de la administración: control, planificación, dirección y organización de su unidad productiva.

En su mayoría trabajan en coordinación con su pareja con quien mantienen una lucha constante por el poder de la empresa, lo que se manifiesta en la toma de decisiones en cuanto a la educación de los hijos y a las inversiones en el taller. Las mujeres que no tienen pareja recurren a las

¹² Carlos Marx definía al empresario como el dueño de los medios de producción

redes familiares para suplir la presencia masculina. Estas mujeres han encontrado formas y estrategias de trabajo propias que regulan las relaciones en el interior de las unidades productivas. Las estrategias se aplican para expandir los talleres, y las alianzas, por frágiles que sean, forman parte de estas estrategias.

Las *estrategias* son aquellas acciones que funcionan para ordenar el taller o unidad productiva, sin que necesariamente existan en forma escrita. Son normas y acciones que orientan la vida laboral y delimitan los papeles de los integrantes de una unidad productiva. Éstas pueden implicar el compadrazgo o alguna relación familiar de amistad o de amor, que sirven tanto a los dueños como a los trabajadores para ordenar el interior de los talleres y las relaciones laborales. También la reciprocidad es parte de las estrategias de la administración. La cercanía o la lejanía de una relación entre el trabajador, el patrón y la patrona suele ser parte de estas estrategias, ya que entran en juego una serie de sentimientos y favores implícitos que no siempre los patrones, las patronas o los trabajadores pueden rechazar.

En suma, la expansión de la industria a través de la maquila o ensamblado en el ámbito internacional, trajo como una de sus consecuencias, la posibilidad de manufacturar partes del proceso industrial, en poblaciones con infraestructura mínima (comunicación por carretera) y con personas dispuestas a realizar el trabajo en sus hogares. El estudio de caso es uno más de los que dan cuenta de la transformación de sociedades campesinas en su incorporación a mercados globales a través de los productos de su trabajo (Arias; 1992). Sin embargo, no es sólo la interacción económica mundial la que promueve dichos cambios, sino también la voluntad y las resistencias de participación de los sujetos sociales; quienes contribuyen con su fuerza de trabajo, con sus espacios domésticos, su búsqueda por nuevas alternativas de ingresos y sus formas de organización social, que hacen posible la expansión de las empresas capitalistas de esta nueva economía mundial. Este es el caso de Santiago Cuauila población rural del centro de México en donde se desarrolla la maquila de camisetas y playeras para diferentes fábricas de ropa desde los años setenta.

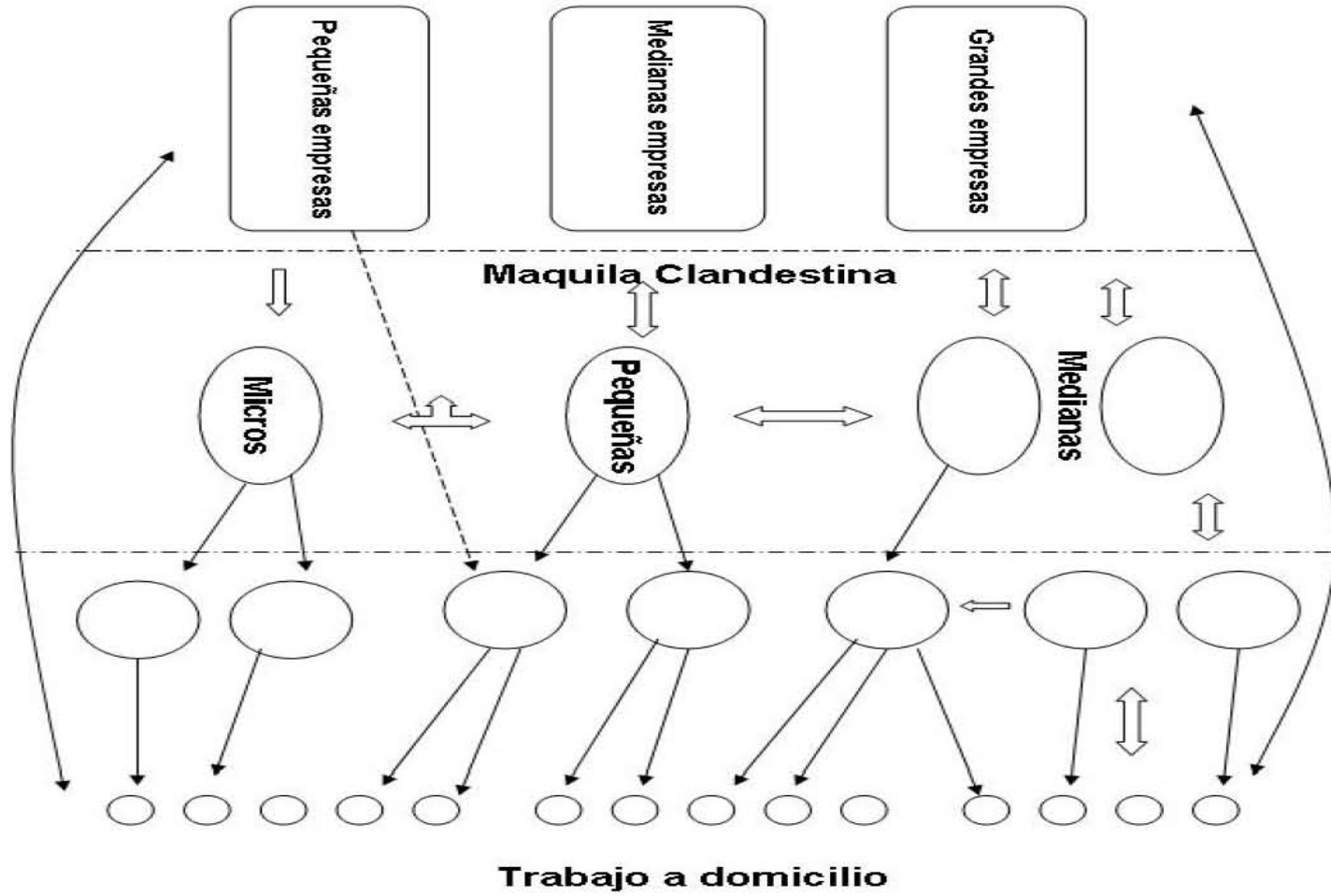
La presente investigación es un esfuerzo que se ubica en una perspectiva analítica por indagar las especificidades de la dinámica de los talleres o unidades productivas de maquila de ropa

en un contexto rural, su relación dialéctica con la sociedad a la que pertenecen en un momento histórico de cambios sociales y culturales, donde el trabajo femenino ha desempeñado un papel importante para la creación y expansión de la microempresa de maquila o ensamblado de tipo domiciliario. El tipo de empresa aquí estudiada es considerado informal y de “tipo marginal” (Alonso, 1992; Roubaud, 1994), en comparación con las grandes empresas que se encuentran debidamente registradas y poseen una lógica distinta y un capital nada comparable con las empresas de maquila doméstica. Lo maquileros venden servicios a bajos costos y se organizan de acuerdo a la lógica de sus administradores. Según Hernando de Soto sólo el 30% de las empresas en México se encuentra debidamente registrada, hay más de 6 millones de micronegocios pequeños y medianos no registrados que producen alrededor del 35% del PIB y ocupan el 47% de la población económicamente activa.¹³ La siguiente gráfica¹⁴ muestra la estructura formal de la maquila en la industria del vestido, o formación de cadenas productivas, lo que da cuenta de las relaciones entre las grandes y medianas empresas con los talleres o microempresas. Se retoma este diagrama porque permite entender la complejidad que adquieren los talleres al interior de Cuauila; por ejemplo, la relación entre los talleres o microempresas, las trabajadoras domiciliarias, y el trabajo conformado por la ayuda o solidaridad, como se verá en los siguientes capítulos.

¹³ Fuente: Diario La Crónica 15 de enero de 2002. México. Durante el sexenio del Presidente Fox, una de cada cinco empresas de la industria del vestido cerró sus puertas, de acuerdo con los datos de la Cámara de la Industria del Vestido (CNIV), en el 2000 había registradas 14 mil 19 empresas formales del vestido y al cierre del 2005, la cifra disminuyó a 11 mil 17, es decir, 3 mil 2 menos, principalmente microempresas. Fuente: CNIV. Los datos muestran que la tendencia económica nacional es el cierre de las fábricas, para pasar a conformar sólo microempresas. A lo largo de la investigación se encontraron casos de varios empresarios que prefieren cerrar su empresa formal, para subcontratar o dar a maquilar las prendas, al mismo tiempo que alquilan la maquinaria. Otros, se convierten en intermediarios de la venta de ropa.

¹⁴ La gráfica fue retomada de Huberto Juárez Nuñez, *Allá... donde viven los más pobres*, coeditado por la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla; México, 2004, p. 190.

Estructura Formal de la Maquila



Aplicación de las técnicas de investigación

La investigación de campo para esta tesis, la dividí en dos fases: la primera, tuvo una duración total de 12 meses y se realizó de forma intermitente, es decir, desde cinco hasta 30 días de permanencia en la localidad, viviendo en casa de una dueña de un taller, entre octubre de 2001 y octubre de 2004. Esta parte constituyó el grueso del trabajo de campo. Durante este tiempo me centré en las entrevistas sin desligarme de la observación participante, las primeras fueron hechas a manera de pláticas sobre el crecimiento y expansión de los talleres, y otras más giraron en torno a los cambios ocurridos en la localidad, no quería forzar las entrevistas. A medida que fui siendo aceptada de nuevo por mis antiguas colaboradoras, las pláticas adquirieron un matiz de mayor confianza y se centraron en los procesos del trabajo: lo desgastante de la maquila, los planes a futuro, sobre las formas de mirar la vida y sus cuestionamientos sobre la condición social de las mujeres. A partir de este momento pude acceder a datos, como los pagos que reciben por coser, las dificultades del ensamblado de ropa y de los mecanismos de administración que utilizan las mujeres propietarias de los talleres. A través de la observación participante, comprobé que la maquila como actividad económica trasciende la vida íntima de los habitantes de Cuauila, invade los espacios de la casa: como el comedor, y demás habitaciones, llenándose camas y mesas de piezas por ensamblar o por entregar. Las familias que habitan estos espacios, en la interacción cotidiana sus relaciones se vuelven algunas veces tensas y otras agradables; es decir, han aprendido a vivir con la maquila.

Las mujeres entrevistadas me conducían con otras y terminábamos platicando sólo entre mujeres. Como casi no tenía acceso a datos de la opinión de los hombres y de su participación en los talleres, considero que porque se sentían condicionados por la presencia de la esposa o por las patronas cuando eran entrevistados, decidí contratar a un asistente de investigación para entrevistar a los hombres, así corroboré los datos que venía observando sobre los copropietarios de los talleres y las formas en que los trabajadores conciben la maquila, así como las consecuencias sociales que ellos advertían a partir de la aparición de esta actividad económica.

La segunda fase de la investigación comprendió de marzo de 2003 a enero de 2004, fue con visitas intermitentes de no más de dos días de permanencia en la comunidad, lo que me llevó a

modificar algunas hipótesis, por ejemplo, que sólo estaba observando la maquila de ropa, sin darle el peso a las experiencias de trabajo desarrolladas con la producción artesanal de ojos de vidrio, cuya experiencia incidió en el desarrollo de las habilidades para el comercio, la competencia y monopolización de la producción, con repercusiones en las relaciones de parentesco y género dentro de los espacios domésticos.

Las características de informalidad que acompañan a este tipo de estudio imposibilitaron desde el principio la obtención de datos estadísticos oficiales. Los censos económicos no reflejan la existencia de los talleres, y la mayoría de las mujeres maquileras no son reconocidas; no obstante, que el Instituto Nacional de Geografía e Informática (INEGI)¹ hacen referencia a micro o pequeñas empresas.² Durante la aplicación de los censos, los habitantes de Cuauila niegan tener una actividad aparte de ser campesinos, y por lo general, no quieren proporcionar mayor información por la creencia de que el Estado elevará los impuestos y se encarecerán los servicios, como el suministro de energía eléctrica y el agua. Estas condiciones me obligaron a elaborar mis propias estadísticas y definiciones, basada en la observación empírica, en la información personal y en el archivo parroquial, en donde existen listados de los que pagan sus diezmos para las fiestas patronales. El pago varía de acuerdo con la actividad económica y el número de máquinas y de talleres que tenga un habitante de Cuauila. Se encuentran registrados en Santiago Cuauila 315 talleres o unidades productivas de maquila de ropa y 15 talleres de ojos de vidrio, lo cual es una aproximación porque es probable que aumente cotidianamente el número de talleres. A partir de lo anterior seleccioné

¹ Véase, *La industria Textil y del Vestido en México*, INEGI, 1996.

² Las micro, pequeñas y medianas empresas (MPyMES), tienen una gran importancia en la economía y en el empleo nacional y regionalmente, tanto en los países industrializados como en los de menor grado de desarrollo como es el caso de México. Los criterios para clasificar a las MPyMES, han sido diferentes en cada país; de manera tradicional se ha utilizado el número de trabajadores como criterio para estratificar los establecimientos por tamaño, y como criterios complementarios el total de ventas anuales, los ingresos o los activos fijos. “En México se considera como microindustria: a las empresas que ocupan hasta 15 personas y el valor de sus ventas netas o sea de hasta 30 millones de pesos al año. La industria pequeña, son aquellas que ocupan hasta 100 personas y sus ventas netas no rebasan la cantidad de 400 millones de pesos al año. La industria mediana, las empresas que ocupan hasta 250 personas y el valor de sus ventas no rebasan la cantidad de un 100 millones de pesos al año” (INEGI, 2000). Esta categorización sólo se aplica a empresas formales o registradas ante el Estado. Por otra parte, existen tres formas para caracterizar a las empresas por ramos: industria, comercio y servicios. El tema de esta investigación se inserta en el ramo de la industria.

una muestra de maquileras, divididas por criterios de edad y estado civil, a las que apliqué entrevistas.

Debido a la necesidad de acotar de forma precisa las observaciones del proceso de trabajo *in situ*, decidí tomar de la muestra a tres maquileras que fueran representativas. Con ellas realicé sus historias de vida con el propósito de comprender en un argo familiar, el desarrollo de la maquila de ropa en la localidad y cómo se han asumido en este proceso como propietarias de los talleres. También se trabajó muy de cerca con dos artesanas de ojos de vidrio y un artesano de los iniciadores, para conocer la relación entre los talleres de ojos de vidrio y los de maquila. A los hombres se les entrevistó de forma separada, tanto a trabajadores como a propietarios.

Llegado a este punto, es importante reiterar que a nivel mundial están ocurriendo cambios continuos; el papel de las mujeres y de los hombres en ambientes rurales están presentando modificaciones a través de procesos sociales múltiples e interconectados, por ello una investigación local permite entender tales procesos cuando se estudian desde un enfoque global. Las posibilidades de análisis sobre un empresariado rural son muy amplias y más aún, el tema de los empresarios. La delimitación del estudio en una localidad permitió la observación de las tensiones y contradicciones dentro de las que surge un empresariado rural femenino.

Este trabajo se encuentra dividido en seis capítulos. En el capítulo I, analizaré la maquila desde la economía mundial, el cambio cultural y las relaciones de género con una aproximación teórica, interesa conocer sobre la maquila en tanto que es un fenómeno internacional que incide en una localidad que se apropia de este modelo productivo y, trastocando lo habitual, aparece un empresariado rural femenino. La adaptación de un proceso productivo como es la maquila o el ensamblado tiene consecuencias sociales y económicas en contextos específicos; por lo cual se estudia el cambio cultural y el impacto que éste tiene en las relaciones de género de un contexto local. Es con el análisis de las relaciones de género como se estudiará la participación de los hombres y las mujeres en los procesos de trabajo.

Desde una visión antropológica se advierten los fenómenos locales en la interacción con un sistema global, así la antropología económica con un enfoque mundial permite ver que la maquila

no es un fenómeno local, sino que aparece en diferentes partes del mundo; si bien, con esta globalización entendida como una etapa del capitalismo; no homogeniza de manera inmediata las culturas, pero sí interactúan aspectos locales en los económicos globales (Bueno y Aguilar, 2003; Salas, 2002; Kearney, 1995), tal es el caso de la maquila de ropa en los domicilios; es en esta interacción donde aparecen un conjunto de cualidades y diferencias culturales, así como discriminación y desigualdades sociales en sus diferentes dimensiones (Fuentes, 2001). Las poblaciones se apropian de algunos aspectos culturales globales y resurgen otros nuevos que no se ven, pero otros más se reafirman o reaparecen en estos procesos.

En el capítulo II, el objetivo es describir la ubicación del poblado para contextualizar, en el tiempo y el espacio, las condiciones geográficas, económicas, sociales y culturales que hicieron posible el desarrollo de los talleres manufactureros dentro de las unidades domésticas: la manufactura de ojos de vidrio y la costura de camisetas, en las que el papel de la mujer es esencial. Se trata de mostrar el ambiente de la localidad, es decir, las condiciones o circunstancias físicas, sociales y económicas del lugar en los últimos años.

Santiago Cuauila es una población con una aparente tranquilidad, pareciera ser sólo un poblado campesino por los sembradíos de maíz y cebada que se observan desde antes de llegar a la población y en las fotos aéreas. Sus habitantes se dedican a otras actividades como la cría de animales para el comercio, la cosecha de setas, además de la producción de ojos de vidrio y la maquila de ropa. Así se muestra el contexto estudiado, también es una población que cuenta con los principales servicios públicos y con una infraestructura que permite desplazarse a diferentes partes de la República. Las casas recientemente construidas y otras en proceso de construcción le dan un aspecto urbano. Las calles se encuentran pavimentadas; los jagüeyes que servían para el almacenamiento de agua han dejado de ser funcionales.

En el capítulo III se estudia la producción de ojos de vidrio, es fundamental para probar la primera hipótesis que rige ésta investigación. El inicio de la artesanía de los ojos en la década de los cincuenta marca el cambio con el surgimiento de una experiencia de trabajo que después se trasladó a la maquila de ropa en la década de los setenta. Este fenómeno es considerado como parte de la

manifestación de un proceso de cambio en las condiciones sociales locales, nacionales e internacionales. Fueron varios los factores que intervinieron para el surgimiento de la producción artesanal en la localidad: la pobreza de la que hablan sus habitantes asociada con la carencia de servicios públicos e ingresos económicos; la insuficiencia del campo; la disminución del comercio del pulque, la discriminación que vivieron varios migrantes de la localidad como trabajadores de las fábricas en las que se emplearon, además de las decisiones personales. Por otra parte, están las condiciones nacionales e internacionales, como la aparición del vidrio de desecho de los envases de cerveza, junto con la explotación en las fábricas, y la moda del vidrio en el ámbito internacional. Fue un momento en el que era menester aprender oficios además de ser campesino; así, los hombres y las mujeres desempeñaron papeles importantes para el desarrollo económico de una localidad, porque el conjunto de experiencias llevó a los habitantes de Cuauila a nuevas formas de organización del trabajo distintas a las conocidas; tales circunstancias trastocaron sus vidas, desarrollaron competencias y deslealtades por la monopolización de la producción artesanal. Finalmente, se consolidó un modelo productivo, dinámico y eficaz para el capitalismo, que se reflejó más tarde en la producción de maquila de ropa. Así, en este capítulo se muestra que la producción de ojos de vidrio, no fue un fenómeno aislado, sino que resultó de un conjunto de condiciones sociales locales, nacionales e internacionales dadas, lo que propició el cambio social en las actividades económicas de las mujeres y los hombres de Santiago Cuauila.

El capítulo IV trata el tema central de la tesis. Está dedicado a la maquila de ropa desde sus inicios en Santiago Cuauila hasta la actualidad; comprende los mecanismos de inserción de las mujeres en las diferentes etapas de desarrollo que han tenido los talleres o unidades productivas. También se estudia la composición de los diferentes talleres, los modelos y las tallas de camisetas que se maquilan. Se encuentra dividido en dos partes: en la primera, se analizan los mecanismos de inserción de las mujeres y los hombres a un nuevo proceso de trabajo. La segunda, comprende el proceso de trabajo en la maquila o ensamblado de camisetas, es decir, la secuencia de pasos, tareas y actividades que llevan a la terminación de una prenda hasta la entrega al cliente, todo ello con el objeto de mostrar la manera como se reparte el trabajo en el interior del taller y en los talleres domiciliarios, es aquí donde se muestra la atomización de la producción; hecho que provoca una mayor complejidad al interactuar los aspectos de confianza y la ayuda.

Los años setenta marcaron el auge de la producción parcializada en diversas partes del mundo. En México, en esa misma década se intensificó la aparición de pequeños talleres de ropa en espacios domésticos. Este hecho se encuentra asociado con la demanda de fuerza de trabajo barata y descentralizada, que facilitó los procesos productivos de las fábricas de ropa y también con la inexistencia de sindicatos y obligaciones fiscales por parte de las empresas. Estas perspectivas me permitieron plantear argumentos relativos a la dinámica de un trabajo que es considerado por el Estado como clandestino e informal al no guardar las formas o leyes previstas.³ En México tiene la modalidad de trabajo a domicilio, por lo que es considerada como industria domiciliaria, puede ser informal en cuanto a la ambigüedad de las relaciones contractuales tácitas que se manejan.

El incremento de talleres domiciliarios, basados en experiencias de trabajo de las mujeres como costureras, sin ninguna razón social,⁴ se convirtió en una alternativa para simplificar el proceso productivo dentro de la fábrica, pero también, en una opción de empleo para algunas mujeres que establecieron sus talleres en sus casas y que más tarde registraron sus propias firmas de ropa (Alonso; 1992); las ganancias que ellas obtuvieron fueron reinvertidas en máquinas, dando paso a un empresariado con características de talleres que aparecieron por diversas partes de México de manera discreta. Ser costureras desde la casa permitió ser exitosas a algunas de ellas, aunque no existiera una clara demarcación de las horas de trabajo con las labores domésticas o con la vida personal. Una de las características que posee la maquila domiciliaria es que se puede trabajar con cierta flexibilidad de horario y en casa; lo que la hace atractiva tanto para mujeres como para hombres.

En el capítulo V se estudia la relación entre patronos, patronas y trabajadores, es aquí donde se muestra la interacción de los sujetos sociales con sus respectivas jerarquías en un taller o unidad

³ Véase Francois Roubaud, *La economía informal en México*, Fondo de Cultura Económica, 1994.

En este sentido, el centralismo estatal no puede canalizar todos los impulsos económicos ni incluir en su red normas y leyes a la totalidad de las manifestaciones económicas que existen en el país. Por tanto la informalidad según Roubaud, muestra que ... “la norma que al final de cuentas rige la economía real no es aquella que edifica la legislación, sino la que elaboran las actividades informales fuera de la ley” (p.59).

⁴ Nombre comercial del negocio.

productiva, así como los conflictos y las mediaciones que surgen con cada uno de ellos. Aunque las relaciones suelen ser llevaderas, casi siempre existen tensiones ante las inconformidades de los trabajadores por los pagos correspondientes al salario de la semana, o por los patrones si alguno (os) trabajador (es) no cumple (n) las normas establecidas.

El capítulo VI tiene como objeto mostrar la importancia de la unión conyugal desde que aparecen formas de trabajo distintas a las antes desarrolladas en una localidad como Santiago Cuauila. La unión conyugal o el matrimonio, entendida como un conjunto de esquemas que ordenan y dan sentido a las prácticas de formación de las uniones conyugales, pero sobre todo que organizan las prestaciones y contraprestaciones en la pareja y los grupos que participan en la alianza (Bourdieu, 1976); en este sentido, la unión conyugal o el matrimonio forma parte del inicio de una unidad productiva.

La mayoría de las mujeres maquileras al casarse o unirse contraen responsabilidades que no tienen las solteras. Las mujeres adquieren una residencia virilocal que las condiciona a tener ciertos comportamientos para con los demás integrantes de la casa y en la localidad, este hecho le da un reconocimiento social de estar unida a un hombre. En el caso del hombre, al contraer matrimonio o unirse puede participar como mayordomo, siempre y cuando tenga un empleo y la mayoría de edad. Las mujeres asumen las labores del hogar, además de emplearse en un taller de algún pariente o bien, formar uno propio. Para las mujeres artesanas, probablemente continúen con la producción de ojos de manera independiente o en pareja, aunque la preferencia por la producción artesanal ha disminuido considerablemente en los últimos años.

El ahorro como parte de la construcción social y cultural de las mujeres permite formar paulatinamente las empresas que caracterizan a Cuauila. Una vez que la pareja se consolida a través de la residencia, puede ser que tomen la decisión de contraer nupcias, periodo que puede variar de acuerdo con las circunstancias económicas de ambos. Es aquí donde las mujeres contraen un papel importante para la economía de la pareja. En este capítulo se muestra que la unión conyugal puede ser una estrategia empresarial, y la maquila de ropa es vista tanto en hombres como mujeres, como un ascenso a la modernidad a diferencia de la producción artesanal de ojos. En las conclusiones se

hace un recuento de las aportaciones que fueron surgiendo a lo largo del trabajo, así como la validez de las hipótesis planteadas.

Finalmente, con este trabajo se pretende vislumbrar lo que ocurre en las unidades productivas desde los espacios domésticos; también se muestran las condiciones en las que laboran las mujeres en sus talleres, encontrando maneras propias de vivir y de mirar la vida. Es importante acercarse a estos temas a través de casos concretos, para entender mejor la dinámica que están teniendo las poblaciones rurales ante fenómenos sociales cambiantes en un mundo globalizado.

CAPÍTULO II

Santiago Cuauila, Tlaxcala: un pueblo de comerciantes, artesanos y costureras

El ambiente de la localidad

En el capítulo anterior, se mostró que la interacción económica mundial, así como los aspectos culturales y de relaciones de género incidió en los cambios socioculturales que propiciaron el surgimiento de un empresariado rural femenino. El objetivo del presente capítulo es describir la ubicación del poblado para contextualizar, en el tiempo y el espacio, las condiciones geográficas, económicas, sociales y culturales que favorecieron el desarrollo de los talleres manufactureros dentro de los espacios domésticos: la manufactura de ojos de vidrio y la costura de camisetas, en las que el papel de la mujer es esencial.

La historia de Cuauila se caracteriza por los esfuerzos constantes que han realizado sus habitantes para sobrevivir en situaciones diferentes. Esfuerzos que han sido modificados de acuerdo a las respuestas sociales de sus habitantes en diversos momentos históricos: la época prehispánica, colonial, la independencia, después de la revolución de 1910 y hasta finales del siglo XX.

Santiago Cuauila se remonta a la época prehispánica como uno de los pueblos de paso que conducían hacia lo que hoy es Veracruz o viceversa. Es considerado como una población campesina que mantenía una estrecha relación comercial con Teotihuacan y pertenecía a Texcoco antes de la conquista española.¹ Posterior a la conquista, los franciscanos congregaron a los pueblos de Cuauila, San Marcos, San Mateo y lo que es ahora San Antonio Calpulalpan, con el propósito de la evangelización y también para cosechar las tierras correspondientes a la iglesia como de los encomenderos. Durante el periodo colonial continuaron con el cultivo de las tierras cosechando maíz y cebada (Martínez; 1988:38) y frijol para el autoconsumo, además de recolectar hongos para el consumo y la venta. El pulque continuó siendo parte de la producción local para el comercio, el consumo cotidiano y para las fiestas ceremoniales. Las haciendas en la región se desarrollaron rápidamente y el pueblo de Cuauila quedó entre los caminos de las haciendas contando solo con las

¹ Fernando Brasdefer (1978) señala que probablemente Cuauila existió desde el año de 1400 hasta el periodo posclásico teotihuacano, sobrevivió a la conquista y durante el periodo colonial se consolidó como una comunidad, formando los pueblos que hoy componen el Municipio de Calpulalpan una micro región (t.II, p.183) que estaba comunicada por varios caminos. También, menciona que el tramo de la carretera 136 con dirección a Veracruz es el camino orinal que se utilizó en la época prehispánica para trasladarse hacia Veracruz y Oaxaca (t.II, p. 172).

pocas hectáreas de tierras que ocupaba la población.² Con escasos medios económicos para vivir, los pobladores de la región buscaron trabajo asalariado en las haciendas. La mano de obra indígena ofrecida al hacendado por el “Repartimiento” (heredero de la encomienda) carecía de eficacia por causa de la disminución de la población como consecuencia de las epidemias. Los contratos individuales entre patrón y peón parecieron más lucrativos. Los peones con residencia en los pueblos o en las haciendas donde recibían el nombre de peones acasillados trabajaban a las órdenes de grandes propietarios. “La población sufrió las repercusiones de éste tipo de economía: se preservó como raza indígena en los pueblos de Cuauila, Guaquilpan, Sultepec, y Actipan; a diferencia de san Antonio, de las haciendas y ranchos donde sí hubo mestizaje, no tanto por los matrimonios prohibidos sino por los hijos naturales de los comerciantes españoles, de los administradores criollos y a veces de los propietarios residentes” (Dessouches; 1970: 13).

La independencia y la nueva constitución que crea los Estados Unidos Mexicanos va a reunir a Calpulalpan al Estado de México, este fenómeno administrativo influye poco sobre la economía del municipio, no cambian las estructuras de tenencia de la tierra y no se percibieron mejoras en la población. Un acontecimiento político de importancia para el futuro de la región ocurre durante la Guerra de los Tres Años, guerra civil entre juaristas y reaccionarios. En Calpulalpan se libra una de las batallas más trascendentes de la vida política del país y la región de donde salió triunfante Carvajal, de los liberales contra el ejército de Cobos y Ordóñez. Así queda controlada militarmente en 1859 por el Comandante Liberal del estado de Tlaxcala. Poco después, en 1865, el municipio de Calpulalpan es agregado al Estado de Tlaxcala como medida estratégica para combatir la invasión francesa. Hace más de un siglo que Calpulalpan pertenece al Estado de Tlaxcala, situación que ha influido en parte en su desarrollo económico y político. Los habitantes de Cuauila se enteraron de los cambios políticos por los trámites que se hacían para realizar matrimonios y acudir al registro civil; ellos continuaron con sus actividades económicas.

En el siglo XIX, los habitantes de Cuauila se dedicaron a la venta de madera, cuando se construyeron en Calpulalpan las vías del ferrocarril en 1888; una vez concluido decayó el comercio de madera y los bosques quedaron deforestados, lo que condujo a los habitantes a buscar nuevas

² Fuente: Archivo Agrario

fuentes de ingreso. Los propietarios se dedicaron al cultivo de sus tierras y dieron empleo a los que carecían de ellas, mientras que algunos otros se vieron obligados a salir de la comunidad. Este hecho histórico sigue presente en la memoria colectiva de Cuauila, que da lugar a la idea de volver a poner atención al campo cuando el trabajo se acabe, no obstante el aumento del índice demográfico y el deterioro de la propiedad ejidal y comunal.

Santiago Cuauila está ubicado en el extremo Noroeste de Tlaxcala, colinda con el Estado de México e Hidalgo, en una zona del centro del país que, por sus particularidades históricas y su ubicación geográfica, tiene una tradición de industrias de manufactura textil con una amplia base campesina.

Mapa 1



El estado de Tlaxcala, cuenta con una extensión territorial de 4 000.9 km², se ubica en la meseta central del país, en las partes altas del eje neovolcánico, con una altitud de 2 230 metros sobre el nivel del mar (msnm). Limita al Norte con Puebla, al Noroeste con Hidalgo, al Sur con Puebla y al Oeste con el Estado de México. Es un Estado conformado por sesenta municipios y ochocientas localidades.

El estado de Tlaxcala, como parte del corredor Puebla-Tlaxcala, es sinónimo de zonas industriales, de grandes fábricas, de talleres textiles (identificados por los zarapes de Santa Ana Chiautempan) y de población indígena. Se le identifica como uno de los Estados más pequeños de la Federación después del Distrito Federal, así como por ser el de menor índice de analfabetismo. Además, es una región donde se combinan tradiciones, imágenes religiosas, campesinos y producción de pulque.

El municipio de Calpulalpan, desde donde se administra Santiago Cuauila, ocupa el sexto lugar en extensión territorial y económica del estado, está integrado por nueve núcleos de población: San Antonio Calpulalpan (cabecera municipal), cuatro pueblos con antecedentes prehispánicos San Mateo Actipan, San Felipe Sultepec, San Marcos Guaquilpan y Santiago Cuauila; así como Mazapa, La Soledad, San Cristobal Zacacalco y Gustavo Díaz. El municipio está ubicado en el extremo noroeste del estado y tiene acceso desde Tlaxcala, Puebla, Estado de México e Hidalgo.

Santiago Cuauila, comunidad donde se realizó esta investigación, es considerada como la segunda población más importante tanto por su tamaño como por su economía en el municipio. Ocupa éste lugar desde los años sesenta, cuando desplaza a San Mateo Actipan que fue importante por el cultivo y cosecha de la cebada y la producción de pulque. El auge económico que mostró Cuauila se debió a que en 1970 se desarrollan los primeros talleres maquiladores de ropa de algodón en el municipio: la fábrica Ramírez de ropa interior masculina y una cooperativa que maquilaba uniformes para el Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS), ambas dejaron de operar desde mediados de la década de los setenta y ochenta, pero en la localidad no se dejó de lado la producción maquilera.

Al recorrer las calles de Santiago Cuaula, algunas están pavimentadas y otras no; de las casas se escuchan ruidos de máquinas eléctricas de coser y en otras, desde las ventanas, emana el penetrante olor a gas butano. Lo que me llevó a descubrir que Cuaula es una localidad en donde los hombres y mujeres trabajan de manera ardua todos los días del año, tanto en la costura como en la producción de ojos de vidrio.

Si he seleccionado ésta localidad como objeto de estudio, fue con la idea de realizar una investigación sobre el surgimiento y las características de un empresariado femenino, conformado desde la maquila de ropa, además de la lógica administrativa que prevalece en los talleres en un contexto rural del altiplano central, cerca de las grandes ciudades y en un municipio que hasta mediados del siglo XX era agricultor, no así el estado de Tlaxcala que tiene una fuerte tradición en la industria textil y el trabajo a domicilio.

Ubicación y Asentamiento

Geográficamente, Santiago Cuaula se ubica al Noroeste del Estado; colindando al Norte con el Estado de Hidalgo, al Sur con Zacacalco, al Oeste con San Marcos Guiquilpan y al Oeste con el Estado de México. Tiene una altitud de 2 660 msnm y se encuentra en las pendientes de la sierra de Tláloc que baja hacia los llanos de Apan en Hidalgo. El asentamiento urbano, rodeado por tierras cultivadas de maíz, de cebada y de magueyes, localizado en las partes más altas y sinuosas de su territorio. La hidrografía de Santiago Cuaula la configuran dos arroyos con caudal sólo en época de lluvias, que se localizan al poniente y al sur de la población. El clima predominante es templado subhúmedo, con régimen de lluvias de mayo a septiembre y caluroso de abril a mayo. La temperatura máxima es de 31 °C y la mínima de 10 °C. La precipitación media anual es de 812.7mm.

La orografía presenta tres formas con características de relieve: zonas accidentadas en el centro del pueblo, las barrancas y las planicies al norte y al este del poblado, ubicadas a ambos lados de la carretera federal 136 que atraviesa de Este a Oeste a Santiago Cuaula, para comunicarlo con el centro de Tlaxcala y con Texcoco. De las 2 000 hectáreas aproximadamente que comprenden el

territorio de Cuauila, 70% e destina para actividades agrícolas de temporal. El uso habitacional del suelo ocupa 30 por ciento.³

Para llegar a Cuauila se toma la carretera pavimentada de dos carriles que sale en el km 62.5 de la carretera México–Apizaco. Se encuentra a 50 km del D.F. (una hora y media en automovil, dos horas en transporte público), a 7 km de Calpulalpan (15 minutos en automóvil y de 30 a 45 minutos en transporte público) y a 52 km de Tlaxcala (una hora y media en automóvil y 2 horas en transporte público). Cuauila cuenta con vías de comunicación que lo vinculan con el resto del estado y de la República; además, la carretera federal 136 atraviesa los municipios de Calpulalpan y Texcoco de Oriente a Poniente, comunicándose con Cuauila por una carretera de asfalto de 3 km de distancia, en la que es frecuente observar el tránsito de vehículos que transportan mercancías.

El transporte vehicular (microbús) traslada a los usuarios a Calpulalpan y demás pueblos aledaños, con un horario de salida cada 20 minutos, desde las 6 de la mañana hasta las 9:20 de la noche. El transporte local se realiza por medio de caballos, mulas, burros, bicicletas, camionetas y autos particulares, que pueden ser alquilados para alguna emergencia. Hasta 1998 se tenía sólo un teléfono público que en temporada de lluvia solía no funcionar, actualmente, se han ampliado las redes de comunicación y se cuenta con teléfonos locales y celulares, además del acceso a Internet.

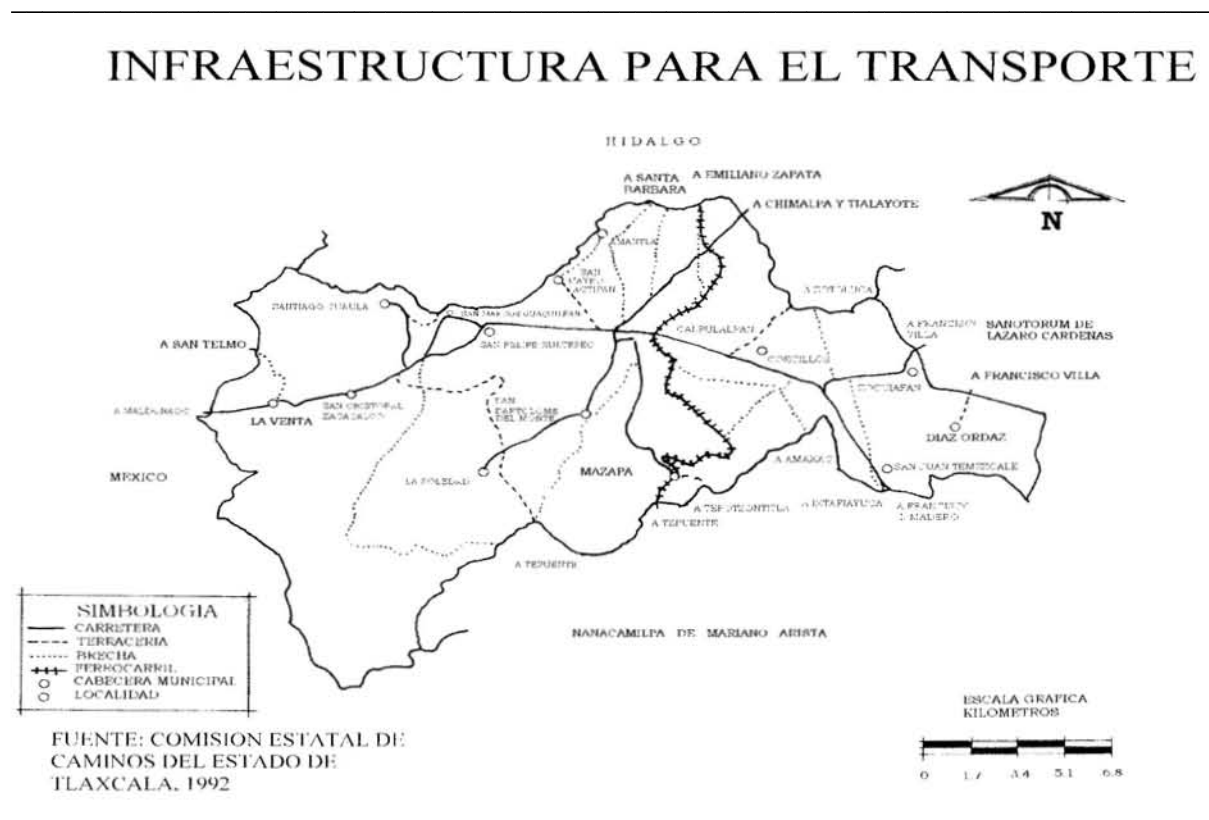
Al acercarse al poblado, desde la carretera, destaca la iglesia franciscana del siglo XVII ubicada en la parte más alta (seguramente sobre una edificación prehispánica), con restos de un convento colonial. La iglesia, santuario desde 1970, de los pueblos de San Felipe, San Marcos, San Mateo y La Venta, así como de las rancherías o pequeños poblados cercanos a Santiago Cuauila, cuenta con una capilla de la Virgen de Guadalupe construida durante los años de 1900 y una casa parroquial.⁴ En el costado este de la iglesia se encuentra el panteón. Al frente está la plaza y cancha

³ Fuente: Archivo General Agrario, ramo tierras.

⁴ “Los monjes franciscanos comenzaron la edificación de la iglesia actual entre 1548 y 1608. Durante dos siglos el templo dependió del convento principal de Texcoco. La construcción de la iglesia de Cuauila y de Calpulalpan se inicia antes de 1524, sólo se formaba de dos cuartos de piedra y lodo”. En: Restauración de la iglesia de Santiago Apóstol (siglo XVI) en Cuauila, Tlaxcala (Tesina Academia Militarizada) México 1989; p. 12

de básquetbol, lugar donde se llevan a cabo las festividades importantes, como las ferias y los bailes populares.

Mapa 3



La irregularidad del terreno y el crecimiento urbano propiciaron el surgimiento de otros centros de convivencia: el edificio de la delegación municipal y la biblioteca y el centro de cultura construido en piedra volcánica, en los terrenos de lo que fue hasta 2000 un jagüey. A diferencia de otros poblados mexicanos, en Cuauila, no se concentran en un solo lugar la iglesia, el mercado y el edificio de gobierno, sino que se encuentran dispersos. El mercado se ubica en la zona llamada el

voladero,⁵ en donde están concentrados los negocios principales: una farmacia, una tienda de abarrotes, dos tortillerías y algunas tiendas de hilos y artefactos para máquinas de coser además de la estación de transporte hacia Calpulalpan.

La traza reticular del poblado se da a través de las pendientes del terreno y llama la atención que las calles de los alrededores de la iglesia se encuentren adoquinadas, con banquetas y alumbrado público, en contraste con las aledañas que están cementadas y sin banquetas. En las calles estrechas sólo pueden circular automóviles en un sentido, y las más amplias se usan para estacionar camionetas de carga de media y una tonelada; todas ellas cuentan con alumbrado público, en su mayoría están pavimentadas aquellas donde la población transita cotidianamente, son pocas las que faltan de pavimentar, sobre todo en aquellas partes donde se están construyendo casas nuevas. La infraestructura está compuesta por 70% de pavimento de concreto hidráulico, el 10% de pavimento de concreto asfáltico; 80 por ciento de guarniciones y banquetas, 90 por ciento de drenaje, 95% de agua potable; y 20% de calles de terracería,⁶ lo que muestra que Cuauila es una localidad que cuenta con los servicios públicos necesarios para el desarrollo de la industria.

Las casas, en su mayoría de un nivel y con otro en construcción, tienen portones que impiden la mirada hacia el interior de los solares, y están pintadas con colores vivos. La vivienda está construida de cemento, adobe, techos de teja roja y paredes de lámina de cartón, y algunas tienen antenas de televisión. Existe una variedad en las construcciones de Cuauila adaptadas al clima de la región: las casas son de adobe, con techos de tres metros de altura y las puertas y ventanas evitan las corrientes de aire frío en temporada de invierno.⁷ En el exterior de las casas se encuentran los corrales y en el patio están los graneros para almacenar la mazorca y la cebada. Las casas diferentes a las tradicionales son habitadas por familias o personas que han vivido en otras ciudades, construidas de cemento en dos niveles, con protecciones de herrería, marcos de aluminio, vidrios

⁵ llamada así por las fuertes corrientes de aire que circulan principalmente en invierno.

⁶ Fuente: Plan de desarrollo urbano para el municipio de Calpulalapan, Tlaxcala, 2000, p.2

⁷ Algunas casas todavía muestran en sus fachadas e interiores, características de lo que se ha llamado vivienda vernácula, como son los techos planos y de dos aguas, paredes de adobe, puertas en arco, patios centrales y en los costados de la casa se localizan los corrales. Véase, Gerardo Torres Zárate, *Vivienda vernácula de Xalatlaco Estado de México*; CONACULTA, México, 2000.

polarizados, techos bajos y planos, jardín y plantas de ornato en el exterior. Dentro de las casas se encuentran los talleres tanto artesanales (de ojos de vidrio) como de maquila. Desde que aparecen los talleres de ojos de vidrio y de maquila se modificaron los espacios de la vivienda; en algunas los talleres se localizan en la planta baja y las habitaciones en la planta alta; en otras todavía conservan su estructura anterior con paredes de adobe, pero reconstruidas con fachadas de concreto y ventanas con marcos de aluminio.

Existen algunas casas de adobe abandonadas alrededor de la iglesia de una y dos plantas que muestran el auge económico de otras épocas. Hay otras cuatro que parecen fortalezas; pertenecen a inmigrantes que llegaron a Cuauila hace más de 10 años y cuyos propietarios no son conocidos en la población; pero son aceptados en tanto que pagan sus impuestos correspondientes. A la entrada de la población se observan cuatro naves con techos de lámina, pertenecientes a una fábrica de cajas de cartón llamada Hexágonos de México. Durante el día la fábrica se encuentra custodiada por guardias de seguridad y sus trabajadores son en su mayoría de los poblados cercanos.

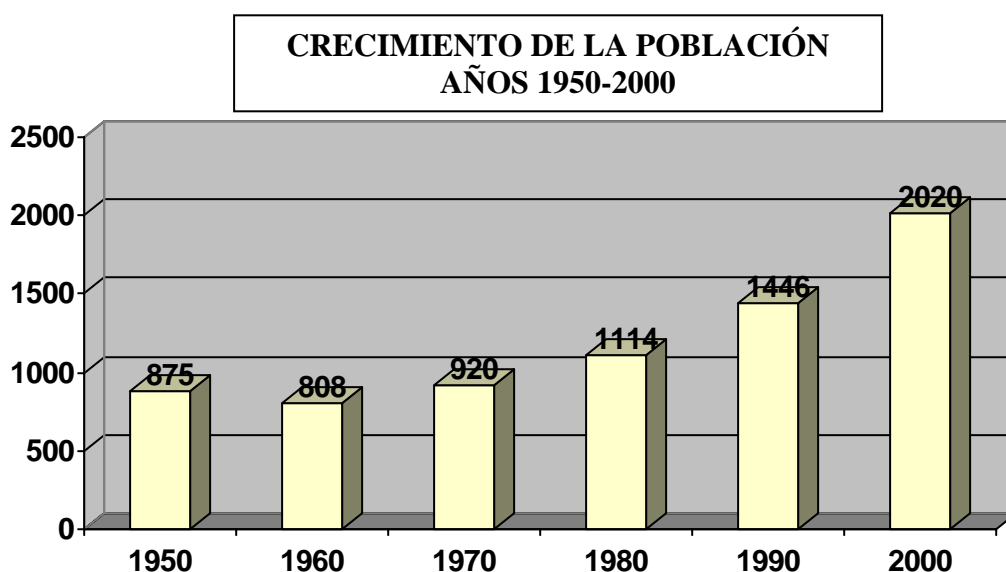
La mayor parte del poblado de Santiago Cuauila se observa vacío, aunque desde las cinco de la mañana se pueden escuchar personas que llevan a sus animales al campo, o vehículos que se dirigen a la salida de la población para llevar a entregar las camisetas a las fábricas de ropa de la ciudad de México o algún otro destino. Después entre las siete y ocho de la mañana se observa el ir y venir de los trabajadores y trabajadoras, además de aquellos que bajan de los microbuses que llegan de los pueblos cercanos a sus respectivos trabajos o talleres de maquila de ropa, así como de los niños que entran a la escuela primaria y secundaria, que algunas veces van acompañados de la madre. Pasada ésta hora, nuevamente se vuelven a vaciar las calles, es hasta las 11 de la mañana, cuando las mujeres se dirigen al mercado (casi siempre, propietarias de los talleres), la mayoría caminando deprisa, pues, tienen que regresar a sus talleres. Por el camino saludan a otras señoras y señores, de una manera respetuosa y en ocasiones bajan la mirada. Mientras algunos hombres platican en las esquinas, por un breve tiempo, ya que después de una hora las calles vuelven a vaciarse, y sólo se percibe el ruido de las máquinas, así como, de algunas ventanas se escapa el olor a gas, lo que inmediatamente salta a la idea de que en ese lugar se hacen ojos de vidrio. Después del medio día y por la tarde, hay un continuo tránsito de personas y hasta después de las siete de la

noche, cuando se advierte que los trabajadores abordan los microbuses para regresar a sus casas, sobre todo aquellos que son de los poblados cercanos.

Santiago Cuaula cuenta con una población de 2 020 habitantes (INEGI, 2000), 1007 hombres y 1 013 mujeres. La población económicamente activa es de 765 e inactiva de 630 habitantes. En el Censo de 1990 la localidad contó con un total de 1 446 habitantes, de los cuales 726 eran hombres y 720 mujeres.⁸ Lo que representa un incremento de la población de 39.7%, de la población en 10 años. La siguiente gráfica (gráfica 1) muestra el crecimiento de la población de Santiago Cuaula desde la década de los cincuenta hasta el año 2000. Se retomaron estos años porque en ellos se dieron los cambios económicos, sociales y culturales aquí estudiados desde la aparición de la artesanía de ojos hasta la maquila de ropa. El crecimiento poblacional de Cuaula indica que probablemente se ha detenido la migración hacia la ciudad de México o hacia el extranjero. No existen datos fidedignos que muestren una migración masiva de los habitantes de Cuaula hacia Estados Unidos y Canadá, pero tampoco se descarta.

⁸ A la entrada de Santiago Cuaula se encuentra un letrero que marca 2 000 habitantes, semejante a la del INEGI de 2 020 habitantes, de acuerdo con el Censo del año 2000. Para los fines de este trabajo se tomaron como referencia los datos del INEGI.

Gráfica 1⁹



El fenómeno que muestra el índice poblacional es que Cuauila ha ido en aumento en las últimas décadas, esto es debido a la demanda de fuerza de trabajo que se requiere para los talleres de maquila de ropa, de tal manera que han llegado a radicar personas de otras partes de la República. La ubicación de Cuauila es un punto estratégico para las negociaciones y transporte de la ropa, también Tlaxcala es un Estado productivo en el que se encuentran grandes empresas generadoras de empleo. Santiago Cuauila es una de las poblaciones que abastecen con las prendas de vestir, el mercado de Chiconcuac en el Estado de México, de tal manera que varios hombres y mujeres de origen oriental que han llegado a México se han ido a vivir a estos lugares, Cuauila no está exenta de esta migración, aunque los orientales no se reconocen como extranjeros sino como originarios del Estado de Puebla. Es muy probable que estas poblaciones pequeñas como Cuauila que cuenta con todos los servicios públicos sean receptoras de migrantes orientales o de cualquier origen dada su cercanía con la ciudad de México y con los principales mercados de ropa económica, tales mercados y negocios permiten insertarse de manera discreta en la dinámica económica nacional, además de establecer

⁹ Fuente: INEGI, censos de población.

contactos comerciales con lugares como el Distrito Federal,¹⁰ Chiconcuac, Ciudad Neza y San Martín Texmelucan, Puebla.

La palabra Cuaula proviene del náhuatl *cuauilli* que significa lugar de águilas. Existen diferentes versiones en torno al origen de la comunidad, dado que en el Códice Calpulalpan se menciona que Cuaula significa lugar habitado por lobos, por lo que algunas personas de la región la consideran como un lugar lleno de lobos. Esto último tiene que ver con la interpretación que se le ha dado, pues Cuaula fue una comunidad rodeada de bosques de ahí que su fauna era variada. Actualmente el paisaje ha cambiado por la tala y los sembradíos de maíz y cebada. Los pobladores se identifican con Santiago apóstol, patrón del pueblo, y el guaje del santo lo usan como símbolo de su identidad en las fiestas patronales.

El náhuatl fue la lengua predominante en la comunidad hasta los tiempos de la Revolución y la llegada de los primeros maestros rurales en 1921. Según el censo de población de 1980 había seis personas en Santiago Cuaula que hablaban el náhuatl, 20 años después, en el Censo del año 2000, no se reporta ningún hablante de náhuatl.

Los jóvenes dicen desconocer este idioma, al igual que las personas mayores de 50 años, que opinan que era una lengua de los antiguos y viejos, pues recuerdan que sus abuelos la hablaban pero sus padres no se las enseñaron, tampoco en la escuela ya que significaba un atraso para ellos. En algunas poblaciones de México no quieren hablar las lenguas indígenas, porque se considera un atraso cultural y una manera de no integrarse a la “modernidad”. La negación de la lengua es común para las personas de Cuaula, pues si la hablan son considerados indios, lo que lleva a tener desventajas en las negociaciones. Ellos manifiestan que lo importante es hablar el español para negociar el precio de la maquila y de los ojos de vidrio, ya que si hablan el náhuatl “consideran que les impedirá pensar y hablar en español”. Tal opinión refleja el sentimiento de exclusión de los

¹⁰ El Distrito federal es una ciudad global, y es el lugar donde se realizan la mayoría de las transacciones comerciales de todo el país, y de éste con el extranjero. Véase, Christof Phanraiter, “México: The Making of a global city. In: Saskia Sassen (ed): 2000 Global Networks, Linked Cities. Routledge, London.

habitantes de Cuauila, quienes no sólo se sienten los últimos del estado, sino también del municipio. El sentimiento de marginación¹¹ se debe probablemente a que es una de las últimas poblaciones del municipio y del Estado, es decir, es un pueblo fronterizo, y sus habitantes constantemente se quejan que los programas del Estado no siempre les benefician, debido a que las ayudas como despensas pueden no llegar a la población.

Los servicios educativos en Cuauila abarcan los niveles preescolar, primaria y media básica. Los jóvenes tienen que salir de su comunidad para continuar estudios posteriores en el nivel medio superior y superior. Las opciones se encuentran en Calpulalpan (a siete kilómetros de Cuauila), o bien en Texcoco, Tlaxcala y en el Distrito Federal.

La atención médica a la población se proporciona a través de la clínica de la Secretaría de Salud y por los módulos móviles del Desarrollo Integral de la Familia (DIF), además de un consultorio médico particular. Aún existen prácticas de la medicina tradicional como curar “el mal de ojo”, “el empacho”, sobre todo en los menores. Las mujeres acostumbran los baños de temascal para refortalecerse después del parto.

Desde 1970 Cuauila cuenta con los servicios públicos de energía eléctrica, alcantarillado y agua potable, la que llega a través de un acueducto del manantial de Atzompan. También existen servicios de arrendamiento de animales, un taller mecánico automotor y de tractores.

¹¹ Es probable también, que el sentimiento de exclusión, se deba a los constantes cambios sociales y económicos que se están viviendo en la localidad, de acuerdo con Aladras y Güellas (1985: 5), en un estudio sobre los cambios sociales en los Pirineos, muestra que la situación de marginalidad “no sólo implica aislamiento: supone también dependencia, a nivel económico y social, lo cual produce un desarrollo desequilibrado y condicionado de intereses ajenos a la región y que traduce a un nivel simbólico”, es decir, de un nivel perceptivo debido a las circunstancias sociales que presentan los pueblos Pirineos al insertarse a un mercado más amplio. Véase, Aladras y Argúellas, *Entre el pasado y el presente la lógica de un proceso*, en Cuadernos de Antropología No. 5, Barcelona España, septiembre de 1985, pp.1-20

Unidades domésticas y celebraciones

En Santiago Cuauila se organizan por familias,¹² diferenciados entre sí por su actividad económica: maquileros, campesinos, tlachiqueros (fabricantes de pulque), “chiteros” (elaboran y venden barbacoa de carnero) y otras. Sin embargo, las actividades económicas de los habitantes de Santiago Cuauila se combinan, es decir, los artesanos también pueden tener criaderos de conejos y gallinas, lo mismo que los campesinos se dedican a la artesanía de ojos o bien, los maquileros y aquellos que producen ropa realizan otra actividad económica complementaria. La familia es la unidad básica de consumo y producción. Existe la cooperación, tanto para fines productivos como para la celebración de festividades, la cooperación abarca a los parientes que no residen en la misma localidad. La población se dedicaba, principalmente, antes de la década del sesenta, a actividades primarias, y su espacio vital estaba conformado por ejidos y pequeñas propiedades dedicadas al cultivo, a la ganadería en pequeña escala y a la producción de pulque. Actualmente, poseen tierras de temporal, y obtienen sólo una cosecha de maíz al año.

Las fiestas populares se celebran en distintas épocas del año y obedecen en su mayoría a actos religiosos. Comienzan el 2 de febrero con el festejo a la virgen de la Candelaria, organizado por el párroco y las personas de la localidad que colaboran en las actividades de la iglesia. Una semana antes de cada “miércoles de ceniza” se celebra la Fiesta de Carnaval: todos los días por las tardes los participantes cantan y bailan, comenzando desde el domingo hasta el martes por la noche, para concluir con un baile popular en la plaza del pueblo, que se ubica frente a la iglesia.

La fiesta del santo patrón de Santiago Cuauila se festeja los días 24, 25 y 26 de julio de cada año. El día más importante del festejo es el 25; se viene realizando desde mediados del siglo XVI, cuando los franciscanos llevaron la imagen de Santiago a Cuauila, de ahí se derivó el nombre de la localidad.

¹² El término familia es muy general, en este caso me estoy refiriendo al grupo doméstico, entendido como un conjunto de personas que comparten el mismo espacio de existencia, y un presupuesto; conjunto que suele basarse aunque no necesariamente, en relaciones de parentesco, pero puede ser que en su mayoría esté conformada por el padre, la madre y los hijos. Véase Martine Segalen 1992: 37,38. En el lenguaje cotidiano de los habitantes de Cuauila llaman familia a sus parientes consanguíneos, y aquellos reconocidos por lazos afectivos, como se muestra en el capítulo seis de esta tesis.

Las fiestas patrias, en el mes de septiembre son celebradas con una misa y un baile popular. Los días 1 y 2 de noviembre se celebra el día de muertos y se asiste al panteón para llevar flores a los difuntos, además en las casas se ponen las ofrendas a los muertos acompañadas de frutas, y comida.

Una festividad importante aparte de la de Santiago, es la celebración del 11 y 12 de diciembre dedicado a la virgen de Guadalupe; aunque todo el año se le celebra y adora. Esta fiesta tiene la particularidad de que en todas las casas, principalmente en las de los propietarios de los talleres de maquila de ropa, preparan una gran cantidad de comida para compartir entre amistades y parientes que no viven en la localidad.¹³ La celebración puede prolongarse durante todo el día, aunque coincide con la época de mayor trabajo, los maquileros se preparan y dejan concluida la maquila de camisetas o bien los artesanos dejan de trabajar para unirse a la celebración. La virgen de Guadalupe es la protectora de todos los habitantes de Cuauila, pero principalmente de los maquileros. Con meses de anticipación los jóvenes y niños se preparan para la peregrinación a la Basílica de Guadalupe de la Ciudad de México; participan con bicicletas adornadas con flores de papel, algunos en carreras de relevo, cargando antorchas encendidas hasta llegar a su destino. Los participantes visten con camisetas o ropa impresa con la imagen de la Guadalupana, el lugar y el año. El esfuerzo físico se dedica a la virgen para que los negocios se mantengan y mejoren. Casi todos los propietarios de talleres que tienen vehículos participan en la peregrinación con sus camionetas tanto para asistir a las personas durante la peregrinación como para su regreso. Parten de la localidad desde el día 11, por la tarde y regresan en la madrugada del día 12, para llevarle mañanitas a la virgen que se encuentra en la iglesia de Cuauila. Año con año la celebración se realiza con las “docenarias”, misas que se ofician doce días antes por las tardes, y que son organizadas por personas de la misma actividad económica; los participantes cooperan con una cantidad de dinero que se fija

¹³ La comida que se sirve en las fiestas importantes como las patronales, casamientos, bautizos y quince años es por lo general mole con pollo, tlacoyos, barbacoa envuelta en hoja de maguey y carnitas de puerco. La variedad de platillos depende de la solvencia económica de los anfitriones. Las bebidas son: pulque, tequila, aguardiente, cerveza y últimamente whisky.

para los gastos de la misa, los tamales,¹⁴ el café y el atole que se servirán en la iglesia una vez que la misa haya terminado.

Para la organización de las fiestas más importantes (virgen de Guadalupe y Santiago) se forman comités o mayordomías, compuestas sólo por hombres (no participan mujeres), cuyo número va de 25 a 30. La exclusión femenina aplicada en Cuauila, se debe a que las mujeres tienen más obligaciones como el cuidado de los hijos, las labores domésticas y administración de las actividades de manufactura, que los hombres que tienen más libertad para ausentarse de la casa.

El trabajo de los comités consiste en recaudar fondos económicos para pagar la música (bandas locales, mariachis y grupos musicales de moda), las misas y la comida durante las festividades. Ellos cooperan con dinero propio, que incrementan a través de diferentes rifas que promueven también en otras localidades. El cargo de mayordomo para las fiestas patronales y de la Guadalupeana dura tres años, mientras que en los comités organizadores de las fiestas patrias es de un año. Cuando los costos de algunas fiestas rebasan el presupuesto de los mayordomos, piden una cooperación a los habitantes, principalmente a los hombres para que aporten dinero de acuerdo con sus posibilidades económicas. Las cuotas oscilan alrededor de \$ 2 000. 00 por persona. Como ejemplo se pueden señalar los fuegos artificiales que se utilizaron para las fiestas del 25 de julio de 2004, fue un total de \$ 140 000.00 que comprendió cuatro castillos de fuegos artificiales y cientos de cohetes que fueron quemados durante los días 24 y 25 de julio por la noche. Las paredes de la iglesia se tapizaron con flores naturales (lilys) de invernadero, con frutas naturales y una fuente en el altar principal. La decoración estuvo a cargo de una empresa floral de Texcoco.

Los integrantes tanto de los comités como de las mayordomías se eligen en asamblea general, donde participan el agente municipal, el comisariado ejidal, hombres y mujeres. Las mujeres opinan, siempre y cuando sean casadas, que viven en unión libre o que son responsables de una familia y mayores de 18 años, se hace una relación para dar a conocer el nombre de los nuevos mayordomos, cargo al que es difícil negarse públicamente, pues para algunos de ellos no es posible

¹⁴ Las esposas de los mayordomos se encargan de preparar 200 tamales cada una, que sumados entre los treinta mayordomos corresponden aproximadamente a 6 000 tamales que se reparten a las personas asistentes a las misas del día 11 y 12 de diciembre.

cumplir con las cuotas económicas, por lo que solicitan a los demás mayordomos su renuncia o dejan de aportar las cuotas correspondientes.

Organización política

Una característica de la organización social y política de Cuauila es que todos los acuerdos se toman en asamblea, incluyendo la elección del comisariado Ejidal y del Agente Municipal. Éste último es elegido por “usos y costumbres”. La elección es popular y se realiza en presencia de todos los habitantes mayores de 18 años: hombres y mujeres. En 1998, se les otorgó una partida presupuestal para la administración de la localidad a través del Ayuntamiento de Calpulalpan; desde ese momento las campañas políticas se intensificaron. Los posibles candidatos se organizaron por planillas poniéndoles nombres de los colores: verde, amarillo y azul. Aunque en apariencia no tienen una filiación con algún partido político, varios habitantes prefieren los colores representativos de los partidos políticos nacionales, como por ejemplo el verde, se les asocia con los ecologistas.

El Comisariado Ejidal es el encargado de vigilar las tierras y cumple con diferentes funciones relacionadas con ello como prevenir los incendios, administrar y controlar la extracción de las minas de tezontle y evitar que talen los bosques. Los incendios forestales son frecuentes en la época seca y de calor en el año; en general los pobladores forman brigadas para combatirlos. Los incendios son causados por cazadores que en su afán de sacar de su madriguera a sus presas, no vacilan en prender fuego que escapa de su control, y se convierte en un siniestro forestal que devasta tanto las áreas arboladas como las que han sido reforestadas. Otra causa de los incendios son los leñadores que queman primero los árboles para después cortarlos, pero no siempre pueden controlarlos y por tanto las llamas se extienden. Las llanuras de Cuauila muestran grandes estragos provocados por la tala clandestina y las “chamusquinas”; sin embargo, Cuauila todavía tiene unas 800 hectáreas de monte y bosque, que sus pobladores cuidan con especial interés al reforestar y combatir los incendios.

El Agente Municipal es responsable de la selección de los policías, del cuidado de la comunidad, de que los habitantes cumplan con sus obligaciones como el pago de impuestos y de

vigilar que los maestros cumplan con sus labores, aunque nada tengan que ver con el magisterio. Las funciones que tiene el Agente Municipal son diversas, y representan al Presidente Municipal en la comunidad. Al igual que su esposa, desempeña funciones sociales como la entrega de despensas a los niños becados, también invita a las mujeres a participar en diversos cursos de capacitación que son organizados por el DIF del Estado, pero no siempre tienen éxito porque las mujeres se encuentran ocupadas en las labores domésticas, artesanales o de la maquila de ropa.¹⁵

La Agencia Municipal se integra por el agente municipal, el suplente de éste, un secretario y un tesorero, además de las personas encargadas de la seguridad y de las obras públicas. Poseen un local que funciona como oficina del agente municipal y su equipo de trabajo, pero sólo permanecen en el lugar unas horas, pues todos combinan otras actividades económicas con los cargos públicos. Sin embargo, fue hasta el 2001 cuando se obtuvo una partida presupuestal para los municipios y sus localidades, anteriormente no se recibía ningún salario por el desempeño de dichos cargos.

En la localidad no existen partidos políticos. Los candidatos a presidentes municipales y gobernadores realizan sus campañas de proselitismo en el pueblo. Se puede observar preferencias por el Partido Verde Ecologista Mexicano; pues el cuidado de los bosques es importante para ellos ya que consideran que la tierra es parte de sí mismos. Su conciencia ecológica proviene de las distintas circunstancias históricas que han vivido, dado que siempre se han dedicado al campo, y aunque han cambiado de actividades económicas, el cultivo del maíz y la cebada forman parte de su reserva económica, por lo que la conservación de la tierra no sólo representa un patrimonio sino una fuente de productos de autoconsumo en caso de no tener trabajo.

La filiación política no interfiere directamente ni en la elección del Agente Municipal ni en el Comisariado Ejidal. Más bien los dos criterios que predominan son el "buen" comportamiento social y el cumplimiento de los deberes sociales: las faenas y las actividades comunales; ayudar en la construcción de la casa de un vecino, cooperar para levantar la cosecha de algún familiar o amigo,

¹⁵ En las últimas décadas el Agente Municipal y su esposa han sido maquileros, por lo que es complicado asumir un cargo público y atender el taller de maquila de ropa.

cooperar para las fiestas populares y realizar el trabajo de “topilería” que consiste en el mantenimiento del pueblo y los jagüeyes.

Situación económica

La memoria histórica en Cuauila se asocia a la continua pobreza y los constantes cambios de actividad económica que han sido necesarios para adaptarse a las transformaciones del país. Las personas mayores consideran que Cuauila ha tenido distintos momentos tanto de pobreza como de auge económico. Aún quedan casas, ya muy deterioradas, que sirvieron de hostales para los forasteros y sus animales. En Cuauila existe una calle que se llama Camino Real que conduce a Hidalgo y a otros lugares de Veracruz y a la capital de la República.

Cerca del poblado aún se pueden observar los cascos de haciendas que dejaron de funcionar en las primeras décadas del siglo pasado. Las haciendas que rodean el municipio de Calpulalpan fueron productoras de maguey y cereales, algunas otras ganaderas (Head; 1992). Hoy día, los habitantes de Cuauila se encuentran más preocupados por resolver sus problemas económicos inmediatos que en el rescate de la historia de las haciendas, asociadas con la vida productiva de la comunidad.

Los habitantes de Cuauila modificaron su vida a partir de dos actividades económicas: la artesanía de vidrio y la maquila de ropa. La artesanía de vidrio es una representativa de Cuauila, a la que se han dedicado hombres y mujeres desde 1952, cuando doña Trinidad (de origen veracruzano), la trajo consigo al contraer matrimonio con un habitante del pueblo, primero, formó un taller con su marido y contrató a los familiares de él para que les ayudaran en la producción. A medida que aumentó la demanda de los ojos de vidrio, los propios trabajadores fueron instalando de forma oculta, sus talleres dentro de sus casas, con el fin de que no se supiera y así evitar la competencia. Pero los trabajadores para vender sus productos tuvieron que bajar el precio de los ojos de vidrio, de tal manera, que la competencia entre ellos se agudizó tanto que surgió una variedad de precios que propició que el taller original dejara de producir.

Esta experiencia hizo que los habitantes de Cuauila tuvieran más cuidado al iniciar una nueva actividad económica por el temor a la competencia y la monopolización de la producción, pero además, los habitantes aprendieron nuevas habilidades que desarrollaron con el comercio y negociación de los ojos de vidrio como se verá en el capítulo III.

Actualmente, en la localidad existen aproximadamente quince talleres dedicados a elaborar ojos de vidrio. El material lo compran a los pepenadores del Estado de México para reciclarlo y formar las piezas.¹⁶ El vidrio blanco se compra en las vidrieras de la Ciudad de México.

Tanto mujeres como hombres se dedicaron a la artesanía que resultó insuficiente para el sostenimiento familiar, pues, con el aumento de los talleres artesanales, los precios de las piezas de vidrio bajaron, por lo que dejó de ser un negocio redituable. Ello los condujo nuevamente a las actividades agrícolas, como alternativa económica. A mediados de la década del sesenta se vivió nuevamente una experiencia similar a la competencia que se dio con la artesanía de vidrio, pero ahora con la formación de los primeros talleres de costura.

A partir de 1970 el paisaje eminentemente rural varió a uno más solitario: las calles, ahora pavimentadas pero con menos personas en ellas, debido a que se encuentran ocupados en el trabajo artesanal y maquilero, sólo se observa un ir y venir de personas por las mañanas, cuando los niños acuden a la escuela y los trabajadores se dirigen a sus labores a media mañana (11 horas, hora del almuerzo) y al final del día.

El establecimiento de los talleres trajo consigo el incremento del comercio informal: aumentó el número de misceláneas y pequeños negocios que se instalaron dentro de las casas sin tener registro o nombre comercial. Algunas tiendas sólo cuentan con una silla y algunos refrescos en la puerta principal de la casa, como anuncios y así logran vender su mercancía. Existe una tienda

¹⁶ Los artesanos dedicados a hacer ojos se están enfrentando a un problema serio; pues el material que utilizado para simular la esclerótica o parte blanca del ojo, lo obtienen de los frascos blancos de la crema Pond's, pero desde 1980 esta empresa lo ha sustituido por material plástico, lo que ha provocado que aumente considerablemente el precio de la artesanía y por ende los costos de producción. El vidrio que se utiliza en la producción de ojos es de desecho, es de los envases de vidrio de las cervezas y cremas faciales, últimamente el vidrio blanco es escaso y suelen comprarlo en las vidrieras lo que incrementa considerablemente el precio del ojo de vidrio.

rural que también es una miscelánea, un mercado municipal, una farmacia y un mercado ambulante (tianguis) que se instala en la localidad los domingos y lunes, y en otros pueblos cercanos a Cuauila los demás días de la semana. Como consecuencia de la maquila de ropa se incrementaron las tiendas de hilos para diferentes tipos de telas y máquinas de coser (over, recta y de collarete). También aumentaron las tortillerías que facilitaron el trabajo femenino al ofrecer tortillas que antes eran hechas a mano. La maquila de ropa, al elevar el ingreso personal y familiar ha diversificado las formas de esparcimiento y diversión ahora se puede salir de la comunidad con mayor frecuencia para hacer compras, divertirse o estudiar.

Las principales actividades económicas que se realizan en Cuauila son las siguientes: la agrícola, dedicada al cultivo del maíz, el maguey, la cebada, el trigo, haba y el frijol; ganadera, basada en la cría de bovinos, ovinos y ganado mayor; industrial extractiva se desarrolla en dos minas de piedra gris, una mina de tierra arcillosa para hacer adobe y una de piedra de cantera; textil representada por la maquila de ropa, principalmente playeras o camisetas en telas de algodón y poliéster; artesanal comprende la fabricación de ojos de vidrio (también conocidos como ojos de Dios). Otras actividades económicas que subyacen son las del raspado del maguey, conocidos como “tlachiqueros”, o personas que se dedican a la elaboración de pulque, así como la de “chiteros” o vendedores de barbacoa de carnero y mixiotes. El número de “tlachiqueros” y “chiteros” ha disminuido debido a que el consumo de pulque es local y ha sido desplazado por la cerveza, el ron, el brandy y tequila. Actualmente, la gente prefiere consumir bebidas de fácil acceso en cualquier tienda de autoservicio. En Cuauila sólo quedan siete personas dedicadas a la elaboración del pulque, aunque no se tienen datos exactos de cuántas personas o familias se dedicaron a esta actividad en tiempos anteriores, los habitantes cuentan que ha ido disminuyendo tanto la elaboración como la preferencia a medida que han muerto las personas que se dedicaron a tal cultivo. Por otra parte los “chiteros” sólo son contratados en temporada de fiesta, siendo más redituable para ellos dedicarse a otras actividades como la maquila de ropa, debido a que es una actividad que puede desarrollarse en distintas épocas del año. Todas las actividades económicas pueden realizarse individual o familiarmente. Las personas que se dedican a la agricultura combinan con algunas otras tareas como

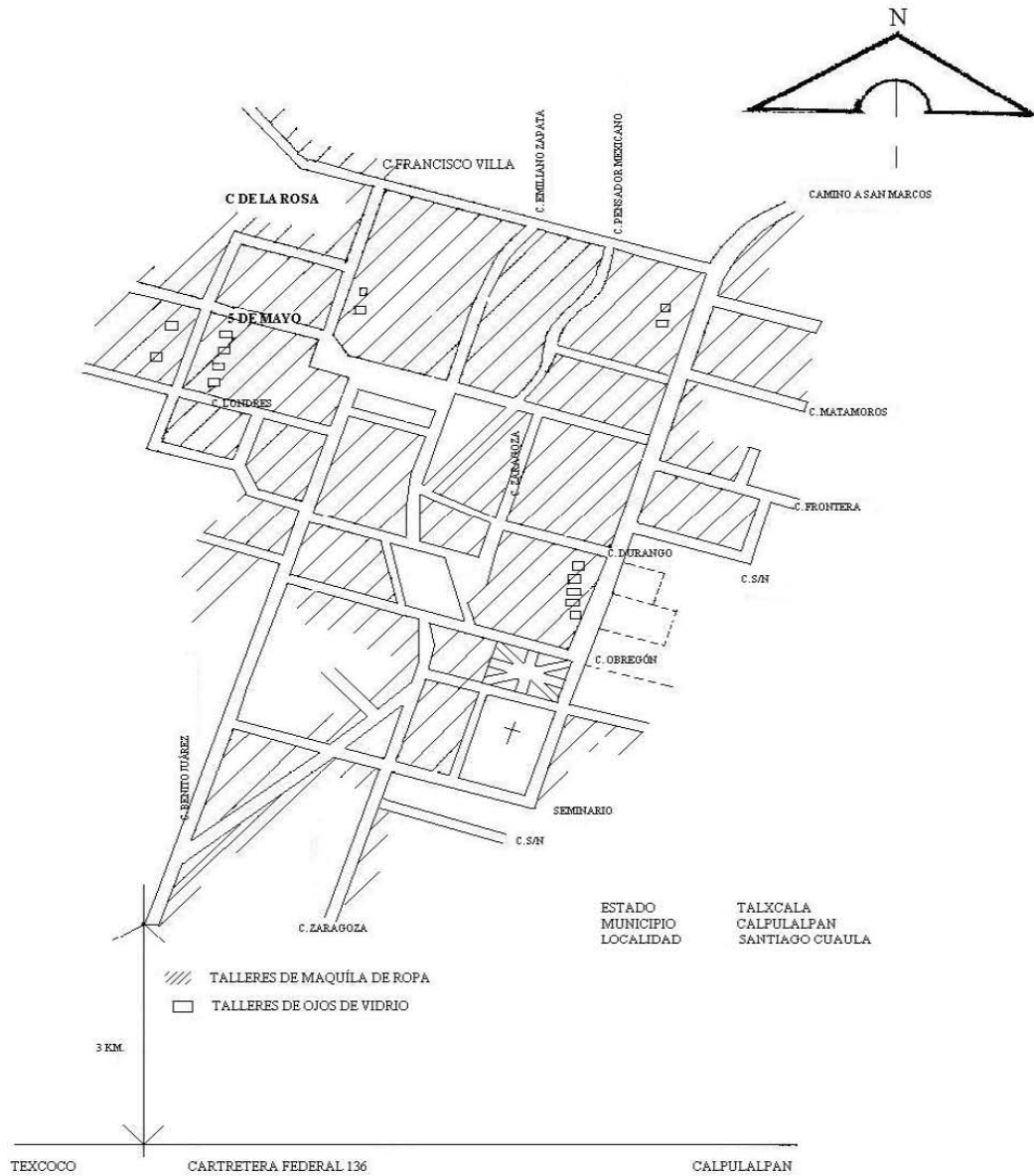
la renta de tractores, la costura y o la artesanía; casi todas las actividades combinan, principalmente, con la maquila de ropa.¹⁷

La pequeña propiedad tiene de 3 a 4 hectáreas de extensión pues, según Castro, son vestigio de una forma de tenencia de la tierra implantada por las grandes haciendas que existieron en la región hasta las primeras décadas del siglo XX (Castro,1998: 75). Las tierras ejidales agrícolas en su mayoría de temporal, propicia una sensación de incertidumbre permanente en los campesinos, de ahí que varios hayan preferido combinar sus actividades con la artesanía y la maquila de ropa. Además, sujetas a las constantes heladas y granizadas que echan por tierra sus esfuerzos e inversiones.

Para finalizar, Santiago Cuauila es una población que ha estado en constante interacción comercial en diferentes momentos históricos. En este intercambio han surgido nuevas formas de organización para producir que se combinan con la cultura de sus habitantes. Aunque Tlaxcala es considerado un Estado dedicado a la industria textil y el municipio de Calpulalpan un lugar donde se han establecido varias fábricas que han cambiado el paisaje de la región, en la localidad de Santiago Cuauila no se ha implantado ningún proyecto de industrialización (excepto la cooperativa que se formó en los años setenta pero que no tuvo continuidad). Se puede decir que los habitantes de Cuauila se adaptaron a las condiciones económicas cambiantes que vive el país, muestra de ello es que a mediados del siglo XX fueron artesanos de ojos de vidrio, más tarde maquileros y probablemente en las décadas siguientes empresarios de la industria de la moda para mercados de ropa económica.

¹⁷ Para Wolf (1978, p.64), la combinación de actividades obedece a un modelo campesino, siguiendo con esta lógica en Cuauila aún prevalecen modelos de organización del trabajo y social antiguos. Existe una amplia bibliografía sobre el tema del campesinado. Varios autores han señalado como una de las características del campesino una mínima tendencia hacia la inversión. Es un error pensar que los campesinos no quieren invertir, pues, en Cuauila existe una alta tendencia a la inversión de máquinas de coser, además del deseo de acaparar la mayor cantidad de prendas para maquilar y producir como se verá en los capítulos siguientes. La agricultura se mantiene como una reserva económica para aquellos que todavía tienen tierras y algunos complementan su economía con sus cosechas pero no es suficiente para la manutención e inversión de su taller. El objetivo de este trabajo, no es discutir sobre el campesinado, sino más bien, está dirigido al surgimiento de un empresariado rural femenino a partir de la maquila de ropa.

Mapa 4



Fuente: el mapa de la localidad de Santiago Cuauila, fue obtenido del plan de desarrollo urbano para el municipio de Calpulalpan, Tlaxcala 2000. El achurado y ubicación de los talleres se obtuvo a través de información propia. Dicha remarcación no representa el número absoluto de talleres (estimación aproximada de 215 a 300 talleres de maquila de ropa y 15 talleres de ojos de vidrio).

CAPÍTULO III

Los ojos de Santiago. El antecedente de los talleres de maquila

El surgimiento de la actividad empresarial en Santiago Cuauila

En el capítulo anterior se expuso el contexto social en que se han venido desarrollando los sujetos sociales que dieron origen al surgimiento de un empresariado rural femenino ligados en las últimas décadas a la dinámica capitalista. Paradójicamente, las mujeres han adquirido poder a través de la administración de la microempresa de maquila de ropa. Es importante resaltar las condiciones sociales y contextuales que contribuyeron a la aparición de los ojos de vidrio en la localidad, por lo que considero necesario rescatar los aspectos que incidieron en este proceso de cambio sociocultural con relación a una economía mayor.

En este capítulo se abordará la producción de los ojos de vidrio en Santiago Cuauila. El propósito es estudiar las diferentes formas de organización del trabajo dentro de los hogares. El inicio de la artesanía de los ojos de vidrio en la década de los cincuenta, da cuenta del cambio sociocultural que propició el surgimiento de la maquila de ropa en la década de los setenta; manifestación de un proceso de transformaciones en las condiciones sociales locales, nacionales e internacionales. La decisión de los habitantes hizo posible su expansión, dando paso al incremento de los talleres artesanales, además de la competencia constante por el acceso a la producción y al mercado de los ojos de vidrio.

La artesanía es el arte de producir objetos a mano total o parcialmente, requiere de destreza manual y artística para realizar productos funcionales o decorativos, que son las mercancías que venden sus productores. La producción de ojos de vidrio en Cuauila es un oficio que practican hombres y mujeres que trabajan en sus hogares con un equipo mínimo, o en talleres con instrumentos y materiales más, o menos costosos (Novelo, 1993; Turok, 1988) adaptados a la inventiva de los artesanos y artesanas. La instalación de los instrumentos y materiales es parte de un conocimiento adquirido a través de la observación y la práctica, que hace diferentes a los artesanos y artesanas, es decir, existen diferencias por género en cuanto al número de ojos de vidrio que producen y cómo los producen; por ello generalizar a todos los artesanos y artesanas implica un riesgo que impide ver las diferencias, así como las tensiones que emanan de esta actividad.

La producción de ojos de vidrio es un proceso artesanal y no es suntuaria, forma parte de un producto terminal: esculturas, máscaras, maniqués, arte sacro y niños Dios principalmente. El proceso de elaboración de los ojos de vidrio dura aproximadamente tres minutos como máximo (dependiendo del tamaño y terminado).¹⁸ Una de las modalidades que adquiere la producción de ojos de vidrio en Cuauila es que los artesanos ofrecen material a consignación a otras personas, para que los produzcan ojos desde sus casas, sobre todo a las mujeres que deseen tener un ingreso extra.

Si bien el modelo de producción artesanal cambió la organización del trabajo en Cuauila, y se trasladó más tarde a la maquila de ropa, la experiencia de las artesanas que derivó del proceso productivo en casa y con la pareja, les permitió familiarizarse con la administración de los recursos. Aunque ellas no administraban directamente el dinero, incidían en las decisiones para gastarlo, lo que antes probablemente no hacían. La competencia en la producción de ojos de vidrio llevó a desarrollar mayor discreción y cuidado en el manejo de la información para evitar nuevos competidores. El ser discreto se convirtió en un factor determinante para las relaciones de pareja, porque se podía confiar la información a la pareja y no a un pariente que más tarde les haría la competencia; por ello, tal experiencia les permitió tener un proyecto en común y una pareja copropietaria, situación que más tarde se reflejó en los talleres de maquila de ropa.

Los talleres de artesanos en Santiago Cuauila

En México, los primeros ojos de vidrio se producen en la década de los treinta, cuando se hicieron intentos de producción con vidrio de desecho obtenido de las vidrierías y lugares donde vendían vidrio. En ese momento no se consideraba a las mujeres como trabajadoras o posibles artesanas, porque ellas tenían otras actividades como el cuidado de los hijos y las labores domésticas, por lo que su participación en la producción fue considerada como ayuda y obligación.

A mediados del siglo XX comienza la producción de ojos de vidrio y un poco más tarde, la maquila de ropa. Ambas actividades marcaron el desarrollo económico de Santiago Cuauila y de los pueblos

¹⁸ El tiempo de producción de un ojo de vidrio también depende de la destreza y habilidad de quien lo produce. Un ojo con rayas es más complicado, por lo que se lleva más tiempo en su elaboración.

aledaños como San Marcos, San Felipe y la Venta. La infraestructura permitió desplazarse de un estado a otro con mayor facilidad, por lo que el comercio local se incrementó; a su vez la cercanía con el Distrito Federal impulsó la migración en busca de mejores ingresos a lo largo de la historia de Santiago Cuauila (Desouchez; 1970).

La pobreza es, según la opinión de los habitantes de Santiago Cuauila consecuencia del surgimiento de la artesanía y de la maquila de ropa. Sin embargo, la pobreza es una constante en la historia de los pueblos de México, que no se han convertido en grandes ciudades, pero que han permanecido a través del tiempo ocupando un espacio geográfico que contribuye con la expansión del sistema capitalista (Wolf, 1994; Wallerstein, 2003).

La pobreza de los habitantes de Cuauila, según las personas de mayor edad en la población, los llevó a emprender actividades que no habían pensado: la producción de ojos de vidrio y la costura. Estas actividades eran consideradas como exclusivamente femeninas.¹⁹ No fue fácil aceptar dedicarse a estas labores, ya que los hombres siempre se habían distinguido por su fuerza física, asociada a las labores del campo y al raspado de maguey. Si embargo, tuvieron que insertarse en un nuevo proceso productivo (Novelo, 1993; Arias, 1992).

Los datos sobre el desarrollo de la artesanía durante los cincuenta años de existencia de los ojos de vidrio en la localidad, muestran que esta actividad aparece en un momento en que los habitantes de Santiago Cuauila, no contaban con los servicios de agua potable ni luz eléctrica. Recolectaban agua de las lluvias y la conservaban en los jagüeyes. La localidad se sostenía económicamente del campo, de la venta del pulque, del ingreso de los hombres y mujeres jóvenes que se empleaban como obreros, sirvientes y choferes en la Ciudad de México o en cualquier otra parte del país (Desouchez ; 1970), según nos dice el siguiente testimonio:

Yo recuerdo que cuando era niño, estoy hablando de 1953, antes de que se conocieran los ojitos, no siempre había para comer. Cuando había sopa no había tortillas, cuando había

¹⁹ En el contexto social de Santiago Cuauila, la artesanía es una práctica femenina y masculina. Véase Novelo, Victoria (1993), *Las artesanías en México*, Gobierno del estado de Chiapas, Instituto Chiapaneco de Cultura.

tortillas no había sopa. Por eso cuando empezó a haber trabajo con los ojitos, todos (la gente de la localidad) le entraron, desde ahí ya no paró... hasta la maquila. Si no fuera así, no tuviéramos trabajo ni que comer o, tal vez ya todos no fuéramos de aquí. (Sr. Ceferino. Información personal, Santiago Cuaula, 2002).

La producción de ojos de vidrio fue una alternativa de empleo tanto para hombres como para mujeres. Aunque los ojos de vidrio no se elaboran con técnicas originarias del lugar, fueron adoptadas rápidamente por los habitantes. Actualmente, son un símbolo representativo de Santiago Cuaula. En este sentido, Catherine Good (1988), al estudiar el comercio entre los náhuas del estado de Guerrero, muestra que la combinación del comercio con la actividad campesina, y la búsqueda constante de nuevas actividades, obedece a un modelo prehispánico que subyace en las actividades económicas actuales. Este modelo permite la existencia de un tipo de comercio exitoso desde las condiciones de los indígenas.

La mayoría de los artesanos de ojos de vidrio son hombres que trabajan en sus casas junto a su pareja o esposa, pero también participan los hijos casados, parientes o empleados desde sus hogares; es decir, les dan material a consignación. Sin embargo, ocurre un fenómeno *sui generis*; quienes producen ojos de vidrio rara vez lo dicen por temor a la competencia, pues algún vecino o pariente puede salir a vender los ojos más baratos en el mismo lugar. De esta manera tratan de evitar ser desplazados.

Los talleres se ubican en el interior de la vivienda. En algunas de ellas existe un espacio destinado para el taller, como por ejemplo una estancia que mide no más de tres metros de ancho. Ahí se tienen la mesa y mechero, conectado a los tanques de gas y al tanque de oxígeno, debidamente cubiertos con una tela o lona. Dependiendo del número de personas que trabajen en el taller es el tamaño de la mesa y, por ende el número de sillas, por lo general se trabaja en pareja.

Existen artesanas de ojos de vidrio que trabajan en su hogar en una pequeña mesa con sus respectivos mecheros, de manera independiente sin una pareja,²⁰ para complementar su economía; reciben material a consignación con determinado tiempo de entrega. Las mesas de trabajo, se encuentran próximas a la cocina para mantenerse cerca de las conexiones de gas. Lo que pone en riesgo a sus habitantes por los posibles incendios. Aunque son pocos los accidentes que se han dado en los últimos años, el olor a gas es tan penetrante que ha provocado intoxicaciones leves en los niños (Sra. Claudia. Información Personal, Santiago Cuaula, junio de 2003).

Relaciones de género y artesanía

Las artesanas trabajan en el taller desde las primeras horas del día por la urgencia de terminar los ojos de vidrio. Se levantan de la mesa de trabajo para atender a sus hijos en edad escolar; preparan el almuerzo a las diez de la mañana; salen de compras para la comida, mientras platican con vecinas y amigas en el trayecto al mercado. Regresan a trabajar con el marido en los mismos horarios, durante tal actividad comentan los sucesos del día. Esta proximidad entre la pareja de artesanos los ha llevado a mantener relaciones más estrechas, pues no comparten sus problemas cotidianos con otros individuos o trabajadores dentro del mismo espacio.

Las artesanas comparten el dinero con su pareja, pero no tienen el control de la economía. Pueden saber la cantidad de dinero que se obtiene por la venta de los ojos porque, ellas los cuentan y los envuelven en paquetes por docenas, centenas o millares.

Los artesanos son los que llevan en general el control del dinero. Combinan esta actividad con la cría de conejos, la cosecha de setas y la agricultura. Algunos de ellos vendieron sus tierras para invertir en el taller artesanal, como en el vidrio blanco que es más caro comparado con el vidrio de otros colores que se obtienen de los envases de refrescos y cervezas. Los artesanos también

²⁰ En las casas de las artesanas, más que en otras, se percibe el olor penetrante a gas, pues, la instalación del gas y del oxígeno necesarios para la producción de ojos de vidrio, es menester que la realicen expertos en ello, pero no siempre quieren pagarle a un artesano especializado que posee conocimientos técnicos de la instalación del gas, entonces, prefieren hacerlo ellos y resulta algunas veces una instalación deficiente que puede traer graves consecuencias para la salud.

invierten en la cría de conejos, gallinas y gallos, como respaldo cuando la venta de ojos de vidrio disminuye. El apoyo femenino está presente en casi todas las actividades que realizan los hombres.

La llegada de esta artesanía transformó la vida de las mujeres, porque empezaron a trabajar en algo que no conocían, y también cambió la vida de los hombres en tanto que, comenzaron a producir en conjunto. Dicha proximidad les ha llevado a descubrir que el trabajo de ambos es una alternativa para el mejoramiento económico del grupo doméstico.

Al principio, cuando la artesanía tomó fuerza como una opción de empleo, las mujeres que no querían participar en la producción debieron hacerlo en tanto que era la actividad económica del marido o pareja.

Cuando yo comencé a hacer ojitos fue cuando me casé en 1952, casi nadie sabía hacerlos..., no había tanta competencia, a mí no me gustaba mucho hacer los ojos. Aquí cuando la gente se casa o se junta hace lo que el marido dice, más en esa época..., bueno ahora no tanto. En la casa de mis suegros todos comenzaron a hacer ojitos y cuando se casaron mis cuñados sus esposas también. Las mujeres no, una de mis cuñadas se casó con el hijo de un señor que tenía muchos camiones, a ella le fue bien, ya más tarde pusieron talleres de costura. (Sra. Marta, información personal, Santiago Cuauila, julio de 2003.)

Diez años después, las mujeres se adaptaron al nuevo proceso productivo de la artesanía. Fue la época en que abundaban los talleres artesanales. En este sentido, el desarrollo impone la creación de nuevos espacios, donde las reglas que rigen los intercambios culturales tradicionales pueden modificarse, al grado de imponer nuevos referentes que poco a poco impulsan al cambio del ambiente en general (Montesinos; 2002: 181). Así, las artesanas de ojos de vidrio y las maquileras tienen que asumir estas actividades, aunque no siempre sea esto lo que realmente desean.

Con la llegada de los ojos de vidrio fue necesario mantener la discreción para evitar la competencia entre los pobladores. El mejoramiento económico que mostraron los primeros artesanos de ojos de vidrio llamó la atención de los demás habitantes y se desató la competencia incontrolable.

Además de la local, se ha desarrollado otra con productores de ojos de vidrio que se encuentran en Guadalajara, Xochimilco y el Estado de México, y con una fábrica de productos religiosos en la Ciudad de México.

El problema de la competencia radica en el abaratamiento del producto con el fin de acaparar el mercado, esta monopolización lleva a abaratar los precios pero también a acentuar aún más las tensiones entre los productores, por ello la discreción en torno al manejo del proceso productivo de los ojos, la ubicación del mercado, y el lugar donde se obtiene el vidrio, implica un manejo cuidadoso porque es determinante para mantener el equilibrio en el precio de los ojos.

Los ojos de vidrio en el mundo

Originalmente los ojos de vidrio se utilizaban como implantes para rellenar la cavidad del ojo, por la pérdida o ausencia del globo ocular. Fue un producto estético que se utilizó por varios siglos en el mundo. Es probable que haya aparecido desde el siglo XVIII en Europa para permanecer hasta después de la Segunda Guerra mundial en el siglo XX. Las revoluciones tecnológicas en la medicina y la estética plástica favorecieron la aparición de ojos de vinil que sustituyeron a los de vidrio. El vidrio se dejó de usar en ojos ortopédicos, por la existencia de otros materiales menos duros como el acrílico, utilizado en la fabricación de lentes de contacto.²¹

El efecto psicológico que producen los ojos de las figuras artificiales de distinto material es el de proyectar vida; así las personas que adoran las esculturas religiosas creen que sus súplicas son escuchadas, pues se sienten observadas por la imagen. Si bien la figura es por sí misma un símbolo de deidad que provoca adoración en los creyentes, los ojos son el enlace entre ésta y la persona que la venera. Los ojos de vidrio cuando particularmente son más brillantes parecen más expresivos lo

²¹ Hasta hace tres décadas se utilizaban los ojos de vidrio para implantes humanos, estos se distribuían en las tiendas de productos médicos. Los ojos de vidrio se podían sacar y meter en la cavidad, el problema que representaba era que se movían del lugar; cuando aparece el material *acrílico grado médico* sustituye a los de vidrio, pues, por la consistencia del acrílico es menos probable que el ojo se mueva del lugar.

que le otorga un halo de vida a la figura.²² Una escultura de yeso de San Judas Tadeo sin ojos de vidrio al igual que la de un niño Dios, no tendrían brillo y, por lo tanto, su apariencia sería menos real y expresiva. Anteriormente, los ojos fueron elaborados de una pasta ligera de yeso y pintados de negro o café oscuro, algunas veces combinado con tonos azules y verdes, en un esmalte brillante de tal manera que semejaba brillo o lágrimas lo que le impregnaba un aspecto real y divino.

Los ojos en una escultura religiosa son muy difíciles de lograr, pues deben tener brillo que es lo que les da vida de acuerdo con el señor Gómez, productor de esculturas religiosas.²³ Las esculturas religiosas traídas a México en siglos pasados, algunas eran de origen español, italiano y francés, otras se hicieron en México durante el periodo colonial y actualmente se produce una variedad de imágenes y esculturas llamado arte sacro (Toussant, 1974: 23). “Cuando veo los ojos del Niño Dios, creo que me mira y escucha, me parece que está conmigo y que me va a ayudar si le pido algo”. (Información personal, Sra. Lucía, Santiago Cuauila Tlaxcala, agosto de 2003.)

En el mercado nacional, como en Santiago Cuauila, existen dos tipos de ojos de vidrio: los ojos sin rayas o sencillos, también llamados corrientes, y los alemanes o rayados. Los tipos corresponden a las técnicas que se utilizan para su elaboración: en la primera se utilizan de dos a tres colores, por ejemplo el blanco, negro y el azul, y no se les hacen rayas, por lo que son menos reales que los segundos y su precio en el mercado es menor. Los artesanos y reparadores de figuras y esculturas religiosas son los que reconocen a los ojos alemanes. Por otra parte, no existe una patente de los ojos, forma parte de un conocimiento especial que requiere de la observación y la práctica.

²² Los ojos de las esculturas religiosas hechas en Santiago Cuauila son de una amplia variedad de colores que hacen que la escultura parezca receptora, sobre todo de los adoradores, así los ojos están asociados con el paradigma oftalmológico clásico que ha sido el de la contemplación, “...marcando el estilo y el *ethos* de la especialidad. [El ojo es el hombre, *anthropos*, el "animal óptico" o "admirador", como lo vemos en la pupila (*pupilla* en latín, *kore* en griego) o niña de los ojos que devuelve la figura humana; la vista es el sentido más valioso porque significa gozar del mismo independientemente de sus incomparables servicios; la visión o teoría es la forma suprema o divina (dios = *theos*) del saber, es a causa de su admiración que los hombres comienzan y comenzaron por primera vez a filosofar], de ahí que los ojos de vidrio son de suma importancia en las esculturas religiosas. Fuente: <http://www.elabe.bioetica.org/40.htm>, consultado el 25 de octubre de 2003.

²³ Información personal obtenida durante una entrevista, en la Ciudad de México, con el señor Gómez productor y reparador de esculturas religiosas actuales como antiguas. México, Distrito Federal mayo de 2002.

En Cuauila los ojos sencillos los elaboran las mujeres, y los ojos alemanes o rayados, que son más sofisticados, los elaboran los hombres. Estos monopolizaron el conocimiento de la técnica, dado que fueron ellos los primeros que aprendieron a hacer ojos. La segunda técnica consiste en colocarle rayas a los ojos, simulando a un ojo verdadero.²⁴ Para dibujar las rayas y combinar los colores es necesario formar tiras de vidrio con seis colores según la tonalidad a lograr. Esta técnica no está al alcance de todos, por lo que se requiere pagar para aprenderla y aplicarla. El precio lo fija el maestro artesano que enseña la técnica, también se hereda a los hijos, siempre y cuando quieran hacerlo porque actualmente, en Santiago Cuauila, muchos de ellos prefieren ser maquileros.

En México, hoy día los ojos de vidrio se producen de dos formas: una artesanal²⁵ y otra en una fábrica con un proceso sofisticado, con maquinaria apropiada en donde no interviene la participación de un individuo que haga dibujos o rayas, solo ejecuta la máquina,²⁶ la diferencia entre los ojos de vidrio artesanales y los hechos en la fábrica son la variedad de colores y tonalidades que existen en el mercado, pues los artesanos han logrado una infinidad de tonalidades de ojos de vidrio. Ambas maneras de producir son ocultas, que finalmente es un mecanismo de defensa para los que lo producen, no sólo se defienden de ellos mismos y el medio comercial, sino también de la política fiscal que ha tenido México.

Hasta la década de los ochenta los ojos de vidrio se utilizaron para los maniqués de las tiendas de modas.²⁷ Actualmente no llevan este tipo de ojos, pues no lo dicta la moda, y en este

²⁴ El vidrio blanco se utiliza para simular la esclerótica o parte blanca del ojo, y la combinación de colores es para representar la pupila.

²⁵ Artesanal en el sentido de que es una producción hecha a mano y con instrumentos que no requieren una instalación maquinizada. Es una sofisticación, que se puede aprender a través de la observación y la práctica; lo importante en el proceso de producción es reconocer los distintos tipos de vidrio y hacer las combinaciones de colores; regular la flama y el oxígeno para lograr las tonalidades.

²⁶ Existen algunos productores que han industrializado la producción de los ojos y que utilizan maquinaria sofisticada creada por ellos mismos, pero esto no se puede constatar dado que no es posible tener acceso a esta información.

²⁷ Actualmente los maniqués son diseñados de otra manera, a diferencia de los años cincuenta en que representaban mujeres y hombres más parecidos a las personas, ahora son sin rostro y un tono claro u oscuro que deja a la imaginación del cliente la proyección de su misma figura, color de piel y complejión. Todavía en algunas vitrinas de tiendas de modas se pueden observar estos maniqués que representan mujeres bellas y atractivas de ojos grandes muy brillantes en diferentes tonalidades, que no siempre coinciden con los fenotipos mexicanos; por ejemplo, en las

sentido, las tendencias mundiales de la moda de figuras e imágenes muestran un concepto más universal y no precisamente con rasgos definidos como los ojos azules, o verdes que se usaron hasta la década de los setenta (Lipovetsky, 1999; Klein, 2001). Además, en México, el uso de los ojos de vidrio en los maniqués es cada vez menor porque eleva su precio en el mercado.

La relación global-local de los ojos de vidrio

La historia de los ojos de vidrio en México está relacionada con la tecnología e inventiva de la época. Desde sus inicios la producción de ojos de vidrio en México fue clandestina, pues, el momento histórico en el que surgen es de convulsión por los movimientos revolucionarios y posrevolucionarios.

La producción del vidrio durante el siglo XIX se caracterizó por los rápidos avances tecnológicos de esta industria en el ámbito internacional y por la adaptación de métodos antiguos,²⁸ es decir, se utilizaban métodos artesanales para fundir y moldear el vidrio. Inspirados por el resurgimiento de estos y estimulados por los avances de la nueva tecnología química, los artesanos vidrieros comenzaron a crear hacia 1880 nuevos estilos artesanales denominados artísticos. Solían realizar piezas nuevas con fines decorativos, como reacción en contra de los objetos producidos en serie.

Los estilos de moda entre 1810 y 1910 reflejan la influencia del movimiento Art Nouveau en el panorama internacional. Emille Gallé y la empresa Daum Frères (fundada en 1889) en Francia (Gympel; 1996), producía cristales con formas naturalistas, líneas sinuosas, colores exóticos y superficies de inusitados efectos, como el cristal iridiscente inventado por Tiffany.²⁹ La producción

tiendas del mercado de *la Lagunilla* de la Ciudad de México o en pueblos donde los maniqués portan atuendos indígenas pero las características físicas los alejan de la realidad.

²⁸ <http://museovidrio.vto.com/> Consultado en mayo de 2003.

²⁹ Luis Comfort Tyffany (1848-1933) pintor y diseñador estadounidense de objetos de arte en cristal decorado al estilo Art Nouveau. Creó una fábrica de vidrio en Nueva York. Utilizó métodos artesanales para la elaboración de las piezas en vidrio. Sus diseños fueron aplicados a la joyería, y los artesanos mexicanos del vidrio se inspiraron en

de piezas de vidrio condujo a la elaboración de ojos para humanos, es decir, implantes para aquellas personas que habían perdido un ojo. Después de las guerras la demanda de implantes se incrementaba, como ocurrió después de la Segunda Guerra Mundial.

En México, también se incrementó el uso del vidrio. Las decoraciones de las casas modernas a fines del siglo XIX y principios del XX demandaban grandes ventanales con vidrio de varios colores y grandes vitrales (Gympel; 1996). Se establecieron en México, principalmente en el centro histórico las vidrierías que abastecían a los constructores de la época. En ellas se podía obtener material de deshecho de varios colores.

A principios del siglo XX, el 6 de diciembre de 1909, impulsada por la elaboración masiva de botellas de cerveza, nació en Monterrey la primera fábrica de vidrio industrial de México, Vidriería Monterrey, S.A, origen de lo que hoy es la empresa Vitro.³⁰ La obtención del vidrio de forma casi gratuita, por la amplia disposición de utilizarlo para envasar la cerveza y su distribución por el país, condujo al desarrollo de una subrama de la industria del vidrio con características específicas: la producción oculta de ojos de vidrio con técnicas artesanales; en México no había una técnica específica para elaborarlos.

En las primeras décadas del siglo XX, el desarrollo tecnológico incipiente en México llevó a realizar experimentos en algunas ramas de la industria, sobre todo en aquellas con una visión capitalista para aumentar la producción en serie, así como para la sustitución de ciertas mercancías que no se producían en el país; sin embargo, aquí no se contaba con tecnología apropiada, ni tampoco con los medios para realizar experimentos que permitieran la producción de mercancías en grandes cantidades, como sí ocurría en Estados Unidos y Europa.

Existían mercancías baratas que atraían a los clientes, como los collares de vidrio en colores llamativos. El cristal cortado ha sido una de las técnicas que hasta la fecha atrae a los productores de

dichas figuras para elaborar bisutería. Tiyffani fue conocido en México, no sólo por sus diseños en piezas de vidrio, sino por el enorme telón de cristal del Palacio de Bellas Artes de la ciudad de México.

³⁰ <http://museovidrio.vto.com/>

bisutería. Otra mercancía eran los rosarios que adquirían en las iglesias y en algunas tiendas exclusivas de la Ciudad de México, en lo que hoy es el centro histórico; algunos eran de madera, pero había poca variedad (información personal, Sr. Gómez, México, D. F., junio 2003). La Ciudad de México era el lugar donde se podían encontrar novedades y donde se concentró la industria de la moda.

Algunos empresarios mexicanos realizaron inventos o imitaron productos de difícil obtención. La Ciudad de México contaba con servicios para crear experimentos y difundirlos en tanto se había concentrado el comercio en ella. También representó un refugio para algunos migrantes no sólo nacionales sino internacionales, ya que Europa se encontraba envuelta en una serie de problemas políticos. Muchos europeos llegaron a refugiarse a México en la primera mitad del siglo XX, que representaba en ese momento un lugar seguro para establecerse y mejorar económicamente (Torres; 1994).

Con el aumento de la población y la expansión de la ciudad, surgió la clandestinidad que necesitaban los inmigrantes que venían huyendo de sus países de origen; asimismo, personas de otros estados llegaron a trabajar a las fábricas, estableciéndose así una relación simbiótica campo-ciudad (Torres; 1994); otras personas con posiciones sociales más altas llegaban a estudiar a la Universidad o las escuelas de nivel secundaria y preparatoria. Se incrementaron los oficios, aparte de los que ya existían entonces. Esta convivencia en un espacio geográfico, propició una variedad de ambientes que se combinaron dando como resultado una ciudad como la del Distrito Federal.

En 1930, frente a la catedral se instaló un negocio de rosarios y productos religiosos. Los rosarios los traían a vender los árabes, por lo general eran de vidrio y de colores llamativos. La demanda de los rosarios fue en aumento al tener aceptación entre el público feligrés. Sin embargo, los comerciantes extranjeros no siempre podían surtir las mercancías por diversas causas. El señor José Vicente Gómez Contreras, intentó imitar los rosarios, comenzó a incursionar con las pequeñas esculturas religiosas, que en ese momento eran importadas de España y Alemania. A su vez su esposa había establecido un pequeño negocio de figuras religiosas. El negocio se llamó “la Providencia”, ubicado en la actual calle de Guatemala, en el centro histórico del Distrito Federal. El

propietario descendía de padre español y madre mexicana. La idea de establecer un negocio de arte sacro fue de la esposa, pues en México todavía no abundaban las tiendas religiosas (información personal del Sr. Gómez, México Distrito Federal, junio de 2002).

Ante los primeros intentos de producir figuras religiosas, surgió la necesidad de hacer ojos. En ese momento, algunos experimentos fueron hechos con vidrio de deshecho. La idea del señor Gómez de incursionar en la producción de ojos había surgido de los rosarios que simulaban ojos brillantes, con la idea de hacer más reales las esculturas. Los primeros ojos que se producían eran burdos.

Es hasta 1942, con la llegada de inmigrantes europeos, cuando llega a México una mujer de 45 años de edad, de origen alemán, blanca, ojos grandes y azules, boca pequeña; con una vestimenta poco usual para la moda mexicana de ese momento, lentes oscuros y rostro cubierto, quien buscaba trabajo pero no hablaba español, y al parecer se había empleado en el restaurante bar "Salón Luz" (información personal, México, D.F, junio 2002).

Los propietarios de la Providencia aparte de tener su fábrica y negocio, también alquilaban cuartos amueblados sobre todo a extranjeros. Ella se instaló en uno de esos cuartos, así observó lo que hacían en la fábrica y les dijo con señas que sabía hacer ojos de vidrio parecidos a los humanos y que las esculturas quedarían con mejor acabado. Había aprendido la técnica del vidrio a través de su padre que en Alemania hacía ojos, pues además de quiropráctico se dedicaba a hacer prótesis, entre ellas, los ojos de vidrio que servían para implantes humanos. "La joven alemana probablemente era médico o tenía los mismos conocimientos de su padre, no quería hablar con nadie, aparte de recién llegada no hablaba castellano, después solo aprendió lo necesario" (Información personal del señor Gómez, mayo de 2002). A partir de entonces, la alemana comenzó a elaborar los primeros ojos con la técnica de raya lo más parecido a los humanos, utilizando los vidrios de deshecho y de colores diversos, además de los que recogían de las construcciones de las casas que tenían ventanas con vidrio; las botellas de cerveza que ya abundaban en México, se convirtieron en el insumo para la producción de ojos. Este conocimiento de la técnica del vidrio aseguró su permanencia en el lugar, más tarde, se supone se casó con un mexicano y se estableció en la Ciudad de México, pero no se

dedicó a la producción de ojos. Sin embargo, se continúa utilizando su técnica. A los ojos de vidrio se les llamó ojos alemanes por haber sido una alemana quien trajo tal técnica a México. Actualmente, se siguen llamando igual y son los que tienen rayas simulando los ojos más reales. Desde entonces se inició una nueva etapa en la producción de ojos de vidrio en México, que más tarde repercutió en una localidad rural como Santiago Cuauila.

Los propietarios de la “Providencia” tuvieron éxito con los “ojos alemanes” de tal manera que se incrementó la demanda de ojos a mediados del siglo XX, lo que requería una producción mayor en menor tiempo. El mercado de ojos mexicanos se extendió hasta países como Israel, Guatemala, y Francia.

La distribución la hacían los hijos de los dueños de la fábrica. La demanda de los ojos nacional e internacionalmente requirió de mayor producción por lo que fue necesario contratar a más trabajadores. Los empleados debieron ser capacitados para la producción de ojos con la técnica de la alemana. Sin embargo, no pudieron monopolizar el mercado de ojos y tampoco controlar el conocimiento de la técnica de producción. Los trabajadores iniciales se adueñaron del manejo de la técnica, siete años más tarde a quienes ellos adiestraron se convirtieron en su propia competencia.

Los trabajadores provenían de distintas partes del país, principalmente de Xochimilco, del estado de Hidalgo y de Tlaxcala, extendiéndose así la técnica de la producción de ojos de vidrio. Varios de los que aprendieron las técnicas de producción se fueron a trabajar de manera independiente, instalando sus talleres en el interior de la casa, todos a discreción por el temor de que a ellos también les ocurriera lo mismo.

Hasta 1960, los ojos que se utilizaban para la terminación de un producto se pensaba que eran importados de Alemania; no obstante, tal importación de ojos no existía, los hacían y producían en México. Pero fue una estrategia de los mismos propietarios de la fábrica para evitar la

competencia; sin embargo, algunos ojos los importan de Israel,³¹ pero no se pueden utilizar para las figuras porque son redondos y no tienen el brillo que tienen los otros, llamados alemanes.

La tradición que existe en México de los Niños Dios y otras esculturas religiosas ha hecho que se mantenga un mercado redituable para el negocio de los ojos. Aunque es difícil mantenerse sólo de este tipo de producción, dado que su precio ha caído por la misma competencia. Hasta el momento se desconoce si los ojos que se producen en Cuauila son exportados a otro país, lo que sí es probable es la exportación de las esculturas mexicanas, pues, los artesanos de Cuauila les venden a los propietarios de fábricas o talleres de esculturas de yeso o material acrílico.

El ejemplo de los ojos marca la tendencia capitalista mundial del comercio y las grandes empresas de expandirse para distribuir productos hechos en un país y etiquetados en otros; es decir, unos producen y otros les ponen las marcas, de esta manera son exportadas las esculturas terminadas. En México la adquisición de figuras religiosas es constante y en diferentes meses del año; los Niños Dios, los San Judas nacionales llevan ojos de vidrio, como casi todas las figuras religiosas hechas en América Latina,³² no así las esculturas hechas en Oriente que llevan ojos pintados, por ello las esculturas de la virgen de Guadalupe elaboradas en China, o Corea del Sur, no tienen los ojos tan brillantes como los provenientes de América Latina.

Las figuras religiosas se venden en mercados artesanales, y son consumidas por los católicos quienes compran figuras religiosas casi durante todo el año, y principalmente por el turismo, otras esculturas religiosas se venden en tiendas exclusivas de arte sacro.³³

³¹ Actualmente, en la bisutería de moda se utilizan ojos pero algunos son de plástico y otros de vidrio; son de origen israelí y no se ocupan para las figuras religiosas. Se usan en pulseras y dijes de moda como amuletos. Debido al avance tecnológico de los chinos en la producción de bisutería y diversos artefactos, es probable que en poco tiempo las figuras religiosas mexicanas porten ojos de plástico, porque abarata el precio del producto. Hoy día se pueden observar ojos de plástico muy parecidos a los que se hacen en Cuauila, pero son hechos en China, o por lo menos así lo dicen los comerciantes chinos.

³² Es probable que la técnica de los ojos mexicanos se difundiera por toda América Latina, también en Guatemala existe una fuerte tradición de esculturas religiosas, principalmente de los Niños Dios y el Cristo Negro.

³³ Algunas tiendas de la ciudad de México que venden obras y esculturas religiosas, dicen desconocer el origen de los ojos, lo que les interesa es comprar ojos a precios bajos. Mencionan que existen distribuidoras de ojos. Es muy

Estudio de caso: Doña Trinidad

Éste es un claro ejemplo, de cómo las mujeres emprendedoras incidieron en el desarrollo económico de Santiago Cuauila. Doña Trinidad aprendió la técnica del vidrio en Veracruz.; sus padres vendían artesanías del mismo material en las playas y zonas turísticas. Además trabajaba como empleada doméstica desde temprana edad. Cuando sale de Veracruz, a los diecisiete años de edad, se hace a la idea de no regresar, pues las condiciones económicas de su familia como de su estado tampoco eran propicias. Así, decide trabajar en la ciudad de México buscando mejores condiciones de vida. Señala que quería conocer “cosas nuevas”, que no le ofrecía su lugar de origen; en ese momento la alternativa era el Distrito Federal, aunque tenía referencias de Cuauila por amigos camioneros y trailereros que había conocido en Veracruz. El trabajar temporalmente en la ciudad de México le permitió conocer diversos ambientes de diversión que no había tenido anteriormente, pero al mismo tiempo estableció relaciones con personas migrantes que se empleaban en fábricas que producían las figuras de yeso. Es hasta 1952 cuando contrae matrimonio con Antonio Rivera. Siguiendo con la tradición de la residencia virilocal se van vivir a Santiago Cuauila, lugar que en ese momento carecía de servicios y de empleos, pues era una comunidad eminentemente campesina. Esto rompía con los patrones de vida de doña Trinidad, quien se había acostumbrado a desplazarse por diversos lugares para trabajar, aparte de tener cierta independencia pues no mantenía a una familia, favoreciendo así sus ingresos propios.

A través de las relaciones de parentesco y más tarde de conyugalidad inicia una nueva actividad en su vida. Cansada de ser empleada doméstica con una posición subordinada, se une con Antonio Rivera entonces un joven de Santiago Cuauila, que había trabajado en la fábrica de “La Providencia” donde se producían los ojos, además de tener contacto con personas dedicadas a la producción de esculturas de yeso. La amistad de Antonio con algunos clientes del lugar fue tan estrecha que se hicieron compadres y más tarde socios. A partir de ahí surge la idea de hacer ojos. Los ojos de vidrio alemanes eran cada vez más caros, los ojos del número 30 costaban 1.00 peso

probable que las distribuidoras, es decir, empresas formales les compren ojos a los productores de ojos de zonas rurales como Santiago Cuauila, y son ellos los que acaparan los ojos para venderlos en sus negocios.

(1953); es decir, eran ojos grandes similares a los humanos, para esculturas de mayor tamaño y de mayor demanda.

A partir de ese momento se les ocurrió que si hacían los ojos podría ser más redituable la producción de cerámica religiosa. Doña Trinidad intentó hacer los ojos con frascos de cremas finas³⁴ envasadas en Monterrey; así fue como comenzó a hacer los primeros ojos de vidrio, pero a los ojos que producía les faltaba la expresión que tenían los ojos alemanes que eran parecidos a los humanos, muy brillosos y con diferentes tonalidades (azul, verde y café). Los primeros ojos que ella hizo fueron de experimento y de manera rudimentaria, comenzó a ponerles rayas para hacerlos más reales. Sin embargo, no era fácil alcanzar la calidad que tenían los ojos alemanes porque no se contaba con la infraestructura necesaria.

Los materiales que usaba para hacer los ojos eran todos de deshecho, por ejemplo usaban las latas de donde salían los chiles envasados, ahí con yeso formaban un molde simulando rayas, para que una vez que estuviera el vidrio en un estado líquido y casi fundido le ponían color al molde de tal manera que quedaran las rayas dibujadas cuando el vidrio se enfriara. “Yo fui quien le dijo a mi esposo que hiciéramos ojitos, porque en ese lugar (en la fábrica) ni le pagaron bien ni nada. Pero la que hizo los experimentos fui yo..., ya luego me hicieron a un lado” (doña Trinidad, Cuauila, 2002).

Para derretir el vidrio blanco aplicaron un soplete que se alimentaba con gasolina. Cabe destacar que estos experimentos los hicieron a partir del conocimiento adquirido, a través de la observación minuciosa de la producción de los ojos alemanes, además, del ingenio para hacer varios intentos hasta conseguir un mejor acabado del ojo de vidrio y el manejo de la técnica del vidrio. Fenómeno que marcó el desarrollo económico de una localidad y llevó a sus habitantes a una competencia acelerada entre productores, sin ningún reconocimiento para sus creadores y en

³⁴ Según Doña Trinidad así eran llamadas las cremas y venían en frascos de vidrio blanco de 0.5 ml. de grosor, sabía que era un vidrio que traían de Monterrey. En ese momento era difícil encontrar los frascos no todas las personas usaban las cremas corporales, de ahí que buscaran establecer contactos con las personas encargadas de recolectar basura en las colonias como la Roma y de Paseo de la Reforma de la Ciudad de México; para así comprar el material y para hacer los colores azul, negro y café, lo compraban por tablones en las vidrierías también de la Ciudad de México. Ella menciona que todos le preguntaban para qué lo quería, pero no quería decir, por el temor a la competencia. Sin embargo, su conocimiento no pudo ser controlado.

particular para doña Trinidad, quien llevó la técnica junto con su marido. Ella fue la impulsora de la producción artesanal en la localidad, la que organizó a los parientes para que trabajaran con ellos.

En el proceso hacían tiras de vidrio con los frascos de deshecho: los rompían, los cortaban en tiras de diferentes grosores, procurando que quedaran del tamaño de un dedo y una vez cortados procedían a unirlos de tal manera que quedaran de 40 a 50 centímetros de largo, todo a partir de un frasco de crema. Ella sabía que de ahí se obtendrían aproximadamente 12 pares de ojos, cantidad que podía variar de acuerdo con el tamaño.

Este descubrimiento llevó a elevar la producción y también la demanda, pues Doña Trinidad creó sus propias estrategias comerciales: vendió los ojos en las tiendas del centro histórico a un precio menor que los productores originales, y continuó diciendo que eran alemanes. A los propietarios de las tiendas poco les interesaba corroborar su autenticidad, a ellos les atraía el precio bajo.

Al observar que la demanda aumentaba Doña Trinidad necesitó de fuerza de trabajo para acelerar el proceso de producción, pues ella y su marido no podían producir el número de ojos que les pedían. La reacción de los productores de ojos en el Distrito Federal, no se hizo esperar. Al percatarse de la competencia de sus ex trabajadores, disminuyeron el precio de los ojos en 30% (información personal, vendedor de ojos de Vidrio, México D. F. agosto 2002), pero la estrategia de doña Trini fue vender los ojos en los locales comerciales, en las fábricas de esculturas de yeso, de manera discreta y barata. De esta forma los productores originales se dieron cuenta que la venta de ojos había disminuido considerablemente, y por tanto, había que abrir otros mercados y en otras ramas de la industria.

Ella decidió enseñar la técnica de los ojos a su cuñado y a su esposa, para que le “ayudaran” y así, incrementaran la producción. Sin embargo, a mediados de 1950, la demanda de ojos era tal que fue necesario incorporar al proceso productivo a los sobrinos, hijos del hermano del esposo, es decir, a sus sobrinos políticos pues Doña Trinidad en este momento no tenía hijos mayores que participaran en la producción.

Los vendedores de frascos la miraban con extrañeza, pues el volumen de compras que hacía semanalmente iba en aumento. Ella señaló que no le quería decir a nadie lo que producía, pero la curiosidad de los vendedores era cada vez mayor, al preguntarle insistentemente sobre el uso que le daba a los frascos. Hasta que se percató que las personas que le vendían el material incrementaban los precios con mayor frecuencia y los frascos comenzaron a escasear. “Cuando me di cuenta ya me estaban haciendo la competencia, me enojé mucho pero que me quedaba...” (información personal, Doña Trinidad García; Santiago Cuauila, mayo, 2002).

Fue así como advirtió que sus parientes establecieron sus talleres en sus hogares de manera discreta, sin dejar de trabajar con ella. Tampoco se percató de que la seguían para observar dónde compraba el material. Este fue el inicio de la competencia en la localidad. Salió del control de Doña Trinidad el precio de ojos, pues los nuevos productores los abarataron con el fin de incorporarse al mercado, pero los ojos que producían tenían menos calidad en comparación con los de doña Trini.

Los parientes de su esposo no sólo enseñaron la técnica a sus hijos sino también, a otros familiares como sobrinos políticos de tal manera, que se extendió el conocimiento de la técnica de la elaboración de ojos de vidrio, pero no la de rayas o de ojos alemanes. “Ellos chotearon los ojos, pero en vez de ganarle los vendían a un precio bajo, y cada vez se hicieron más y más...”

Los primeros inventos de Doña Trinidad fueron insuficientes ante la demanda de un producto que se creía de importación, que era nacional y principalmente barato. La técnica inicial fue mejorada en 1960 cuando el señor Inocencio Rivera, sobrino político de Doña Trinidad, mejoró el proceso de producción al sustituir el soplete de gasolina por un soplete de gas propano que al combinarlo con oxígeno produce una combustión más concentrada, para ello se requiere de una boquilla (pequeño mechero) que puede ser regulada a través de una llave, y un medidor manómetro para medir la presión de cada elemento (gas y oxígeno). La presión varía de acuerdo con el grosor del vidrio que se va utilizar, pues existe una variedad de grosores (tamaños) que determinan el tamaño del ojo que se produce.

El mejoramiento de la técnica desplazó por completo a doña Trinidad del proceso productivo, pues los sobrinos que insertaron el oxígeno al proceso mejoraron considerablemente el ojo y surgieron una variedad de colores y tonalidades. Tal descubrimiento lo trataban de ocultar para que no fueran copiados, pero era tal el éxito y la demanda de la producción de ojos que los habitantes de Cuauila, querían aprender el proceso productivo e incorporarse al mercado, sin importar disminuir el precio, como consecuencia de ello, surgió una lucha y la competencia para observar constante y minuciosamente qué hacía cada uno de los habitantes de Cuauila. “Fue difícil ese momento, porque todos querían hacer ojos, no se ni cómo se enteraban, pero cuando iba a vender mis ojos a algún lugar, ahí estaba otro paisano vendiendo los ojos a un precio a veces más bajo que el mío” (Sr. Cresencio, Información personal, Cuauila, mayo 2002.)

La combinación de diferentes colores de vidrio de deshecho llevó a desarrollar tonalidades de ojos para los niños dios, por ello se encuentran en el mercado ojos violetas, verdes, azules, cafés en diferentes tonos. La técnica fue mejorada y por lo tanto los ojos de vidrio con mayor calidad son los mejores pagados en el mercado. Los ojos más brillantes y con las rayas curvadas todas del mismo tamaño y tonalidad, son las características de un ojo con calidad, lo que muestra que fue hecho por un artesano conocedor de la técnica. Fue aquí donde radicó el éxito de los ojos de vidrio.

Los productores que habían desplazado a doña Trinidad, comenzaron a tener éxito no sólo en la producción, también vendieron el conocimiento, es decir, la técnica de raya junto con la combinación de colores se convirtió en un capital cultural, en el sentido de Bourdieu (1997: 108), redituable, porque el precio del conocimiento varía: puede ser pagado con un carro, una mula o un caballo, pero al mismo tiempo hace diferente socialmente al artesano quien goza de prestigio y reconocimiento social porque conoce la técnica. Doña Trini se había indignado por la competencia y no pudo tener acceso a ese nuevo conocimiento, porque para ella implicaba subordinarse a los sobrinos del marido. En esa época ocurrió un cambio en cuanto al material, pues escasearon los frascos de cremas finas y se incorporaron los de crema Pond's, aunque la calidad del vidrio era menor en comparación con los anteriores. Los frascos eran más baratos y de fácil obtención, pues los compraban con los pepenadores del Estado de México, o bien pedían a amigos y parientes que

consumieran este tipo de crema para que les regalaran los frascos, de tal forma, que los habitantes de Cuauila comenzaron a utilizar la crema Pond's para uso personal.

Yo sabía que mis trabajadores me iban a copiar, que ellos venían a buscar trabajo conmigo, pero era sólo para enseñarles y después, ellos se iban a ir; pero, qué le hacía cada vez me pedían más ojos, mi esposa y yo no queríamos tener trabajadores, pero no podíamos hacer nada. Nada más aprendían y se iban, pero lo malo es que les vendían a los que nos compraban, pero a un precio bajo. (Sr, Crescencio, información personal, Santiago Cuauila, Tlaxcala.)

La decadencia se acentuó una vez que la empresa Pond's, en la década de los ochenta, dejó de utilizar vidrio blanco como envase de la crema corporal y sólo utilizó plástico, lo que significó el incremento del costo de producción para los artesanos de ojos. A partir de este momento los artesanos con mayor poder económico acapararon los frascos de deshecho que les vendían los pepenadores del Estado de México, lo cual se convirtió en una lucha abierta y a la vez discreta, porque no se enfrentaban, pero sí rivalizaban entre artesanos, varios de ellos parientes. Por la competencia, las relaciones se deterioraron; no obstante que compartían fiestas, reuniones familiares y en algunos casos mayordomías, no dejaban de manifestar sus malestares. Sin embargo, se acostumbraron a mantener relaciones sociales bajo una aparente cordialidad.

También entonces, los pepenadores desempeñaron un papel importante en el proceso productivo, porque ellos llevaban a ofrecer los frascos a las casas donde se hacían ojos. Entre ellos también se desarrolló una fuerte competencia por la venta del vidrio, algunos pepenadores abarataban el vidrio para surtir a los productores. Otras personas de Cuauila que tenían mayores recursos económicos, acaparaban el vidrio para así controlar la producción y más tarde venderlos y darlos a consignación a parientes que quisieran producir ojos "sencillos", y luego estos últimos, a su vez los vendían, surgiendo así un tipo de intermediarios de ojos, de esta manera apareció un monopolio local que se concentró en aquellos artesanos que manejaban la técnica y tenían un mayor poder adquisitivo.

La complejidad de las relaciones de producción llevó a varios productores de ojos a establecer redes de relaciones sociales entre pepenadores y fabricantes de yeso para sobrevivir en el mercado. Estas alianzas se mantenían por lazos de amistad y parentesco, principalmente por compadrazgo.

Existen referencias de mujeres de Cuauila que se casaron con algún pepenador del Estado de México y más tarde, establecieron un taller propio de ojos y de esculturas en ciudad Neza. Así, los padres de algunas de ellas se abastecían de frascos de crema lo que aseguraba la producción.

Por otra parte, la imagen de doña Trinidad fue la de una mujer con poder considerada como emprendedora, lo que motivó a otras para continuar en la competencia. Sin embargo, no es considerada una mujer exitosa por las mismas mujeres de Cuauila, porque finalmente se queda sin el marido y sin producir ojos. Así mismo, la experiencia del modelo artesanal fue trasladada a la maquila. Con la decadencia de los ojos se incrementó el número de talleres de maquila de ropa en la localidad, mientras la artesanía decaía los artesanos hombres y mujeres se emplearon en los talleres de maquila de ropa y las mujeres artesanas combinaban la producción de ojos con la actividad de despuntar las prendas de ropa en sus casas.

La creadora de los ojos de vidrio en Cuauila desapareció del mercado; el hecho de no tener hijos en edad productiva impidió que extendiera su negocio. Actualmente doña Trinidad se dedica a la venta de comida en los talleres de maquila de ropa, lo que le permite sostenerse económicamente. El caso de Doña Trinidad muestra la competencia tan grande a nivel local que se maneja en medios rurales con la dinámica capitalista, pues doña Trinidad fue ejemplo de una mujer con una visión empresarial en un sector rural, su pequeña empresa junto con la creatividad e innovación fue absorbida en un medio campesino en el que no pudo competir, no sólo por falta de apoyos económicos sino también por el medio en el que se desenvolvía y por su condición de género. Competir con la familia del marido no fue fácil, porque enfrentó las riñas familiares que atraviesan la mayoría de las empresas familiares, en la que los miembros quedan atrapados en complejas redes de odio que no son fáciles de superar (Gersick; 1997).

Por otra parte a pesar de que la artesanía de vidrio era considerada una actividad femenina, porque la inició una mujer en Cuauila, fue absorbida por hombres en ese momento jóvenes quienes no pusieron resistencia a una actividad diferente al campo; fue más fácil adaptarse a un taller que a las largas horas de trabajo pesado en la agricultura; pues era redituable establecer un taller de artesanía que les permitía combinar el cuidado de los animales y el raspado de maguey, que mantenerse sólo de la agricultura.

La artesanía de vidrio permitió a las mujeres emplearse en casa como trabajadoras a domicilio y tener ingresos propios, sin descuidar a los hijos y al marido. Las mujeres casadas no tenían permitido trabajar fuera de casa, por lo que la producción de ojos facilitó un ingreso económico. Al experimentar obtener ingresos propios, fue para algunas mujeres un “avance económico”, y también una manera de tener bajo control al marido, dado que el trabajo artesanal se desempeñaba en un espacio totalmente privado, nada mejor que la habitación de la casa. Este es uno de los aspectos que han señalado varias especialistas en el tema de género, al decir que las mujeres buscan labores que les permita mantenerse en casa (Welti, C., y Rodríguez B., 1997; González,1998).

Las mujeres no desarrollaron la técnica de los ojos de rayas o alemanes, porque consideraban que los hombres tienen mayor habilidad que ellas (Sra. Ángela, información personal, Santiago Cuauila). Las artesanas producen ojos sencillos, sin rayas y por lo general los más pequeños que son del número 5 (.5cms), lo que muestra los criterios de género que poseen las mujeres de Santiago Cuauila.

También con la artesanía de vidrio apareció el trabajo a domicilio, pues varios artesanos no establecieron talleres sino que daban material a consignación para que lo procesaran en sus casas y así evitar la proximidad entre ellos para limitar la información sobre los compradores de ojos de vidrio.

¿Artesanas y empresarias?

La artesanía significó una experiencia de empresa y liderazgo para algunas mujeres. El liderazgo es la situación de superioridad en que se halla un individuo dentro de la empresa, destacado por sus habilidades y desempeño. La dinámica de trabajo y la obtención de ingresos desde la venta de ojos de vidrio, llevó a las mujeres a descubrir que el esfuerzo físico invertido en el proceso de trabajo las empoderaba de tal manera que algunas desarrollaron un liderazgo. Aunque en ésta etapa, las mujeres todavía no asumían el poder como empresarias o emprendedoras, lo hacen después con la maquila de ropa. Esta experiencia de poseer dinero y tener acceso a otros consumos como comida y objetos personales que antes no tenían, las llevó a percibir que podían en determinado momento de su vida ser independientes económicamente, así como mantenerse en caso de ser abandonadas por la pareja, y de esta manera sobrevivir sin la presencia del marido. Con la artesanía las mujeres ganaron espacios al reconocer la importancia de su trabajo. Sin embargo, el liderazgo no pudo ser sostenido, entre otros factores, por la lucha constante por el poder y el control del taller artesanal, así como del manejo de la técnica. Las mujeres artesanas sólo colaboran de manera directa con su esposo o de forma independiente, pero no siempre contratan trabajadores; algunas dan a consignación el material para los trabajadores domiciliarios; una vez concluido el número de ojos a consignación, los recolectan para llevarlos a vender o bien entregan el pedido en alguna fábrica de figuras de yeso, tarea que desempeñan sólo los hombres pues las mujeres evitan, a la medida de lo posible, establecer relaciones comerciales. Ellas toman los pedidos que se hacen (ahora incluso emplean la telefonía celular) y dan respuesta a los pedidos de ojos que les hacen, pero no se comprometen con fechas de entrega, incluso acompañaban a los maridos hacer las entregas de los pedidos a las fábricas si se los pedían, pero difícilmente tomaban decisiones comerciales.

En 1998 había registrados 15 talleres en la parroquia de Santiago Cuauila. El más grande de los talleres tenía 15 trabajadores concentrados en un local en el interior de una casa y se les pagaba a destajo. Sólo saben hacer ojos alemanes diez personas, los demás hacían ojos sin rayas.

Sus horarios de trabajo no son rígidos, esto quiere decir que administran su tiempo para producir la cantidad de ojos necesaria para hacer redituable su negocio (800 pares de ojos a la semana, ó 1 600 unidades) dependiendo del número (tamaño) de los pedidos.

En las dos últimas décadas las mujeres de Cuauila tuvieron preferencia por crear talleres de maquila y no precisamente artesanales. Esto se debe a que la maquila implica mayor ingreso económico aunque un mayor esfuerzo físico, además ser maquilero le cambia el status social, pues es considerado por varias personas en Cuauila como el inicio de una vida moderna en comparación con la artesanía de vidrio que requiere de mayor habilidad manual e individual, pero no implica mayor tecnología y por consiguiente menor inversión de capital. Mientras que la costura requiere de una mayor inversión en máquinas de coser, un gasto mayor de energía eléctrica y una fuerte dependencia de las grades o medianas empresas que contratan maquileros, es decir, que arman prendas sin conocer el mercado.

La empresa artesanal, por pequeña que sea, ofrece la posibilidad de coordinar la vida de trabajo con la vida familiar, otro de los principales factores que han impulsado a las mujeres a iniciar sus propias microempresas de maquila de ropa, fenómeno que se presenta en zonas rurales como urbanas (Welti, C., y Rodríguez, B. 1997; Acosta, F., 1997.) La mayoría de las mujeres artesanas entrevistadas señalan satisfacción de tener una actividad que comparada con la maquila de ropa les otorga cierta independencia para hacer la cantidad de ojos necesaria, en cierta forma son más independientes en tanto que no están sujetas a un empresario. Aunque sus ingresos económicos sean considerablemente menores que los de las maquileras. Esto no quiere decir que asuman un papel conformista, sino que están en la búsqueda de aspiraciones de crecimiento económico, de tal manera que varias de ellas promueven la cría de conejos, la cosecha de setas con una visión comercial. “Hacemos ojitos, de eso vivimos, pero como la situación económica es difícil, también cultivamos setas para vender en los restaurantes de Texcoco, otras veces llevamos a vender gallinas, y algunos conejos, siempre le buscamos...”, (Información personal, Sra. María, Santiago Cuauila, Tlaxcala.)

Además, la actividad artesanal permite cumplir con el pago de la aportación económica para la mayordomía. En Santiago Cuauila no hay mayordomas, las mujeres o parejas de los mayordomos

contribuyen con su trabajo para juntar la cooperación, es decir, cuando el hombre se ausenta del taller para salir a contratar los conjuntos musicales o cualquier otra gestión, es la pareja o esposa quien se queda produciendo ojos. Los artesanos casi siempre salen en pareja a vender los ojos al distrito Federal, Texcoco, Neza, Puebla, o bien llevan los suyos a la terminal de Calpulalpan para enviarlos a la ciudad de Guadalajara, donde también se los compran. Para las artesanas es un paseo que disfrutan en compañía de sus hijos pues quienes salen de Cuauila desde temprano, hasta llegar a su destino. Compran comida en el camino sobre todo cuando aseguran que les pagan por los ojos.

Varias veces salimos todos, mis hijos, mi esposo y yo llevábamos los ojos que nos pidieron en una fábrica de aquí de Puebla, sólo llevábamos dinero para los pasajes, porque pensamos que nos iban a pagar, pero cuando llegamos nos dijeron que no tenían dinero para pagar que si queríamos dejar los ojos o llevárnoslo, que sólo tenían tal cantidad de dinero, pues mi esposo dijo que dejaba sólo una parte porque si no con qué nos regresábamos y los niños ya tenían hambre..., luego lo hacen por malos porque saben la necesidad de uno, pero ahora también nos ponemos exigentes, si quieren que vayamos o que vengam les hablamos a su celular y ellos ya nos dicen (información personal, Amelia Santiago Cuauila, octubre de 2001.)

Existen algunas otras mujeres que no quieren ser ni artesanas ni maquileras, pero la exigencia social las conduce a participar en la producción desde los diferentes ámbitos de la vida cotidiana; por ejemplo, en el discurso de la suegra, la madre, la cuñada, la vecina están implícitas las ideas en torno al deber ser femenino, a varias de ellas les provoca un efecto de participación aunque no quieran desempeñar una actividad productiva, no pueden permanecer indiferentes a dichas actividades porque es parte del deber ser mujer. Así se conciben las mujeres en Santiago Cuauila, siempre trabajadoras, aunque algunas no lo sean y tampoco quieran serlo. En este sentido la cultura muestra la significación del trabajo de las mujeres en Cuauila, en tanto que existen conocimientos transmitidos y representados en símbolos que se reproducen en la vida cotidiana.

En algunas hay un malestar por desempeñar un trabajo que luego no se quiere realizar, pero de éste se desprende una inconformidad callada, discreta, que las lleva a tener comportamientos

mecánicos durante el trabajo que se manifiestan a través de la elaboración de más y más ojos, porque no siempre quieren ser artesanas. Esta inercia también obedece a la competencia por el acceso al poder económico, pues, tanto hombres como mujeres al ver que otros vecinos y parientes son propietarios de un taller, también quieren poseer uno. El hecho de querer acumular la mayor cantidad de dinero para invertir, las compromete a trabajar para obtener ingresos económicos y mejorar sus condiciones de vida. En una sociedad donde casi todos se conocen y se consideran con las mismas aspiraciones sociales no quieren ser menos que los otros.

CAPÍTULO IV

Procesos de trabajo y maquila de ropa

Mujeres, hombres, playeras y camisetas

En el capítulo anterior se mostró la importancia de la producción artesanal de ojos de vidrio para la economía de Santiago Cuauila, También el conjunto de las experiencias desarrolladas a partir de tal actividad, condujo a hombres y mujeres a la búsqueda del trabajo desde sus hogares de manera discreta, lo que facilitó el surgimiento de la producción maquilera de ropa.

En este capítulo se pretenden alcanzar dos objetivos: por una parte, analizar los mecanismos de inserción de las mujeres y los hombres a un nuevo proceso de trabajo como la maquila o ensamblado, destacando las consecuencias sociales de dicha inserción. En la segunda, interesa analizar el proceso de distribución del trabajo en la maquila o ensamblado de camisetas, para mostrar la dispersión de la producción en la localidad. Los términos de patrón o patrona se usan en este trabajo de manera indistinta, en la misma categoría de maquilera o bien empresarias de microempresas.

El presente capítulo, se divide en dos partes. La primera comprende los inicios de la maquila de ropa en Santiago Cuauila, hasta la actualidad; y la segunda contiene el proceso de trabajo que se emplea durante la maquila o armado de la prenda. También se menciona la composición de los diferentes talleres, los modelos, y las tallas de camisetas o playeras que se maquilan.

La experiencia de la competencia económica que surgió con la artesanía de ojos de vidrio, como se observó en el capítulo anterior, generó un cambio sociocultural entre los hombres y las mujeres que se reflejó en el desarrollo de un empresariado rural femenino en Cuauila. Este proceso es consecuencia de transformaciones en arreglos producidos en el ámbito internacional y nacional.

En la década de los setenta se intensificó en el mundo el ensamblado o maquila como una manera de producir (Alonso, 2002; Grunwald, J., y Kenneth; 1985). Con la suspensión del Programa de Braceros en México, se desarrolló la Industria Maquiladora de Exportación concentrándose en el norte del País (Carrillo; 1990). El modelo de maquila o ensamblado se

extendió por diversas partes de México (Luis Pineda; 1999); principalmente, los fabricantes³⁵ de ropa del centro del país se anexaron a este modelo de ensamblado y maquila al otorgar telas cortadas para armar en los domicilios de las costureras (Alonso, J., 1991), fenómeno que no era nuevo en los estados de Tlaxcala y Puebla que utilizaban fuerza de trabajo fuera de los espacios fabriles, a través del trabajo a domicilio existente desde el siglo XVII, en épocas tempranas del capitalismo en Nueva España (González, 1991; Heath, 1992; Viqueira, y Urquiola, 1990). No obstante, sí fue una novedad en el municipio de Calpulalpan, porque su antecedente no era la producción textil como en otras partes del Estado, sino que habían sido comerciantes, campesinos, productores de pulque y trabajadores de las haciendas cerealeras y ganaderas de los alrededores (Desouches; 1970). La continuidad de la presencia del trabajo a domicilio es señalada en múltiples trabajos etnográficos de los siglos XIX al XX.

El trabajo a domicilio, también conocido como la industria domiciliaria, ha permanecido a lo largo del desarrollo del capitalismo en México (Alonso, 1991). En este trabajo interesa resaltar que a partir de un fenómeno mundial como es la maquila o ensamblado emerge un empresariado en una localidad rural, y en espacios domésticos con fuerza de trabajo barata y precios bajos en la producción nacional de ropa. Ante este fenómeno las mujeres de Cuauila han tenido una participación activa en el momento en que se organizan para producir desde los espacios domésticos, así como sus deseos de impulsar una empresa nueva para obtener ingresos económicos y mejorar su calidad de vida; pero ello tiene consecuencias sociales que se manifiestan en los campos de interacción social entre hombres y mujeres como se mostrará a lo largo del trabajo.

La extensión de la maquila o ensamblado en Santiago Cuauila

El desarrollo y expansión de sectores productivos manufactureros a partir de pequeños talleres familiares y microindustrias en regiones rurales, ha sido un fenómeno que ha cobrado importancia

³⁵ Los fabricantes o empresarios de la ropa, los considero como aquellos que proveen las telas cortadas a los maquileros o maquileras. En su mayoría se encuentran en la Ciudad de México, esto no quiere decir que sean exclusivos del Distrito Federal, pero son con los que más negociaciones tienen los maquileros de Santiago Cuauila. Los maquileros también les llaman *patrón* a los dueños de las fábricas que dan prendas para maquilar.

en las últimas décadas y del cual Santiago Cuauila no está exento (Arias, 1992; Cook y Binford, 1995).

Los inicios de la tradición maquilera en dicha localidad se remontan a mediados de la década de los sesenta del siglo XX. Desde entonces, el desarrollo de estas pequeñas unidades productivas ha atravesado por tres etapas sucesivas que significaron cambios paralelos a la importancia de las actividades agrícolas en la localidad, y los programas de desarrollo impulsados por el Estado mexicano para la industrialización del campo a través de la creación de cooperativas en zonas textiles (Puente, 1972: 14-15; Heath, 1982: 42), junto con el desarrollo de la sustitución de producción en fábricas para el ensamblado en el panorama mundial.

El proceso de la conformación de la maquila de ropa en Santiago Cuauila, lo he dividido en tres fases para mostrar los momentos más sobresalientes, sólo los menciono como puntos de referencia y ubicación. En ellos he basado la explicación del presente capítulo, dado que se pretende mostrar su complejidad, no lo dividiré por etapas en el texto porque rompe con la explicación sobre la maquila de ropa que se pretende dar cuenta en este capítulo. Paralelo a ello se muestra la decadencia de los ojos de vidrio, lo que permite la aproximación a los aspectos dinámicos de la maquila:

La primera etapa, corresponde a los inicios de la costura y más tarde maquila o ensamblado de ropa en la localidad. A mediados de la década de los sesenta hasta 1970. Paralelo a ello comenzaba la decadencia de la producción de los ojos de vidrio por la saturación del mercado y la competencia; así comenzó a cobrar importancia la maquila o ensamblado de ropa.

La segunda fase va de 1972 hasta la década de los noventa, es considerada como el *boom* de la maquila o ensamblado. En estos años se expanden los talleres en la localidad, ocasionando que se incremente la demanda de la fuerza de trabajo.

La tercera, comprende desde 1991 hasta el 2004. En ésta última los talleres de maquila de ropa adquieren una dimensión empresarial: obtienen un equilibrio, es decir, a pesar de las constantes crisis económicas del país, estos negocios le producen a empresarios con quienes han establecido

una buena relación. Por otra parte, en este mismo periodo, las unidades productivas se expanden hacia poblaciones cercanas ante la carencia de fuerza de trabajo local. Emplean a migrantes no sólo de pueblos cercanos sino de otros estados del país, lo que altera las formas de organización social de la localidad.

Es en la etapa actual donde se da una expansión que defino como tipo empresarial dispersa, atomizada de la producción; es decir, no se concentran en grandes talleres, pero sí en unidades productivas incrustadas en los espacios domésticos, de no más de veinte personas.

En el cuadro 1, se muestra el incremento de los talleres o unidades productivas de maquila de ropa a lo largo de 50 años en Santiago Cuauila. Otro punto importante es que cada día están surgiendo nuevos talleres de maquila de ropa. También están los talleres en donde las propietarias están incursionando en la producción de la ropa, específicamente de camisetas y playeras, es decir, la tela, la marca o firma es de ellas, pero no dejan de maquilar, es decir, todavía dependen de algún fabricante que les de prendas para maquilar, esto es una medida de prevención en caso de que las camisetas o playeras que producen no se vendan rápidamente. Hecho que habla de la consolidación de un empresariado rural femenino.

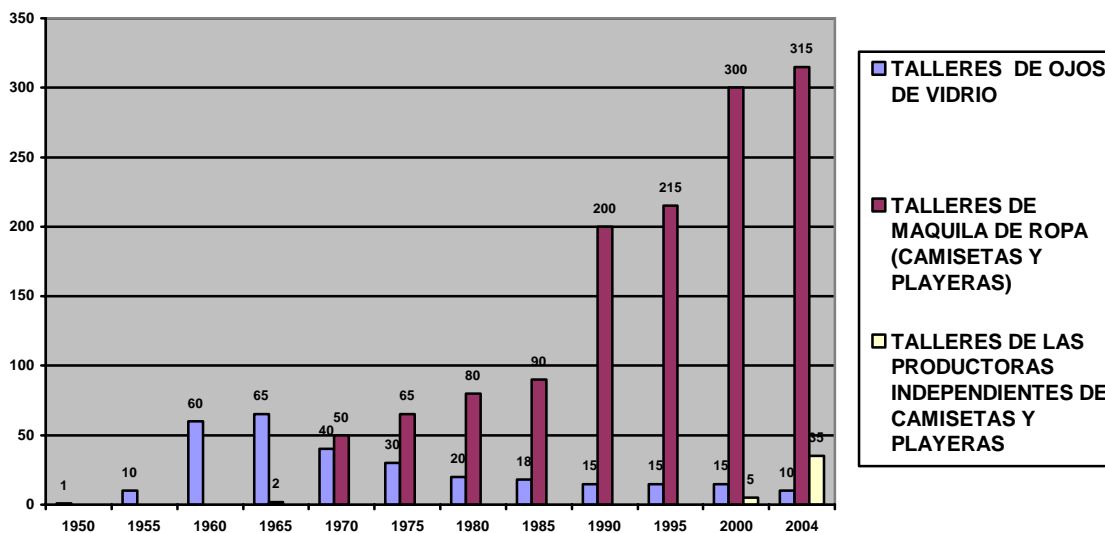
Es muy probable que la industria de la ropa en el ámbito nacional adquiriera características de microempresas sostenidas por el trabajo femenino y masculino desde los espacios domésticos, sustentadas en su mayoría en un esquema cultural de tipo patriarcal en donde las mujeres desarrollan el trabajo de administradoras, amas de casa y una multiplicidad de roles, es aquí donde se hacen evidentes las desigualdades de género y dentro de éstas desigualdades las mujeres asumen el control de la empresa, además de su continuidad. Los hombres desempeñan un papel importante en cuanto a que buscan abrir los mercados, por ejemplo, ofrecen las camisetas o playeras en los puestos de ropa que están en los mercados, tianguis, o bien, ofrecen en algún centro comercial playeras económicas que pueden estar de oferta para atraer a los clientes. También buscan fábricas que les den las telas cortadas para maquilar. Tanto hombres como mujeres están constantemente en una dinámica de negocios, buscando y pensando hacia donde dirigir la producción y también cómo lograr mantener la maquila. En Cuauila son pocos aquellos que logran trascender para convertirse en productoras de

ropa independientes, aunque los datos empíricos muestran que cada día se incrementan los talleres, no trascienden con sus marcas o firmas propias. El mercado es bastante limitado y las prendas deben venderse a precios bajos para que las ventas adquieran una mayor velocidad y logren recuperar su inversión.

Los empresarios propietarios de las fábricas que dan las prendas para maquilar acaparan el mercado de ropa en el ámbito nacional, ellos controlan en cierta forma las marcas o firmas y poseen un mayor capital para la inversión que pueden desplazarlos como productores independientes, o en otros casos, los absorben de tal manera que logran controlar la producción de pueblos enteros dando telas cortadas para maquilar, y ellos continúan en su mundo empresarial sin tener una fábrica establecida, sólo controlan talleres.

Cuadro 1

CRECIMIENTO DE LOS TALLERES ARTESANALES DE OJOS DE VIDRIO Y DE MAQUILA DE ROPA



El inicio de la maquila: el caso de los primeros maquileros

En 1960, don Carmen Illescas y su esposa, llevaron a Santiago Cuauila las primeras máquinas de coser de la marca “Singer” y consiguieron que una fábrica, establecida en la Ciudad de México les permitiera coser prendas de vestir. Así, consiguieron les dieran algunas piezas de tela para confeccionar ropa para dama como vestidos y lencería³⁶.

Los primeros contactos que tuvieron los Illescas con las fábricas fueron a través de una de las hermanas de don Carmen, quien, trabajaba allí como costurera. En ese lugar solicitaban costureras para coser y maquilar prendas. Don Carmen y su esposa establecieron acuerdos con los dueños de éste lugar para cortar y coser las telas con los modelos que ellos pedían y así iniciar un negocio nuevo en Santiago Cuauila.

Los señores Illescas que tenían tierras, negocios como una miscelánea y rentaban dos tractores, compraron máquinas de pedal de segunda mano; para ese entonces, en Cuauila no había luz eléctrica. Establecieron su taller en el interior de su casa, contrataron a mujeres y hombres jóvenes que quisieran trabajar con ellos, principalmente parientes. Algunos tenían cierta experiencia en la costura y conocían el manejo de las máquinas. Al inicio se confeccionaban distintos modelos para diferentes firmas, entre ellas Vanity Fair en su línea de ropa interior femenina, confeccionado con telas de encaje, lo que implicaba un trabajo cuidadoso, con determinadas puntadas por centímetro; por supuesto, se les dificultaba considerablemente porque no se contaban con las máquinas adecuadas, casi todas eran de pedal. Algunas se confeccionaban a mano, pero no todas las personas tenían la habilidad para hacer las puntadas lo menos visibles. Los señores Illescas fueron muy cuidadosos con la producción y la calidad para asegurar que las siguientes semanas tuvieran trabajo.

³⁶ En la primera etapa sólo eran costureras, es decir, cosían la prenda entera. La maquila o ensamblado de ropa comprende la unión de las piezas; las costureras no cortan, tampoco diseñan, como las primeras mujeres que se dedicaron a la costura, que sí cortaban la tela, aunque el diseño se los diera el fabricante de ropa. Es importante aclarar que en una etapa temprana de la maquila de ropa en Santiago Cuauila, a algunas mujeres se les dio tela para confeccionar en sus casas, fueron casos excepcionales; hecho que no tuvo éxito porque a los empresarios no les convino dado que algunas costureras no regresaron con las telas y tampoco con las prendas.

A medida que les confeccionaban a firmas reconocidas en el mercado, las exigencias de los fabricantes en cuanto a la calidad eran mayores. Por ejemplo, se debía poner un especial cuidado de no ensuciar las telas, lo que fue difícil en muchas ocasiones porque los pequeños talleres estaban encerrados y con poca luz, también cerca del comedor de la casa. La cama servía para acomodar las prendas terminadas. Los niños pequeños jugaban a un lado de las prendas y se corría el riesgo de ser ensuciadas en cualquier momento. En la cocina, algunas veces se quedaban los trastos sin lavar por varias horas debido a la falta de agua y por la carencia del tiempo necesario para cumplir con sus labores domésticas, lo que hacía que las moscas se posaran en las prendas y las ensuciaran con su excremento.

En la fábrica revisaban cuidadosamente cada prenda, y bastaba un punto de excremento de mosca en la tela para que se utilizara como pretexto y se postergara el pago o no la quisieran recibir. Relatan que llegaban a cobrarle a la persona que entregaba las prendas defectuosas. (Información personal, Santiago Cuauila Tlaxcala, junio de 2003.) La inconformidad ante las restricciones que aplicaban los empresarios para dar telas a coser provocó, además de los precios bajos que pagaban por la confección junto con las dificultades para trasladarlas a las fábricas, que las primeras costureras copiaran los modelos junto con los cortes e hicieran imitaciones muy parecidas a las originales, para llevarlas a vender de manera independiente a los tianguis o mercados como por ejemplo los de ciudad Nezahualcóyotl, Tepito y la Lagunilla, algunas prendas llevaban la firma original. Aunque no tuvieron éxito debido a que en ocasiones no tenían dinero para comprar las telas, pero también porque no siempre se vendían.³⁷

La experiencia de la réplica de marcas o firmas, por lo menos en Santiago Cuauila, les mostró a los fabricantes de ropa que no les convenía dar marcas impresas y tampoco telas porque algunos costureros en ese momento se quedaban con ellas (información personal. Empresario de la ropa, ciudad de México, enero 2003). Para 1972 Santiago Cuauila se convierte en un pueblo de costureras, con talleres establecidos en las casas, pero la confección y armado de prendas pasó de docenas a millares de prendas, además fue a través de la maquila o ensamblado de ropa y con pagos a destajo.

³⁷ Relatan que varias veces llevaron prendas confeccionadas como ropa interior femenina, delantales, pero que no siempre vendían lo suficiente para cubrir los gastos del pasaje, por lo que era necesario tener otro ingreso económico para cuando las ventas no alcanzaran a cubrir la inversión.

Competencias y alianzas por la maquila en Santiago Cuauila

Con la maquila de ropa, se dio un fenómeno parecido al de los ojos de vidrio. Algunas trabajadoras ofrecieron sus servicios en las fábricas para las que maquilaba don Carmen, abarataron el precio por la confección, lo que pareció atractivo a los fabricantes de ropa de la Ciudad de México, y en un lapso corto estas trabajadoras formaron sus propios talleres. Este hecho no sólo fue exclusivo de las trabajadoras, sino también de otras mujeres que aunque no tenían un oficio de costureras, sí tenían la intención de trabajar.

El conocimiento de un oficio desde la década de los setenta se convirtió en una búsqueda constante para las personas de Santiago Cuauila, pues, querían aprender algo nuevo para poner un negocio, tenían la experiencia de los ojos, pero habían saturado el mercado, escaseaba el material, por tanto, había que buscar algo más que eso, en ello las mujeres desempeñaron una parte importante a través del impulso de hacer cosas nuevas es decir, de ser emprendedoras.

La competencia desatada no sólo estaba en las mujeres, sino también algunos hombres que se interesaban por formar un taller al ver el éxito del señor Illescas. Fue el caso del hermano del señor Illescas que puso su taller en la misma localidad, después de separarse del taller de su hermano. Junto con su esposa trataron de establecer contactos con otras fábricas que también estaban surgiendo en la ciudad de México. Las relaciones familiares se vieron fuertemente afectadas al enterarse don Carmen que su hermano había formado un taller, al igual que otros de sus trabajadores.

Sin embargo, había que formar alianzas para contra restar la competencia que estaba surgiendo. Más tarde prefirieron unirse don Carmen y su hermano, al darse cuenta que la intención de cada una de las trabajadoras era formar un taller propio. Otros sobrinos y hermanos de don Carmen también hicieron lo mismo y prefirieron unirse a Don Carmen, conformando un grupo organizado³⁸ por no más de siete integrantes y una red en el interior de la comunidad que se amplió

³⁸ En este sentido, se dice grupo organizado cuando un número de miembros se identifican y se reconocen entre sí, este término se usa en este trabajo para distinguirlo de red, esta última categoría es el resultado de un entramado de

hasta con algunos de los fabricantes de la ciudad de México (aunque algunos de los que pertenecían a la red no se conocían), para así mantener el mismo precio de la confección que en ese momento ya estaba apareciendo como un proceso fraccionado es decir, maquila o ensamblado.

El miembro más importante dentro de la red era don Carmen quien manejaba la información sobre las fábricas y precios, y era la persona que se relacionaba con los fabricantes, pero dicha información sólo era confiada a sus parientes o amigos que estaban dentro de su mismo grupo de amistades conformado por los nuevos maquileros. Si alguno de los miembros cometía la indiscreción de comunicar las direcciones o precios a otros que también querían maquilar, entonces era excluido del grupo y se le trataba con indiferencia, por lo que, las primeras redes de relaciones de los maquileros mantenían el poder sobre la maquila a través de la información. Esta red no pudo mantener el control de la información porque la maquila o ensamblado a domicilio se incrementó en gran medida en la localidad.

La importancia de las relaciones de género para la expansión y desarrollo de la maquila de camisetetas

Para muchas mujeres la práctica de un oficio, como la costura, formaba parte de los conocimientos que les facilitarían conseguir trabajo cuando lo desearan o les fuera posible. Las mujeres de Cuauila no fueron la excepción, algunas de ellas tenían un conocimiento de corte y confección, y el bordado de telas. Conocimiento que fue transmitido a través de sus madres, tías, parientes o amigas, el que les sirvió para que más tarde crearan sus propias fuentes de trabajo; desde sus hogares con la idea de no abandonar sus labores domésticas, a sus hijos, y cumplir con lo socialmente establecido de no desatender al marido o pareja.

Desde antes de que existiera la maquila de ropa yo sabía coser, pero de que servía si nadie tenía dinero para pagarme por una prenda, cuando había trabajo era en temporada de las

relaciones sociales, en el que no necesariamente se conocen los miembros que la conforman. Sin embargo, para el caso de Cuauila la formación de redes sociales se desarrolló de los grupos organizados para obtener prendas para maquilar y controlar la información del surgimiento de nuevos talleres.

fiestas del pueblo o en el mes de diciembre. Las señoras y las muchachas venían conmigo para que les hiciera un vestido y era cuando había trabajo. Pero no era siempre, nosotros siempre hemos sido muy pobres, los hombres sólo se dedicaban al campo y las mujeres les ayudaban, pero el dinero no alcanzaba. No había electricidad, transporte, agua potable, te estoy hablando de 1950 o antes. (información personal Sra. Amelia, Santiago Cuaula, junio 2002.)

De ahí que varias mujeres decidieran buscar fábricas en la ciudad de México que posibilitaran el trabajo a domicilio. Más tarde, comenzaron a surgir las primeras trabajadoras domiciliarias. El mejoramiento económico de las mujeres que se dedicaron a la confección de prendas, despertó el interés de otras personas de la misma localidad sólo que desconocían cuál era la fuente de ingresos y en qué momento las mujeres llevaban y traían las prendas y a quién, y en dónde.

Fue difícil que me dieran telas en una fábrica fue más o menos como por 1970, pero yo decía, yo puedo; el dinero que me daba mi esposo no alcanzaba, y ya una comadre de Texcoco también se dedicaba a lo mismo, ella fue la que me llevó a esa fábrica. Me dieron telas para hacer vestiditos de niñas, eran 30 y tenía que entregarlo en cuatro días. Me dijeron que era como una prueba, si cumplía me seguirían dando telas y si no nada más no. Pues acepté y en todo el camino me la pasé pensando cómo le iba hacer, pues, mis hijos estaban chiquitos..., y los de 13 y 10 años me ayudaron, también una cuñada y así, cumplí y yo fui de las primeras mujeres de Cuaula que trajeron la maquila aquí, a Santiago... (información personal, Sra. Alicia, Santiago Cuaula, octubre de 2001.)

La búsqueda discreta del empleo que las mujeres impulsaron, propició el interés entre los habitantes por saber qué hacían y a qué lugar iban a buscar trabajo. Le llamo discreto porque las mujeres en un principio, no querían que sus maridos y la población entera se enteraran y conocieran de su fuente de

ingresos; aunque necesaria para la economía familiar, no estaba permitido que las esposas trabajaran.³⁹

A partir de este momento se requirió por parte de las mujeres desarrollar una complicidad y ayuda mutua entre las que se dedicaban a la costura; se apoyaban, para cuidar a sus hijos cuando tenían que ir a la capital para hacer las entregas de los trabajos. Las mujeres formaron grupos con comadres, amigas y hermanas para poder transportar las prendas a la fábrica una vez terminadas. Paradójicamente, los lazos de amistad y de solidaridad de estos grupos comenzaron a desquebrajarse debido a que varias de estas mujeres incursionaron en la maquila de prendas, pero en forma individual, lo que provocó grandes conflictos entre familias y amistades, y las redes de relaciones sociales se fueron deteriorando de tal manera que se conformaban nuevas redes, pero igualmente frágiles, es decir, no permanentes.⁴⁰

Si las mujeres eran amigas o se debían favores existía una reciprocidad para guardar el secreto y no comentarlo con otras que también buscaban trabajo. Es decir, se dio un intercambio de bienes y servicios, igualitarios que se expresó en forma de favores según sus posibilidades y necesidades. La reciprocidad puede ser bilateral o grupal. Supone que todo bien o servicio recibido ha de ser devuelto en la misma medida, con lo cual el balance económico del flujo entre grupos y/o personas tiende a cero, sin déficit ni superávit por ninguna parte. Por lo tanto, es lo contrario de las relaciones de dominio-sumisión o asimétricas. Como modelo de relación social, ha sido empíricamente constatado en tal cantidad de pueblos ‘primitivos’ que ha llegado a considerarse como el rasgo fundamental de éstos, convirtiéndose así en la línea divisoria entre lo primitivo-familiar y lo moderno-contractual.

³⁹ Varios maridos no se enteraron porque se ausentaban por varias horas para ir a sus labores del campo, o bien algunos trabajaban en otros lugares como la Ciudad de México y sólo llegaban a visitar a sus familias los fines de semana.

⁴⁰ Las mujeres que comenzaron con la costura en Cuauila establecieron sus propias redes de amistades, para facilitarse el acceso a las fábricas, por lo general eran grupos conformados de cinco a siete mujeres, se encontraban unidas por la amistad y por el parentesco, aparte por el interés común de un mejoramiento económico. Estas redes sociales algunas se extendieron hasta diez personas y otras tendieron a desaparecer. El número de miembros que conformaron redes disminuía o aumentaba constantemente debido a la fuerte competencia por el trabajo, que fácilmente podían ser las redes disueltas con actos desleales.

No obstante las relaciones competitivas se imponían, y así aparecieron talleres en los cuales se asociaron dos mujeres o más, esto con el objeto de facilitar la elaboración de las prendas y el traslado de la mercancía a la fábrica. Estas asociaciones tuvieron poca continuidad por los conflictos que generaba el reparto de los pagos por las prendas una vez confeccionadas. Por lo que muchas mujeres consideraron necesario trabajar en forma independiente, y se apoyaron más en la fuerza de trabajo familiar.

Como consecuencia de este fenómeno aumentó el número de trabajadoras domiciliarias; es decir, algunas en sus casas pegaban botones, hacían dobleces y otra era la encargada de llevar las prendas a la fábrica, ellas mismas eran subcontratadas en la localidad. Es cuando aparece la producción de forma atomizada.⁴¹

Las consecuencias sociales que notaron las primeras mujeres maquileras al insertarse a un nuevo proceso de trabajo, fue el aislamiento social, pues, la costura como maquila les absorbió su tiempo. El manejo del tiempo debía ser estratégico; aunque permanecieran dentro de la casa estaban siempre cosiendo tratando de cubrir el compromiso de la entrega de las prendas; además procuraban no hablar de lo que hacían porque no querían que les hicieran la competencia. Asistir a las convivencias sociales implicaba decir qué hacían. La comunicación trascendió de tal manera que las demás mujeres de la localidad se fueron enterando poco a poco de las actividades de algunas de ellas, y las mejoras económicas fueron imposibles de ocultar al marido quien enseguida se insertó al proceso productivo.

Las primeras mujeres que se dedicaron a la maquila mencionan que no fue fácil romper el esquema de mujeres “sumisas”,⁴² se entiende por ello, sujetas por amor y obediencia al marido y a las determinaciones de éste; ello explica que para las mujeres de Cuauila insertarse al proceso productivo fue parte de su propio desarrollo personal, porque comenzaron a observar que con sus

⁴¹ Utilizo el término atomizado para ilustrar que aunque una maquilera obtenga prendas para armar, además, lleva otras a los talleres de las costureras domiciliarias, es decir, se reparten las prendas entre los talleres.

⁴² Término utilizado constantemente por las maquileras entrevistadas, lo que da cuenta que ellas notaron un cambio en sus comportamientos a partir de la inserción a la maquila o armado como actividad económica.

ingresos podían “mejorar” en cierta medida, las condiciones económicas y de pobreza en que se encontraban.⁴³

Tampoco la maquila de ropa o la confección de prendas generaron un nivel de vida alto, sólo lograron mejorar algunos aspectos básicos en la alimentación como comer más carne, comprar esporádicamente algunas cosas personales y para sus hijos. En la encuesta realizada a veinte mujeres propietarias de talleres o empresarias de micro empresas como se les ha llamado en este trabajo, 19 comentaron que sus ingresos eran destinados a la compra de comida, sólo una dijo que los dedicaban a aspectos personales como ropa para ella y para sus hijos.

Una vez que la competencia se había desatado entre los habitantes, se da una reorganización del trabajo a partir del género. Las negociaciones externas al taller pasaron a ser parte de las labores de los hombres, las mujeres se responsabilizaron de la costura en el interior de la casa. Dada la construcción cultural de los hombres que son los que pueden ausentarse con mayor medida de la casa en comparación con las mujeres, quienes se responsabilizan del hogar; los hombres se apropiaron de un espacio de poder que es la negociación con el exterior. ¿Por qué así y no de otra manera? Es evidente que en Cuauila las mujeres se consideran como parte de la casa, y aunque varias de las entrevistadas mostraron coraje e inconformidad por los comportamientos masculinos, que lo traducen en violencia como por ejemplo: el maltrato físico y la infidelidad, no es fácil que rompan con los esquemas sociales y culturales que las permean y nuevamente repiten patrones de conducta que le otorgan poder a los hombres, dándoles una representación de agentes de la empresa porque ellas son las que sostienen la actividad empresarial.

Es con la ruptura y el conflicto entre la pareja copropietaria donde se expresa la lucha por la propiedad y el reconocimiento del taller, también varias mujeres propietarias se cuestionan sobre los comportamientos masculinos y femeninos, ¿por qué si se trabaja igual o más no se tienen las mismas libertades?

⁴³ De acuerdo con Marcela Lagarde (2001: 108-109), el ingreso económico permite a las mujeres poder para decidir sobre sus vidas. Sin embargo, señala, que el poder de las mujeres es limitado y por su condición histórica están sometidas a opresión.

Las respuestas que dieron la mayoría de las mujeres entrevistadas ante una situación de esta naturaleza son que, la mejor opción es la amenaza de dejar el taller o abandonar el trabajo cuando ven en peligro su relación de pareja, dado que no consideran justo que ellas trabajen más horas que ellos en el taller ya sea de ojos de vidrio o de maquila de ropa, mientras ellos se divierten o mantienen otra relación, situación difícil para las mujeres quienes ven afectados sus intereses y sentimientos. La separación implica la quiebra económica para ambos.

Paradójicamente, este hecho ha llevado a varias mujeres a tener mayor autoridad dentro del grupo doméstico, es decir, han desarrollado un liderazgo que lo ejercen a través de sus decisiones al asumir con mayor rigor el control del taller; de no ser así, se puede perder parte de él, dado que la propiedad es adquirida por la unión conyugal y ser expulsada de la casa del marido.

A medida que van avanzando en cuanto a la inversión de las máquinas, las mujeres exigen un mayor compromiso y responsabilidad por parte de la pareja; quien no siempre asume dicho compromiso, pero en algunos casos lo intenta y se logra el equilibrio del taller comprometiéndose en cumplir con sus labores en el taller, sin despojar a la esposa de la propiedad. Actualmente, esta complejidad en las relaciones de género se manifiesta en la lucha por lograr el poder de la unidad productiva, sin duda los hombres expresan en menor medida sus sentimientos, ellos no quieren quedarse sin empresa, quieren tener empleo y también mantener su papel de hombre en una localidad como Cuauila.

Hombres y maquila

La inserción de la pareja masculina al proceso de trabajo de maquila condujo a una producción en conjunto. Es probable que en un primer momento algunos hombres desconocieran las actividades de las esposas mientras ellos no estaban, pero otros no, sólo que admitir que las mujeres salían a buscar empleo ponía en riesgo su condición de proveedor.⁴⁴

⁴⁴ En las sociedades patriarcales una de las características de la representación masculina es el papel de proveedor, es el encargado del sustento económico familiar. Sin embargo, la crisis económica profundiza la crisis de la identidad masculina en un contexto donde emergen nuevos símbolos que cuestionan la autoridad social de los hombres

A los hombres se les asignó socialmente el empleo en el campo o bien, salir de la localidad en busca de trabajo, mientras que a las mujeres se les asignó las labores del hogar. Situación que ha cambiado parcialmente en las últimas décadas, en tanto que los comportamientos masculinos y femeninos se han modificado desde la expansión de la maquila de ropa. La incorporación del esposo al trabajo de la confección, no fue fácil para aquellos que sentían que su identidad masculina estaba asociada con la fuerza y que consideraban que tal actividad era un trabajo totalmente femenino.

Para los hombres menores de 20 años fue menos difícil que para los hombres mayores, por que estos últimos estaban más acostumbrados a los trabajos rudos del campo, mientras que los de menor edad tenían la experiencia de haber trabajado en una fábrica, o en cualquier otro lugar, no relacionado con las labores del campo.

Mire para mí no fue fácil ser costurero, mis manos estaban acostumbradas al trabajo pesado a arriar los bueyes, a cortar la mazorca. Nunca me imaginé que yo estuviera frente a una máquina de coser, si yo sé que esto sólo es para mujeres. Pero entendí que no había de otra, el campo no nos deja más que un poco de maíz, pero no nos mantiene y la maquila de ropa comenzó a ser más y más. Cuando vi que era necesaria mi fuerza como hombre, entonces también le entre a la maquila; (Sr. Santiago, edad 65 años; Santiago Cuauila.)

Emergieron en ellos símbolos que les permitió justificar su labor como costureros a través de la fuerza física; los hombres son considerados físicamente más fuertes, por tanto las unidades productivas requerían de esa fuerza masculina a la que ellos aludían. Sin embargo, también comprendieron que para mantener el taller y competir con otros maquileros era necesario que se insertaran al proceso productivo. Aunque fue un triunfo para las mujeres de Cuauila insertarse a la maquila y para algunas otras formar sus talleres propios, la presencia masculina continuó siendo necesaria para la representación de un taller.

(Montesinos,R.; 2002, p.131). En Cuauila, cuando los inicios de la maquila, la mayoría de los hombres, sobre todo aquellos cuyas esposas estaban conformando talleres, presentaron una fuerte resistencia para colaborar con ellas. Sin embargo, se insertaron a dicho proceso productivo, pero argumentan que la maquila requiere de una mayor fuerza física con la que no cuentan las mujeres, justificando de esta manera su masculinidad. Así se manifiesta en el discurso cotidiano.

Las mujeres aprovecharon el momento coyuntural de la decadencia de los ojos de vidrio y la aparición de la maquila, para incursionar en nuevas formas de relación laboral y generar ingresos. Pero no pudieron mantener la empresa por sí solas, debido a la competencia con las otras mujeres que para ese momento, también estaban maquilando para una empresa y acaparaban la maquila y la fuerza de trabajo local. La presencia masculina se convirtió en necesaria porque las personas de Cuauila le otorgan mayor legitimidad a lo que los hombres dicen y hacen. Existe la creencia de que, sin la presencia masculina... para las mujeres es difícil administrar un taller; debido a que es necesaria la transportación de las camisetas a otros lugares como las fábricas que se encuentran lejos de Cuauila. Aunque es muy probable que esta manera de mirar la vida cambie a medida que se desarrolle y se expanda la maquila o ensamblado de ropa, o bien que sean productoras independientes y no precisamente maquileras.

La participación de las hijas adolescentes y las suegras en la maquila o armado

Uno de los factores que hicieron posible el trabajo femenino en la confección de prendas de vestir fue el apoyo de los parientes, principalmente de las hijas y de las suegras. El trabajo de las hijas adolescentes consistió en el cuidado de los hermanos más pequeños, cuando la madre salía a conseguir las telas para confeccionar las prendas, así como el aseo de la casa. El papel que desempeñaron las adolescentes se reflejó más tarde en el papel que ellas asumieron para la formación de los talleres una vez que fueron adultas, papel y responsabilidad que aprendieron de sus madres. Las hijas de las primeras mujeres que llevaron la costura a Cuauila se dedicaron posteriormente a la misma actividad que sus madres. Con la diferencia de que las situaciones restrictivas ya no existían como en la primera generación de mujeres costureras; había quedado atrás la oposición a que las mujeres trabajaran, además de que la maquila de ropa dejó de ser un trabajo “oculto”; los habitantes de Cuauila estaban enterados del trabajo domiciliario y las formas de acceso. Las suegras también desempeñaron las mismas funciones que las hijas adolescentes, pues con la ausencia de la nuera, se responsabilizaban en cierta forma del cuidado de los nietos, pero les era más complicado a las mujeres ancianas asumir tal encargo de igual manera que lo hacían las

adolescentes, además dependía de las relaciones que existían entre suegra y nuera porque se requería de relaciones cordiales.

La competencia entre las personas para conseguir prendas para maquilar, se sigue expresando de tres maneras: con el abaratamiento del precio de la maquila (confección); las fechas de entrega de las prendas son anticipadas y los nuevos maquileros procuran que sus prendas sean confeccionadas con mayor cuidado, es decir, que contengan calidad, procurando ser siempre mejor que los y las otras maquileras. La productividad provocada por la competencia, les llevó a intensificar las horas de trabajo en los talleres y a desarrollar mejores estrategias para mantener el control de la producción maquilera.

La interacción fábrica localidad

El crecimiento económico de México en los años setenta y ochenta, incrementó la demanda de mano de obra de las trabajadoras y el trabajo a domicilio; este fenómeno causó repercusiones entre las diversas poblaciones cercanas al Distrito federal que eran las abastecedoras de fuerza de trabajo (Suárez, y Rivera; 1994; Heath, 1982; Torres, 1993). Esta relación fábrica ciudad- comunidad permitió el desarrollo de la microindustria.

Cuauila no fue la excepción, pues varias mujeres a temprana edad se emplearon en estas fábricas. Mientras que otras no querían salir, por su condición de mujeres casadas, u otras mujeres jóvenes cuyos padres no les permitían salir de la comunidad, por el temor que se convirtieran en madres solteras; ellas buscaban ser trabajadoras domiciliarias en los talleres que se estaban instalando en ese momento en la comunidad.

Tanto hombres como mujeres pensaban que emplearse en una fábrica significaba obtener el conocimiento del oficio, lo que permitiría la independencia económica y no precisamente la permanencia como obreros en las fábricas, sino más bien se tenía la firme idea de formar nuevos talleres pero en su propia comunidad. Esta idea de convertirse en "trabajadores independientes", es decir, que establecieran un taller propio, se alimentaba a medida que observaban que las fábricas

fomentaban el trabajo domiciliario, otorgando prendas para maquilar, así los obreros pasaron a ser el vínculo entre la fábrica y las nuevas maquileras de la comunidad.

En esta época, también había cierta demanda de fuerza de trabajo en las fábricas de la ciudad de México,⁴⁵ de tal forma que las trabajadoras podían dejar el empleo para buscar otras fábricas que les proporcionaran un mejor salario y trato. Lo que provocó que varias mujeres recorrieran una cantidad de talleres y fábricas en busca de mejores salarios; esto hizo que ellas aprendieran a confeccionar y maquilar distintos tipos de prendas (lencería, trajes sastre, ropa para caballero y ropa interior en tela de algodón).

La habilidad que algunas desarrollaron con el manejo de las máquinas y el corte de las telas, las llevó a tener cierto grado de especialización en el manejo de un tipo de máquina o bien ser expertas en cortes de telas. Esta especialización no podía ser demostrada de ninguna manera más que a través de la práctica, por lo que muchas veces las costureras trataban de demostrar su habilidad en una fábrica o taller sin recibir un salario, y sólo hasta cuando los propietarios reconocían la calidad de su trabajo, entonces decidían contratarlos o incrementar sus salarios.

Por tanto, la especialización en una actividad específica no sólo permitía un mejor salario sino también, garantizaba la permanencia en la fábrica o taller; porque una vez que habían aprendido el manejo de las máquinas, no era fácil para los propietarios reemplazar a las obreras por otras trabajadoras que aún no tenían esta especialización, lo que trajo como consecuencia que varias de ellas aprendieron a establecer negociaciones entre los dueños de las fábricas con el fin de conseguir algo a cambio como: un mejor salario o máquinas en des uso, o bien establecer el contacto entre la fábrica y los maquileros para más tarde establecer un taller.

⁴⁵ “Te diré que siempre hay trabajo como costurera, obrera o lo que sea en las fábricas de ropa, bueno, no mucho pero sí encuentras, el problema es que te pagan muy poco y no te dan ninguna prestación. Son pocas las que dan algo.”(información personal M. Santiago Cuauila Tlaxcala, 2002.)

La situación que se dio en la fábrica como en los primeros talleres de Cuauila fue parecida porque los empleados tanto hombres como mujeres fueron comprando poco a poco sus máquinas⁴⁶ sin que los propietarios se enteraran y comenzaron a trabajar en forma independiente. Las mujeres ahorran una parte de su salario semanal, para un día tener una máquina propia, sobre todo aquellas que estaban en edad casadera.

Con el *boom* de la maquila en Santiago Cuauila, los talleres se habían extendido por la localidad de tal manera que las trabajadoras y trabajadores originarios de Cuauila fueron insuficientes. La fuerza de trabajo escaseaba y fue necesario contratar a trabajadores de las poblaciones cercanas como: San Felipe, San Marcos y la Venta. La movilización diaria de personas que acudía a trabajar a Cuauila se fue incrementado, de la misma manera el comercio local como: misceláneas, tiendas de hilos y accesorios para las máquinas.

Aparecieron nuevos oficios como la de técnicos en compostura de máquinas de coser, y servicios de fletes para transportar las prendas a la fábrica. Los propietarios de los talleres procuraron ahorrar para comprarse sus propios medios de transporte, para así no tener que pagar semanalmente el alquiler de una camioneta.

Los trabajadores de las poblaciones cercanas como San Marcos, San Felipe, San Mateo y la Venta; también imitaron a los de Cuauila, algunos hombres y mujeres jóvenes procuraban trabajar en los talleres con la intención de establecer uno propio. Actualmente en casi todo el municipio de Calpulalpan existen talleres maquiladores en donde se confeccionan distintos tipos de prendas, de tal manera que se ha llegado a una especialización por cada localidad.⁴⁷ Como por ejemplo en Mazapa,

⁴⁶ Los habitantes de Cuauila narran que algunas tiendas de la Ciudad de México, principalmente mueblerías, al final de los años setenta, otorgaban créditos para adquirir máquinas de coser, con sólo un porcentaje de su costo y los otros pagos los hacían en forma semanal, por ejemplo la empresa "Casa Díaz". También las mismas fábricas vendían sus máquinas en desuso y obsoletas, las cuales podían ser adquiridas por las costureras, o por los trabajadores. Existían facilidades de compra, si pagaban de contado se les hacía un descuento si pagaban a crédito se les descontaba de su salario (información personal, ex trabajadora de la empresa Casa Díaz, D.F. 2003).

⁴⁷ Visité otros talleres en ciudad Neza de maquila de ropa, los cuales tienen similitudes con los de Santiago Cuauila en cuanto a la organización del taller y de los espacios en los que se lleva a cabo la confección. También estuve en el Distrito Federal, en Valle de Aragón, en talleres de maquila de bisutería fina, estos talleres se encuentran en espacios pequeños y poco ventilados. Los y las propietarias y quienes allí viven, cohabitan de manera directa con el proceso productivo, por ejemplo, el baño de la casa es el lugar donde se lavan las piezas en cobre para darles el baño de oro,

se hacen camisas para ropa masculina, lo mismo que en Tepunte, localidad perteneciente al municipio de Mariano Arista, se maquilan pantalones de mezclilla. En Nanacamilpa, existen talleres donde maquilan vestidos de fiesta para dama, en telas de seda y tafeta, algunas prendas se bordan con chaquiras y lentejuelas.

Propios y extraños

En los últimos cinco años se intensificó la llegada de migrantes para emplearse como trabajadores en los talleres, hecho que no es del todo grato para las personas del lugar, porque ellos desconocen a los nuevos pobladores. Son principalmente familias que vienen de ciudad Nezahualcóyotl, Huixquilucan, Tlanepantla, Puebla y Ecatepec, que se han enterado por amigos y familiares que abunda el trabajo en los talleres.

Los migrantes se están instalando en las zonas periféricas de la población y han autoconstruido sus viviendas, lo que para algunos habitantes de Cuauila deteriora la imagen de la localidad. Esta migración genera un fenómeno particular en el contexto de Santiago Cuauila, por un lado se requiere de fuerza de trabajo, pero por otro, es difícil integrarlos a las formas de organización de la localidad, como por ejemplo, el pago de las cooperaciones para efectuar las mayordomías y el pago de impuestos, de tal manera que se sale del control de los cuauilenses. Es evidente la presencia de algunas personas con rasgos orientales, que se dicen ser del estado de Puebla, así se les conoce en la localidad como los poblanos, hombrecitos, chiquitos que no hablan pero que trabajan, todos ellos se han llegado a emplear en los talleres de Cuauila. Sin duda de esta manera se están ampliando las redes internacionales de migrantes orientales a México; está ocurriendo una apropiación de espacios descuidados por las mismas ambigüedades de las leyes mexicanas. Los habitantes de Cuauila muchas veces desconocen que estas personas son coreanos porque llegan con identificaciones del estado de Puebla. Los coreanos como los nacionales se benefician de los programas del Estado para el impulso de la micro y mediana empresa, además de los apoyos económicos a mujeres

el comedor sirve para acomodar los cientos de aretes y joyas una vez terminadas, las camas sirven para acomodar las piezas terminadas o empaquetadas para distribuirlas. Todo ello se lleva a cabo en condiciones deplorables, en comparación con los talleres de maquila de ropa rurales.

promovido por el Programa de Tandas de Bonos del Ahorro Nacional, junto con el DIF estatal que proporciona créditos a las mujeres mexicanas mayores de edad y en algunos casos con proyectos de empresa.

El hecho de desconocerlos y no saber quiénes son, les lleva a desconfiar de ellos, además que consideran que algunos jóvenes, principalmente adolescentes se drogan y consumen más alcohol que los del lugar. Con la llegada de familias nuevas, también se ha incrementado el comercio, las misceláneas han elevado sus ventas, principalmente el consumo de cerveza. Para las madres de familia esto representa un peligro para sus hijos e hijas, porque ven que es una manera de alterar el equilibrio social y ahora se tiene que convivir con personas que no son de Cuauila y, sobre todo, desconocidos.

El vínculo entre Cuauila y los migrantes nacionales, ha sido principalmente por el parentesco con alguien del lugar, como por ejemplo por matrimonio, cuando una hija o un hijo contrae nupcias con alguien originario de Cuauila, puede ser que se lleve a sus padres o hermanos a vivir a ahí, y buscan emplearse en los talleres, con el objeto de establecer uno propio.

Mi esposo y yo venimos a seguir a mi hija que se casó con un muchacho de aquí, somos de Huixquilucan, ella trabajaba y nos mantenía antes de casarse, mejor la venimos a seguir, nosotros somos ancianos ya no podemos trabajar mucho; aquí hago el aseo y despunto en un taller, cuando mi hija tenga sus máquinas yo le voy ayudar.” (Sra. Cipriana, edad 65 años; información personal. Cuauila, junio de 2002.)

O bien pasan a ser la fuerza de trabajo para el nuevo taller, ocurre tanto con hombres como mujeres. Otro fenómeno que está ocurriendo es el regreso a la localidad, de mujeres y hombres que un día se casaron y vivieron fuera de Cuauila, han decidido regresar ante la insuficiencia de empleo y la inseguridad que se vive en la ciudad de México, todos se ven atraídos por la idea de establecer un taller de costura más que de ojos de vidrio, saben que los habitantes de Cuauila, suelen combinar una serie de actividades que ellos consideran que pueden aprender sin importar la edad. Uno de los motivos que hace que regresen las personas a Cuauila es que a medida que avanzan en edad prefieren

regresar al lugar de donde salieron, principalmente las personas que han sido jubiladas o que son ancianos y aún tienen parientes en Cuauila, como son los hermanos, aunque sus hijos radiquen en otro lugar prefieren regresar a vivir la última etapa de su vida a la comunidad.

Requisitos y estrategias para conseguir empleo

A 30 años de maquilar o ensamblar ropa y camisetas específicamente, los maquileros de Santiago Cuauila son reconocidos por varios empresarios del Distrito federal, Puebla, Chiconcuac, Otumba y otros que ellos conocen. Los requisitos para tener acceso a la maquila no han variado, sólo que pueden obviarse o dejarse de lado si los maquileros son conocidos por ellos, es aquí donde se realizan las relaciones contractuales tácitas.

Entre los requisitos para obtener piezas cortadas están: 1. Una (o más) cartas de recomendación del lugar donde habían trabajado (experiencia), 2. Puntualidad en la entrega de las prendas, y 3. Un aval. Estos requisitos podían ser flexibles y en diversas ocasiones eran totalmente ambiguos. Por ejemplo, la contratación de un trabajador dependía del propietario de la fábrica o taller. La recomendación podía ser de un familiar o pariente que trabajara en la misma fábrica, al patrón, le servía como seguridad para que, en caso de robo se ubicara más fácilmente al o la maquilera y así se le obligara a pagar lo que se había perdido.

La experiencia, en algunos casos no era del todo necesaria, pero sí se le hacía saber a los maquileros que a menor experiencia menor salario. Las personas que utilizaban la carta de recomendación eran aquellos que manejaban con mayor facilidad algún tipo de máquina o bien se creían “especialistas” en ciertos cortes de tela, esto se hacía para que se reconociera su experiencia y consiguieran un mejor salario.

La puntualidad en la entrega de las prendas ha sido hasta la fecha uno de los más indispensables en la maquila de ropa, consiste en entregar las prendas una vez confeccionadas en la fecha y hora establecida por el dueño de la fábrica, si las personas no entregaban las prendas en el tiempo acordado difícilmente se les podría otorgar nuevamente prendas para maquilar o bien para

confeccionar. Una vez que llenaban los requisitos y conseguían el empleo, las maquileras procuraban entregar puntualmente las prendas terminadas para asegurar el siguiente pedido.

La constancia de las entregas permitió que las personas de Cuauila pudieran más tarde gozar de ciertos “privilegios”, como recomendar a otras personas del mismo lugar para conseguir empleo, préstamos y el pago anticipado de sus salarios. Esto último no era una generalidad pero sí existía debido a que varias mujeres con la puntualidad lograron el reconocimiento de los dueños de las fábricas.

El aval, era uno de los más importantes requisitos para contratar a los maquileros rurales, pues, sin éste era difícil que en una fábrica otorgaran prendas para maquilar. Esto se hacía como una medida de seguridad para evitar que se perdieran las prendas, o que el maquilero no regresara con las piezas terminadas. El aval era quien se hacía responsable en caso de que el maquilero perdiera la mercancía o que no regresara a la fábrica. De ahí que no era fácil, que cualquier trabajador de Cuauila quisiera ser aval de otras personas, aunque los conociera temía que se fueran y dejaran de entregar las prendas, preferían ser avales de personas allegadas a ellos como: hermanos, otros familiares y vecinos que tuvieran alguna afinidad con ellos. Ser aval ha representado hasta el momento un favor que puede ser retribuido a un precio alto.

Actualmente los requisitos no sólo son los mismos, sino que a través de la red de amistades es como se puede tener acceso a las fábricas. Los maquileros fueron formando sus grupos de amistades para entregar las prendas una vez terminadas, al mismo tiempo que procuraban regular el precio de la maquila, para evitar que otros maquileros compitieran con ellos y abarataran sus costos frente a los fabricantes de ropa.

La calidad en el trabajo y la puntualidad en la entrega de las prendas

Los y las maquileras rurales, ofrecen una entrega puntual de las prendas y garantizan en cierta medida calidad, un precio módico por la maquila de las prendas, responden a las exigencias de los dueños de las fábricas y se ajustan a los cambios económicos porque pueden mantenerse sin trabajo

por meses, en tanto, combinan sus actividades con la agricultura y la artesanía, mientras consiguen prendas para maquilar. Esta flexibilidad para adaptarse a los cambios los convierte en necesarios para los productores de ropa, porque saben que los pueden despedir una vez que hayan entregado la parte correspondiente de su trabajo sin ningún problema, ni compromiso de liquidación.

A los maquileros se les exige calidad, la cual se expresa en el acabado de las prendas, no siempre se les reconoce la calidad que tienen sus prendas, debido a la carencia de maquinaria suficiente para realizar los acabados más finos;⁴⁸ mientras que otros talleres de la ciudad de México, o bien fábricas, que también se dedican a la maquila y cuentan con maquinaria más sofisticada, desplazan en el mercado y en las preferencias de los fabricantes de ropa a los maquileros rurales.

El tipo de maquila o ensamblado que hacen es considerada una de las más ordinarias en el ramo de ropa, se le conoce como “pacota”, lo que significa de “inferior calidad”, aún así está sujeta a un control. Sin embargo, los y las maquileras rurales siguen teniendo éxito con sus talleres por los precios que cobran por maquilar o ensamblar la ropa.

Es a través de la práctica y del conocimiento empírico como aprenden su manejo y logran un mejor acabado, por lo que, en una misma localidad se obtiene una variedad de acabados que algunos suelen ser “más burdos” que otros. Las prendas con menos calidad son aquellas que tienen puntadas encimadas, dobleces fruncidos o algunas partes del cuerpo desunido. La dificultad que aparece cuando esto ocurre es que el pago por la maquila o ensamblado disminuye.

Es una estrategia de las maquileras abaratar el precio de la maquila cuando son aprendices o están iniciando en dicha actividad. También es una estrategia empresarial de los empresarios que dan las telas cortadas para maquilar, decirles que sus prendas maquiladas no tienen calidad porque entonces, se paga menos por el precio acordado.

⁴⁸ Las playeras que hacen los maquileros sí tienen calidad, sólo que depende de la composición química de la tela y de las máquinas para lograr un mejor acabado. Existe un pretexto generalizado entre los fabricantes de ropa de que las prendas no siempre tienen calidad. Esto es para justificar los precios bajos de la maquila, para hacer sentir que son poco indispensables en la producción y de esta manera postergar y abaratar los pagos.

En cierta forma, la calidad depende en mucho de la inversión de la maquinaria que realicen los propietarios de los talleres para elevar su calidad y del cuidado que se tenga en el momento de unir las piezas.

Las telas que contienen nylon en 100 % suelen resbalar en el momento de unir, no sucede lo mismo, con las telas que contienen algodón en 100%, que son de mayor precio en el mercado y son las que prefieren las maquileras porque se logra un mejor acabado. Las telas combinadas con poliéster o nylon, pueden tener mejor acabado dependiendo de su composición, al igual que las de algodón.

Los y las propietarias de los talleres de Cuauila procuran siempre que sus prendas tengan el mejor acabado; es decir, que la playera o las prendas en general, estén debidamente unidas (cuellos, mangas y cuerpos), las puntadas de las máquinas no se encuentren encimadas, no le sobren hilos y las telas no queden fruncidas o encimadas una vez terminada la confección. De esta misma actividad se derivan una serie de especialidades que generan estratificaciones entre los que se dedican a la maquila, sólo por mencionar algunos como los deshebradores y dobladores como se verá más adelante.

Hasta 1998 había personas de Santiago Cuauila que hacían el trabajo doméstico de tiempo completo o de entrada por salida, ahora se han integrado al proceso productivo de la maquila, lo que dificulta que personas de Cuauila quieran ser empleadas domésticas cuando los talleres ofrecen mejores ingresos, o bien, prefieren trabajar en casa desempeñando una de las actividades más sencillas como es el despunte o deshebrar la prenda.

Hoy en día la maquila de ropa ha absorbido a la localidad, es difícil que exista alguien de Cuauila que se mantenga al margen de esta actividad; ejemplo de ello son los rentistas de tractores que también han implementado su taller de costura. Los artesanos de ojos de vidrio también combinan sus actividades con la costura cuando tienen un tiempo libre o cuando la demanda de ojos disminuye. Las amas de casa o mujeres que se dediquen sólo al hogar son excepcionales, dado que son absorbidas por la presión que ejerce la cantidad de prendas para maquilar en la localidad, lo

mismo ocurre con algunas ancianas que se emplean como empleadas domésticas. Estas dos últimas actividades han tendido a desaparecer; aunque su trabajo se desempeñe en el interior de un espacio privado como es el hogar, no se pueden mantener alejadas de un proceso productivo mecánico y absorbente como es la maquila o ensamblado de ropa. Así lo muestra el siguiente testimonio:

Yo no quiero ser maquilera... Desde niña odié la maquila, porque mi mamá me obligaba a coser o, acompañarla a las fábricas a México, y dije que cuando me casara o juntara iba a ser todo menos maquilera. Pero no se puede, porque luego tengo que ayudar a mis hermanas que son maquileras cuando se les junta el trabajo... no se puede, mírame estoy despuntando porque le estoy ayudando a mi cuñada...¿ya ves?.. no puedo salirme de esto aunque quiera... (información personal, Ama de casa y artesana. Santiago Cuauila, Tlaxcala, agosto 2003.)

La maquila tiene la particularidad de combinarse con otras actividades, porque algunas partes del armado de las prendas se realizan mientras se platica, o se está viendo televisión, como películas o algún programa; o bien, cuando se escucha algún programa radiofónico. Otras mujeres, aunque su actividad económica principal no sea la maquila, en su tiempo libre, pueden ayudarle a otra persona para cubrir la parte que le corresponde de la maquila. Por ello, muchas veces quienes desconocen el proceso de maquila de ropa lo miran algo simple y sin importancia, pero cuando se enfrentan con la realidad y el compromiso de entrega en un tiempo determinado suelen estresarse y buscan ayuda de otros parientes y amigos.

Inversiones y previsión del futuro

Las maquileras rurales no siempre tienen un capital para invertir e incrementar el número de máquinas en sus talleres, o bien establecer sus propias fábricas. El limitado capital que algunas veces llegan a tener no les alcanza para sustituir toda la maquinaria que poseen por otras nuevas y tampoco, capacitarse para diseñar prendas. No toman cursos para aprovechar la tecnología de las máquinas sofisticadas tampoco invierten en ellas; es probable que esta sea la etapa que sigue en la historia de las microempresarias de Santiago Cuauila.

Existe un temor generalizado por el uso de los créditos, debido a los intereses altos que cobran los bancos, además, que les parece complejo el trámite y pocas veces pueden ser cubiertos los requisitos para su autorización.

La inversión hecha en la maquinaria se obtiene a través del tiempo como resultado de los ahorros y tandas; lo que hace lento el crecimiento del taller. Así, se considera a la maquila de ropa como una esperanza para mejorar su nivel de vida, aunque se tenga que pasar por grandes sacrificios y limitaciones. Existe un pensamiento generalizado entre las personas de Cuauila que para llegar a formar un taller es menester pasar por distintas etapas para constituirlo, de ahí que sea parte de un proceso la conformación de los talleres.

Entre las inversiones principales que se hacen en el taller o unidad productiva comprende sin duda la maquinaria para el proceso productivo. El espacio físico de la ubicación del taller es otra de las inversiones necesarias, pero esto se logra una vez que está consolidada la unidad productiva, es decir, cuando se tienen los recursos económicos para invertir en las modificaciones de la casa y así transformar la sala de la casa en el taller, o el granero en el taller, de acuerdo con las necesidades o perspectivas de los que habitan la casa. Las modificaciones hechas a la vivienda para ampliar o mejorar el taller, se hace paulatinamente, es decir, de acuerdo a como se vaya dando la demanda de espacio (véase, cap.II).

El transporte es otra inversión que no se puede postergar. Adquirir una camioneta para transportar las camisetas facilita la vida de los y las maquileras y abarata los costos de producción. Al mismo tiempo, son inversiones que otorgan prestigio en la localidad (en el sentido que habla Bourdieu, P., 1988). También facilita que les den telas cortadas para maquilar o ensamblar en las fábricas, porque en el precio de la maquila está incluido el transporte.

Las tandas

Los bancos no existen en Santiago Cuauila, es en Calpulalpan donde se hacen las gestiones bancarias. Una de las formas de ahorro es a través de las tandas⁴⁹ que sustituyen en parte a los bancos. Algunas personas prefieren ahorrar a través de este sistema que tener el dinero guardado en casa, prefieren hacer inversiones inmediatas, como comprar terrenos, mulas, caballos y los gallos de pelea.

En los talleres o unidades productivas, las tandas se han convertido en una alternativa de ahorro semanal, quincenal, o como mejor se acomoden, en el que participan tanto los costureros (hombres y mujeres) como los patronos o maquileras (pareja).

Lomnitz (1987) define a las tandas como una institución económica de crédito rotativo, propia de los marginados, considerada como una característica de México, Asia y África. Se encuentra en distintos ámbitos tanto urbanos como rurales, sobre todo en ambientes de trabajo, grupos de amigos y personas que se frecuentan con cierta regularidad.

Las tandas son estrategias de ahorro basadas en un modelo de rotación, formada entre personas de suma confianza o recomendadas por alguien, En Santiago Cuauila casi todos los habitantes se conocen; por tanto, pueden quedar excluidas algunas personas de participar en tandas por antecedentes negativos.

Generalmente se forman grupos de cuatro a 10 miembros o más, quienes contribuyen con cuotas de dinero a un fondo común. Por ejemplo una tanda mensual de seis miembros, cada uno entregará una determinada cantidad a la persona organizadora de la tanda, esta cantidad es entregada en la fecha acordada con la persona que le corresponda recibir el dinero y a su vez, los demás miembros esperarán su turno correspondiente.

⁴⁹ Alternativa o turno.

Esta estrategia de ahorro es riesgosa porque en caso de que fallezca quien la organizó es probable que se pierda parte del dinero ahorrado, o simplemente que alguien huya con el dinero, por ello es más factible organizar tandas en el interior del taller con los propios trabajadores o con parientes o amigos que no sean desconocidos. La desventaja de la tanda es que con las constantes crisis económicas del país, el dinero puede devaluarse en cualquier momento y la cantidad recibida puede ser menor de lo que se pensó cuando inició la tanda.

La persona que requiere dinero o que tiene una urgencia económica es la que organiza la tanda para quedarse con el primer número, otras las organizan de tal manera que planean sus ahorros para alguna fecha específica del año. Los beneficios de este sistema de ahorro son que se recibe una cantidad de dinero que será utilizado en forma inmediata y se pagará semanal, quincenal o mensualmente; sin que se paguen intereses. El tiempo de la duración de la tanda será de acuerdo con el tiempo en que fijaron los participantes y el número de personas que integran las tandas. Las tandas se organizan en los distintos niveles sociales, como los talleres maquiladores, los artesanales, entre los grupos de amigos y por actividades, también varían las cantidades de dinero, y por supuesto, cada quien utiliza éstas como mejor le parezca.

El modelo de ahorro rotativo a través de tandas, ha sido retomado en México en las últimas décadas por el Estado, para fomentar el ahorro y la inversión e impulsar las microempresas, esto se lleva a cabo por medio de la institución Bonos del Ahorro Nacional. El estado de Tlaxcala, también ha impulsado dicho programa, pero dirigido sólo a mujeres que se consideran propietarias de algún negocio, a través, de préstamos en dinero con cifras de 10 000.00, hasta 16 000.00 pesos, con un mínimo interés anual de 5%. Estas tandas se organizan con grupos de no más de 15 mujeres, quienes pagan semanalmente una cantidad asignada. Algunas mujeres propietarias de talleres de Cuauila, están ahorrando de esta manera para adquirir, máquinas, telas o material para su negocio. Los hombres quedan fuera de estas tandas. Sin embargo, participan en ellas a través de la esposa o pareja.

¿Cómo se expanden los talleres?

Las características que han adquirido los talleres o unidades productivas de Santiago Cuauila, son de una microempresa que posee máximo 15 trabajadores. Sin embargo, dicha categorización no logra definir las dimensiones de la microempresa o unidades productivas, también llamadas en este trabajo talleres. En Santiago Cuauila se tiene una propia definición de lo que es un taller, no lo define el número de trabajadores, ni el ingreso anual, como lo hace el Estado, sino la inversión o el número de máquinas es lo que le da un carácter de empresa. Por lo que se considera como taller maquilero aquella unidad productiva que tenga tres máquinas o más. Por lo general, existe una constante de veinte máquinas (como se verá en el apartado de la tipología de talleres) por cada unidad productiva. Los propietarios de dichas unidades no desconocen las leyes, saben que existe el trabajo a domicilio y la industria familiar. El hecho de que se manejen como talleres familiares o industria familiar, como lo señala la ley Federal del Trabajo (2003, p. 82), hace que estén dentro de la legalidad.

Art. 351. Son talleres familiares aquellos en los que exclusivamente trabajan los cónyuges, sus ascendientes, descendientes y pupilos.

Art. 352. No se aplica a los talleres familiares las disposiciones de esta ley, con excepción de las normas relativas a higiene y seguridad.

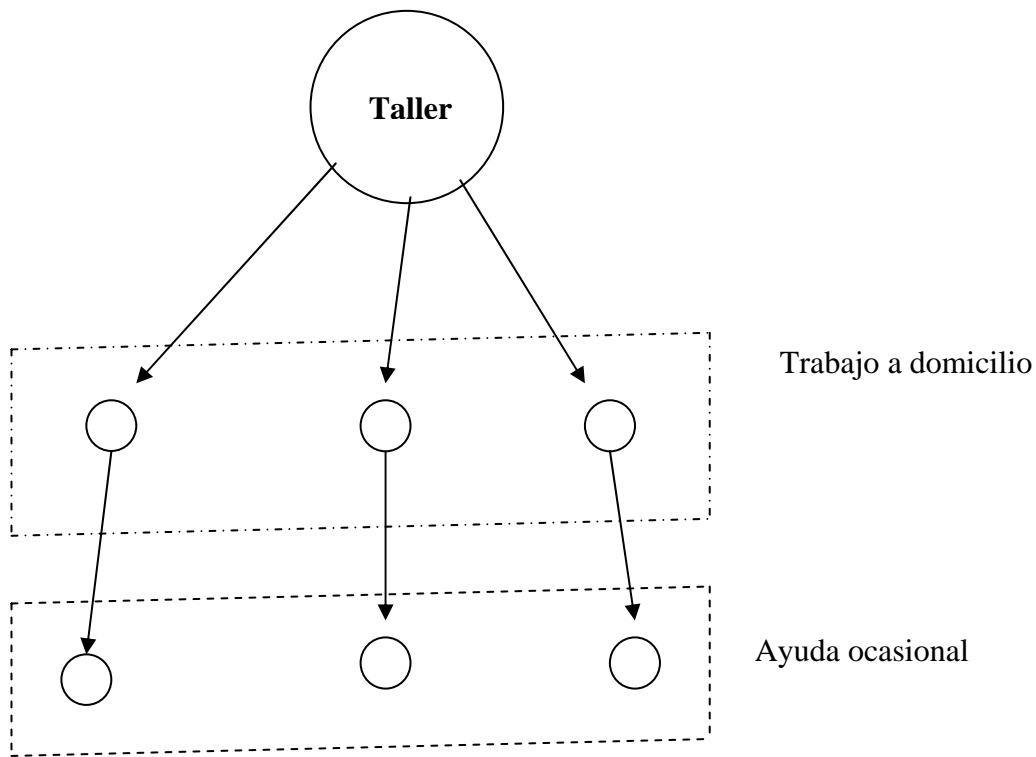
Como se observa en el artículo 351, las categorías de ascendientes descendientes y pupilos,⁵⁰ pueden ser parientes o no de los propietarios de la unidad productiva. Lo importante es que con estas categorías (ascendientes y descendientes) se justifican las relaciones laborales tácitas, al igual que las condiciones de higiene y seguridad se obvian por el hecho de estar en el interior de una casa.

Las industrias familiares tampoco rebasan la cantidad de 20 personas o más porque implica conformar una micro o pequeña empresa debidamente registrada, lo que traería serias consecuencias

⁵⁰ De acuerdo con el diccionario Larousse 2002, se define a la palabra pupilo (la), como huérfana o huérfano respecto de su tutor. Persona que se hospeda en casa particular: casa de pupilos. Medio pupilo, es el que solamente come a medio día en una casa de huéspedes. Alumno o alumna que permanece en el colegio hasta la noche comiendo allí al medio día. En Cuauila el pupilo es el trabajador o trabajadora, porque el interés del trabajador, sea hombre o mujer es establecer un negocio propio. Asistir a laborar en un taller es también con la intención de tener conocimiento para después tener uno propio.

con el pago de impuestos, por ende se elevarían los precios de la maquila y dejaría de ser redituable para los fabricantes de ropa. Pero también, todo aquel negocio, empresa o institución con más de 20 personas pueden formar un sindicato o coalición. De ahí que los maquileros de Cuauila conozcan en parte las leyes, y por la misma razón no se concentran en un solo taller.

Las condiciones actuales en las que se han extendido los talleres o unidades productivas, en la localidad es lo que llamo dispersas, porque no se concentran en un solo lugar (el taller), se separan de lo que estaba unido (se reparten las piezas cortadas, trasladándolas a otros talleres más pequeños o de trabajadoras domiciliarias). Se atomizan, en tanto que se divide la producción en partes sumamente pequeñas casi indivisibles, tanto dentro como fuera de la localidad. Por ejemplo, la playera o camiseta que lleva botones, se contrata a una trabajadora domiciliaria para pegarlos y si ella sólo puede pegar la mitad de la cantidad de prendas, entonces, se busca a otra persona para que haga la parte faltante, así la producción se vuelve un proceso complejo. El siguiente dibujo muestra el ejemplo de un taller con determinado número de costureros, que además, emplean trabajadores domiciliarios, y por su parte, las trabajadoras domiciliarias cuando tienen una sobre carga de trabajo buscan ayuda con amigos o parientes, por ello se le ha llamado ayuda ocasional, que es retribuida con una cantidad mínima de dinero y favores.



Es así como se dispersa la producción, pero existen otros mecanismos para el crecimiento y expansión de un taller que tiene que ver la etapa familiar en que se encuentren las maquileras. Es decir, cuando un hijo se casa se le permite trabajar en el mismo taller de los padres en tanto que se independiza y forma su propia unidad productiva junto con su pareja.

La tarea de armar un nuevo taller recae en la figura masculina, por que son las personas que más pueden ausentarse de la casa; aunque se instale en un espacio distinto al inicial. El orden del taller inicial no se altera porque es el padre quien reparte el número de telas cortadas para maquilar o ensamblar, por lo que, será él quien pase a recoger las prendas para regresarlas a la fábrica una vez armadas. Los maquileros que tienen talleres en diferentes pueblos cercanos a Cuauila, les lleva varias horas hacer los recorridos para recoger las prendas terminadas, asimismo llevar las telas cortadas.

Se inicia un nuevo taller cuando requiere ser ampliado por la demanda de playeras, y el espacio de la casa es insuficiente; además con el incremento productivo de la maquila de playeras en la población, la fuerza de trabajo local escasea y por ello es necesario buscar establecer un taller en

una localidad cercana. Ante esta situación es probable que también se deje a una encargada o encargado de mucha confianza que comparta un proyecto en común con el patrón o patrona, y que asuma la administración del nuevo taller, de esta manera se evita la competencia. Por ello, los lazos afectivos también intervienen en la creación y expansión de los talleres.

Se alquila una casa para establecer el nuevo taller, para algunos es más fácil comprar la propiedad, esto es parte de las inversiones que hacen los maquileros. Sin embargo, para las mujeres representa un riesgo porque a mayor inversión es mayor la posibilidad de perder el control y el mando de las inversiones; es aquí donde las maquileras pueden perder o ganar el control de su taller porque tienen que ejercer poder ellas solas para con los trabajadores.

La experiencia cotidiana les ha demostrado que los hombres con mayores ingresos económicos pueden gozar de mejores libertades que ellas. Es en éste punto donde se manifiesta la habilidad de negociación y el empoderamiento de las mujeres con la pareja y en el medio social en el que interactúan. Si el marido forma un nuevo taller debe permanecer en ese lugar en tanto consiga quién lo administre y él regresará a su casa a trabajar en el taller inicial y desde este lugar controlará la recolección de las prendas terminadas para llevarlas a las fábricas. Si es un productor directo, es decir, que produce sus propias prendas, las llevará a entregar al lugar que se las han solicitado. Las mujeres maquileras ejercen su poder y control, de no ser así, ellas sólo se quedan con un taller y sujetas a la autoridad del hombre si éste crece económicamente. Ellas no descuidan la producción porque implica romper relaciones con las fábricas y la quiebra económica de la unidad productiva.

SEGUNDA PARTE DEL CAPÍTULO IV

Los procesos de trabajo en los diferentes modelos de camisetas

En esta segunda parte del presente capítulo me propongo analizar el proceso de trabajo en la maquila o ensamblado de camisetas, para entender la atomización de la maquila o confección de ropa en la localidad y la participación de los sujetos sociales.

La camiseta⁵¹ es una prenda universal, global, atemporal, informal, cómoda, igual sirve como ropa playera o para un evento importante, se utiliza para anunciar marcas o firmas, se acopla a todos los cuerpos y a todas las edades. La tela de camiseta o playera es uno de los inventos de la industria textil, que se instaura en el mundo de la moda después de la Segunda Guerra Mundial.⁵² Desde los años sesenta se comercializa con mayor intensidad por todo el mundo.⁵³ Considero que la moda de la camiseta o playera en el mundo corresponde a un fenómeno social poco estudiado. Es una prenda con la que se expresan inconformidades sociales, se hacen anuncios de marcas, pero también la usan las diferentes clases sociales, sólo se distinguen por las firmas o marcas que las caracterizan. Hoy día en México los jóvenes hombres y mujeres portan camisetas negras con leyendas específicas que hablan sobre cosas cotidianas expresadas en un lenguaje coloquial. El éxito de la camiseta también radica en que la tendencia

⁵¹ En este trabajo empleo el término camiseta y playera indistintamente.

⁵² La diseñadora francesa Coco Chanel, en la década de los treinta, fue una de las primeras en utilizar la tela de camiseta para prendas femeninas de uso exterior. A partir de ahí ha sido retomada por varios diseñadores en diferentes décadas. Es importante señalar que la moda de camiseta en México tuvo su auge en la década de los cincuenta con las películas interpretadas por Pedro Infante, cuando utilizó camisetas estrechas al cuerpo que marcaban su musculatura.

⁵³ “El nacimiento oficial de la camiseta es después de la Segunda Guerra Mundial (gracias a los santos rebeldes de la generación beat cinematográfica, Marlon Brando y James Dean). En los años sesenta sirvió de excusa a los padres del pop y sus criaturas, a Charlie Manson y a los hippies amantes del ‘pintoyo’ para ponerse en la calle como pantallas de discusión y provocación. Aunque su verdadera consolidación como prenda imprescindible en los armarios debe remontarse a los albores de la era punk (entonces era atributo de los descastados, los pintas, los macarras y, claro, los rockeros), cuando pasó a ser el atuendo más manipulado y pervertido/divertido de todos. De aquí en adelante, la camiseta ha sufrido cientos de metamorfosis, pero se ha adaptado y reciclado sin problemas, a merced de los cambios y los dictados de la moda”. Fuente: <http://canales.elcorreo.digital.com/evasión/tendencias.html>. Consultado el día 18 de mayo de 2004.

de la moda femenina internacional de las últimas décadas, es ajustada a los cuerpos, en donde se manifiesta la sensualidad y la sexualidad de los géneros.

En México se intensifica su uso desde los años setenta cuando comenzó a venderse en los mercados populares y en las tiendas departamentales. La confección de playera o camiseta en el ramo de ropa es una de las menos complicadas en la industria de la confección (Suárez A, y Rivera, R.; 1994; p., 150). La aparente simplicidad de la confección en tela de camisetas ha propiciado que diversas personas se dediquen a la maquila, dado que no se requieren de entrada grandes inversiones de dinero, pero tampoco se puede decir, que es de "fácil acceso". Para Tokman (1991), una de las características que posee la informalidad es la facilidad de entrada a los círculos sociales que se dedican a las actividades informales al margen de la Ley; probablemente varíe por momentos y por ramas del comercio o industria, pero actualmente y, para el caso de México, las actividades informales se encuentran organizadas por grupos políticos y no siempre son de fácil acceso. Existen dificultades que no radican necesariamente en la confección, pero sí en los medios para obtener los recursos e instalar los talleres o comprar las máquinas para dedicarse a esta actividad.

En Santiago Cuauila se comenzaron a maquilar o armar las camisetas en la década de los setenta sin conocer el destino final⁵⁴ que es la distribución y consumo de la playera o camiseta. No se sabe hasta el momento si es para consumo nacional o si es para alguna firma específica y tampoco interesa a los y las maquileras saberlo, en nada cambia su situación, pero si se llegara a conocer que, por ejemplo, le está maquilando camisetas a una marca reconocida como Nike, Adidas, Rebook, Levi's, es probable que aumentara el precio de la maquila o ensamblado. Sin embargo, es difícil que ocurra por el riesgo del plagio y por ende, los márgenes de utilidad de los empresarios disminuirían. Una de las estrategias de los que fabrican playeras o camisetas es dar a maquilar la prenda en un lugar y hacer la marca o firma (logo) en otra parte (puede ser en otra localidad). En los tianguis se encuentran camisetas o playeras casi idénticas a las que se venden en las tiendas departamentales de prestigio y que también tienen la misma marca o firma, sólo que algunas veces las distinguen las etiquetas que se ponen en el interior de la prenda, pero todo lo demás puede ser igual. Como señala

⁵⁴ Me refiero que sí conocían a los que les daban las telas para armar, pero no sabían si eran los que las etiquetaban y vendían o sólo eran comercializadoras, hecho que permanece hasta el momento.

Klein (2001), ahora no interesa tanto la calidad sino el logo o la marca. Los precios de las camisetas con marcas reconocidas se elevan, porque otorga cierto prestigio social a quien la porta.

En la industria de la ropa existe una variedad de modelos, texturas y telas que varían de acuerdo con la temporada. El vestido no sólo satisface una necesidad física, sino fundamentalmente una necesidad social. Así una prenda que contiene dos elementos que son calidad⁵⁵ y moda; en el inicio de una estación puede tener un precio elevado y al finalizar la temporada un precio por debajo de su costo en el mercado. Entiendo por la moda de ropa, el modelo que se repite sucesivamente por diversas regiones geográficas en un tiempo determinado. La moda es internacional, aunque existe una nacional y local, las camisetas son para el consumo nacional e internacional, aunque en Cuauila no está de moda usar camisetas, por lo general éstas las usan los trabajadores, mientras que las patronas y patronos no siempre. La industria de la ropa abarca desde la confección de prendas y accesorios de alta costura hasta la producción en serie de prendas en fábricas y talleres domiciliarios.⁵⁶

Las unidades productivas a las que me refiero en este trabajo, se dedican a la maquila o armado, no diseñan, no crean moda, aunque ya existen productoras directas de camisetas, pero ellas copian los modelos no diseñan. Las maquileras no siempre se percatan que las piezas que arman y confeccionan están de moda o no, en variadas ocasiones maquilan prendas de tela gruesa, para la temporada de invierno, en el periodo de primavera, sin que exista variación por el pago.

Prevalecen tres modelos principales de ropa deportiva y camisetas que se maquilan en Santiago Cuauila: playera de cuello “redondo”, camiseta tipo sport⁵⁷ y las sudaderas⁵⁸ que llevan el

⁵⁵ La calidad radica en distinguir un conjunto de propiedades que permiten juzgar el valor de la prenda. Es evidente cuando una prenda tiene o no calidad por las uniones o costuras se puede observar, además de la tela. Las telas con mayor peso, son consideradas de mayor calidad, puede ser por el contenido de algodón o licra.

⁵⁶ Los mayores centros de moda son París, Londres, Milán, Nueva York, Hong Kong y Tokio. Cada uno de ellos ha alcanzado reconocimiento internacional por su contribución particular al mundo de la moda. En el caso de México, el centro de la moda se encuentra en el Distrito Federal dado que es la ciudad más globalizada del país (Parnreiter, 2002; p.6)

⁵⁷ Se dice de una prenda que es informal, chamarra deportiva a veces se usa con capucha.

pantalón deportivo (pants). En la última década han aparecido otros modelos de prendas femeninas en tela de camiseta, como por ejemplo: el *top*, y el *halter*, son prendas en tela de camiseta de corte estrecho que se ajusta al cuerpo, algunas no llevan hombros; estas dos últimas están sujetas a las variaciones de la moda internacional, es decir, son los modelos en telas de camiseta actuales que se usan en todo el mundo sobre todo en prendas femeninas.

Las playeras de “cuello redondo”, manga recta y corta. En la parte interna de los hombros llevan un *bies*⁵⁹ que refuerza la prenda y evita que con el uso los hombros se cuelguen o se estiren. Las playeras que no llevan el *bies* en los hombros son más fáciles de armar y, por supuesto, el precio por maquilar baja porque disminuye el tiempo de trabajo para su confección. Este tipo de playera es la más común, en casi todo el año se maquila el mismo modelo, también se confeccionan tallas desde 0, para recién nacidos, hasta Extra grande (EX) para adultos.

La mayor complejidad que presenta este modelo es pegar los cuellos que están previamente cortados, porque no siempre las piezas se encuentran a la medida del cuello, entonces, el costurero tiene que hacer que la pieza correspondiente quede unida perfectamente sin que sobre parte alguna.

La playera de cuello sport, lleva botones, ojales y en la parte superior del cuello una “aletilla”⁶⁰ y algunas también, llevan *bies* en los hombros. La maquila de estos modelos aumenta de mayo a septiembre,⁶¹ ya que tiene mayor demanda, debido a que se usan para uniformes escolares.

⁵⁸ Chamarra deportiva, a veces lleva capucha.

⁵⁹ Tira de tela cortada al sesgo respecto al hilo, que se cose al borde de las prendas de vestir.

⁶⁰ Aletilla o también se le conoce en Cuauila como “letilla” es una parte saliente de la tela, que se coloca en el cuello de la playera.

⁶¹ A partir del mes de septiembre se intensifica el trabajo de la maquila y termina en enero, debido a que se confeccionan grandes cantidades de playeras y ropa deportiva para el mes de diciembre. Los meses de febrero hasta mayo, los talleres disminuyen la cantidad de prendas para maquilar y los patrones como los trabajadores se dedican a otras actividades complementarias como el campo, la artesanía, y el cuidado de ovejas, las mujeres se quedan en casa. Aunque en los tres últimos años es variable porque se han insertado otros modelos de prendas en telas de camiseta y están confeccionando *top* y *halter*, que se venden durante casi todo el año, por lo que difícil que regresen a las actividades agrícolas, sólo ocurre en casos extremos cuando no consigue la maquila por ninguna parte.

La complejidad que presenta la unión de las partes de las prendas es pegar la aletilla que va unida a la parte de los ojales, sirve para reforzar a los botones y que no se cuelgue la prenda con el uso.

Los pants o ropa deportiva, son más difíciles de maquilar ya que requieren más tiempo para armar, y algunos modelos llevan telas de diferentes colores que implican combinaciones y, por ende más costuras. En la confección de los pants se requiere de trabajadores más especializados en el uso de las máquinas. No todos los maquileros aceptan maquilar pants porque no cuentan con el suficiente número de máquinas, por lo que la confección es más tardada.

El top y el *halter*, son prendas femeninas en tela de camiseta, formados por modelos estrechos y ajustados al cuerpo, pueden ser de hombros descubiertos o totalmente sin hombros; algunas sólo se amarran del cuello, otras están compuestas de cuatro o más piezas. No por ser pequeñas son más sencillas, aquí lo que interesa son las uniones de las piezas. Corresponde a la moda juvenil y por lo general se confeccionan en tallas pequeñas.

Precios y Tallas

El precio de la maquila o ensamblado suele ser un enigma para diversas personas, pues, cada uno de los propietarios de un taller saben lo que el fabricante les paga, esto obedece a dos razones: por un lado, se evita que los demás propietarios de talleres se enteren de lo que piden por maquilar para evitar la competencia y por otra parte, no quieren que los trabajadores se enteren porque puede ser que exijan un pago mayor.

Durante los años 1996, 1997 y 1998, los pagos se mantuvieron sin ninguna variación; es a partir de 1999 cuando los precios por maquilar tienen un aumento de un peso, 10 y 20 centavos dependiendo el modelo y la talla de la camiseta. Los precios se han mantenido fijos hasta el momento. “La maquila es muy matada, luego mi esposo y yo sentimos que trabajamos más que antes y nos pagan igual” (Información personal, Sra. Emma, Santiago Cuauila, enero de 2004.) El precio por la maquila de playera de cuello redondo es de 3.00 pesos, la de cuello sport, estaba casi al mismo dependiendo del tamaño o talla. Los pants se cobran según el modelo, es decir, un

pantalón para adulto tiene un precio de 14.00 pesos, mientras que la sudadera, dependiendo del modelo o las combinaciones tiene un precio aproximado de diez pesos.

...¿sabes con qué nos salen cuando les decimos que por qué nos pagan poco?, con que es que llega ropa de contrabando, y es bien barata., ya no sabemos si es verdad o no. (Información personal, Elsa, Santiago Cuauila, enero 2004.)

Las tallas también determinarán el precio por playera y pants. Existen tres categorías de tallas: chica, mediana y grande. Las tallas chicas, comprenden de la talla 0 que es para recién nacidos, la talla 1 que es para niños y niñas, hasta la talla 12 que es para adolescentes; las tallas medianas son propiamente de la 14, para adolescentes hasta la 34 para adulto, y las tallas grandes son de la 36 hasta la 42 que es la talla más grande de ropa, denominada también extra grande (EX).

Existen talleres que sólo maquilan un modelo de playera por la carencia de máquinas suficientes. Suele suceder que los propietarios de los talleres prefieren los modelos más sencillos, como la de cuello redondo, porque son más fáciles y rápidas de unir, y el precio entre un modelo y otro no varía en gran medida.

Las maquileras también han puesto restricciones no siempre aceptan determinado tipo de tela porque al unir las piezas, suelen resbalar y las prendas terminan mal unidas. Al desunir las piezas para componer las partes fruncidas, implica una pérdida económica y de tiempo para los maquileros porque tienen que descoser las partes, bajo el riesgo de que se rompa la tela, la desunión se debe hacer con sumo cuidado para después, volver a unir hasta quedar perfectamente unida.

Las maquileras saben cuantas playeras y de qué modelos producir. No siempre aceptan más de la cantidad que ya tienen previsto porque desequilibra el proceso de trabajo. Cuando se rebasa la cantidad promedio de playeras para maquilar por taller, las maquileras buscan a las trabajadoras a domicilio, una vez que se bajan los paquetes de telas cortadas comienzan a ser repartidas por el marido o por ellas. Aunque las ganancias por prendas disminuyen cuando se contrata a trabajadores

domiciliarios; ellos consideran que si tienen una ganancia de cincuenta o diez centavos por cada pieza, esta cantidad de dinero puede ser empleada para la gasolina o el transporte de las prendas.

A veces nos traen las piezas cortadas pero de una tela que es puro poliéster, esa tela al unirla se resbala y la playera no queda bien, entonces, hay que desunir y volver a hacerlo, pero cuando se desune se maltrata. Al entregar las playeras le reclaman a mi esposo, porque dice el dueño de la fábrica que es un mal trabajo, pero si supieran el trabajo que nos cuesta, además que todos nos atrasamos con el trabajo. Nosotros los maquileros no podemos poner condiciones tenemos que aceptar lo que nos den si no nos quedamos sin trabajo. Además la competencia es fuerte, hay muchas personas que andan buscando trabajo, vienen de Veracruz, Guerrero, Hidalgo, Guanajuato, todos quieren maquilar y algunas veces le bajan el precio a la maquila y ahí nos amuelan todo. (Armanda, información personal, 34 años de edad, Santiago Cuauila).

Los precios los establecen los dueños de las fábricas, algunas a veces también los maquileros, aunque no es fácil que se llegue a acuerdos sin previos regateos, porque los maquileros siempre piden un precio mayor por cada prenda y el fabricante siempre ofrece uno menor, además de una serie de condiciones como calidad en el acabado de las prendas, etcétera.

Existen precios aproximados entre los mismos maquileros de Cuauila, esto lo han establecido y fijado los diversos grupos de que conforman para defender su trabajo frente a los fabricantes de ropa que siempre quieren pagarles menos. Algunas veces estos precios no son respetados; es decir, los maquileros para conseguir que les proporcionen prendas abaratan el precio de la maquila; al fabricante siempre le parece atractivo que los precios sean menores, porque les permite la posibilidad de diversificar el pago e imponer sus condiciones. Mientras que para los y las maquileras rurales que tienen ya establecido sus talleres representa un desequilibrio porque para conseguir que les den prendas para trabajar, tienen que bajarle al precio de la maquila igual que los otros, de ahí que se procure orientar a los que desean formar sus propios talleres para no disminuir el precio y la cantidad de trabajo, de esta manera se evita la competencia y se adquiere la pertenencia

a un grupo de maquileros,⁶² porque ellos controlan la información y el acceso a las fábricas. Así, los propietarios limitan a los que están empezando a formar sus propios talleres. Las limitaciones se dan en distintos sentidos: con el precio y el acaparamiento de la mayor cantidad de prendas en las fábricas; con el fin de que los que inician no puedan competir con ellos y se mantengan como trabajadores domiciliarios, es decir, procuran siempre controlar la maquila de playeras con distintas estrategias.

El abaratamiento de la fuerza de trabajo ocurre con frecuencia cuando se inicia un nuevo taller, cuando no hay suficientes playeras para maquilar, o bien cuando escasea el trabajo, como ocurrió con la devaluación de 1994, que ante la carencia de piezas cortadas para armar, bajó el precio de la maquila de ropa en la localidad, como una medida para no quedarse totalmente desempleados.

Algunos fabricantes no aceptan estas ofertas porque desconocen a los maquileros, además, aquellos también corren riesgos, porque puede ser que los maquileros no regresen con las piezas armadas, de ahí que varios de los fabricantes tengan contratados a sus propios maquileros por acuerdos verbales y estos últimos también se sienten comprometidos de cumplir fielmente con el trabajo.

Los fabricantes que aprovechan este trabajo precario son aquellos que sólo se dedican a la venta de playeras en forma esporádica, es decir, cuando su taller ubicado en la ciudad de México, o en cualquier otro lugar, no es suficiente para cubrir pedidos. Los fabricantes que están iniciándose en la confección de ropa, también suelen tomar los precios bajos para darle continuidad a su fábrica o taller, tal como se expresa en el siguiente testimonio.

⁶² Los propietarios de los talleres se encuentran organizados en grupos, y cada grupo maneja cierta información sobre las fábricas y son los que regulan los precios de la maquila, por tanto cuando alguien desea iniciar un taller se adhiere a un grupo para facilitar el acceso a la maquila, también lo puede hacer en forma individual pero es aún más complicado conseguir prendas porque no tiene ninguna recomendación, entonces es cuando se utiliza como estrategia el abaratamiento de la maquila.

Nosotros no siempre contratamos maquileros, porque no siempre tenemos grandes pedidos de playera. Fabricamos playeras y gorras pero sólo para propagandas, y las veces en que no alcanzamos a cubrir el pedido es cuando contratamos maquileros y preferimos a los de otros pueblos porque son más cumplidos que los de aquí (D.F), pero sólo cuando es necesario. (Información personal, Saldívar, propietario de un taller de propagandas en el D.F.)

Existen otros fabricantes que no necesariamente se dejan llevar por los precios baratos, son aquellos que tienen varios años contratando a los mismos maquileros y que conocen el trabajo y la calidad de las prendas que maquilan. La frecuencia de las contrataciones y los años que llevan de conocerse permite que se establezcan vínculos más allá de los laborales, que resultan ser mediadores y sirven para garantizar el trabajo a los maquileros rurales, así como a los fabricantes.

La confianza, la amistad y en algunos casos el compadrazgo se convierten en mecanismos que utilizan los y las maquileras rurales para asegurar el trabajo, o bien lograr recomendaciones en caso de que aquellos no quieran o no puedan contratarlos.

Algunos que ya tienen talleres son listos, no quieren que otros pongan su propio taller, porque creen que les vamos a quitar el trabajo, y dicen que nosotros que estamos empezando abaratamos la maquila de ropa, pero, son ellos, porque nosotros no podemos competir, porque no tenemos medios de transporte, entonces, ellos abaratan la maquila y a nosotros no nos sale porque tenemos que pagar transporte, mientras que como ellos ya tienen sus camionetas, pues, no les interesa: (sr. Juan, información personal, 42 años de edad, Santiago Cuauila.)

Asimismo, los maquileros no siempre pueden poner condiciones a los dueños de las fábricas; y un maquilero puede cambiar de fábrica las veces que considere necesario, al igual que un fabricante puede cambiar de maquileros las veces que desee. Cuando un maquilero deja de trabajarle a un fabricante es porque en otro lugar, le ofrecen un mejor precio por el pago de la maquila o bien porque el fabricante ha conseguido a otros maquileros, o por la escasez de trabajo. Los maquileros deben estar enterados de los precios que se manejan en distintas fábricas, para así conseguir prendas

donde paguen mejor, así como las fábricas donde ofrezcan prendas para maquilar en caso de que escasee el trabajo.

Los pasos de la maquila

Una vez que se tienen en la unidad productiva las piezas cortadas se inicia la maquila o la unión de las piezas, cuyo fin es la terminación de la confección de la prenda. La maquila o armado se compone de una serie de pasos que el trabajador o trabajadora aprende rápido y fácilmente llega a adquirir una gran destreza y habilidad.⁶³

La maquila de ropa consiste en realizar la parte final del proceso de producción de una prenda, radica sólo en armar la prenda. El tiempo que toma cada prenda depende del costurero o la costurera y del modelo de la camiseta; hay quien puede maquilar 100 a 200 playeras diariamente en un tiempo de 12 horas continuas, haciendo uno o dos recesos de 30 a 60 minutos. La camiseta o playera de cuello redondo está compuesta de cinco piezas: la parte delantera y trasera del cuerpo, dos mangas y un cuello, si lleva bias uno o dos, las piezas aumentan y por tanto se eleva el tiempo invertido en el armado. Por ejemplo, si se trata del armado de una camiseta de cuello redondo y con bias en los hombros, está compuesta de siete piezas. Un taller de tamaño medio en Cuauila maquila alrededor de siete mil playeras a la semana, es decir, arman 49 000 piezas semanalmente (contando con cinco máquinas y seis trabajadores incluyendo a la propietaria del taller). A medida que lleven más accesorios como botones y ojales los tiempos de armado aumentan. A continuación se describirá el proceso de armado de los dos modelos de playeras y de ropa deportiva que se arman o maquilan con mayor frecuencia en Santiago Cuauila.

Etapas del proceso de trabajo:

1. Se unen los hombros de las playeras en la máquina Over, y se coloca el cuello.
2. Se unen los cuerpos, también en la Over
3. Se unen los cuerpos con las mangas

⁶³ El 97% de las mujeres encuestadas señalaron que una vez que adquieren la destreza y habilidad en el manejo de las máquinas ellas pueden pensar en otras actividades mientras unen las piezas, por ejemplo en lo que harán al salir del taller y así organizan sus actividades mentalmente, pues tanto hombres como mujeres se ocupan de otras tareas aparte de la maquila, y estas varían de acuerdo a su edad y estado civil.

4. Se hace el dobléz o dobladillo: si el taller cuenta con máquinas especiales se emplean, si no se llevan con las trabajadoras domiciliarias.
5. Si son playeras tipo sport, se hacen los ojales y se ponen las aletillas, lo que puede ser en forma manual, o a máquina si se tiene.
6. Se pegan los botones a mano o con la máquina especial. Las piezas se encuentran marcadas para que se unan los botones (dicha marcación se hace en la fábrica).
7. Las prendas se deshebran manualmente. Este paso consiste en cortarle los hilos que sobren de la unión de los cuerpos, y él o la deshebradora se asegura que las partes queden perfectamente unidas, una vez que esta terminada la prenda, si existe una parte desunida se le regresa a la costurera o costurero para que la una.
8. Finalmente las prendas se doblan, antes se extienden y sacuden varias veces, para que no queden arrugadas; luego se doblan y se acomodan por tallas, en paquetes de docenas y se amarran con los mismos pedazos de tela sobrante⁶⁴ y se acomodan en bolsas de plástico para transportarlas a la fábrica. En ocasiones las prendas se planchan, sólo cuando están las telas arrugadas y no han quedado suficientemente presentables con la sacudida que les dan, entonces el planchado lo puede hacer la misma persona que dobló las prendas.

Cada uno de los pasos requiere de máquinas especiales, y cada uno de los o las costureras realiza una actividad específica. En un mismo taller existen dos o más personas que arman cuerpos y ponen mangas, dependiendo de la cantidad de playeras que se deben maquilar. La carencia de máquinas en el taller puede ser resuelta con las trabajadoras domiciliarias, quienes pueden terminar en sus casas, las prendas que sean necesarias.

Estos pasos se han convertido en una especialidad de la maquila, los tres últimos arriba mencionados, son los que pueden ser realizados por trabajadores de reciente ingreso y por personas que no tienen experiencia en el manejo de las máquinas. En un taller puede que solo haya dos personas que doblen y deshebran, en comparación con los pasos 1, 2 y 3 que se requiere de más trabajadores. No obstante, un solo trabajador puede realizar las mismas actividades como doblar y

⁶⁴ Los propietarios de los talleres aprovechan los residuos de hilos y de telas sobrantes, los que se utilizan como queroseno para los calentadores de agua o para hacer fogones en las casas que no cuentan con estufas de gas.

deshebrar porque al tiempo que dobla revisa que no queden hilos sueltos o partes sin unir. Un trabajador o trabajadora que deshebra y dobla, en una semana puede acomodar 7 000 playeras, no así, para armar las prendas porque para terminar la confección de las 7 000 playeras en una semana, se requiere de 8 trabajadores que manejen las máquinas.

El tiempo que toma cada prenda depende del o la costurera, quien puede maquilar en promedio 100 playeras diariamente en un tiempo de 12 horas continuas, con uno o dos descansos de 30 a 60 minutos. Si realiza este ritmo de trabajo en un taller que cuenta con 8 o 12 personas se puede maquilar hasta 14 000 playeras a la semana, sólo que es a un ritmo de trabajo forzado.

No todos los trabajadores pueden trabajar a ritmos forzados, dado que no todos tienen las mismas habilidades para el manejo de las máquinas, además los grados de concentración en el trabajo varían, algunos se distraen más que otros. Durante las largas jornadas conversan, cantan, cuentan chistes y comentan los últimos sucesos en la comunidad. Es ahí donde las patronas desarrollan sus propias habilidades de motivación para que los trabajadores terminen la maquila de prendas en el tiempo calculado para la entrega de playeras, se les recuerda siempre que mientras más piezas confeccionen el fin de semana recibirán más dinero. La principal motivación para los trabajadores es el pago del trabajo desempeñado durante la semana. Para los patrones también es importante el pago, pero la idea de ampliar su negocio, cubrir los compromisos y mantener su taller los impulsa a trabajar y sentirse motivados para no desistir.

El tiempo, utilizado para la maquila de playeras, se asocia con la cantidad de dinero que recibirán los trabajadores una vez que hayan terminado sus labores, aunque queden exhaustos al final del día. Los trabajadores como los propietarios trabajan a una mayor velocidad, sin importar el esfuerzo físico que hagan; la idea de tener un mejor ingreso se ve alimentada mientras más prendas se confeccionan, es decir, a mayor tiempo invertido en una cantidad de trabajo, mayor será el pago semanal. Para los trabajadores el desgaste físico que implica la maquila, queda en un segundo término, en tanto ellos puedan trabajar más y más. Esto se explica porque los talleres no siempre tienen las mismas cantidades de prendas para maquilar. La maquila es temporal, entonces existe una

idea generalizada que se debe trabajar lo más que se pueda en tanto haya trabajo, porque de no ser así estarán prácticamente desempleados.

Los tipos de máquinas

Para maquilar las playeras se requieren varios tipos de máquinas: La Over, la recta y la de collarete. La máquina Over es la más común en los talleres de Cuauila, las que son más usuales son las de tres o de cinco hilos. La primera se utiliza para unir y cortar las partes sobrantes de los cuerpos. Es considerada una máquina obsoleta en los talleres del Distrito Federal, debido a que sólo une y refuerza, tareas que pueden ser desplazadas por las máquinas de collarete y recta. Sin embargo, es la más usual en Cuauila porque es una de las que tienen un precio menor en el mercado, y son más fáciles de adquirir.⁶⁵

La de cinco hilos, es para los pantalones así como para la “puntada de seguridad” que refuerza las costuras y le da un mejor acabado a las prendas. El uso de este tipo de máquina requiere de un hilo especial texturizado de nailon, es poco común encontrar en los talleres de Cuauila máquinas con estas características porque es de un precio mayor que las demás, por tanto, si los fabricantes piden la maquila de prendas con este tipo de máquinas el precio de la maquila aumenta.⁶⁶

La máquina recta sustituye a la over de cinco hilos, porque con ella se hacen las puntadas de seguridad, además de otras operaciones como dobleces, ojales y pegar botones. Por supuesto que la

⁶⁵ Además de los muy variados modelos de máquinas domésticas hay unos 2000 tipos de máquinas de coser industriales para la fabricación de sombreros, zapatos y medias, así como para la confección de prendas. Las máquinas modernas, tanto las domésticas como las industriales, están equipadas con microprocesadores para realizar secuencias automáticas de operaciones. Debido a los altos costos de la maquinaria es difícil que los maquileros de Cuauila se actualicen constantemente. Es aquí donde existe la posibilidad de la intervención de los grandes empresarios de la ropa para hacer llegar máquinas a las localidades y pueblos para que les maquilen desde la discrecionalidad de la casa.

⁶⁶ La variación del precio no es muy distante entre un tipo de máquina y otro, es por lo general de 20 o cincuenta centavos, por lo que, los maquileros no ven redituable invertir en este tipo de máquinas.

calidad de la confección de la prenda varía, pero es un tipo de máquina más accesible en cuanto a precio para los patrones de los talleres.

La máquina de collarete sirve para pegar cuellos y “bieses”. Es una de las más complicadas. Esta máquina requiere de personas especializadas en su manejo, debido a que las uniones deben quedar perfectamente uniformes para evitar que sean evidentes las puntadas en los cuellos de las playeras como en los hombros.

Las otras máquinas son de tipo doméstico y son complementarias en un taller, se utilizan para confeccionar cualquier tipo de prenda, como unir, bordar, hacer dobleces y pegar botones. Cuando en un taller no se tiene algún tipo de máquina y se requiere se acude con los pequeños talleres o bien trabajadores domiciliarios que sólo se dedican a una parte de la maquila pero en su casa.

Los trabajadores algunas veces, tienen preferencias por una sola máquina, porque consideran que conocen el manejo de ella y la velocidad que es lo más importante para ellos. No siempre aceptan trabajar con otras máquinas porque no le tienen la misma familiaridad, de ahí que surjan conflictos entre los trabajadores cuando alguien se apropia de la misma máquina que otro trabajador prefiere, quien interviene y pone el orden es la patrona o propietaria del taller.

No es fácil para las propietarias de los talleres que cambien sus máquinas debido a la fuerte inversión que esto representa para su economía, pues, de los ahorros de largos años y la ganancia obtenida de la maquila es de donde se adquiere la maquinaria. No es casual que las personas de Cuauila maquilen camisetas, lo prefieren porque en el momento de armar es más rápido en comparación con otras prendas de vestir, además de la velocidad con la pueden obtener los pagos de las prendas, es decir, del dinero. Es también difícil que cambien el giro de la maquila de playeras por otra rama de ropa porque sus máquinas sólo son para confecciones específicas, como las playeras, ropa deportiva y sudaderas.

El tiempo y los horarios de trabajo

Para los y las maquileras de Cuauila el tiempo es importante, porque puede transcurrir sin que se avance considerablemente con el armado de las camisetas, por tanto no se les pagará y no tendrán dinero para sus gastos la semana siguiente. El tiempo se ha convertido en un factor determinante para sus actividades económicas, viven esa presión constante.

Las propietarias de los talleres son las más estresadas por el tiempo, pues, sobre ellas recae la responsabilidad de la producción; el control del taller; las labores del hogar como la elaboración de los alimentos; el ahorro del dinero, y cumplir con los compromisos sociales. Que el dinero alcance es una de sus mayores preocupaciones, pues, cuando no hay suficientes prendas para maquilar el ingreso disminuye y, por tanto el poder adquisitivo. Son las mujeres, principalmente la esposa o propietaria de la unidad productiva la que compra la comida barata para cubrir los gastos, son ellas las que pueden salir a pedir prestado dinero a otras mujeres, para completar en caso de que escasee. Lo que muestra que la forma de vivir el tiempo es diferente por género, es decir, los hombres propietarios de los talleres, a diferencia de las mujeres parecen estar menos estresados por el tiempo.⁶⁷ Ellos no desempeñan la misma la variedad de actividades que las mujeres durante el día. Aunque se dediquen a la maquila y busquen prendas para maquilar en las fábricas sólo se hace una o dos veces por semana, lo que también varía de acuerdo con la temporada del año. Mientras pueden permanecer en el taller, pero ellos pueden dejar la máquina en cualquier momento que lo consideren y pueden salir a platicar a la calle, mientras la esposa elabora los alimentos. Estos lapsos por cortos que sean les permite relajarse al platicar, mientras que las mujeres se someten a mayor estrés a medida que elaboran los alimentos, designan quien cuida a los hijos, por ejemplo una empleada, sirve los alimentos, platica y debe regresar al taller a determinada hora.

⁶⁷ Esto no significa que no lo hagan, pues, varios hombres también asumen y comparten las responsabilidades del taller. Algunos, deben cumplir con las obligaciones de la recolección de las prendas terminadas por sus distintos talleres fuera de la localidad.

La llegada de la maquila de ropa ha modificado los horarios de diversión y descanso. Antes las tardes y noches, así como los fines de semana se dedicaban al descanso. Actualmente se pueden encontrar talleres trabajando a media noche y en algunas ocasiones los fines de semana.⁶⁸

La "flexibilidad" aparente⁶⁹ de la maquila ha permitido que tanto los propietarios como los trabajadores hayan establecido sus horarios de trabajo, de acuerdo con sus necesidades para una mejor distribución del tiempo. Debido a la incertidumbre que genera la irregularidad por carencia de trabajo en la maquila, los hombres y mujeres tienen que compartir su tiempo con otras actividades y regresar más tarde a terminar sus labores en un taller.

Las mujeres se ausentan del taller por ratos para desempeñar otras actividades en sus hogares. Esta misma flexibilidad de horarios que otorgan los propietarios a sus trabajadores, es parte de las estrategias que aplican y también en ello radica el éxito de su microempresa, de no ser así es difícil que un taller tenga continuidad. Algunos trabajadores tanto hombres como mujeres, desean salir para distraerse un poco y regresar más tarde al taller esto se observó principalmente en las personas jóvenes y sin hijos. Mientras que una trabajadora que es madre prefiere no desprenderse de la máquina y aprovechar el tiempo, para cuando el reloj marque la una de la tarde pueda salir a recoger a sus hijos cuando salen de la escuela y nuevamente regresar a sus labores, utilizando así su horario de comida.⁷⁰ Es indiscutible el stress que viven las mujeres por la multiplicidad de actividades que deben desempeñar, tanto trabajadoras como microempresarias.

Las actividades generalmente comienzan desde las siete de la mañana y terminan a las 10 de la noche, aunque no siempre terminan los maquileros sus actividades a la misma hora. Los horarios

⁶⁸ Los propietarios de los talleres y los trabajadores administran su tiempo para realizar distintas actividades. Asimismo, planean evitar trabajar en la última semana del mes de diciembre que comprende navidad y fin de año, para esto trabajan meses antes de estas fechas el mayor tiempo posible.

⁶⁹ Las actividades no son del todo flexibles, pues se tienen que realizar, de ahí que en las pequeñas empresas que se dedican a la maquila, hagan un uso racional del tiempo pero no dejan de hacer sus tareas, si entendemos flexibilidad en un sentido estricto de que puede hacerse una actividad a cualquier hora o cuando se desea, esto no sucede en Cuauila, pues, la flexibilidad aparente de los tiempos radica en que los trabajadores pueden postergar su horario de entrada a un taller, pero finalmente se cumple con esa actividad.

⁷⁰ Algunas cuentan con la ayuda de algún pariente que se encarga de los hijos mientras ella trabaja.

de trabajo varían dependiendo del número de playeras para maquilar. En el cuadro 1 se muestra un horario de trabajo digamos normal en la cantidad promedio que puede variar si se incrementa el pedido de playeras.

Existen dos tipos de tiempos que las personas de Cuauila establecen el primero es “un tiempo normal” y la segunda “tiempo de mucho trabajo”. Se entiende por “tiempo normal” cuando un taller maquila la misma cantidad promedio de playeras a la semana. Es decir, cada propietario de un taller sabe la cantidad de playeras que puede maquilar sin forzar a sus trabajadores. Algunas veces los maquileros se comprometen a maquilar una mayor cantidad de playeras siempre y cuando el fabricante acepte que se le entreguen las prendas después de una semana.

El “tiempo de mucho trabajo” es cuando existe un sobre pedido de prendas para maquilar, o bien cuando algunos talleres se encuentran atrasados y la fecha de entrega se aproxima, entonces es cuando tienen que redoblar el tiempo de trabajo. Algunas veces, aunque estén maquilando el promedio normal de playeras se retrasan por alguna razón⁷¹ y tienen que terminarlo independientemente del tiempo que empleen.

Los trabajadores domiciliarios también se llegan a enfrentar con este tipo de problema, aunque ellos trabajan de manera independiente, pero la presión del tiempo y de los mismos maquileros hace que reciban ayuda de sus familiares, como hermanos, hijos u otros.

⁷¹ Son varias las razones de retraso de las maquileras, por ejemplo un funeral puede retrasar el proceso de producción. La propietaria de un taller puede designar a alguien para que la supla. Los hijos son los que suelen suplir siempre y cuando tengan nociones de costura, o bien, puede ser un pariente, un trabajador. Casi siempre tiene que regresar a cumplir con sus labores al taller sin importar la hora que sea.

Cuadro 4⁷²

Horario de trabajo *

Día	Entrada	Receso	Comida	Salida	hrs/trab.
Lunes	8 hrs..	10- 11 hrs.	15- 16 hrs.	20:30-21 p.m.	10
Martes	-	-	-	-	-
Miércoles	-	-	-	-	-
Jueves	-	-	-	-	-
Viernes	-	-	-	-	-
Sábado	-	10-10:30 hrs.	-	16 hrs.	6
Domingo*					
Total					56

*Los domingos se consideran días de descanso, aunque pueden ser utilizados si todavía no se concluye el trabajo.

Las propietarias se quejan de la poca responsabilidad de algunos trabajadores con el cumplimiento de los horarios de trabajo, dado que suelen llegar tarde a los talleres y no siempre quieren comprometerse a maquilar las cantidades de prendas que les dan, aunque represente un mayor pago semanal.

Las maquileras se enfrentan cotidianamente con serios problemas con los trabajadores. Cuando un trabajador decide no laborar es difícil contratar a otro que supla el trabajo en forma inmediata. Existe una queja generalizada de las maquileras o microempresarias sobre los trabajadores de que no siempre quieren asistir a sus labores y que no hay personas en Cuauila que quieran emplearse en los talleres.

⁷²Citado en: Rocío Fuentes Valdivieso, *Los maquileros: un estudio sobre micro y pequeña empresa en Santiago Cuauila, Tlaxcala* ; tesis de maestría Universidad Iberoamericana 2001, p.115.

La misma diseminación de los talleres maquiladores en la localidad que hasta 1998 eran 215, ha permitido que los trabajadores roten por una serie de talleres o unidades productivas, en busca de mejores condiciones de trabajo así como un mejor pago. Ante la demanda de trabajo en la localidad y la escasez de fuerza de trabajo local, el trabajador se siente seguro de abandonar el taller si así lo decide, porque se consideran independientes y saben que pueden conseguir empleo en cualquier otro. Este fenómeno de “rotación de talleres” por parte de los trabajadores, se debe principalmente a la búsqueda constante de mejores condiciones de trabajo y mejor pago de la maquila, pero también a las bajas temporales de la producción en el ámbito nacional, por ello tanto hombres como mujeres desean formar un taller y laborar de manera independiente para que sean ellos los que salgan de la comunidad a buscar prendas para maquilar, o bien cortar y ser productores directos.

Tipología microempresarial de Santiago Cuauila

Los talleres o unidades productivas en Santiago Cuauila no rebasan más de veinte trabajadores por taller; siguiendo con las definiciones del Estado, predominan las microempresas con tendencia a conformar la pequeña empresa.

No se definen como lo hace el Estado, cuyo concepto sólo sirve como referente. Para las mujeres microempresarias de Cuauila su taller o unidad productiva se cuenta a partir del número de máquinas, más que de trabajadores, esto es porque con las máquinas se va viendo el avance económico y de inversión dentro de la microempresa, no así con el número de trabajadores que puede variar de un día para otro. Es decir, a medida que se compran más máquinas el taller va creciendo más y el grado de crecimiento económico implica un reconocimiento social, que otorga prestigio tanto a la propietaria como a su pareja, sobre todo cuando se trata de una unión conyugal. A las mujeres se les reconoce por su desempeño como administradoras por ser cuidadosas del dinero, y al hombre por la astucia y dedicación para conseguir mayor cantidad de prendas para maquilar.

Se identificaron tres grupos de talleres o microempresas de los cuales se desprenden subgrupos que se encuentran subordinados a ellos, como son los trabajadores independientes o domiciliarios. Parto del mayor al menor, en cuanto a su composición.⁷³

Le llamo grupo A aquel que contiene en su interior de 11 a 15 o más, máquinas de diversos tipos. En ellos participan activamente los patrones, es decir, la pareja o matrimonio y son los que administran. Pueden tener hasta 15 o más trabajadores. Son muy limitados aquellos talleres que rebasan los veinte trabajadores en un mismo taller. Lo que ocurre actualmente es que algunos patrones prefieren crear otro taller más, tienen un modelo de expansión limitado por taller; es decir, la tendencia es no ampliar el taller en su interior, sino en el exterior, de preferencia en otro poblado cercano. Esto es lo que más predomina en Cuauila y están formados por los primeros maquileros o bien los hijos que heredaron la actividad de sus padres cuando inició la maquila de ropa en Cuauila en la década de los sesenta y setenta. Sus propietarias son mujeres en su mayoría, mayores de 35 años. Son también los de mayor estatus social en la localidad, y se puede decir, que representan a la clase social alta, pues varios de ellos también son propietarios de tractores y se dedican a la cosecha de cebada. El antecedente de este empresariado es de familias campesinas que actualmente rentan sus tierras. Las mujeres que ahora son propietarias en algún momento fueron empleadas, algunas sirvientas y otras aprendieron la costura en los primeros talleres de la comunidad en Calpulalpan.

El segundo grupo que llamo B, son los medianos microempresarios, en los cuales existen de 5 a 14 personas pueden tener menos de 10 máquinas. Por su número de máquinas y de personas son considerados en la comunidad como “medianos”. También fueron campesinos, migraron en algún momento a la Ciudad de México, empleándose como sirvientes, obreros y algunas de las propietarias fueron empleadas de otros talleres antes de formar el propio, con grados de escolaridad de nivel primaria.

El grupo C, se conforma por los y las trabajadoras conocidos como a “domicilio”. Cuentan con una o dos máquinas y sólo realizan una parte de la producción en la casa, es decir, no trabajan en

⁷³ La manera discrecional en que operan estos talleres impidió cuantificar el número por cada grupo, esta tipología fue obtenida de acuerdo las entrevistas personales con las propietarias y los trabajadores.

un taller. Este grupo está representado en su mayoría por mujeres entre 15 y 35 años o más. Tales mujeres se convierten en trabajadoras domiciliarias porque ahorraron para comprarse una máquina más especializada, o bien porque se caracterizan por un trabajo más especializado; es decir, se compraron una máquina para poner bias y los talleres que lo requieren pueden pedirle a la trabajadora que les haga dicho trabajo, ya sea porque ellos no tengan la máquina o la cantidad de prendas aceptadas rebase el número de máquinas y el tipo que se requiere para maquilar en ese momento. El trabajo domiciliario les otorga cierto prestigio; aquí es considerado como un ascenso social. Se puede decir, que los trabajadores que se emplean en los talleres son aquellos que no han acumulado ningún capital para invertir en máquinas. Mientras quien adquiere el rango de trabajador domiciliario ha logrado especializarse en el manejo de alguna maquina, pero, sobre todo, porque con sus esfuerzos y ahorro se pudo adquirir una o más máquinas para no estar sujeta a otras microempresarias del lugar.

Tener un taller por pequeño que sea implica varios años de trabajo, y un capital acumulado que sirva para la inversión de máquinas; por ello, ser microempresaria en Cuauila, se refiere a una mujer que ha trabajado arduamente para llegar a tener un negocio establecido, pero esto no garantiza la permanencia, mas bien habla de la fragilidad con la que operan estas microempresas. Porque no son productores directos, sino que están subordinados a los grandes empresarios, dependen en gran medida de la economía nacional de la industria de la ropa y están sujetos a los movimientos económicos mundiales.

Los maquileros que pertenecen a los grupos A y B son los que tienen más de veinte años de existencia y están formados también por los hijos de los primeros maquileros como de aquellos que fueron trabajadores en los primeros talleres de maquila. Ambos se encuentran supeditados a los fabricantes de ropa, las diferencias significativas entre uno y otro son los mecanismos que hicieron posible el ingreso a ser maquileros, a la primera categoría se le facilitó aún más el acceso a la maquinaria, por ser hijos de los primeros maquileros, que sirvió como un periodo de acumulación de capital destinado a obtener los recursos necesarios para establecer un taller propio. También la herencia de las máquinas por vía paterna facilitó la adquisición de una en una. Aunque las mujeres

no heredan, las que eran trabajadoras ahorran para que cuando se unieran o casaran se compraran su máquina de coser y así poder iniciar una actividad económica.

De estos tres grupos dependen los demás trabajadores y trabajadoras costureras, cuyos antecedentes laborales se sustentan en un campesinado desposeído de sus tierras porque algunos las vendieron por una prioridad económica. También lo conforman artesanos de ojos, chiteros (que preparan barbacoa), hombres de diversas edades, mujeres principalmente adolescentes en edad casadera, o bien recientemente casadas o unidas con o sin hijos. Son también trabajadoras aquellas mujeres hijas de propietarios de talleres de los grupos A y B. Aunque las personas de ambos grupos prefieren que sus hijos estudien una profesión y no sean maquileros. Sin embargo, su fuerza de trabajo contribuye con el proceso de producción cuando es necesaria. También es utilizada como fuerza de trabajo opcional cuando no hay suficientes trabajadores y la cantidad de prendas para maquilar así lo requiere.

Los trabajadores tienen distintas categorías en los talleres maquileros, que se adquieren por su desempeño laboral y por el lugar que ocupan dentro de la unidad productiva; algunos logran mayor prestigio que otros, esto ocurre tanto en hombres como mujeres. Ante la ausencia de una educación formal, el conocimiento empírico del manejo de las máquinas los lleva a tener destreza que los hace diferentes a otros trabajadores que no tienen los mismos conocimientos y, por tanto puede significar para ellas o ellos un “mejor” salario que para aquellos que aún se están iniciando en los talleres.

Los trabajadores especializados son aquellos que manejan con mayor destreza y habilidad un sólo tipo de máquina, también el colocar sólo bieses y cuellos durante el proceso productivo, les da una mayor categoría y reconocimiento en el taller. La edad también incide la especialidad del trabajador, algunos tienen más experiencia en el manejo de las máquinas, pues, comenzaron a trabajar en la maquila de ropa desde que eran niños o adolescentes y ahora tienen 40 años o más. No existe una edad específica para ser especialista de una máquina, es paulatinamente y con la experiencia como los trabajadores van descubriendo con qué tipo de máquina les agrada trabajar más. Casi siempre seleccionan la máquina con la que mejor se acomodan. Los trabajadores

especializados lo conforman mujeres no casadas con hombres de la comunidad, es decir, que no formaron una empresa, entendiendo así al taller. Y varias de ellas migraron al Distrito Federal en busca de mejores opciones de vida, pero tampoco estudiaron. Algunas son madres solteras o mujeres solas sin una pareja.

Las costureras se consideran especializadas cuando tienen una mayor destreza en la máquina o reconocen que se equivocan menos al unir las piezas. En la maquila se evita el error, porque significa pérdida de tiempo, y un esfuerzo físico no redituable, que afecta los intereses de los trabajadores, y de los patrones.

También los hombres se especializan sobre todo aquellos que trabajaron fuera de la localidad cuando estaban jóvenes y cuando se quisieron insertar a la maquila fue más difícil que si lo hicieran a temprana edad. Sin embargo, buscaron especializarse en el manejo de un tipo de máquina para que se les pagara una cantidad mayor por su trabajo.

Existe otro subgrupo conformado por trabajadores no especializados, que se encuentran en una etapa intermedia de aprendizaje y familiaridad con el manejo de las máquinas. Me referiré a las trabajadoras, no sin decir, que indistintamente del género desempeñan las mismas tareas. Sólo que la diferencia de sexo entre los trabajadores se hace evidente en el número de prendas que se maquilan, por ejemplo, un hombre de 20 años de edad arma una playera (unir las partes del cuerpo) en un minuto dependiendo de la máquina y su destreza, mientras que las mujeres de la misma edad también pueden hacerlo en el mismo tiempo, pero algunas dicen cansarse más pronto que los hombres.

Las mujeres pueden desempeñar cualquier tipo de costura al igual que los hombres, en la maquila se consideran dueñas y propietarias de su fuerza de trabajo, y algunas veces creen que pueden armar mayor cantidad de playeras que en otras ocasiones. Se consideran menos productivas cuando están menstruando, por enfermedad, y por depresión, sobre todo, por alguna ruptura amorosa. Sin embargo, otras mujeres señalaron que en el momento de armar las prendas se olvidaban de sus preocupaciones preferían pensar en que tenían una vida diferente a la que llevaban

o que estaban económicamente mejor. Mientras que los trabajadores y los propietarios dijeron que cuando estaban trabajando procuraban no pensar en sus problemas, aunque también mencionaron que una manera de hacerlo era pensar que estaban en una situación laboral favorable.

Existe otro subgrupo conformado por trabajadores no especializados, que es el de los aprendices o los que realizan actividades, como doblar las prendas, sacudirlas y acomodarlas en paquetes por decenas o centenas de acuerdo con las tallas. Este subgrupo lo componen principalmente niños, adolescentes y ancianos. Las niñas son las que más se emplean desde temprana edad en los talleres y comienzan por esta actividad.

La simbolización del trabajo infantil para las personas de Cuauila es que desde niños se está aprendiendo una actividad que se creó en el futuro será de provecho para cuando la mujer se case. Los niños no quedan exentos de estas formas de trabajo sobre todo si sus padres son trabajadores o artesanos que tienen un ingreso económico bajo en comparación con las maquileras. Dependiendo de la edad será el pago a un niño o niña, puede ser que el pago sea diario o semanal por la cantidad de 50 a 70 pesos o más dependiendo de las prendas dobladas y de los patrones, en este caso quien paga es la patrona o microempresaria. Pueden ser sobrinos, hermanos o hijos de los trabajadores.

Las adolescentes que cursan la secundaria (entre 13 y 14 años de edad) también se emplean en los talleres, pero algunas ya conocen el manejo de ciertas máquinas, por tanto, se pueden considerar como trabajadoras. Mientras que los que son hijos de maquileros sólo participan en el taller de sus padres cuando es necesario, por ejemplo, cuando hacen falta trabajadores. Las mujeres hijas de las microempresarias, sólo participan en la producción si se requiere, aunque están más comprometidas con la madre de ayudar en el taller que los hermanos, lo que se observa en los hijos de los propietarios de talleres que aunque no les guste emplearse en los talleres de maquila, es una alternativa de empleo y casi siempre terminan empleados en el taller de los padres.

Por lo anterior, se puede apreciar que este tipo de empresas se ha reproducido por la creatividad de los habitantes. Asimismo, el ahorro que forma parte de la acumulación de capital durante el periodo como trabajador asalariado; no es necesariamente resultado de las

indemnizaciones recibidas cuando son despedidos o abandonaron sus trabajos para ser maquileros, sino, es el resultado de pequeñas inversiones hechas de forma paulatina, a través de tandas, venta de animales domésticos, ahorros y préstamos.

Prestaciones y servicios

No hace falta redundar que estas unidades de producción se inscriben en la informalidad. Sin embargo, no debe dejarse de lado los aspectos que se reconocen como prestaciones y servicios que subsisten de manera tácita. Como se ha señalado, estos talleres adquieren formas específicas a medida que son administrados por sus propietarias, es evidente la ausencia de servicios como de salud, vacaciones, préstamos, aguinaldos, pago por horas extras, días de descanso, créditos de INFONAVIT, etc.; pero dentro de estas unidades productivas se desarrollan otras que reconocen los trabajadores como equivalentes.⁷⁴

El funcionamiento de un taller depende considerablemente de la relación que se establezca entre los propietarios y los trabajadores, parte de estas relaciones laborales amistosas dependerá de las prestaciones y los servicios que ofrezcan los dueños a los trabajadores, como organizar tandas y cajas de ahorro, los permisos para ausentarse del taller en horas de trabajo para recoger a los hijos de la escuela, el trato amable, facilitarles el transporte a sus casas cuando terminan sus labores fuera del horario normal.

No existe un reglamento en forma escrita, pero sí una serie de acuerdos sobrentendidos que sin ellos sería imposible el orden en el interior de los talleres. La ausencia de la aplicación de la legalidad es indudable, pero no podemos restringir a la legalidad lo que es la formalidad, porque en los talleres se establecen normas que operan de manera accesible y que los trabajadores desempeñan sin mayor problema; por ejemplo, los propietarios de los talleres establecen sus propias normas internas, las cuales pueden variar si las comparamos con otros talleres del mismo lugar. Algunos

⁷⁴ En Cuauila el trabajador que se dedica a la maquila tiene claro que no cuenta con servicios y tampoco prestaciones, conoce sus limitaciones en cuanto a la utilización de créditos; sin embargo, a pesar de esta desprotección legal, el sistema de maquila sigue teniendo éxito.

propietarios de los talleres exigen la limpieza y el orden. El aseo del taller lo puede desempeñar cualquiera de los que se dedican a “doblar” especialidad que se ha citado en otros capítulos, pero no siempre el trabajador desea hacerlo, porque sabe que no debe desempeñar otra función dentro del taller, más que aquella para la que ha sido contratado.

Las personas que trabajan en los talleres pueden detenerse para descansar, salir a hacer compras, siempre y cuando se le avise a la propietaria. No está permitido comer dentro del taller, porque se pueden ensuciar las prendas, pero sí pueden utilizar la cocina del dueño del taller para calentar sus alimentos y hacer uso de otros servicios de la casa, como bañarse. Asimismo, pueden contratar a alguna persona que les prepare de comer a todos, incluyendo a los dueños: los gastos se reparten entre todos los participantes y los dueños cobran una cuota por el uso del gas y de los trastos.

Respecto de la determinación de los ritmos de trabajo y el ambiente laboral que predomina en los talleres, estos aspectos constituyen un ámbito que depende del nivel de confianza y colaboración entre las partes: los trabajadores pueden moverse con libertad y autonomía dentro del taller, a la vez que los patrones tienen la seguridad de que podrán contar con ellos en caso de que fuese necesario aumentar la producción.

Los horarios y el control sobre el ritmo de trabajo, aun cuando estén formalmente establecidos, no siempre son excesivamente rígidos. Los trabajadores saben cuál es su tarea y a partir de ahí pueden manejar con cierta libertad el tiempo que permanecen en el taller; no sólo su horario de entrada y salida, sino también la intensidad de su trabajo; no obstante, sucede con frecuencia que la jornada de trabajo, más allá de los horarios preestablecidos, se prolongará hasta que las tareas hayan sido terminadas. Un compromiso tácito presiona a los trabajadores a cumplir sin necesidad de una vigilancia permanente.

A pesar de que en la mayoría de los talleres se percibe un ambiente de tranquilidad, de música y bromas, existen otros en los que éste es hostil. En algunos casos el exceso de confianza

también lleva a los trabajadores a tener comportamientos de oportunismo que rompe con la situación dócil de muchos trabajadores o bien con la paciencia de la propietaria del taller.

Algunos trabajadores que tienen varios años laborando en el mismo taller se rebelan en contra de sus patrones o patronas, lo cual aunado a los conflictos maritales y familiares, pueden llevar al taller a una situación de caos y de rivalidad de unos con otros. La relación se enfría, se hace tensa, aunque no siempre de forma manifiesta, se respira un clima de conflicto y de oportunismo que reemplaza la cooperación y la confianza.

Los accidentes de trabajo

Los accidentes de trabajo suelen ser esporádicos: en un taller de ojos de vidrio suelen ocurrir quemaduras frecuentes en la piel, sobre todo en aquellos o aquellas mujeres que están comenzando a manejar la técnica de la producción de ojos. Las intoxicaciones por la aspiración del gas suelen ser mínimas, por supuesto quienes que no están acostumbradas a las altas concentraciones de gas, pueden provocar desmayos y consecuencias severas; para ello, los artesanos tienen acondicionado su hogar para dicha actividad. Si una instalación de gas para la elaboración de ojos está mal hecha, puede generar intoxicaciones, sobre todo en los niños. Los artesanos se quejan de continuos dolores de espalda, y otros de severos problemas de la vista.

Situación que no cambia en los y las maquileras, quienes constantemente se quejan de dolores de espalda, hemorroides, y problemas con la vista. Entre los accidentes más comunes en un taller son las distracciones en el momento de estar cosiendo porque pueden pasar uno de sus dedos bajo la aguja de la máquina, cuando llega a ocurrir quien paga los gastos médicos es la maquilera o los propietarios del taller. Los niños y niñas trabajadoras continuamente se quejan de dolores de piernas y brazos, se miran evidentemente cansados después, de las jornadas de trabajo.

Una de tantas preguntas que surgieron en la elaboración de esta investigación fue sobre la organización de las unidades productivas y cómo incidía el trabajo de la maquila en sus formas de vida, así como en qué radica el éxito de la maquila de ropa en Santiago Cuauila; si bien en las

fábricas se ofrece la protección que marca la Ley Federal del Trabajo a los trabajadores y trabajadoras, es parte de los servicios la asistencia médica y el cuidado de los niños a partir de los 43 días de nacido (Ley Federal del Trabajo) con el uso de estancias infantiles o guarderías; no así en estos talleres. Aquí se hace necesaria la presencia de los parientes que cuidan de los hijos mientras las madres trabajan. También por estas razones algunas mujeres trabajadoras solicitan llevarse la máquina a su casa para que mientras amamantan a su hijo trabajen, o bien invierten sus ahorros en la compra de una máquina y así se convierten en trabajadoras a domicilio.

El trabajo de campo me permitió conocer los mecanismos que emplean las costureras para continuar con sus labores cuando cumplen su función biológica, social y cultural como la maternidad. Los comportamientos aceptados en torno a lo que debe ser una mujer que recién ha tenido un hijo es que trabaje en casa.

[Las mujeres de Cuauila, que están por dar a luz, y son costureras, pueden desempeñar el trabajo en casa, siempre y cuando posean una máquina, o dependiendo del trabajo que realicen en el taller, es decir, los patronos les permiten llevarse las máquinas con ellas mientras esperan la fecha de dar a luz, lo que hace posible que continúen con su trabajo y así obtengan un ingreso. En diversas ocasiones ellas reciben ayuda de las personas que viven en su casa, como puede ser la suegra, el esposo, los hermanos de ella o las cuñadas, esto es con el fin de que no pierda la posibilidad de continuar trabajando en lo que llega la fecha del parto y para que así no le nieguen después el trabajo.

Estar embarazada y trabajar es muy pesado, pero es necesario porque si no tengo con qué pagar los gastos del médico, si dejo de trabajar no me alcanza el dinero, por eso trabajo hasta que pueda. Sabemos bien que cuando se maquila no tenemos ninguna prestación, por eso es importante que uno ahorre, también es importante que uno tenga familia para que le ayuden sin ellos sería más difícil: (Elia, información personal, 22 años de edad; Santiago Cuauila.)

Algunas ahorran para no asistir las seis semanas antes y después del parto, como lo señala la Ley Federal del Trabajo. Las mujeres suelen ser muy ahorrativas sobre todo cuando se saben

embarazadas, pues, la carencia de servicios médicos no les permite tener acceso a una clínica como las del Seguro Social o del ISSSTE, y buscan el lugar adecuado de acuerdo con sus posibilidades para poder dar a luz, como las parteras; otras, prefieren acudir a la clínica de salud de la localidad y las que tienen más recursos económicos son atendidas en las clínicas particulares de Calpulalpan. No existe una reglamentación que defina la situación laboral de las mujeres embarazadas, pues la carencia de reglamentaciones formales se sustituye por los acuerdos entre los patrones y trabajadores.

Para las mujeres no siempre resulta ser un problema estar embarazada y trabajar porque por lo general están cerca de su casa, y en ocasiones laboran en el mismo lugar que el marido, lo cual les da seguridad para continuar trabajando sin importar qué tan avanzada esté su preñez. Los parientes desempeñan un papel importante en el cuidado de las mujeres embarazadas una vez que dan a luz, las mujeres cercanas a la trabajadora son las que en determinado momento asumen el cuidado del recién nacido, al igual que las hijas adolescentes. Sin esta ayuda difícilmente las mujeres continuarían con su trabajo. La cercanía de sus casas a los talleres permite que se desplacen para amamantar a su hijo y regresar nuevamente al taller.⁷⁵ Las mujeres que se casan o que tienen la posibilidad de atender a sus hijos son las que se dedican al trabajo a domicilio, es decir, no se emplean en un taller pero trabajan de manera independiente en casa con el objeto de no descuidar a los hijos. Esta facilidad de trabajar en casa mientras los hijos crecen, que la maquila les proporciona es considerada por las personas de Cuauila una actividad "flexible" porque ofrece alternativas que difícilmente se tendrían de estar trabajando en otra actividad. Sin embargo, la maquila y el pago a destajo las desprotege de toda seguridad que pueden ofrecer los derechos laborales. A través de las descripciones se puede apreciar que existe un trabajo no pagado entre los individuos de la localidad, que se paga a través de la reciprocidad. Los grandes empresarios que subcontratan maquileros no

⁷⁵ En los talleres aunque exista una ausencia del uso de la aplicación de la ley en cuanto al trabajo de las mujeres, ellas pueden desplazarse a sus casas para amamantar a sus hijos. En tanto que en las empresas también existe un apartado en la Ley Federal del Trabajo que "permite a las mujeres en periodo de lactancia tener dos reposos extraordinarios por día, de media hora cada uno, para alimentar a sus hijos en el lugar adecuado e higiénico que designe la empresa". Artículo 170, fracción IV. Ley Federal del Trabajo 1999.

pagan por los servicios adquiridos. Los derechos laborales que se han logrado a lo largo de la historia laboral se desdibujan con la subcontratación o maquila.⁷⁶

Tres casos de talleres

A continuación describiré dos talleres de maquila de ropa y otro de confección de ropa, de productores directos que son representativos de Santiago Cuauila, con el objeto de mostrar el crecimiento y expansión de cada uno de ellos, para dar cuenta de los cambios que dichas unidades productivas han tenido en los 30 años de existencia en la localidad.

El Taller 1

Primero comenzaré con la descripción de un taller de maquila de ropa con ocho máquinas de coser que es considerado por los habitantes de Santiago Cuauila como un taller grande a diferencia de la caracterización que el Estado hace para distinguir a la micro, pequeña y las medianas empresas. Posteriormente hablaré de cada uno de los trabajadores de este taller.

El taller de Elsa se encuentra ubicado al lado norte del interior de la casa, en un costado derecho, detrás de la cocina. Para llegar al taller hay que atravesar el patio de 3 metros de ancho por 5 de largo. En el costado izquierdo del patio están los corrales de gallinas y cerdos y unos criaderos de conejos. Un pasillo de 1.50 metros de largo por 1 de ancho une la entrada de la casa con el patio. Al atravesar el patio se percibe el olor que emana de los corrales de los animales. Una puerta de 1.20 m. de ancho, es el acceso al taller. La luz solar penetra a través de dos ventanas de 1.50 m. de largo por 1.20 m. Ancho. Aunque las ventanas sean amplias, la luz que ingresa, suele ser escasa, de tal manera que se tienen encendidos los 3 focos de 100 wats, que iluminan el taller, durante las labores. El taller tiene medidas de 3 m. de ancho por 5 de largo, con una altura de 3 m. Cuenta con

⁷⁶ Véase, Lourdes Benería, *Genero, development and globalization*, pp.165-170. Benería, habla de una economía feminista que no aparece en las teorías económicas, pero considera que el trabajo femenino contribuye de diferentes maneras con los procesos productivos a través del trabajo no pagado que desempeñan las mujeres, porque es parte de una identidad femenina. En las últimas décadas tanto en los países de bajos y altos ingresos se ha visto como cotidiano las maneras de operar de los outsourcing (subcontratación), normalizándose así la informalización de la economía. Se puede decir que la maquila domiciliaria en México es un tipo de outsourcing.

techo de cemento. El piso del taller es de cemento gris, el cual se barre diario y quien lo hace es el trabajador de menor edad, puede ser el que doble las playeras o camisetas, en algunas ocasiones lo hace cualquier trabajador.

Santiago Cuauila es un lugar frío, por tanto, las ventanas casi siempre están cerradas, al entrar al taller se advierte un olor a humedad combinado con algunos olores que se desprenden de las telas de la camiseta. La máquina Over corta y asegura la unión de las partes de la prenda, en este corte se desprende un polvo fino de la tela, por lo que es necesario usar cubrebocas para evitar que el polvo se aspire. El olor que se desprende de las telas suele ser desagradable; pero después de permanecer en el lugar se hace menos perceptible.

Ocho máquinas (una para hacer dobleces y pegar botones, otra para poner bieses y seis máquinas Over para unir las prendas), se encuentran ubicadas a lo largo del taller, formando dos líneas, sin que se puedan mirar los trabajadores unos a otros, sólo la maquina de la señora Elsa se encuentra puesta frente a las demás, para que pueda observar lo que hacen los trabajadores. A la entrada del taller se encuentra una mesa de 1.20 por 2 m., donde se doblan las camisetas.

La señora Elsa comenta que cuando se casó con Adelfo, hace 24 años, vivieron en el cuarto que ahora es su taller, entonces el techo era de lámina de asbesto. Los padres de Adelfo, es decir, los suegros de Elsa, decidieron darles esa habitación para que ahí construyeran su casa como parte de la herencia que le corresponde al marido. Con los ahorros producto del trabajo de Elsa y del esposo, pudieron comprar máquinas y armar un taller pequeño. A medida que transcurrieron los años y la maquila de ropa fue en aumento, hicieron remodelaciones y compraron más máquinas. Improvisaron otras habitaciones al lado con techos de lámina para ahí dormir, mientras ahorran para hacerlas de cemento. Actualmente, es una casa de dos plantas de cemento; en la planta baja se localiza la cocina, sala, y el taller. Los dormitorios se localizan en la planta alta.

En el taller se encuentra una repisa de madera en la que posa una escultura en yeso de la virgen de Guadalupe, adornada con flores de plástico.⁷⁷ En la que se persignan todos los días trabajadores y patronos al entrar al taller, al lado derecho de la repisa está ubicado el equipo de sonido, Samsung, en el que frecuentemente se ponen discos compactos y casetes de música tropical, baladas y pop y en algunas ocasiones prefieren las estaciones de radio como la Z.

Cuando hay fútbol, llevan una televisión para ver el partido. Es difícil concentrar la mirada en otro punto que no sea la costura; la transmisión del partido los mantiene entretenidos, aunque la jornada laboral se alargue.

A un costado de cada máquina se encuentran las cantidades de piezas de tela para armar. Los y las costureras sólo jalan las telas, una vez que están sentados para comenzar a trabajar. Elsa y Adelfo son los que acomodan las piezas en ese lugar. Los trabajadores siempre están muy atentos de la cantidad de piezas que les dan para maquilar al día, porque pueden trabajar más que otros trabajadores y se les paga lo mismo o menos.

Las actividades en el taller, Por lo general, comienzan a las 8 de la mañana, cuando hay trabajo acumulado empiezan a las 7, y se termina a las 9 de la noche o más tarde, como se puede observar en el cuadro del horario (véase cuadro, p. 136). A las 10 u 11 horas, se hace un receso para tomar el almuerzo. Los trabajadores llevan su comida y salen del taller para comer en el patio. Otras veces compran galletas en la tienda cercana. En algunas ocasiones Elsa, permite que se vayan a almorzar a sus respectivas casas, pero como algunos viven en otro pueblo, no quieren ir y venir y prefieren hacerlo en el patio de la casa. El almuerzo tiene una duración de 30 minutos.

Durante la jornada del trabajo los que más platican son los hombres, pocas veces las mujeres. Las pláticas versan sobre las noticias nacionales, los sucesos del pueblo, por ejemplo, los asaltos en la carretera a los maquileros durante las entregas a la fábrica; la preparación de las fiestas del pueblo y así sucesivamente. Algunas veces, muy pocas, hablan de sus familiares o parejas. Las conversaciones suelen ser triviales y a manera de broma matizadas por el albur. En el taller de Elsa

⁷⁷ La imagen de la virgen de Guadalupe está presente en todos los talleres que visité en Santiago Cuauila.

se maquilan 2 500 playeras o camisetas a la semana, en un horario promedio de 10 horas al día o más. Dependiendo de la velocidad que los trabajadores le dediquen al armado.

La patrona

Elsa es la propietaria del taller y es llamada por los trabajadores, la patrona. Labora junto con sus trabajadores, casi siempre que va iniciar su trabajo se pone su delantal y se persigna, después acomoda las telas cortadas para maquilar, y se sienta a coser junto con los demás; es la que más se levanta de su lugar, mueve la mirada para todos lados tratando de mantener todas las actividades bajo control. Elsa tienen dos hijos: un hombre de 21 años y una adolescente de 15. El hijo recientemente se casó con una joven de Calpulalpan y como éste no tiene empleo, Adelfo y Elsa le pueden ayudar a terminar sus estudios de ingeniería, pero es muy probable que se incorpore a la producción maquilera y deje sus estudios como lo han hecho otros jóvenes de la localidad en situaciones parecidas, mientras, la esposa comenzará a formar un taller de maquila de ropa en su casa de Calpulalpan. La hija aún sigue estudiando y considera que un día también será propietaria de un taller, Elsa desea que continúe estudiando y que se convierta en diseñadora de modas para que establezca su propia fábrica o taller, pero sin depender de los empresarios.

El patrón

Adelfo, el esposo de Elsa, instaló un taller en San Marcos Guiquilpan, localidad que se encuentra a tres kilómetros hacia el noreste de Santiago Cuauila (véase mapa). Desde hace cuatro años consideró que era necesario expandir el taller, por la insuficiencia del espacio y por la escasez de trabajadores en Cuauila. El taller de Adelfo cuenta con seis máquinas: cuatro Over, una para poner bies y otra para hacer dobleces y pegar botones. En su taller están tres trabajadores: dos hombres y una mujer; cuenta con una trabajadora a domicilio que sólo le trabaja a él, todos de San Marcos.⁷⁸ En el taller de

⁷⁸ Los trabajadores de Adelfo también quieren poner su propio taller, consideran que están aprendiendo a manejar las máquinas, aunque el panorama de la maquila en Santiago Cuauila se muestre incierto, ellos consideran que es una opción de empleo en la localidad.

Adelfo, se maquilan 3 500 playeras a la semana. La dinámica de trabajo es parecida a la del taller de Elsa, sólo que aquí es administrado por Adelfo.

Adelfo, sale de Cuauila desde las 7 de la mañana y regresa hasta las 8 o 9 de la noche. Es quien entrega las camisetas a la fábrica, primero acomoda las camisetas de su taller y después pasa a Santiago Cuauila por las del taller de Elsa.

Los trabajadores de Elsa

Son tres los trabajadores que permanentemente están en el taller de Elsa: dos hombres costureros y una adolescente de 15 años. Ellos tres arman las partes de la camiseta en la Over, mientras que Elsa pone el bias que lleva la playera en los hombros y cuello. Elsa da trabajo a domicilio a dos mujeres que viven a dos casas de distancia de la suya, sólo se atraviesa una calle estrecha de tres metros para llegar a ellas.

El primero de los trabajadores es Carlos de 36 años de edad, y padre de dos niños de 4 y seis años. Es originario de la ciudad de México, cursó el sexto año de primaria. Su esposa Carmen, es trabajadora domiciliaria del taller de Elsa.

El señor Segovio es otro de los trabajadores, tiene 60 años de edad y desde hace 12 trabaja con Elsa, es originario de Santiago Cuauila. Cursó hasta el tercer grado de primaria. Su esposa no trabaja como costurera, sólo es ama de casa y cuando puede dobla camisetas en los talleres cercanos al lugar en que viven. Segovio cuenta que a sus 60 años ya perdió las esperanzas de formar un taller, porque no le alcanzó el tiempo para ahorrar y no tiene suficiente dinero para comprar máquinas. Sus hijas, que tiene tres: de 35 años, otra de 33 y una más de 30 años, todas ellas casadas. Dos de ellas viven en Cuauila y otra en la Ciudad de México. Las dos primeras trabajan en talleres con sus respectivos maridos, pero ya están ahorrando para comprar sus máquinas y en cuanto puedan serán trabajadoras a domicilio.

Segovio sale de su casa desde las 7 de la mañana y regresa a las 9 de la noche, del taller a su casa hace un tiempo aproximado de 20 minutos caminando. Considera que es mucho tiempo para desplazarse a su casa, por lo que casi siempre prefiere a quedarse a comer en el patio de Elsa.

Alexa, es una de las trabajadoras de Elsa, tiene 15 años de edad, sabe leer y escribir, es de un rancho que se encuentra a 7 kilómetros hacia el noroeste de Cuauila, con camino de terracería, donde no hay transporte, lo que imposibilita que regrese a su casa después de sus labores, por ello se queda durante toda la semana en la casa de Elsa y sólo va al rancho cada 15 días o más, algunas veces su mamá la visita sobre todo para que le dé el dinero que obtiene de su trabajo y así ayudarle con la manutención de cinco hermanos más pequeños. Alexa comenzó a trabajar con Elsa desde hace dos años, doblaba las playeras y las amarraba en paquetes de docenas por tallas, paulatinamente fue aprendiendo a usar la máquina Over. Entre las aspiraciones de Alexa es tener un taller; es de las más calladas, sólo se ríe de vez en cuando. Al estar trabajando su mirada está fija en lo que hace. Sin embargo, es muy cuidadosa, procura no equivocarse, también dobla camisetas.

Las trabajadoras domiciliarias

Elsa entrega a dos personas trabajo a domicilio, Mary y Rosa. Mary es la esposa de uno de los trabajadores.

En la sala de la casa de Mary, se encuentran dos máquinas Over, en una trabaja Mary, y en otra, algunas veces trabaja la hermana de Mary, quien está aprendiendo a manejar la máquina, tiene 13 años. Es originaria de Santiago Cuauila, pero vivió un tiempo en la Ciudad de México y ahí conoció a Carlos el que ahora es su esposo. Cuando se casaron, ella quiso regresar a Cuauila porque su mamá estaba sola con su hermana menor, pues su papá la había abandonado. Desde que Mary se casó decidió ser trabajadora a domicilio, se compró primero una máquina de tipo casero, para costura recta y así comenzó a ser trabajadora a domicilio. Dependiendo de la cantidad de trabajo, puede cobrar un poco más que la trabajadora del taller, pero sólo se le emplea cuando hay una saturación de trabajo en el taller; por ejemplo, trabaja para el taller de Elsa, pero se le dan pocas prendas en comparación con los trabajadores que se encuentran en el taller. Mary se encarga de

hacer las labores del hogar y una vez que termina se dedica a la costura. La casa de Mary no está adaptada para ser un taller, por lo que se observan los atados de telas cortadas sobre la cama y las sillas del comedor. Durante la noche se desalojan las telas de la cama para poder acostarse. Mary desea ahorrar más dinero para comprar más máquinas y poner su propio taller en su casa y trabajar junto con su esposo. Es probable que pueda ampliar su taller porque la propiedad es de la mamá de Mary y no tiene hermanos, sólo una hermana, por tanto la propiedad va a ser repartida entre las dos, una vez que no esté la mamá.

Es un caso similar el de la otra trabajadora domiciliaria de Elsa, Rosa de 25 años, quien vive cerca de la casa de Elsa y sólo le trabaja a ella, tiene dos hijos, uno de tres años de edad y otro de dos. Rosa es concuña de Elsa, está unida conyugalmente con el hermano del esposo. Desde hace 10 años le trabaja a Elsa y a Adelfo, ahí conoció a su pareja, pero una vez que se fue a vivir con él, y tuvieron hijos, pasó a ser trabajadora domiciliaria. En un cuarto de tres metros de largo por cuatro de ancho, están dos máquinas Over, al lado se encuentran dos camas matrimoniales, las cuales sirven durante el día para acomodar las camisetas. Rosa, y su pareja son trabajadores domiciliarios, están ahorrando para poner su propio taller. La casa es de su esposo, por tanto, ella considera que las máquinas son suyas porque es la que más trabaja en la costura, puesto que su pareja se ausenta por horas y algunas veces por días de la casa. Rosa recibe ayuda de sus cuñadas para cuidar de los hijos.

El segundo ejemplo muestra uno de los talleres representativos de Santiago Cuauila considerado por los habitantes como pequeño, es decir, de no más de cinco máquinas.

Taller 2

El taller de Marta se encuentra en la sala de su casa, aún no está adaptada para ser taller, por falta de espacio y recursos para construir una planta alta. La casa está construida en un costado derecho de un terreno de 40 por 30 m. Está compuesta por una habitación donde se encuentran dos camas tamaño matrimonial; sobre las camas durante el día se observan los atados de telas cortadas, en el tocador se advierten paquetes de hilos de diferentes colores y a un lado los cosméticos de Marta. Cuando alguien quiere acostarse en las camas a cualquier hora del día parece imposible. Al lado

derecho de la habitación hay una puerta que conecta con la sala, lugar donde se encuentra el taller. A un costado derecho del taller se encuentra la cocina. En la cocina se observan trastes sin lavar por varias horas, porque aún no cuentan con un tinaco que almacene el agua; sólo hay tinas de lámina y tambos oxidados que sirven para almacenar agua potable. En algunas partes de Santiago Cuauila hay un horario de abastecimiento de agua que es de 7 a 10 horas o puede ser intermitente, es decir, puede haber agua por ratos. La cocina está dividida por una barra de cemento que simula un desayunador. La mesa del comedor que se encuentra en la misma sala, casi siempre tiene telas cortadas y camisetas ya hechas; para hacer uso del comedor se tienen que mover las camisetas, lo que implica un esfuerzo, de tal manera que Marta algunas veces ya no quiere mover nada y tiene que improvisar lugares para comer.

El baño se encuentra afuera y aún no cuenta con puertas. La casa de Marta parece que todavía se encuentra en construcción; se observan varillas, paredes sin pintar, sólo la sala tiene puertas, las demás habitaciones están separadas por cortinas de tela.

Martha es una mujer que vive en unión libre; sin embargo, la propiedad es de los dos, porque una parte del terreno fue obtenida por herencia que le correspondía a Sergio, su compañero o esposo,⁷⁹ y la otra parte la compraron con su dinero producto del ahorro de ambos. El taller cuenta con cinco máquinas, de las cuales sólo se ocupan tres, esto depende de la temporada de mayor o menor demanda de playeras. Martha trabaja junto con su pareja y un trabajador. A partir de las tres de la tarde llega Paco, de 10 años a ayudar a doblar las playeras, algunas veces también despunta.⁸⁰ Martha cuenta con una trabajadora domiciliaria, sólo para cuando no se termina la cantidad de prendas y la fecha de la entrega se acerca. Cuando los días de la semana transcurren y aún no parece que se concluya el armado de las 4 000 (puede ser menos) playeras, Marta permanece más tiempo en el taller, llegar a laborar hasta 20 horas al día, puede ser que reciba ayuda de su esposo, pero en ella recae la responsabilidad de concluir con el armado.

⁷⁹ Marta y Sergio no están casados pero llevan 12 años viviendo juntos, por tanto ella dice mi esposo y así es reconocido socialmente.

⁸⁰ Es decir, le quita los hilos sobrantes a la prenda.

El trabajador de Marta es de Calpulalpan, tienen 18 años, lleva trabajando con ellos dos años. El horario de trabajo es de 7 de la mañana a 8 de la noche; cuando se prolonga la jornada, Sergio lo lleva hasta Calpulalpan.

Marta es la patrona. Es la que cuida que se cumpla con el armado de las camisetas, compra la comida y la prepara. Algunas veces le hacen el aseo de la casa dos veces por semana, una señora que llega del poblado de la Venta. Tiene tres hijos: una hija de once años, otro de nueve y el más pequeño de tres.

Sergio, su esposo, tiene 30 años, él también trabaja junto con Marta, de los tres es el que más arma camisetas, aunque algunas veces se ausente del taller por varias horas. Marta es muy exigente y ella insiste que cumpla con su trabajo.

En suma, los dos tipos de talleres mencionados son los más representativos de Santiago Cuauila, lo que muestra la vida de los sujetos sociales que participan en la maquila de ropa. El taller 1, es un ejemplo de expansión del taller hacia otras localidades como San Marcos y Calpulalpan, a la vez que muestra un mejoramiento económico de los propietarios, es decir, ya se encuentran en una etapa distinta a la inicial. Elsa es reconocida en la localidad como una maquilera con prestigio social, y ella así se considera. Desde el lugar donde se encuentra, es ella quien decide sobre las inversiones que se deben hacer para prevenir, sobre todo si disminuye la maquila. Por ello considera que lo mejor es invertir en propiedades aún dentro de la localidad. Es necesario subrayar que se mencionan los casos más representativos de las entrevistas que se hicieron en la localidad, con esto quiero dejar claro que también se dan casos en que los hombres asumen la responsabilidad del taller, la esposa no siempre desea participar, o no tiene una visión empresarial.

Taller 3

El taller de Laura se encuentra en una habitación de 3 por 5 m. Laura es la patrona, tiene 23 años y se unió con Juan de 24 años; desde hace seis años, tienen un hijo de seis años de edad. Ambos son hijos de maquileros de Cuauila. En su taller tienen 5 máquinas: tres Over, otra para poner bies, y otra

más para dobleces y bordados. Tienen 2 mesas de 1 por 1.20 m.. En promedio confeccionan 1 000 playeras o camisetas semanales. En la siguiente semana confeccionan 600 shorts de tela de camiseta. La innovación en este taller es que no son maquileros, porque Juan y Laura son productores de ropa, no dependen de ningún fabricante o empresario a quien le trabajen. Ellos compran la tela en la Ciudad de México, por kilo, es decir, de mayoreo. Cortan y arman en su taller, toman los modelos de camisetas de las prendas de moda, las cuales las deshacen y las toman como moldes. Algunas veces consultan por Internet la moda que se aproxima de acuerdo con la temporada, para producir algún tipo de ropa en tela de camiseta o de likra. Tienen dos trabajadores, además de dos trabajadoras domiciliarias. Laura y su esposo reproducen el mismo esquema de los fabricantes de ropa de la ciudad de México, buscan a otros maquileros para que trabajen con ellos desde sus hogares.

La iluminación del taller proviene de dos focos de 100 watts, y hay una ventana de 0.90 de ancho por 1m., de largo que permite la entrada de la luz solar. Con una altura aproximada de 2 m., las paredes están pintadas en color anaranjado y alrededor se encuentran posters de mujeres en bikini y otros más contienen modelos de ropa.

El espacio se percibe encerrado, se concentra el olor a tela combinado con la humedad del ambiente. Casi no se puede caminar en su interior porque no sólo están las máquinas sino también rollos de tela, bieses, hilos, cajas de cartón, tijeras, retazos de tela. La casa es de Juan y sus papás le dieron dos máquinas a él, y a Laura, sus padres le permitieron llevarse la máquina Over en la que ella trabajaba en sus ratos libres cuando era soltera. Las otras dos las compraron en desuso con uno de los maquileros de Cuauila que les urgía el dinero.

En resumen, con la descripción de los tres tipos de talleres se advierten las condiciones en que éstos se desarrollan, así también, las actitudes de las mujeres en el manejo de la unidad productiva. Considero que los talleres en Santiago Cuauila llevan un proceso de crecimiento y ampliación que consiste en lo siguiente:

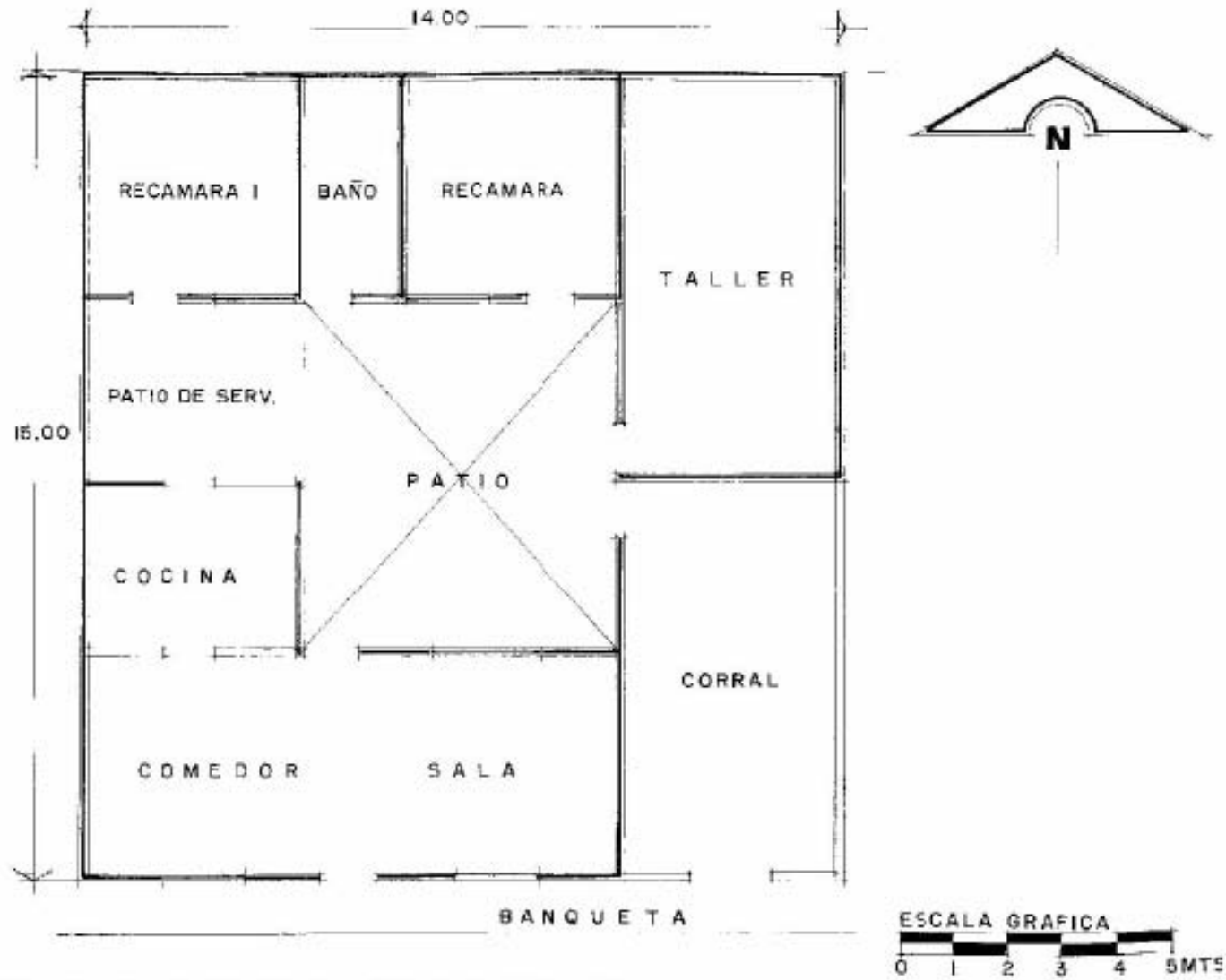
- Por lo general, la primera etapa de formación de un taller inicia con la unión conyugal, aunque en ocasiones, la mujer se desempeña como trabajadora domiciliaria, mientras la pareja, es decir, el hombre trabaja en un taller; de aquí se derivan los ahorros de ambos, que más tarde facilitará la creación de uno propio. Algunas mujeres se han beneficiado de los Programas de Crédito otorgados por el Estado, para la inversión de máquinas, a manera de tandas. Los trámites los deben hacer las mujeres y ellas los pagan paulatinamente. Los pagos puntuales les facilita que obtengan acceso a otros créditos posteriormente.
- La segunda etapa consiste en la consolidación del taller propio, es decir, trabajar en pareja dentro de la casa y contratan trabajadores.
- La tercera etapa es la expansión del taller con tendencia hacia fuera de la localidad.
- Y, por último, la sucesión del taller por cualquiera de los hijos. Es probable que los talleres de maquila de ropa, dejen de serlo para convertirse en productores directos de ropa: que ellos participen en todo el proceso productivo y en la distribución.

En los tres casos expuestos, el espacio destinado a los talleres es similar. También la aspiración social, entendida como el deseo de alcanzar una meta por parte de las mujeres: lograr una estabilidad económica. Dicha aspiración, que en un momento fue femenina, se ha vuelto propósito de los hombres. Es aquí donde los géneros compiten por la propiedad y el prestigio que otorga ser maquileros y maquileras, o ser productores independientes.

No obstante, este prestigio se reduce a lo local; sólo ellos lo pueden percibir en su vida diaria, porque fuera de Santiago Cuauila son maquileros que ni siquiera aparecen en las estadísticas, sólo son considerados como talleres de manufactura. Sin embargo, el modelo productivo de maquila sostiene a la producción nacional de ropa (Juárez; 2004).

Finalmente, estos casos muestran que los talleres de maquila de ropa están en constante cambio por las condiciones económicas, no sólo del país sino también en el panorama mundial. En lo local, es decir en Cuauila, la voluntad de trabajar y participar de la producción conduce a un prestigio social que no se obtiene por sí solo, sino por un arduo esfuerzo personal; es en este punto donde las voluntades individuales hacen posible la expansión de este tipo de empresa. En este

sentido, continuando con Lesser (1961), son los pequeños eventos sociales los que impulsan los cambios sociales, sólo que Lesser, los percibía más lentos, y en este trabajo de investigación se advierte cómo en 30 años una actividad como la maquila de ropa aceleró el cambio en la localidad.



PLANO DE UNA VIVIENDA PARTICULAR UBICADA EN EL CENTRO DE SANTIAGO CUAULA

Ideas y competencia por el poder

A medida que existen avances tecnológicos en el país, los medios de comunicación masiva han desempeñado un papel importante en las maneras de pensar de las mujeres y los hombres de Santiago Cuauila. Salir de la localidad en busca de opciones de vida, les ha permitido conocer otras formas de actuar y pensar que han sido fácilmente imitables por ellas y ellos. Las mujeres adolescentes en Santiago Cuauila quieren ser delgadas y vestir con la moda actual, algunas imitan los comportamientos que ven en las telenovelas; porque expresan “símbolos de modernidad”, lo cual las lleva a sentirse en concordancia con su época, además de que las distingue socialmente.

En tal sentido, el papel de las mujeres ha cambiado de manera rápida, puesto que las formas de pensar varían, no obstante no ser tan grandes las distancias por grupos de edad y generaciones (Lipovetski; 1999); por lo que, las formas de pensar en torno a la subordinación de las mujeres frente a la presencia masculina ha ido diluyéndose paulatinamente, pero no del todo, dado que las formas de control aún no la pierden los hombres y tampoco quieren perderlas; de ahí que exista una lucha constante por el poder, tanto dentro del pequeño taller artesanal como en la unidad productiva conformada por no más de 20 máquinas.

De esta forma se expresa la violencia simbólica que menciona Bourdieu (2000), violencia amortiguada, insensible e invisible para sus propias víctimas, que se ejerce a través de mecanismos puramente simbólicos de la comunicación y del conocimiento, o más, exactamente, del desconocimiento, del reconocimiento, en último término, del sentimiento.

Esta relación social, extraordinariamente común permite entender la lógica de la dominación ejercida en nombre de un principio simbólico conocido y admitido tanto por el dominador como por el dominado. Así los hombres no quieren perder el control de los talleres, saben que pueden ser sustituidos, no sólo como pareja sino también como representantes de las negociaciones; de ahí que en los discursos cotidianos siempre se esté recalando que el comportamiento de las mujeres debe ser de “honestidad”, y obediencia. El discurso lleva implícita la no revelación.

Las mujeres trabajan mucho, sí, pero la verdad es que los hombres buscamos el sustento en las fábricas, es una lucha diaria; además, una buena mujer debe ayudar a su marido o pareja, si no ayuda no se puede salir adelante (maquilero, información personal, Cuauila; julio de 2002.)

Los comportamientos y conductas sociales han variado, pero es notorio que la lucha por el poder en estas sociedades patriarcales no deja de ser preponderante para los hombres; es parte de la educación masculina tener el control de las situaciones sea como sea, es decir. el poder de decidir y hacerse notar (Wolf, 2001; pp. 252, 253).

Con respecto a las relaciones de pareja, como es común, los hombres disponen de mayores facultades que las mujeres. Los hombres pueden salir con más facilidad de la comunidad que las mujeres para actuar en los distintos ámbitos y ambientes sociales. Por ejemplo, en cuanto a la infidelidad⁸¹ masculina, es justificada por diversas razones. Las mujeres empresarias de microempresas que han intentado romper con estos modelos se han convertido en víctimas del señalamiento social.

La infidelidad masculina no es aceptada, pero se creó que es “parte de la condición natural del ser masculino”. Se justifica por hombres y mujeres de varias formas, y una de ellas es que con el tiempo pasará la etapa de infidelidad y el marido regresará a casa o bien permanecerá con la pareja inicial. Pero mientras pasa tal situación, quien administra la unidad productiva es la esposa, en quien que recae toda la responsabilidad, pueden tener responsabilidades compartidas con respecto al taller; si el marido se arrepiente, puede ser que regrese a vivir a la casa y permanezca como propietario, pero es muy probable que interactúe con las dos personas si la otra administra el segundo taller. La infidelidad conyugal se ha convertido en un problema para ellas, porque se sabe que los hombres en algún momento de su vida les serán infieles; pero no sólo es la infidelidad y el celo por la pareja, sino que algunas de las mujeres que se involucran sentimentalmente con un hombre casado tienden a embarazarse, y exigen el reconocimiento de la paternidad, como un mecanismo para tener acceso a

⁸¹ Para los fines de este trabajo, se entiende por infidelidad las relaciones sexuales extraconyugales sostenidas con una misma persona en un tiempo determinado.

un taller; es decir, el hijo puede significar en determinado momento el punto de cohesión entre el padre y la madre para que tenga acceso a la maquila de prendas, siempre y cuando el padre sea propietario de un taller. Este hecho afecta a los intereses económicos de la propietaria o la esposa, quienes consideran que el éxito del taller o talleres es en gran parte por el esfuerzo y dedicación de ellas. Las mujeres entrevistadas y durante las pláticas informales, las mujeres casadas propietarias de talleres, o microempresarias, señalan que los hombres son infieles y que con la maquila de ropa se ha incrementado, más que con la artesanía.

Ahora las mujeres ya no respetan, andan con hombres casados y nos les importa que la esposa lo sepa. Antes no ocurría esto, sabemos que los hombres siempre han hecho sus cosas, pero no como ahora que las tienen en el mismo pueblo y ellas lo que quieren es juntar un dinero para tener máquinas y poner un taller, no te imaginas lo terrible que es para mí que lo he vivido (Sra. de 38 años de edad; Cuauila julio de 2002.)

Las mujeres hablan de sus sufrimientos, de sus deseos de independizarse económicamente. Sin embargo, no lo hacen porque algunas consideran que es difícil responsabilizarse del taller sin la pareja. Esto no quiere decir que algunas mujeres no estén intentando incursionar en formar su propio taller sin la presencia del marido, si lo llegaran a hacer serían sometidas a muchas críticas en la localidad, pero también se enfrentarían con los acosos constantes en las fábricas (algunas no todas); de ahí que la presencia masculina sirva como una protección para el prestigio de ellas, además la propia sociedad lleva a las mujeres a tener determinados comportamientos como casadas o unidas conyugalmente.

La competencia no sólo es económica sino también social; compiten entre ellos por el prestigio, por incrementar su riqueza, por el reconocimiento social que impone respeto frente a los demás habitantes, en este sentido, el prestigio es una construcción simbólica que se sustenta en los comportamientos tanto de hombres como mujeres que quieren ser reconocidos (Bourdieu, 2000).

Es aquí donde se expresa la lucha por el poder entre hombres y mujeres. Las mujeres saben que controlan la producción, a los trabajadores; administran la casa y su microempresa; pero los

hombres desean tener el control de la expansión de la empresa, creando otros talleres; lo que implica salir de la localidad, negociar con propietarios de las fábricas o comercializadoras; lo que hasta el momento las mujeres no han vuelto a efectuar. Las negociaciones con el exterior no es que no las quieran hacer y no lo consideren, sino que los hombres acaparan y monopolizan los espacios, utilizan las relaciones sociales construidas dentro de la localidad para mantener su negocio o empresa. Por ello, ser empresaria en el contexto de Cuauila implica enfrentarse con los hombres y desquebrajar esquemas construidos, cuando la educación de las mujeres y la concepción de la vida están asociadas con la mirada masculina. Romper con ello significa deshacer lo construido socialmente a lo largo del tiempo y de su propia historia. Las mujeres se construyen social y culturalmente sobre la desigualdad de relaciones, en la iniquidad, por tanto, no es fácil que las mujeres que dirigen microempresas hagan de lado estas construcciones sociales y culturales, desiguales que, como se ha visto, limitan el desarrollo empresarial.

Otro de los aspectos que han señalado las mujeres entrevistadas es que con la obtención de ingresos propios se ha generado una independencia económica que, por limitada que sea ha suavizado los maltratos físicos de los hombres hacia ellas. Durante las entrevistas las mujeres entre 30 y 35 años, señalaron que sus maridos no las golpean como lo hacían en otras épocas con las madres y abuelas:

A mi mamá, claro que la golpeaba mi papá a cada rato, sobre todo cuando llegaba borracho, nadie decía nada, la encerraba en el cuarto y sólo se oían golpes y ruidos. Hasta que un día mi mamá dijo que trabajaría y no le pediría nada a mi papá; cuando tuvo dinero ya no le hizo caso, y mi papá cambió, y no se diga mi mamá, que una vez lo golpeó y él no dijo nada. (Sra. Salma, artesana de 36 años, Santiago Cuauila, 2002.)

Los habitantes de Cuauila pueden advertir los cambios ocurridos en la comunidad a partir de las últimas décadas, principalmente desde la llegada de la maquila de ropa y con los ingresos económicos. Con su participación en el proceso productivo las mujeres han ganado espacios que antes no ni se imaginaban; tampoco se reconocían las labores que desempeñaban, actualmente saben que ellas son las administradoras y pueden controlar su microempresa.

Las expectativas que tienen los maquileros, principalmente las mujeres, en cuanto al crecimiento del taller en un nivel, regional y nacional son mínimas, su crecimiento como empresarias es precario; dependen en gran medida de los fabricantes, algunas junto con sus parejas están incursionando en la creación de sus propios diseños, para comercializarlos de manera independiente. Aún así, las unidades productivas han crecido y algunas se han extendido más que otras, para ello las administradoras de microempresas han creado sus propias estrategias de crecimiento basadas en conocimientos y experiencias que han aprendido a aplicar, sobre todo en el manejo de las relaciones familiares, principalmente de pareja. En este sentido para que tengan éxito y sea redituable, se considera como indispensable a una persona de suma confianza para que vigile y administre, sin esto son pocas las probabilidades de éxito de un taller, y más aún cuando la pequeña empresa se encuentra en una etapa inicial.

En resumen, la maquila de ropa se ha convertido en un fenómeno que está impactando en distintas localidades del país, por las mismas características que contiene, como la posibilidad de crear empleos en las localidades cercanas a los centros industriales y porque no necesariamente se requiere de cierta preparación profesional para establecer un taller.

Por otra parte, el pago de los salarios bajos en el país, hace pensar a los habitantes de Santiago Cuauila que la “mejor” opción es la creación de sus propias fuentes de trabajo en su misma localidad,⁸² debido a que si salen de ella sus ingresos se ven mermados por el pago de transporte, renta y alimentos, mientras que, si permanecen en la comunidad estos gastos serán menores, porque tendrán resuelto el problema del transporte y la vivienda.

Por tanto, es difícil pensar en la posibilidad de abordar este problema alejados de las situaciones concretas, debido a que las unidades productivas comprenden una diversidad de situaciones que se presentan con los frecuentes cambios y adaptaciones al entorno que experimentan, así como las fuertes influencias que reciben de las condiciones en que se insertan en el contexto nacional.

⁸² Pensamiento que ha sido reforzado por las políticas nacionales, desde el gobierno de Salinas de Gortari, Ernesto Zedillo y ahora con Vicente Fox.

CAPÍTULO V

Patronas, patrones y trabajadores

Las relaciones interpersonales

El interés de esta investigación se centra en el desempeño de la patrona o maquilera. He mostrado en el capítulo anterior, la importancia de la presencia femenina en el surgimiento de la maquila de ropa en Santiago Cuauila, y su participación en el proceso de trabajo; ahora interesa conocer qué hacen para estabilizar sus talleres y lograr sus negociaciones no sólo con los trabajadores, sino también en las relaciones económicas con la pareja.

El presente capítulo trata de la relación entre patronas, patrones y trabajadores. Consiste en mostrar la interacción de los sujetos sociales que participan en las unidades productivas de maquila de ropa. Los conflictos están presentes cotidianamente en la unidad productiva, lo interesante es ver cómo se resuelven con las negociaciones para mantener la estabilidad del taller. El objetivo de este capítulo es estudiar cómo se da el conjunto de relaciones entre los patrones y los trabajadores, las negociaciones ante las inconformidades de los pagos semanales, y cómo ocurren los acuerdos tácitos y los compromisos que se adquieren a través de préstamos, permisos y tandas, que se convierten en el manejo de las estrategias que prevalecen para mantener la estabilidad en el interior del taller.

Asimismo, se vislumbra la condición de género entre los sujetos sociales, como la división sexual del trabajo. Aquí, se puede apreciar cómo inciden las formas de organización social en la maquila para propiciar el orden y lograr la cohesión para mantener los talleres.

Las patronas, maquileras y empresarias de microempresas

Son patronas aquellas mujeres que tienen un taller de maquila de ropa y que emplean a uno o más trabajadores. Son maquileras en tanto que la unidad productiva que dirigen es de maquila o armado de la prenda; no crean moda, no diseñan, sólo arman. Son también empresarias independientes aquellas mujeres que son propietarias de talleres, que laboran independientemente de los fabricantes de ropa, es decir, no maquilan para un empresario, sino que han formado una microempresa, siendo ellas las propietarias y cuentan con una marca propia. Es muy probable que en determinado tiempo

prevalezca este tipo de empresaria en la localidad, la conformación del empresariado femenino es un proceso complejo que involucra no sólo los aspectos personales de ser o no empresaria, sino también con una economía más compleja, como el capitalismo. Hoy día, dentro del sistema capitalista, existe una variedad de empresarios hombres y mujeres, que comprende desde los empresarios virtuales, hasta los lícitos e ilícitos, desde los grandes empresarios hasta los empresarios de microempresas.

El concepto más general de empresa proviene del término emprender,⁸³ por lo que se considera en este trabajo como patronas y emprendedoras a las propietarias de la unidad productiva de maquila de ropa, quienes dinamizan las relaciones de trabajo en el interior del taller y contratan trabajadores. Dentro de su grupo social son las mujeres quienes hacen negociaciones con los trabajadores y organizan el trabajo en la unidad productiva, son el vínculo entre la localidad y su taller. El marido o pareja es el agente y representante de la empresa; porque este modelo empresarial está inserto en una cultura patriarcal. Por tanto, las relaciones de pareja también contribuyen con la expansión de la empresa, porque las relaciones de confianza, de amor y de parentesco simplifican las negociaciones complejas de la empresa. Las empresarias aprovechan los recursos a su alcance aunque su capital social se mantenga limitado a un ambiente rural, crean y reproducen relaciones sociales que son necesarias para su empresa. Saben con quiénes ser amables y con quién no.

Una de las características que muestran los investigadores, entre ellos Schumpeter, es que los empresarios utilizan créditos; estas empresarias no necesariamente los emplean, pero tienen otras maneras de adquirir financiamientos para su empresa como las *tandas*;⁸⁴ aunque en los últimos años, se han otorgado microcréditos a empresarias o mujeres de negocios para ampliar los

⁸³ Véase, Barth, Frederik. 1963. Para Barth, el empresario es uno de los provocadores del cambio social, porque al transformar los recursos de su alrededor, transforma a la sociedad. En este sentido la teoría clásica del empresariado que propone el economista austriaco Schumpeter, también considera que el empresario es un factor de cambio que influye en el desarrollo económico, porque del empresario surge la *competencia* y la *innovación* lo que genera el desenvolvimiento económico. Véase, *Historia de la teoría económica y de su método* (1992) pp. 601-602. El empresario capitalista, si bien genera cambios sociales de acuerdo con las opiniones de economistas de la primera mitad del siglo XX, sin duda lo es, pero produce la desigualdad social.

⁸⁴ Las tandas son un ahorro-préstamo de dinero, que también puede ser de maquinaria. Las mujeres son las encargadas de organizar dichas tandas, entre sus amistades.

“changarros”.⁸⁵ Principalmente se otorgan a mujeres que demuestren tener un proyecto de microempresa.

El ingreso que obtienen de la maquila y de la venta de camisetas lo invierten en propiedades de acuerdo con sus posibilidades. Es importante recalcar que no se está estudiando a un empresariado de la gran empresa, sino a las mujeres que tienen negocios de maquila y propietarias de una unidad productiva; es probable que a medida que tengan éxito tengan más de un taller. La maquila como modelo productivo es exitosa para los grandes capitalistas tanto de los países desarrollados como de los subdesarrollados (Benería, 2003; p.96). La microempresa es una estrategia empresarial desde este modelo de pequeños productores, que ha funcionado y continúan reproduciéndose de manera acelerada, aunque exista al margen de la ley, es necesaria para la economía nacional, tanto que crea empleos y genera un crecimiento económico.

Las mujeres a las que me refiero en este trabajo han roto esquemas sociales en tanto que asumen un negocio. Sin embargo, para ellas dejar de lado a los hombres no es una decisión fácil, pues, se conciben como parte de él; éste no es más que un pensamiento que obstaculiza el desarrollo empresarial puesto que ellas pueden ser independientes.

Las patronas maquileras comparten la propiedad de las máquinas con su pareja. En tanto que son mujeres casadas o en unión conyugal, tienen funciones inherentes a tal condición, no se conciben socialmente como mujeres independientes. Las patronas junto con su pareja, son los propietarios de la unidad productiva; es decir, del taller o microempresa.⁸⁶ Esto genera conflictos y crisis que difícilmente pueden deshacerse, dentro de esta complejidad de contradicciones subsiste la competencia por el poder de la empresa entre hombres y mujeres. Es muy probable que las nuevas generaciones de mujeres empresarias o las hijas de las actualmente empresarias trasciendan y rebasen los comportamientos contruidos por sus madres y abuelas.

⁸⁵ Término utilizado por el presidente de la República, Vicente Fox, para designar a los negocios, principalmente a las microempresas.

⁸⁶ Comprende el espacio físico y las máquinas.

La patrona, es la que controla, vigila y administra el taller. El denominador común del estado civil de las microempresarias de Cuauila son mujeres unidas por matrimonio o por unión libre desde la edad de 17 años (dependiendo de la edad en que se conforme la pareja) hasta la ancianidad o en tanto que se reconozcan como tal.⁸⁷

La jerarquía de la patrona se hace presente en todo momento dentro del taller. También maquila junto con los demás costureros, ésta es una de las muchas características que se puede encontrar en este empresariado rural. A diferencia de los trabajadores, puede levantarse de su lugar de trabajo, las veces que sean necesarias para atender las labores del hogar o los problemas relacionados con la casa. Se muestra como una autoridad, es aquí donde se manifiesta su liderazgo.

La patrona o maquilera, desempeña varias funciones dentro de la unidad productiva o taller, éstas consisten en vigilar y garantizar la seguridad, esté o no presente el marido; vigilan detenidamente lo que hace cada uno de los trabajadores. Ella se encarga de repartir los hilos del color de las prendas que se maquilan en cada una de las máquinas. Al final del armado, cuando están terminadas y confeccionadas las prendas, envueltas en bolsas o bien, amarradas en los paquetes de decenas o centenas de camisetas, nuevamente supervisa que los paquetes estén completos. Mientras son dobladas y sacudidas las playeras para empaquetarlas, desde su lugar de trabajo, tiene que levantar la mirada varias veces para saber si se está haciendo bien o no. La persona que deshila y dobla, es observada constantemente por ella, pues, el doblar comprende la parte final de la maquila; si a la patrona no le parece cómo está quedando el doblado de las camisetas, se levanta de su lugar y le dice al o la dobladora, cómo se debe hacer.

En un taller, a quienes más se les reprende o corrige es a los adolescentes que doblan las playeras, también a las costureras jóvenes o que están iniciándose como trabajadoras. No así a los hombres, sobre todo de mayor edad, a quienes se les da un trato diferente que al de las mujeres, en el sentido que suelen tratarlos con mayor igualdad en las relaciones y con mayor respeto. Las

⁸⁷ No existe una edad específica para retirarse de la actividad maquilera. Lo que es muy probable es que se inicien como patronas de un taller cuando se forma la unión conyugal.

trabajadoras jóvenes, solteras o madres solteras, son más vigiladas por la patrona cuando se encuentra el marido o patrón laborando en el taller.

Cuando hay trabajadores nuevos hay que enseñarles y en eso se pierde tiempo, no todos aprenden igual, y algunos aunque ya conocen el trabajo, son muy, pero muy especiales que a propósito lo hacen mal, pero eso sí, yo les digo que si pierden tiempo no se les paga igual, y hacerlo mal es perder tiempo. En la maquila no se puede perder el tiempo, podrás perder cosas pero no el tiempo. (Información personal, Sra. Elia, maquilera; Santiago Cuauila, julio, 2003.)

En la maquilera o patrona recae la responsabilidad de la unidad productiva. Ella regula los conflictos que suelen suscitarse entre los trabajadores en el interior del taller a través de la conciliación. Existen otras maquileras que no les interesa y sólo tratan que los problemas no trasciendan. Los hombres maquileros participan en la resolución de los conflictos en casos extremos, esto es, cuando hace falta ejercer una mayor autoridad, como por ejemplo, en el caso que a algún trabajador se le sorprenda robando.

Los conflictos por robo, la mayoría de las veces se arreglan entre mujeres; es decir, entre patrona y trabajadora ó trabajador. Es la patrona la que habla y pregunta sobre lo ocurrido, si no se pueden resolver los problemas inmediatamente, se habla con los padres, o el esposo de la trabajadora si es que está casada, para advertir sobre el comportamiento, si es por robo debe regresar lo que se llevó, o bien pagar con dinero. Cuando los hombres cometen un robo, los manejos de los conflictos son parecidos, si no devuelve las prendas robadas el marido o patrón, interviene. Es aquí donde se presenta la dificultad de tener trabajadores de otras poblaciones que son desconocidos para los y las maquileras de Cuauila.

A continuación citaré las características generales de las mujeres maquileras o empresarias de microempresas de Santiago Cuauila:

- Combinan sus actividades domésticas con el taller, se autoexplotan.

- Desempeñan varias actividades (guisar, hacer compras, etc.) sin descuidar el negocio. Es importante recalcar en este punto, que si adquieren mayores posibilidades económicas y responsabilidades en la unidad productiva, las propietarias contratan personal doméstico.
- Supervisan constantemente a los trabajadores sin dejar de hacer sus labores correspondientes. Organizan “tandas” como una medida de ahorro para comprar máquinas o hacer mejoras para la casa.
- Son las que pagan semanalmente los salarios, y en ocasiones discuten con los trabajadores que se inconforman por la cantidad de dinero otorgado, papel que no siempre es permitido en los hombres, quienes consideran que las discusiones sólo les pertenece a las mujeres. Los hombres participan en casos extremos.
- Ejercen poder a través del esposo, al hacer sugerencias sobre los trabajadores, o bien, toman la decisión de cuándo aceptar más o menos camisetas para armar.
- Son las que determinan si tienen que contratar trabajadores a domicilio cuando hace falta, y además negocian con el trabajador (a) el precio por el pago a destajo.

Con estas características obtenidas a través de las encuestas y entrevistas, se observa la participación femenina que se ha desarrollado desde que las mujeres actúan como maquileras. El poder que tienen las mujeres no siempre es reconocido socialmente, porque es considerado natural: como parte de su condición de mujer. Algunas mujeres reconocen y valoran los esfuerzos que hacen para mantener el taller y valoran también que a los hombres muchas veces se les tiene que decir qué hacer, a manera de sugerencias, no de órdenes. Las mujeres no quieren restar importancia a la presencia masculina del marido o pareja, porque afecta al prestigio de ellas en un campo social donde interactúan como maquileras; no todas quieren tener un marido sujeto a sus órdenes, pero tampoco quieren la desobligación total del marido en torno a la administración y el cuidado del taller.

Para las mujeres de Cuauila la presencia masculina es la representación de la autoridad en un taller de la localidad como fuera de ella; el hombre o esposo es el que puede relacionarse de una manera más abierta con las demás personas, a diferencia de las mujeres, sobre todo en las negociaciones con los fabricantes.

Mira, es bien importante la presencia del marido, porque sin él sería difícil que nosotras solas lleváramos un taller, no pudiéramos (*sic*), porque para los hombres es más fácil salir que para nosotras las mujeres, no nos iban a querer dar playeras para maquilar, además tal vez algunos se quisieran pasar de listos con nosotras. Al igual que con los trabajadores, a quien más se le respeta es a los hombres, a quien más se les cree es a ellos, por eso es necesaria la presencia de un hombre. (Información personal, Sra. Irma, 35 años, Santiago Cuauila.)

Sin embargo, en los últimos años las maquileras se han percatado de la importancia de su trabajo en la maquila de ropa, y participan de manera abierta, en cuanto a tomar la decisión si se continúa o no trabajando para el mismo fabricante de ropa. Es difícil que se presente esta situación, pero se dan casos en que también las maquileras ponen sus condiciones. Otra decisión importante, en la que las mujeres tienen acceso es que pueden reprender al marido si aceptó telas cortadas en poliéster o, por no percatarse de que estaban mal cortadas. La característica de esta tela es que al unirse resbala, ellas prefieren las telas con algodón o menos resbalosas. Es en estos pequeños espacios de los campos de acción donde las maquileras ejercen sus decisiones.

Cuando una maquilera se queda viuda, casi siempre recibe apoyo de los parientes del marido en cuanto a las gestiones del taller; llevan y traen las telas cortadas de las fábricas; en torno a la educación de los hijos lo hacen por lo general los hermanos de la mujer viuda o madre soltera. Es hasta que sus hijos (hombres) crecen o llegan a la adolescencia cuando asumen el papel que realizaba el padre. Cuando no hay hijos varones las maquileras prefieren ser trabajadoras a domicilio, es decir, trabajan para otro taller, porque no siempre quieren enfrentarse solas con todo lo que implica el taller y la fábrica. Probablemente, existen excepciones.

En algunos casos en que la madre es soltera o no tiene pareja o es abandonada, suele buscar establecer amistad con algún propietario de un taller para obtener prendas para maquilar, en este sentido se asegura el empleo de la maquila y por otra parte la presencia masculina puede cubrir una parte afectiva como relación de pareja. Por ello las maquileras son cuidadosas del comportamiento del marido para no compartir los ingresos económicos con alguna otra mujer ni las relaciones afectivas.

La actividad maquilera es considerada por varias personas de Cuauila, como el inicio de una vida moderna en comparación con la artesanía de vidrio que requiere de mayor habilidad manual, visual. Existe preferencia en las mujeres de Cuauila por crear talleres de maquila implica mayor ingreso económico, aunque también un mayor esfuerzo físico, además, que ser maquilera le cambia el status social.

Las mujeres empresarias de microempresas aquí estudiadas son emprendedoras, en tanto que han asumido un conjunto de comportamientos que hacen posible el proceso de trabajo de maquila. Utilizan el medio y sus recursos para hacer exitoso su taller, no todas son innovadoras, en tanto que dependen en gran medida de las fábricas de ropa, pero sí han logrado mantener el equilibrio de una unidad productiva utilizando los medios que tienen a su alcance, sólo que desde los espacios domésticos como sus casas y están en una lucha constante con los hombres por mantener la propiedad de la unidad productiva; es decir, para abrirse espacios de poder y consolidar su participación. Las mujeres que se dedican a sus talleres y negocios en casa, suelen ser administradoras y emplean su propia lógica; desarrollan estrategias para mantener el control de su negocio y una previsión del futuro con las inversiones aunque mínimas en comparación con los empresarios de las grandes empresas. Están insertas en un conjunto de relaciones económicas, sociales y culturales. Ofrecen servicios como comunidad y no solamente de manera individual. Es decir, la localidad de Santiago Cuauila ofrece en conjunto sus servicios como maquileras y maquileros a los fabricantes o empresarios de la ropa. Este hecho es un fenómeno global.

Patrones, maquileros y microempresarios

Para estudiar a las maquileras considero necesario conocer la participación de los hombres en la maquila de ropa en un medio rural, como copropietarios y compañeros de las mujeres aquí estudiadas.

El papel de los patrones es considerado por algunas mujeres como el más importante dentro de la unidad productiva, porque son los encargados de garantizar el trabajo en los talleres como en la localidad. La importancia que han adquirido se debe a que son ellos los que llevan las telas cortadas

de la fábrica a la localidad, maquilan junto con las maquileras o la esposa, y regresan nuevamente las prendas a la fábrica. Son los encargados de las negociaciones con los empresarios dueños de las fábricas o talleres, lo que le da mayor relevancia al trabajo masculino.

El maquilero representa la autoridad máxima en la unidad productiva, es la persona que ordena lo que se debe hacer aunque mucho de su trabajo lo haga y lo piense la maquilera, el reconocimiento es para él; una vez que llega con las piezas de telas cortadas, baja los paquetes y los deposita en el taller. Consigue el transporte en caso de que no tengan un auto propio, o bien, para solucionar este problema tiene que acudir a la casa del amigo o compadre que tenga un automóvil y así, le pueda ayudar a transportar sus prendas a la fábrica o lugar donde debe entregarlas.

Es común que existan grupos de maquileros formados por amigos, primos, parientes que se organizan para hacer las entregas, porque no sólo facilitan el traslado, sino que también comparten parrandas y diversiones. En ocasiones al terminar sus actividades suelen irse de paseo a los bares, antros o algún centro de diversión de la ciudad o los que quedan de paso. En este sentido, es probable que las negociaciones se lleven a cabo en las parrandas, de esta manera establecen acuerdos entre hombres maquileros para encontrar un equilibrio en el precio de la maquila; es decir, intercambian información sobre las fábricas que dan prendas para maquilar, se transmiten información sobre los horarios para salir de la localidad y no ser asaltados. Las pláticas y las parrandas sirven también para comentar sobre los comportamientos de los trabajadores y trabajadoras, a quiénes se recomienda y a quiénes no. Es una manera de ventilar los conflictos evidentes entre los diversos maquileros.

Los patrones tienen el cargo de responsables de la unidad productiva, al igual que las mujeres, sólo que ellos por su condición masculina son más reconocidos que ellas. Los talleres no tienen nombres, se les conoce por el nombre de su propietario y no necesariamente por el de la propietaria. Cuando se separan los talleres, entonces se les reconoce por el nombre de ambos, por ejemplo, “voy a trabajar con Óscar y María”.

En el interior del taller, algunas veces, son los encargados de proporcionar las prendas a los trabajadores y de vigilar la producción, trabajo parecido al que realizan las maquileras. Cuando la patrona no se encuentra en el taller es él quien la suple. Los maquileros dan las instrucciones necesarias a los trabajadores; reparten las piezas a los costureros o les dicen dónde se encuentran para que las tomen y las armen; se encargan de ver que las máquinas tengan hilo del color de la tela y si se rompen las agujas o si ocurre alguna irregularidad en el funcionamiento de las máquinas son los encargados de arreglar los desperfectos⁸⁸

Los maquileros a diferencia de las mujeres se pueden ausentar del taller con más frecuencia, pero también asumen su papel de trabajador y tratan de maquilar la mayor cantidad de camisetas. Considero importante recalcar que los comportamientos tanto en hombres como mujeres varían, no siempre los hombres quieren trabajar tanto, y tampoco son tan atentos, algunas veces lo hacen mejor que en otros días, lo mismo que las mujeres.

Cuando un trabajador o trabajadora no asiste al taller el maquintero también puede suplirlos, permaneciendo en el taller el tiempo que sea necesario para concluir con la maquila de las camisetas. Esta participación activa puede ser permanente o relativa, es decir, momentánea. Los hombres, según la edad, en tanto que son propietarios tratan de maquilar más que las mujeres, porque se consideran más fuertes. Así mismo, los patrones dependiendo de la edad, suelen ser más callados que las mujeres durante el proceso de trabajo. Sin embargo, es más frecuente que un patrón invite a salir a una trabajadora, y ella acepte. Es aquí donde, las relaciones de poder entre los géneros se vuelven frágiles para la dinámica del taller, es decir, se puede terminar la pequeña empresa.

Las empresas micro y pequeñas, así como los negocios a pequeña escala no son necesariamente administrados sólo por mujeres, pero es posible resaltar que algunos negocios y pequeñas unidades productivas que se han reproducido en México se vuelven encuentran bajo una lógica basada en la estructura familiar.

⁸⁸ El propietario del taller procura solucionar cualquier problema técnico que se presente, si no puede llama alguna persona especializada para que repare los desperfectos. Esto último se evita en la medida de lo posible, dado que genera gastos y merma las ganancias, de ahí que los propietarios desarrollan una serie de actividades y conocimientos para suplir la contratación de personal.

Madre, padre y patrón

En las unidades productivas aquí estudiadas, se presenta una serie de manifestaciones culturales en el nivel de las relaciones internas de trabajo. En su estrato más pequeño, se estrechan más las relaciones de parentesco al alargar por más tiempo el contacto entre los parientes del grupo doméstico. También se prolongan los papeles asumidos por cada miembro con anterioridad; se refuerzan o se redefinen las relaciones de autoridad (Alva V. y Dirk, 1995: 113). A menudo se identifican en una misma persona los atributos de padre y patrón, al igual que madre y a la vez “jefa” y “patrona” del taller, en ocasiones también surgen conflictos entre ellos. Aunque se considera que la micro industria se basa en el trabajo familiar, no siempre es así; existen particularidades. Algunas veces los hijos se convierten en la fuerza de trabajo “alternativa”, es decir, sólo participan en la maquila cuando se requiere de ellos, por ejemplo, suele suceder cuando la fecha de entrega de las playeras se aproxima y el trabajo es lento. Aunque un hijo no quiera participar en la maquila el padre o la madre tienen autoridad para hacerlo trabajar.

El caso de las mujeres es distinto, ellas tienen la responsabilidad de trabajar aunque asistan a la escuela. Suele haber madres flexibles que no les impongan el trabajo de la maquila. Sin embargo, existe una constante insistencia para que las hijas participen en el taller, y asuman el rol de aprendiz de un oficio. Así, en el interior de la microindustria se refuerzan los papeles de autoridad que existe dentro de la familia: el padre es la autoridad de la casa como de los talleres, la madre es la administradora de la casa, además del taller; no descuida las labores domésticas, se ocupa de que tanto los hijos como el esposo cumplan con sus obligaciones.

Se ha visto que en los talleres, tanto los patrones como los trabajadores se organizan para desempeñar sus labores y los propietarios hacen un uso estratégico de la fuerza de trabajo y de sus conocimientos para crear sus propias formas de administración. Sin embargo, existen otros factores que caracterizan a estas unidades productivas que van más allá de las relaciones laborales rígidas, uno de ellos es la confianza la confianza.

La participación de los niños y niñas en la maquila

La Organización Internacional del Trabajo, define al trabajo infantil como la actividad asalariada desarrollada hasta la edad de 18 años. Pero según la exigencia, la prohibición general de trabajo rige sólo para los niños de hasta 13 años, o bien hasta completar la educación obligatoria. Los niños pueden ser empleados en trabajos “livianos”, de manera que no se vea afectada su formación. Antes de alcanzarse los 18 años, rigen normas estrictas en relación con el horario y las condiciones laborales: por ejemplo el trabajo nocturno está prohibido⁸⁹ Quiroz (1998), observó en un estudio hecho sobre la obtención de la sal en el estado de Guerrero, que existe una división básica del trabajo que tiene que ver con la edad, “ el uso de la fuerza de trabajo de niños y niñas hace que se conviertan en cierta manera, en adultos. Estas experiencias los hacen responsables de diversas tareas, además de poder decidir sobre su trabajo”. (p.141).

Las niñas y los niños forman parte de la fuerza de trabajo que se emplea en los talleres, desempeñan un papel específico en la maquila, se les contrata porque son necesarios para sustituir la ausencia de algún trabajador, también son enviados a trabajar en los talleres para aprender un oficio y obtener ingresos para complementar la economía de la unidad doméstica. Los niños pueden emplearse en un taller a partir de los diez años, cuando realizan alguna tarea específica, como “doblar” y “deshebrar”, porque son las partes más sencillas de la maquila de ropa, o bien para hacer el aseo. Para los fines de este trabajo, ubico dos grupos de niños, los que son hijos de los patrones y los que no lo son;⁹⁰ las perspectivas de cada uno de los grupos varían.

Los hijos de los patrones desean continuar estudiando y mejorar su calidad de vida, sólo “ayudan” con la maquila de ropa cuando se requiere su fuerza de trabajo; esto es, cuando no están otros trabajadores o niños que “doblen” las prendas y las acomoden por paquetes. Sin embargo, las

⁸⁹ Información : <http://www.ilo.org>, consultado en mayo de 2002

⁹⁰ Generalmente los niños que se emplean en un taller son los hijos de los costureros, es decir, de los trabajadores. Una vez que salen de la escuela se van al taller y así no sólo trabajan sino también, son vigilados por sus padres,. Las tareas escolares se postergan para la noche.

hijas de los patrones participan más que los hombres en la ayuda con el taller, se considera que los hombres tienen otras cosas que hacer como salir con amigos, y hacer sus tareas escolares, mientras que ellas aunque tengan que hacer sus tareas deben cumplir con la ayuda en el taller, siempre y cuando no haya otro trabajador.

Las maquileras entrevistadas se mostraron preocupadas porque no quieren que sus hijos se dediquen a la misma actividad que ellos, consideran que la maquila de ropa es absorbente y no es un trabajo “seguro”. Sin embargo, algunos niños y niñas mostraron el deseo de tener un taller propio, aunque sigan estudiando una carrera universitaria al igual que algunos estudiantes con quienes sostuve pláticas.

Yo no quiero ser maquilera, pero así como están las cosas... con eso de que no hay empleo, pues tal vez, cuando termine mi carrera de Nutrición, y si no tengo trabajo, pues, tengo que entrarle al taller de mi mamá o mi papá, porque cada quien tiene el suyo. (Información personal. Amanda, 20 años de edad, Santiago Cuauila, enero 2004)

La maquila o el taller puede ser una alternativa para asegurar el trabajo de los hijos en el futuro. El taller maquilador es visto como una empresa que se hereda una vez que los padres tengan que ser sustituidos o bien que no puedan trabajar. Las máquinas son una inversión, a la vez son medidas previsoras ante circunstancias difíciles. Por su parte, los hijos de los trabajadores son marcados no sólo por el trabajo que desempeñan en el taller, sino por las mismas expectativas que tienen de conseguir un empleo y formar un taller cuando sean adultos.

El trabajo que desempeñan algunos de los niños mayores de seis años que son hijos de trabajadores o que no son hijos de patrones, es variable: algunos se emplean en los talleres, principalmente como “dobladores”, porque es una de las actividades que requieren de menor esfuerzo físico y no tienen contacto con máquina alguna; sólo emplean sus manos para realizar su trabajo. Los niños también son empleados para darles de comer a los animales domésticos y lavar los corrales, son a los que menos se les paga. En un taller pueden estar trabajando dos o más niños para realizar las actividades que se han señalado. Sin embargo, los niños hijos de los trabajadores

también consideran que cuando sean mayores se dedicarán a la maquila de ropa, por lo que, asistir a un taller no sólo implica recibir un salario, sino más bien es una manera de aprender un oficio que seguramente será su empleo a futuro. Las hijas de las trabajadoras, se emplean desde la edad de ocho a diez años en los talleres, generalmente, el horario de trabajo inicia después de salir de la escuela.

Entre las cosas malas que observamos de la maquila es que ahora los niños ya no quieren estudiar, sólo quieren dedicarse a trabajar, porque creen que un día tendrán un taller, puede ser que sí, pero no debe ser porque ellos deberían buscar otras maneras de vivir, la maquila deja un poco, pero la verdad es muy matada. Sólo terminan la primaria y enseguida buscan trabajo en un taller: (información personal, sra. Laura, 39 años de edad; Santiago Cuauila.)

En resumen, podemos decir que los hijos de los propietarios tienen otra visión de la maquila de ropa; no todos desean dedicarse a esta actividad cuando sean mayores, sino que es una alternativa de trabajo; mientras que para los niños hijos de trabajadores o los niños que no son hijos de propietarios y se emplean en los talleres, la maquila es la opción para su futuro, se encuentran educados de tal manera que forma parte de su vida y aspiran tener un taller propio.

Los ancianos y ancianas

Los ancianos tanto hombres como mujeres representan la parte de la sociedad que ya no labora como lo hacían en tiempos de juventud, no existe una edad para designar a alguien como un anciano, pero se da un reconocimiento a aquellas personas como los abuelos, padres, madres, esposas que ya no pueden valerse por sí mismos o que no aportan económicamente, sino que están de forma permanente en casa.

Las ancianas también contribuyen con su presencia en el taller, las ancianas que se quedan en casa son las vigilantes del taller. La maquila de ropa incluye a personas de distintas edades y sexos, los ancianos no son la excepción, siempre y cuando se encuentren bien de sus facultades mentales. Ellos, como los niños, pueden doblar playeras, pegar botones, sacudir las playeras para acomodarlas

y formar los paquetes; desempeñan tareas de vigilantes cuando los propietarios salen o no se encuentran en el taller.

Su trabajo es considerado como una “ayuda” en temporadas de excesivo trabajo; generalmente quienes realizan esta labor son los padres de los propietarios, mientras que los que no tienen hijos maquileros suelen dedicarse a una actividad distinta, como quedarse en casa o poner un pequeño negocio de venta de refrescos. Por lo general los ancianos hombres se dedican a desgranar la mazorca o estar en casa, son los más renuentes al trabajo de la maquila, porque para algunos todavía es un trabajo “exclusivamente femenino”.

La confianza

Ante la carencia de contratos de trabajo escritos, la relación entre los empresarios (fabricantes) y los y las maquileras se sustenta en la “confianza”, que es la principal garantía con que cuentan ambos. Se da en distintos niveles: entre los fabricantes y los maquileros dueños de los talleres, entre los dueños de los talleres y los trabajadores a domicilio, entre las maquileras y sus trabajadores.

Se entiende por confianza la esperanza y seguridad que puedan tener ambas partes en el cumplimiento de lo acordado; es uno de los puntos mediadores tanto entre los patrones o encargados de las prendas y los trabajadores domiciliarios, como también entre los dueños de las fábricas. La confianza es un mecanismo de reducción de la complejidad social, porque sintetiza las relaciones entre las negociaciones, dado que no siempre se puede ver quién está detrás de ellas, en este sentido la fiabilidad (confianza) se basa también en el riesgo en las que las personas puedan perder (Guiddens; 2001: 40). Indiscutiblemente dentro de la informalidad que implican estas relaciones empresariales está implícito el riesgo de perder las prendas una vez confeccionadas, por asaltos, accidentes o por cualquier otra razón.

La lógica del funcionamiento de la unidad productiva en Cuauila, y ante la ausencia de la legalidad, la confianza se establece principalmente en dos niveles; primero entre los fabricantes y los maquileros; en segundo lugar entre los patronas o patrones o propietarios de un taller y los

trabajadores; es el compromiso que hace posible el otorgamiento de piezas para maquilar. La confianza radica en el cumplimiento de los acuerdos verbales, donde se comprometen los patrones, las costureras o costureros a entregar las prendas en la fecha y hora fijadas. Los principios de confianza que establecen los propietarios de las fábricas son en primer lugar la puntualidad con que se hacen las entregas de las prendas, y en segundo lugar, la calidad que éstas tengan en los acabados (Véase Cap. IV).

Aquí se muestra la importancia que tiene la puntualidad de los costureros (trabajadores) para con los dueños de los talleres. Si no existe puntualidad y compromiso de parte del costurero o trabajador para asistir al taller cotidianamente, el taller se desestabiliza y por tanto, no cumplirá la maquilera con el número de prendas solicitadas, lo que repercutirá de manera drástica en el pago por la maquila.

La puntualidad, además de ser uno de los factores determinantes para el pago, tiene otras implicaciones como la continuidad y estabilidad de un taller. La impuntualidad de los trabajadores hace que disminuya la cantidad de prendas confeccionadas y así los pagos se retrasan; ante esta situación el taller puede dejar de funcionar por la falta de pagos y los otros costureros que sí cumplen con su trabajo buscarán inmediatamente un lugar dónde trabajar ante la ausencia de camisetas para maquilar. Asimismo, la puntualidad es un mecanismo que utiliza el costurero para asegurar el empleo porque es una manera de demostrar su interés.

Existe una relación desigual acerca de la puntualidad entre los costureros y los dueños de los talleres, y entre estos últimos con los dueños de las fábricas, dado que si la impuntualidad se da con los dueños de las fábricas esto trae graves consecuencias porque no les otorgarán más playeras para maquilar y se paraliza inmediatamente un taller, o bien, puede servir como pretexto para retrasar los pagos por la maquila, y así nadie cobra su salario.

Como se mencionó, en los talleres se maquilan entre 1 000 a 6 000 o más playeras semanales; la cantidad varía dependiendo de la temporada. Para que un taller de once personas pueda cumplir con sus pedidos se requiere de un trabajo intenso de 10 horas diarias en forma

continua, por lo que no se puede retrasar el trabajo, pues, inmediatamente se postergaría la fecha de entrega y, por supuesto, no se les pagaría en la fecha acordada, o se les pagaría a un precio menor la cantidad de playeras maquiladas, aun con el riesgo de quitarles la concesión de playeras.

Ante la carencia de contratos ocurren una serie de irregularidades, por ejemplo que los dueños de las fábricas sí pueden ser impuntuales en los pagos, aunque las playeras sean entregadas en el lugar, hora y fecha acordadas.

No me gusta cuando me quedan a deber porque, ¿con qué pago en el pueblo a mis trabajadores?, pero prefiero que me digan que me deben y me den más playeras, a que ya no quieran que les maquile, porque entonces, nos quedamos todos los de mi taller sin trabajo. (Sr. Francisco, información personal, edad 50 años; Santiago Cuauila.)

Los maquileros se resignan a que no les paguen en forma inmediata los dueños de las fábricas, pero prefieren asegurar los pedidos de playeras porque es la forma de darle continuidad al taller; es aquí donde los ahorros hechos a través de las tandas suelen servir, pues de éstas se valen los maquileros para pagar a sus trabajadores, y para asegurar la fuerza de trabajo contratada, es decir, para que no busquen emplearse en otro taller. Cuando el dueño de la fábrica a la que le entregaron las prendas no les da nuevamente piezas, entonces los maquileros se van a otras fábricas en busca de prendas, hasta que encuentren otros propietarios que quieran contratarlos.

Algunas veces van en forma individual y otras se acompañan de personas que también buscan trabajo, principalmente de amigos o personas que pertenecen a su misma red de amistades.

La desaparición de la maquila: ¿estrategia para aumentar la productividad?

Con la devaluación del peso mexicano que se dio en 1994, los fabricantes de prendas de vestir dejaron de producir temporalmente, esto ocasionó que los maquileros se quedaran prácticamente sin trabajo. A fines de 1995 y principios de 1996 fue cuando resurgió la actividad y la contratación de

los maquileros por parte de los dueños de las fábricas, pero este fenómeno dejó una rivalidad y competencia entre talleres aún mayor de la que ya existía.

La idea de que la maquila desaparecerá obedece en parte, a la continua queja de los fabricantes de la situación económica del país, pues, señalan que la industria del vestido "no es redituable", con manera de pensar no coinciden los maquileros, ellos han visto el crecimiento acelerado que tiene este tipo de industria; por otra parte, lo que sí creen es que a medida que se extienda más el sistema de maquila en México, la competencia aumentará no sólo a un nivel local sino nacional, y por tanto la maquila dejará de ser redituable para ellos porque se mantendrán los mismos pagos por la maquila.

Este temor generalizado hace a los maquileros ser puntuales en las entregas, y en la confección de las prendas, y que contengan calidad; mientras que en la localidad, los trabajadores que tienen mayor antigüedad en los talleres procuran cumplir con sus actividades en los horarios que los patrones señalan para que no se les despida, ya se ha señalado, que para los trabajadores locales no representa un problema el despido por la demanda de fuerza de trabajo. Pero ante la amenaza de la desaparición de la maquila todos pueden ser desempleados. Los fabricantes de ropa utilizan el discurso de la desaparición como un mecanismo de presión para mantener el pago por la maquila al nivel más bajo. Por ello, las maquileras de Cuauila están buscando ser productoras directas. Sin embargo, reproducen la verticalidad con los trabajadores y les dicen lo mismo que la maquila va a desaparecer y mientras desaparece o no, ellos cada vez producen más camisetas, es decir, son productivos, aumentan la producción casi con los mismo costos. A los patrones les queda un margen de ganancia que les permite invertir en su medio, en propiedades y maquinaria, aunque a una escala mínima hay inversión.

Existen datos que dan cuenta de la existencia de camisetas a precios sumamente bajos y que entran de contrabando⁹¹ al País, lo que provoca que las camisetas mexicanas sean más caras en comparación con las hechas en Corea o en China. Varios empresarios prefieren cerrar sus negocios.

⁹¹ Introducción o exportación de productos sin pagar los derechos de aduana a los que están sometidos legalmente. No hay datos exactos en México que muestren que son ropas de contrabando, más bien, es importante recalcar que la

Las formas "flexibles" con que operan los talleres de Santiago Cuauila, tanto de pagos como de contratación de trabajadores, permite a los y las maquileras aumentar su capacidad de producción para aprovechar al máximo las épocas de mayor demanda de playeras. El carácter de las relaciones laborales, sin ningún mecanismo que implique las obligaciones legales, les da una mayor libertad para utilizar a los trabajadores sólo cuando lo requieran el patrón. Sin embargo, con el aumento de talleres en la localidad la fuerza de trabajo ha escaseado y por tanto, las maquileras prefieren mantener a sus trabajadores hombres y mujeres, porque si los despiden es difícil conseguir fuerza trabajo.

Los costureros deben quedarse a concluir el trabajo sin importar el horario, tampoco deben rechazar el trabajo cuando se lo pidan sus patronos, para evitar fricciones.

Yo le tengo confianza a los costureros que no me dejan solo con el trabajo, especialmente, cuando hay prisa por entregar las playeras, se quedan a trabajar hasta tarde, en ellos si confío, porque el trabajo de la maquila es variable, a veces hay mucho trabajo, a veces no hay, a veces nos atrasamos, por eso hay que estar preparados para todo y tener a la gente que nos va responder” (Sr. Oscar, información personal, Santiago Cuauila, 2003.)

No obstante, la confianza como la desconfianza siempre están presentes en los talleres de Cuauila, se mencionó que los patronos no quieren que los demás se enteren de las fábricas que les otorgan prendas para maquilar para evitar que sigan surgiendo más talleres. Sin embargo, los trabajadores no pueden mantenerse ajenos a la información de dicho lugar. En algunas ocasiones el trabajador se convierte en el amigo del patrón, puede ser su confidente, o la persona con quien sale a divertirse; en otras, el trabajador acompaña al patrón a entregar las prendas a la fábrica, por tanto, no es tan difícil ocultar la información. Los patronos tanto hombres como mujeres, evitan en la medida de lo posible la proximidad con los trabajadores, cuando se trata de tener acceso a información confidencial, saben que el trabajador está buscando la oportunidad para establecer un taller propio.

tela de camiseta es económica y barata para el productor. La tela se vende por toneladas y de una tonelada de tela se pueden obtener millares de camisetas, además la maquila o armado abarata el proceso.

Los niveles de confianza entre los maquileros rurales y sus trabajadores, son diferentes en comparación con los propietarios de las fábricas, con los primeros la confianza se expresa en el trato entre personas que son de la misma comunidad, comparten problemas sociales comunes, y concepciones sobre los partidos políticos; tienen una convivencia más estrecha. Tanto los patrones como los trabajadores participan en los tequios y en la organización de las fiestas; mientras que con los segundos la confianza varía porque los fabricantes son personas totalmente ajenas a las tradiciones de los maquileros, su relación es únicamente laboral. La confianza se expresa a medida que existe una conexión a través de la entrega puntual de la prendas, es decir; de la repetición del acto; además se refuerza con los años que llevan trabajando para un solo empresario.

A los que les entregamos las playeras (empresarios) luego son unos de lo peor, cuidadito les falte una prenda porque te lo cobran y quieren que sea con el precio que ellos lo venden en las tiendas. No nos dan aguinaldos o un mejor trato, luego parece que nos hacen un favor, casi siempre cuando vamos a entregar las playeras o camisetas nos reciben por una puerta chiquitita, no sabemos si hay una fábrica a dentro o que... reciben, nos pagan, a veces nos dan más para maquilar y si no hay comenzamos a buscarle por otro lado. Esos señores (empresarios) sólo piensan en hacerse ricos: (información personal, sr. Carlos, Santiago Cuauila Tlaxcala, 2003.)

La diferencia de esta desigualdad de confianza radica, en que en la comunidad todos los habitantes se conocen o, si no, se asocian por el apellido o apodo, lo que facilita las reclamaciones en caso de alguna irregularidad como robo. Mientras, que con los fabricantes sólo conocen la ubicación de la fábrica y no siempre se encuentran seguros de que una vez que se les entregue el trabajo se les pague, o bien, que los cheques que les entregan por su trabajo sean cobrables inmediatamente. Una de las estrategias que aplican los empresarios para con los maquileros es que postergan los pagos con cheques posfechados. Por otra parte, la actitud del empresario hacia las maquileras, varía porque a ellos no les interesa tratar con mujeres. La actitud que asumen los empresarios de las fabricas o sus ayudantes, para con los maquileros es casi siempre despótica y autoritaria.

Algunos (empresarios), si son buenas gentes hasta platicamos y luego los invitamos a que vengan a Cuauila a comer elotes y quesadillas de flor de calabaza, llegan con sus familias y son buenas gentes... son muy pocos”. (Información personal, sr. Omar, maquilero, Santiago Cuauila, Tlaxcala, 2003.)

En el nivel de confianza maquilero-trabajador, la confianza se asocia con la lealtad, es decir, con la fidelidad que un trabajador le tenga a su “patrón” o “patrona” propietario del taller, lo que no se adquiere fácilmente, sino a través de la constancia en el trabajo, la convivencia social, sobre todo cuando se trata de un trabajador que no es pariente.

Cuando un trabajador o trabajadora es pariente no se requiere poner a prueba su confianza, sino más bien se le brindan todas las facilidades para que trabaje en un taller; no obstante, se le limita la información sobre las fábricas que otorgan prendas para maquilar.

Los costureros o empleados de los talleres, también, consideran que es importante comenzar a trabajar en el taller de un pariente, porque se cree que el maquilero podrá pagarle una cantidad mayor en dinero, que si trabaja con otra persona que no es su pariente o familiar, o bien, si existe un taller en su casa prefieren trabajar en él; con el hermano, primo o tío. Aunque en ocasiones esto no siempre garantiza un mejor trato y es probable que las relaciones terminen rotas.

Las personas de Cuauila tienen una manera peculiar de mirar el empleo con relación a los parientes, si el pago no es como lo esperaban, lo consideran como una ayuda, por aceptarlo en el taller mientras se aprende el manejo de alguna máquina; una vez obtenido el conocimiento se trasladan a otro, es cuando se rompen las relaciones entre parientes.

La ayuda se interpreta de dos maneras: primero, como relación entre parientes se cree que es una obligación ayudar y, en segundo lugar el conocimiento adquirido le sirve a los costureros para establecer su taller en un futuro no muy lejano o emplearse en otro, es decir, la ayuda se interpreta

como una iniciación al conocimiento de un oficio. Los trabajadores manifiestan su inconformidad, dejando de laborar en un taller cuando más se le necesita.

Limitaciones en el crecimiento y expansión de las unidades productivas

Las empresarias de microempresas de Cuauila se enfrentan con límites y obstáculos para el crecimiento de su negocio, así como para el manejo independiente que ellas hagan con su unidad productiva. Los propósitos de las mujeres empresarias de microempresas son: el crecimiento de su empresa, hacer inversiones en máquinas, tener una marca propia de ropa y mantener una familia junto con una relación de pareja. Las maquileras que tienen tierras aunque cuenten con una hectárea desean rentarla y hacerla productiva, para tener un ingreso económico aparte de los ingresos que genera el taller, de este mismo modo involucran a sus cónyuges para que sean partícipes de sus propósitos. Los cónyuges también participan invirtiendo en la compra y venta de animales y del cuidado de la renta de sus tierras.

Los obstáculos para el crecimiento de la unidad productiva son las dificultades para el acceso directo al mercado, falta de capital para realizar inversiones en maquinaria y tecnología de punta, así como, la multiplicidad de ocupaciones les impiden crear una organización del trabajo que les permita deslindarse de responsabilidades del taller para incursionar en las innovaciones tecnológicas. Si se expandieran romperían con lo establecido en la Ley Federal del Trabajo del modelo de industria familiar o doméstica. Por tales razones, se da un modelo atomizado en la producción maquilera que es diferente a la fábrica. En los espacios fabriles se concentra la maquinaria, herramienta e instalaciones necesarias para la fabricación de ciertos objetos; son espacios designados y reconocidos socialmente para la producción y transformación de un producto. Mientras que, en las unidades productivas, los espacios donde se encuentran las máquinas de coser algunas veces son ocupados para cuestiones domésticas. Es importante recalcar que algunas empresas grandes o pequeñas, se llaman industrias familiares cuando tienen un capital en común, y el modelo de industria y empresa de Cuauila es de tipo familiar por las características que posee, además que así se les designa en la Ley Federal del Trabajo. El término familiar suele confundir a cualquiera que piense que una empresa familiar es pequeña o

necesariamente micro. En las empresas familiares no siempre trabajan parientes consanguíneos, no todos los puestos son cubiertos con parientes. Los propietarios y fundadores, así como sus hijos participan en ella pero necesitan de la contratación de trabajadores.

Los obstáculos para el manejo independiente de la unidad productiva en Cuauila, radican en las características de empresa que estas unidades poseen. Existen factores determinantes que inciden en el manejo y control de la empresa, como la competencia local, la discrecionalidad en el manejo de la información sobre las fábricas dónde se obtienen las telas cortadas o bien, donde entregar las camisetas para aquellas que son productoras independientes, y la condición de género en torno al deber ser mujer asociado con la permanencia en la casa. Lo ideal es el mejoramiento económico y mantener la unidad familiar. Sin embargo, por lo expuesto en este trabajo, es necesario que haya voluntad en la pareja para mantener la unidad familiar, pues la maquila es absorbente y extenuante; además como se mencionó dada la construcción social y cultural, así como las relaciones de género, los hombres tienen más posibilidades de ausentarse de los talleres que las mujeres, en quienes recae la responsabilidad de la producción.

Como se advierte, son pocas las posibilidades competitivas de las empresarias de microempresas frente al conjunto empresarial de la economía formal. Sin embargo, es interesante estudiar los grandes esfuerzos que hacen estas mujeres y hombres desde sus espacios para mantener y hacer crecer su empresa, es donde radica el carácter empresarial. Su futuro es difícil de vislumbrar porque los microempresarios constituyen un grupo de trabajadores muy heterogéneo, no trascienden de ser considerados microempresarios y son absorbidos por grandes cadenas productivas de ropa. Muchos consiguen mantener sus pequeñas empresas e incluso crecer e ir consolidándose en el mediano a largo plazo, otros que no son pocos, apenas subsisten sin lograr crecer. Se requiere ser portador de una mentalidad adscrita al sistema capitalista que le permita a la empresaria mantener la competitividad y el nivel de ventas requerido para existir como empresa, es necesario tener astucia, ideas y el gusto para hacerlo. Si bien se encuentra en algunas mujeres el gusto por hacer crecer su empresa, también las ideas patriarcales las limitan para seguir expandiéndose, pues, varias de ellas no quieren tomar decisiones sobre el futuro de su empresa que implique un riesgo, como comprometerse con créditos y promociones de sus

prendas en otros ámbitos; sin la previa aprobación de la pareja porque rompería con los esquemas locales de lo que debe ser una mujer o un hombre. Algunas parejas o los hombres también desean la expansión de sus empresas. Sin embargo, no es tan sencillo, porque los maquileros tienen desventajas históricas como por ejemplo, sus orígenes campesinos e indígenas frente a los grandes empresarios de la ropa que acaparan los mercados nacionales, tratando siempre de mantenerlos como maquileros y no como productores directos. Los empresarios judíos, españoles, mexicanos y últimamente coreanos, limitan e impiden su éxito empresarial en el mercado nacional al tratar de mantener la subcontratación de la subcontratación, es decir, se establecen cadenas productivas de la ropa, utilizando recursos de afuera de su empresa y ellos son los maquileros. Las empresarias que aquí se han estudiado se encuentran en una etapa de la empresa, en que no se conforman en grupos o en una Sociedad Anónima que les permita el ingreso al mercado nacional e internacional de manera independiente, con una marca propia y así lograr ser exitosos y reconocidos como lo han hecho algunas empresas de la ropa con reconocimiento mundial.

CAPÍTULO VI

Estrategias empresariales

El matrimonio o unión conyugal: una estrategia empresarial

En el capítulo anterior se mostró la participación de los sujetos sociales en la maquila de ropa y la manera en que operan las relaciones jerárquicas para la continuidad de un taller. El presente capítulo tiene como objeto mostrar la importancia del matrimonio y la unión conyugal para la formación de microempresas en Santiago Cuauila.

Desde que llegué a Santiago Cuauila observé que las maquileras gozaban de un prestigio social que no tenían las demás mujeres. El prestigio social lo adquirían a través de ser propietarias de un taller de maquila de ropa, pero también me percaté de que quienes gozaban de mayor reconocimiento eran las mujeres casadas o unidas conyugalmente. ¿En qué radica la importancia de la unión conyugal para que a las mujeres que se desempeñaban como propietarias de talleres de maquila de ropa se les otorgue cierto prestigio social?

La mayoría de las maquileras al casarse o unirse contraen responsabilidades que no tienen las mujeres solteras. En primer lugar las mujeres al casarse adquieren una residencia virilocal, es decir, su nueva residencia es la casa del marido; tal situación las condiciona a tener ciertos comportamientos para con los demás allegados de la casa. Este hecho le da el reconocimiento social de estar unida a un hombre.⁹² En segundo lugar, con la unión conyugal se establecen las responsabilidades sociales que no se tienen cuando se es soltero o soltera, pues, se pagan los impuestos y cooperaciones correspondientes para las fiestas patronales. En el caso de los hombres, al contraer matrimonio o unirse puede participar como mayordomos, siempre y cuando tengan un empleo y la mayoría de edad.

⁹² En algunos casos, después de un tiempo de convivencia marital, si la mujer es rechazada por la pareja puede salirse de la casa de él y con ello se anula la unión. Pero existen otros casos, en que las mujeres no se quieren salir de la casa de la pareja porque se pierde la relación y quedan totalmente desprotegidas económicamente.

Las mujeres al tener un ingreso económico, por pequeño que sea, les proporcionan la posibilidad de ahorrar o tener acceso al consumo de lo que prefieran.⁹³ El salario del hombre sirve para la manutención de la pareja, y en algunos casos también de la suegra, de ahí que algunas mujeres puedan ahorrar para más tarde invertir.

Entonces, el ahorro femenino se designa para hacer mejoras a la casa, en caso de que los suegros les den una pequeña porción de tierra o espacio en la misma casa y algunas parejas autoconstruyan⁹⁴ un cuarto para vivir de manera independiente. Es cuando las mujeres muestran su habilidad como “buenas mujeres”, es decir, ahorradoras, trabajadoras, cumplidas y que se tienen que ganar al marido.⁹⁵

Una vez que acumulan la cantidad de dinero suficiente para comprar máquinas o bien para comprar los insumos necesarios para armar su taller de ojos de vidrio, pueden independizarse y de esta manera pasan a conformar las redes familiares de maquileros o de los artesanos.

Con el pasar del tiempo, el taller se consolida y también la relación. Es difícil que después de varios años de casados o unidos y con inversiones hechas en máquinas, alguno de los dos quiera dejar de lado sus propiedades; por ello, las mujeres que se juntan con algún hombre, y una vez que llegan a la casa de la pareja de los suegros no quieren salirse porque implica renunciar a los bienes materiales como la herencia de una porción de tierra o espacio dentro de la casa; el reconocimiento de los hijos y por supuesto la manutención, además, las que tienen máquinas adquiridas en común no quieren renunciar a sus inversiones. Hay otras mujeres que logran la separación de su pareja e inician sus propios negocios, aún que se salgan de los patrones socialmente establecidos.

⁹³ Puede ser ropa, alimentos, también puede ser para el ahorro individual, o para prever la inversión de una máquina, material de trabajo como vidrio, o bien invertir en la crianza de animales como conejos y gallos.

⁹⁴ La autoconstrucción está asociada con las relaciones de amistad y parentesco; por ejemplo, un hermano o pariente del hombre puede ayudar con tequio en la construcción del cuarto de su hermano, lo que se convierte en un favor que más tarde se devuelve o será pagado de la misma manera o de alguna otra que ellos acuerden.

⁹⁵ Esta apreciación es frecuente en el discurso de las mujeres maquileras, pero sobre todo de las suegras.

Las dos formas de producción que aquí se analizan: la artesanal y la maquila de ropa, parten de la organización de la pareja, y está asociada con el matrimonio o con la unión reconocida socialmente. Si bien la familia es la forma principal de la organización social, el matrimonio o unión conyugal es el principio de esta forma de organización, es parte de los rituales de iniciación a una nueva vida. Con el matrimonio se establecen alianzas de grupos a partir de la unión de dos individuos. En el matrimonio no sólo el individuo como tal se une, sino también los grupos de familiares de cada uno de ellos. También con el matrimonio se refuerza el poder de los grupos de cada uno de los contrayentes y se exhibe el prestigio de los familiares frente a todo el grupo social al que pertenecen. Pensar en el matrimonio va más allá de cualquier simple posición reduccionista de que sólo obedece a una nueva vida, va desde la elección de la pareja hasta la conformación del capital que surge de dicha unión y el capital social que posean las familias de los contrayentes.

El matrimonio como institución social lleva a entender la regulación de los sexos y su papel como reproductor de la sociedad; además permite ver cómo se han combinado las costumbres derivadas de esa institución (que obedecen a una cultura occidental) con otras formas, y que han conformado un modelo mesoamericano; es decir, que ha habido una permanencia en la forma de organización familiar antigua que subsiste hasta el momento (D'Aubeterre, 2000).

Es probable que las alianzas matrimoniales en México como en otras partes del mundo, hayan variado en cuanto a las edades al casarse (Quilodrán, 2001), pero las uniones y los rituales matrimoniales siguen teniendo importancia en diversos contextos. Las costumbres relacionadas con el matrimonio en la cultura occidental, obedecen en gran medida a las normas del modelo cristiano; las relaciones de parentesco que se derivan de las uniones matrimoniales adquieren dimensiones complejas cuando se observan a través de campos específicos como el de Santiago Cuauila. Sin duda que las formas matrimoniales anteriores no desaparecieron del todo sino que permanecieron y aún subyacen, como lo podemos ver en el caso de Santiago Cuauila, donde la unión libre basta ser reconocida socialmente y después se pueden llevar a cabo los rituales del matrimonio civil, religioso y las bendiciones.

Parte de las tradiciones y costumbres de México han sido los rituales matrimoniales, los que indiscutiblemente se han visto afectados ante la carencia de empleos y recursos para efectuarlos. Probablemente, en el sentido que llevan los cambios en cuanto a matrimonios, muchas parejas prefieran formalizar su relación como “unión libre”, que contraer matrimonio a través de los rituales occidentalizados como es el matrimonio civil y el religioso. O bien otras parejas prefieren sólo contraer nupcias a partir de la formalización de la unión reconocida por el Estado que es el matrimonio civil, sin mayor celebración de ningún tipo de ritual. En suma, el matrimonio va más allá de la unión de dos personas, a través de dicha institución se expresan alianzas que fortalecen el poder de ambos grupos de parientes, por ello coincido con Polanyi,⁹⁶ cuando habla de que las instituciones matrimoniales como el amor, son también económicas en tanto que están insertas en lo social.

La realización de los rituales del matrimonio lleva a la participación de padrinos y madrinas, dicho padrinzago refuerza lazos de alianza entre los parientes de los contrayentes. El padrinzago, es otro de los parentescos con los que se pueden formar alianzas para mediar los conflictos entre los habitantes de Cuauila, por un lado y por otro se establecen compromisos que más tarde se deben pagar de diferentes maneras: ayuda en caso de no tener trabajadores que maquilen y préstamos en dinero.

El compromiso de dar y recibir queda establecido a partir del padrinzago, pero no de manera inmediata sino que se convierte en un capital disponible para cuando los que ahora fungen como padrinos los utilicen como recursos para cuando ellos realicen un matrimonio, u otra fiesta como quince años, bautizos, confirmaciones o bien, en otras circunstancias, préstamos de dinero.

El parentesco en su acepción más común es generar parientes (y hacer parientes es reconocerse con afecto y recurrir a ellos cuando se requiera, no sólo puede ser la relación entre un grupo doméstico sino también entre individuos). Existe solidaridad entre los individuos y los grupos domésticos de cada uno de ellos, es decir, de los artesanos como de los maquileros, esta solidaridad

⁹⁶ Véase Polanyi, Karl, 1980. Nuestra obsoleta mentalidad de mercado, en: Foro de Economía Política. www.red-vertice.com

puede expresarse de diferentes formas: a través de dar información ante una constante competencia entre las personas de Cuauila, o en casos más cotidianos como el padrino, que se establece por lazos afectivos.

Si bien el afecto es importante, en el parentesco es también un afecto inducido, es decir, con cierto interés que conlleva a una selección de quién puede ser en un momento dado padrino para reafirmar una alianza, puede suceder que se busquen como padrinos a las personas que poseen un mayor estatus social dentro de la localidad; además, que mantenga una relación de pareja “ejemplar” para los contrayentes.

En resumen, el padrino como forma de hacer parientes es un recurso económico que se puede utilizar cuando se hace una fiesta, de tal forma que mientras más padrinos y madrinas se tengan se tienen más posibilidades para llevar a cabo la celebración. Cuando se expande la artesanía de los ojos y se modifican los ingresos económicos por unidades domésticas, se realizan las celebraciones matrimoniales con mayor frecuencia.

Cuando hubo dinero, pues, pudimos hacer fiesta, antes aunque quisiéramos éramos muy pobrecitos, no había luz, no había agua, más que pulque para tomar y agua de jagüey para lavar la ropa. En cuanto hubo un poquito de dinero sí se hizo fiesta cuando alguien se casaba. (información personal, Sra. Paula, Santiago Cuauila, 2003.)

El ritual del matrimonio religioso requiere de padrinos cuya función es velar por los novios en tanto ellos vivan, aconsejarles y orientarlos en caso de tener conflictos de pareja y en algunos casos también económicos. Aquellos son respetados, y reconocidos como parientes por los manifestando hacia ellos respeto. Esto es sólo para aquellas personas que han fungido como padrinos de velación, bautizo y presentación, pues son los más importantes en la localidad.

El matrimonio en Santiago Cuauila

No se puede afirmar con exactitud los cambios observados por número de matrimonios en estas tres últimas décadas, es probable que se mantenga en promedio de 12 matrimonios religiosos al año (información personal Sr. Eugenio, Santiago Cuauila, junio 2003). Esto puede explicarse porque en Cuauila, no es tan importante el matrimonio civil y con menor medida el religioso, cuando las parejas pretenden iniciar una unión conyugal o bien unión libre.

La celebración de la unión conyugal es parte de un proceso que termina cuando las dos personas que se unen pueden realizarlo, es decir, los rituales del matrimonio pueden llevarse a cabo a lo largo de la vida de los individuos; puede ser que una unión conyugal o matrimonio inicie primero con la unión libre, posteriormente continúa el matrimonio civil, las bendiciones y culmina con el matrimonio religioso, cuando algunos tienen los recursos económicos para llevar a cabo los rituales.

Después de veinte años de estar juntos, nos pudimos casar mi esposo y yo, nosotros trabajamos juntos en la maquila. Yo fui costurera él también, cuando nos juntamos pusimos un taller; antes aunque quisiéramos no podíamos hacer la fiesta, no siempre había dinero, ahora nos va mejor. (Información personal, Sra. Irma, Santiago Cuauila, octubre de 2003.)

No es nuevo encontrar una serie de rituales que se realizan en diversas partes de México, como en todo el mundo, cuando se trata de contraer matrimonio. La particularidad que tiene el matrimonio es que se pueden fortalecer capitales, o bien, ante la ausencia de capital con la unión de una pareja se obtiene mayor fuerza de trabajo. La fuerza de trabajo de dos personas puede convertirse en un capital social que será en algún momento útil para cuando no se tienen recursos económicos, lo que les permitirá a la nueva pareja sobrevivir ante la carencia de empleo, o bien formar un negocio propio.

Existen dos formas principales de contraer matrimonio en Cuauila: la primera es a través de la unión libre legalizada con uno o dos años de dicha unión, la segunda es la formalización del

compromiso mediante la petición de mano. La primera, es más común que ocurra entre personas de 15 a 20 años de edad y con condiciones económicas desfavorecidas, no así para el segundo caso, pues constituye un acto formal que lleva al entendimiento y negociación de dos familias y que, por lo general, corresponde a las personas que tienen hijos que han estudiado la secundaria, la preparatoria o una carrera profesional.

En Cuauila no es sancionado socialmente que las mujeres a la edad de 14 años formalicen una unión, esto va a depender de los padres de los jóvenes, de si aceptan o no darles apoyo económico en lo que consiguen trabajo. De las entrevistas aplicadas a las mujeres maquileras (entre 18 y 60 años de edad) 20 viven unidas, es decir, no contrajeron matrimonio. Las respuestas fueron las siguientes: 18 de ellas dijeron que cuando decidieron unirse fue porque ambos estaban enamorados y querían vivir juntos, pero se tuvieron que ir de Cuauila, y dos días después de haber salido de la comunidad se comunicaron con sus padres, para decirles la decisión tomada. Cuando dos personas deciden juntarse por lo general prefieren irse a vivir a otro lado, por ejemplo, el Distrito Federal, o Texcoco, puede ser la capital del estado, Tlaxcala, pero no se quedan en la localidad, por lo menos se deben mantener tres días fuera de ella, dado que así queda formalizada la huida, y se entiende que a su regreso vivirán juntos en casa de él.

La reacción inmediata de los padres es de enojo, pero, al mismo tiempo de aceptación. Les permiten regresar, principalmente al hombre para que vuelvan a trabajar al taller de maquila de ropa, y así, más tarde, se independice y forme uno propio. La mujer asume su nuevo papel de nuera donde desempeña varias actividades como esposa, nuera, madre y a la vez trabajadora ya sea de un taller de ojos de vidrio o de maquila de ropa dependiendo de la actividad de los suegros, en estos últimos años, también puede ser que sean productores directos de ropa, y lleven a vender sus camisetas a Chiconcuac o la búsqueda de otros mercados en el Distrito Federal o los alrededores.

Uno de los rasgos que se encuentran en las formas de parentesco es la residencia virilocal. Esta modalidad de residencia ha estado presente en Cuauila por lo que se puede constatar en la historia local. En las últimas décadas, en el momento del casamiento de un hijo, implica aumentar la fuerza de trabajo en un taller, y esto es conveniente para los padres propietarios porque se soluciona

en parte la carencia de trabajadores con los que se está enfrentado la localidad; por otro lado, a medida que el taller crece, las relaciones en su interior se tornan complejas, porque también los hijos quieren y desean formar un taller propio y el de los padres se vuelve insuficiente para cubrir las demandas de más de tres hijos con sus respectivas familias.

La unión legalizada

Las mujeres contraen matrimonio a partir de los 14 años o más, después de los 20 hasta los 30 y si no existe la posibilidad de un noviazgo, es difícil que las mujeres se casen. Esta es la manera de pensar de la mayoría de las personas de Cuauila.

Tanto las mujeres como los hombres asisten a la secundaria más o menos en la misma edad: de 11 a 14 años o más. La edad de quince años puede ser considerada como probable para contraer matrimonio. Si, llegan al siguiente grado de escolaridad, que es la preparatoria tienen que salir a estudiar a otros lugares como Calpulalpan. Algunos hombres y mujeres a partir de ese momento prefieren dejar los estudios para dedicarse a la maquila de ropa. Se entrevistó a 20 jóvenes entre 13 y 15 años de edad, hijos de trabajadores y 15 dijeron querer tener un taller y no continuar estudiando, mientras que los otros 5 dijeron que sí querían seguir estudiando y terminar una carrera profesional que les permitiera un sustento en el futuro, pero que no fuera la maquila y la artesanía de ojos.

Sin embargo, no dejan de pensar que la maquila de ropa es una opción para conseguir un empleo en lo que logran acomodarse en otro trabajo o tener un negocio propio. La realidad muestra que varios jóvenes aunque sean profesionistas y no consiguen empleo en otras instituciones o fábricas regresan al taller de los padres. Otros casos más muestran que los jóvenes abandonan estudios y regresan a trabajar con los padres. Otra de las alternativas que se presenta es el matrimonio o la unión libre con su pareja. Una vez unidos podrán formar un taller, aunque mientras tengan que trabajar con los padres de él.

Para llegar a entender lo que ocurre en Cuauila en cuanto al matrimonio, es menester observar los pasos para llegar a ello; es decir, no es de manera casual y fortuita la elección de la pareja, sino

que existen una serie de códigos que muestran que la selección de la pareja está asociada con las aspiraciones del hombre principalmente de formar un negocio y para las mujeres la realización propia está fundamentada en parte, en el matrimonio o la unión conyugal, pero también en la búsqueda de empleo, con el propósito de la consolidación de un negocio propio dirigido a formar un taller.

De ahí que retome el concepto de Bourdieu sobre sistema matrimonial, definido como un conjunto de principios, de esquemas que ordenan y dan sentido a las prácticas de formación de las uniones conyugales, que organizan las prestaciones y contraprestaciones entre la pareja y los grupos involucrados en la alianza (1976: 117-119).

En Cuauila, para llegar a la unión conyugal tiene que pasar por la consolidación de la pareja, lo que se lleva a cabo con la unión por voluntad propia, justificada por amor. También puede ser que sea una unión un tanto obligada por un embarazo. Una vez que la pareja se consolida a través de la residencia, puede ser que tomen la decisión de contraer nupcias, periodo que puede variar de acuerdo a las circunstancias económicas de ambos. En este sentido, el amor se entiende como un compromiso con el que hay que cumplir socialmente (Alberoni, F. 1996; p. 31), hecho que hace que tanto mujeres como hombres participen en la producción por voluntad.

En las últimas décadas han variado las alianzas matrimoniales y el sistema matrimonial debido a los cambios ocurridos, no solo en términos económicos sino también como consecuencia de un mundo más global y diverso, con esto se pretende decir, que los sistemas matrimoniales han cambiado probablemente en cuanto a forma y contenido, pero continúa expresando las formas de organización social de localidades enteras. Mientras que a un hijo cuando se casa se le permite residir en su casa junto con sus padres, además cuanta con el acceso a la información de a quién se le vende y compra el material, en caso de ser artesanos, y la información sobre las fábricas en caso de ser maquilero.

Las relaciones de parentesco están cambiando, a mayor competencia entre talleres es menor la interacción con los demás parientes, nadie quiere hablar a quien le trabaja así se encuentren en la

misma fábrica. El aumento de la competencia por la maquila de ropa como por la expansión del mercado de los ojos, ha fraccionado las relaciones entre parientes.

Actualmente, las mujeres se están preocupando por lograr una mayor independencia económica y no vivir sujetas a los salarios del marido, tampoco permiten ser golpeadas; esto no quiere decir, que dichas prácticas desaparezcan, pero existe la idea de adquirir un poder social que se refuerza a través de su participación en la producción, el hecho de ser maquilera, dicha idea impide que sean maltratadas en mayor medida. Si bien este pensamiento muestra un discurso en el que estos cambios se están dando en los comportamientos femeninos, pero no son del todo ciertos, me parece que para el caso que se analiza en este trabajo aún dista mucho de la realidad; varias mujeres lo manejan como un ideal; es decir, es lo que ellas quieren ser, pero en el fondo terminan concediéndole un lugar preferencial al marido o pareja.

Se puede decir categóricamente que la unión conyugal es parte del inicio de la empresa. Si se revisan las historias de las empresas en México, lo mismo que en otros países desarrollados, se puede descubrir que existe una variedad de negocios que iniciaron a partir de la unión matrimonial (Klein; 1997, p. 31), que más tarde prosperaron a partir de muchos esfuerzos: una inversión en ahorros, hasta convertirse en pequeñas, medianas o grandes empresas. También se pueden encontrar en México una variedad de experiencias de mujeres y hombres propietarios de empresas reconocidas que iniciaron su pequeño negocio cuando aún estaban recién casados, con su esfuerzo y su tenacidad, pudieron sostenerlo hasta tener una estabilidad y el reconocimiento social. En ocasiones, sus hijos le dieron continuidad de tal manera que estos negocios se convirtieron en prósperos.

Por ello, se aborda la unión conyugal para entender la importancia que tiene el matrimonio tanto en la formación de las unidades productivas de artesanía de vidrio como en las de maquila de ropa. Ante la carencia de un capital inmediato para invertir y para la formación de microempresas, la fuerza de trabajo de dos personas puede llegar a facilitar la inversión de máquinas. Las alianzas de ambos grupos de parientes (de la pareja), contribuyen a reforzar las redes de relaciones que facilitan el acceso a las fábricas para obtener telas y maquilar, así la pareja se dedicará a las mismas actividades económicas de sus padres o establecer un negocio propio.

La herencia de la unidad productiva

Los habitantes de Cuauila, actualmente prefieren quedarse en la localidad y establecer sus propios talleres preferentemente de maquila de ropa o ser productores directos. La microempresa se hereda, forma parte del capital de los padres para con los hijos, también sustituye la herencia de la tierra, dado que esta última no se ha repartido de una manera equitativa. Las parcelas de tierra que algunas veces están conformadas por cuatro o menos hectáreas, es muy complicado dividir las entre los cinco o más miembros hombres de un grupo doméstico. La tierra se fracciona y se reparte entre los hijos pero suele ser insuficiente para mantener económicamente a varias personas, por lo que se puede decir, que las máquinas de coser han sustituido la herencia de la tierra.

Algunos de los hijos al casarse heredan los oficios de los padres, o bien los padres una vez casados los hijos, les ayudan a instalar sus propios talleres otorgándoles parte de la cantidad de prendas que tienen que maquilar, para que así se conviertan en trabajadores independientes. El taller, y más profundamente el oficio, como un patrimonio familiar, vuelve a manifestarse en una clara tendencia, observada en todos los casos con independencia de su tamaño y capacidad de acumulación, a retener e incorporar a los hijos especialmente hombres, en la unidad productiva, mientras que las mujeres no siempre heredan, puesto que se considera a los hijos hombres como los que se harán cargo de las tierras y actualmente del taller como parte de la herencia.

Las mujeres al casarse formarán su propio patrimonio junto con el de su marido o pareja para los casos de unión libre, también pueden heredar cuando los padres fallecen si no tienen hermanos hombres; suele suceder que los padres de cualquiera de los dos (la pareja), dependiendo del poder económico, cuando se casan o se unen les ayudan a emprender un taller prestándoles temporalmente una o dos máquinas para que tengan un empleo.

La sucesión del taller o unidad productiva, es la etapa en la cual los propietarios emprendedores son sustituidos por otra persona, en la mayoría de los casos la responsabilidad recae en uno de los hijos. El hijo o hija que hereda el taller es la persona que se responsabiliza del cuidado de los ancianos hasta su muerte. Una vez que se da la sucesión, el que hereda asume el control y

riesgos del o los talleres que se posean. Esta es una etapa difícil porque no siempre los hijos tienen la creatividad y entusiasmo para hacer crecer o mantener la unidad productiva. La tendencia en Cuauila, más que crecer como una fábrica, tienden a la atomización, es decir, forman talleres pequeños dispersos en la localidad o en otras.

CAPÍTULO VII

Conclusiones

La presente investigación da cuenta del surgimiento de un empresariado rural femenino que, a partir de la década de los setenta, está cobrando importancia en México. Se muestra que pudieron desarrollarse unidades productivas de maquila o ensamblado de ropa incrustadas en espacios domésticos, que gracias a la experiencia en el trabajo artesanal de la producción de ojos de vidrio en Santiago Cuauila, las mujeres al tomar la iniciativa de maquilar en sus hogares fueron apropiándose del proceso de producción hasta conformarse en empresarias de sus propios talleres.

Perspectivas teóricas – metodológicas

Este trabajo se inscribe en la antropología económica, en el marco mayor de la economía mundial. La interacción económica mundial que se ha venido gestando desde los últimos cincuenta años resultando en un capitalismo globalizado, ha traído consecuencias que repercuten en las economías nacionales, regionales y locales. Con ello han aparecido pequeñas unidades productivas incrustadas en ambientes domésticos y no en espacios fabriles. Algunas fábricas se han fraccionado y se han desplazado a talleres de manufactura doméstica, principalmente en la industria de la ropa. Este proceso ha llevado a una diversidad de trabajadores desempleados de las fábricas, artesanos y campesinos a producir en espacios domésticos, con condiciones de trabajo y relaciones de género diferentes, que favorecen la ampliación y extensión de la venta de servicios a las fábricas en dimensiones discrecionales.

Uno de los aspectos relevantes es que tanto las mujeres como los hombres al insertarse en nuevos procesos de trabajo desde sus hogares, están cambiando sus roles tradicionales. Este movimiento mundial de la economía global que se torna caótico al abandonarse la producción fabril, toma una de sus nuevas formas de organización según los resultados de esta tesis, cuando

emerge paradójicamente, un empresariado femenino en los espacios discretos del hogar, donde muy pocos miran. Se trata de un empresariado vulnerable ante las situaciones económicas cambiantes del país, desprotegidos de los beneficios que otorgan las leyes laborales. Las empresas aquí estudiadas todavía se encuentran en una etapa en que tienen solo una y un propietario.¹

El modelo de maquila en México y probablemente en el mundo reapareció, a mediados de los sesenta, por lo general se concentró en la industria maquiladora de exportación; sin embargo, existe una maquila o ensamblado basada en el trabajo a domicilio, llamada maquila doméstica. Las posibilidades de trabajo en casa permiten que exista una producción discreta con características de economía informal. Actualmente, la maquila a domicilio está desplazando a los fabricantes de ropa que se concentraban en las fábricas, ahora son ellos los productores de una ropa que se distribuye en las tiendas, centros comerciales y tianguis.

Metodológicamente fue necesario estudiar este fenómeno desde un contexto más amplio, visto como un total de procesos múltiples interconectados, en el sentido que hablan Lesser (1961) y Wolf (1994), al estudiar cómo se disemina la cultura, pero también cómo participan los pueblos en una dinámica capitalista. El concepto de *interacción* fue útil para entender el proceso social aquí estudiado, porque se ha analizado un fenómeno local interconectado con una dinámica regional, nacional y mundial. En este sentido, fue fundamental considerar a Santiago Cuauila como un campo en el que se manifiestan las tensiones originadas por un conjunto de situaciones particulares, derivadas de las actividades económicas en donde sus habitantes compiten por la monopolización de la producción de ojos de vidrio, pero en mayor medida por la maquila de ropa y el acaparamiento de los mercados, aunque en algunas ocasiones sea monopsonico. La ropa que producen es absorbida por otras marcas y de esta manera se establece una cadena compleja de la subcontratación de la subcontratación.

¹ Los empresarios de las grandes o medianas empresas pueden fallecer pero su empresa continúa, porque varias están conformadas por grupos o consorcios. La idea de qué significa empresario es tan teórica que vivencialmente puede ser diferente para cada uno.

Fueron tres los ejes que han guiado esta investigación y elaboración de la tesis: cultura, trabajo y género. El concepto de cultura de Geertz (1987), me resultó adecuado porque la cultura significa un esquema históricamente transmitido de significaciones representadas en símbolos, “por medio de las cuales los hombres se comunican, se perpetúan y desarrollan su conocimiento frente a la vida” (p.88). Considero que el término *cultura*, desde esta perspectiva, permite la aproximación a las maneras de crear, pensar, transmitir y comunicar vivencias, métodos e ideas en la cotidianidad. *El trabajo*, y los procesos de trabajo son parte de la cultura en tanto que están constituidos por pasos subsecuentes aprendidos y adquiridos que conducen a la producción; *las relaciones de género* representan las relaciones subordinadas, de poder y de conflicto que viven los hombres y las mujeres en Cuauila. La maquila les ha permitido a las mujeres y hombres maquileros tener una posición de prestigio dentro de la localidad, en tanto que han alcanzado consolidar un negocio y mantener su empresa. El trabajo de las mujeres en la maquila las empodera económicamente, es decir, les ha permitido decidir sobre algunos aspectos de sus vidas e inversiones para su bienestar y el de sus hijos, pero no quiere decir que mejoren sus condiciones sociales por género. Ellas han ganado espacios de reconocimiento y respeto dentro del grupo doméstico y dentro de la localidad, pero no en el exterior. Existen desventajas históricas para los maquileros aquí estudiados por que no son reconocidos por la economía formal, por las ausencias de la razón social, por su condición de clase y sus orígenes étnicos. Para llegar a ser exitosos deben romper con las barreras culturales como la discriminación de los grandes empresarios, además de ejercer un liderazgo fuera de la localidad que les permita ganar un espacio para insertar sus prendas en el mercado de la ropa. Las mujeres maquileras tienen un amplio potencial empresarial y es probable, que puedan llegar a ser exitosas si trascienden los mercados locales con diseños propios y telas de mejor calidad, que les permita ganar espacios en contextos empresariales extensos y con reconocimiento.

El ser empresaria, radica en emprender y mantener una unidad productiva con liderazgo; en la participación de la producción a través de la administración, el control de la producción en los procesos de trabajo y la previsión del futuro con inversiones. Las empresarias de microempresas de Cuauila, aunque no están a cargo de grandes empresas (es a escala la misma

que la de otras empresarias de pequeña y gran empresa), lo importante es que sus responsabilidades favorecen el mantenimiento y la persistencia de las unidades productivas.

Les he llamado empresarias de microempresas a las mujeres que son propietarias de las unidades productivas de maquila de ropa, en tanto que controlan la producción, administran, y organizan la dinámica del taller. Desarrollan sus propias estrategias y valores para consolidar su negocio (ver capítulo cuatro) aplicando lógicas propias, por ejemplo, llevar piezas de tela cortada a otros talleres cuando es necesario; deciden producir en forma directa, es decir, dejan de ser maquileras cuando ven la posibilidad de invertir en la producción de camisetas; utilizan los diferentes recursos a su alcance como las relaciones de parentesco y de vecindad. Las mujeres maquileras, administradoras y propietarias, desde su posición de patronas en la unidad productiva desarrollaron un liderazgo que tampoco habían conocido anteriormente. La responsabilidad del control de la producción así como la obligación en la entrega puntual de las prendas, las llevó a una posición de autoridad que adquirieron desde su participación en la administración de la unidad productiva hasta convertirse en verdaderas líderes. El liderazgo implica asumir con firmeza las decisiones sobre el control del taller, tal firmeza la aplican a través de la constancia en el trabajo.

Las empresarias maquilan y organizan la producción a través de su cultura, es decir, de la manera en que piensan, sienten la vida y sus expectativas, así como sus sueños de realización personal. Los procesos de trabajo que aprendieron a través de la producción de ojos de vidrio constituyeron un conjunto de experiencias que alteró la vida personal, como se mostró a lo largo del trabajo. Las relaciones de género se tornaron distintas al trabajar en pareja. El manejo del dinero fue una experiencia que probablemente muchas mujeres no conocían o bien, estaban más limitadas. La administración del tiempo las llevó a descubrir que un manejo más organizado les permitía desempeñar varias tareas durante el día, sobre todo, al lado de su pareja, así podían mejorar sus condiciones de vida trabajando juntos. Los hombres también tuvieron experiencias parecidas: hay una valoración del trabajo femenino por parte de los hombres que probablemente antes no se daba; sin embargo es difícil que desaparezcan las ideas que comprenden la

construcción social masculina, pues, consideran que el trabajo, la ayuda y la solidaridad de las mujeres, es parte de una obligación.

La incrustación de un modelo productivo

El surgimiento de un empresariado rural femenino sostenido en la administración de los talleres de maquila de ropa, como el que se ha presentado en Santiago Cuauila, se debió a un conjunto de situaciones de carácter económico mundial, nacional y a las condiciones económicas locales.

La maquila o ensamblado fue el punto de partida del análisis, dadas las características de la industria que se ha estudiado como es la confección de ropa, específicamente de camisetas o playeras. Otros estudios dan cuenta que la maquila está asociada con el atraso económico de los países pobres y opera en las relaciones comerciales internacionales que se manejan a través de redes de fábricas especializadas en una parte del proceso de producción, como subdivisiones o departamentos del proceso organizado a escala mundial (Alonso, 1991; Beck, 1998; Canclini, 1999; Fernández, 2003; Reygadas, 2002). Varias empresas multinacionales han puesto sus domicilios fiscales en países poco industrializados, entre ellos México, pero también varios empresarios mexicanos les venden a las grandes empresas prendas sin etiquetas para que ellos se las pongan con sus respectivas firmas, es decir, de esta manera se reproduce la subcontratación de la subcontratación (Guiner; 1988). Así, la incrustación de un modelo productivo como la maquila, llevó a una población a la formación de un empresariado rural con características propias.

Serna (2001), que investigó sobre el empresariado en dos provincias de México, muestra que las empresarias cotidianamente asumen riesgos financieros para lograr la administración y comparten la vida familiar con la empresa. Al igual que Zabludovski (2001), considera que las mujeres empresarias adquieren una variedad de responsabilidades, pero su participación tiende a ser invisibilizada por su condición de género. La administración de una microempresa, como las aquí estudiadas requieren de responsabilidades de igual manera que ocurre en cualquier otra

empresa mediana o grande, asimismo las unidades productivas de maquila de ropa inciden en la vida económica y política del país.

Santiago Cuauila es una sociedad heterogénea, en la que existen diferencias sociales marcadas por actividades económicas, por ello retomé a Bourdieu (1997) en tanto que habla de las distinciones, y en particular del *habitus* que emerge de los campos considerados como espacios sociales; que aplicado a Cuauila, permite ver a las empresarias que aunque trabajen en conjunto con el marido, existe una lucha constante por lograr el poder y el control del dinero. Las empresarias en el plano local se encuentran en constante conflicto y competencia por la monopolización de la producción y de los mercados; aunque en el exterior y frente a los otros son unidos y solidarios.

Los datos históricos muestran que Santiago Cuauila, población con antecedentes prehispánicos, había sido una localidad ubicada dentro de una ruta de comercio de maíz y pulque, abastecedora de fuerza de trabajo para las haciendas (ver capítulo II). Es a mediados del siglo XX cuando aparece la producción artesanal de ojos de vidrio, que conlleva la reorganización y la división del trabajo centrada principalmente en la pareja, es decir, la participación de hombres y mujeres en un tipo de producción cuya técnica fue mejorada por los mismos productores de ojos.

La participación masiva de la localidad en la producción de ojos de vidrio y el abaratamiento de los precios llevó a la saturación de esta industria, tanto en la localidad, como fuera de ella. La competencia que acompañó a este tipo de actividad los llevó a rivalizar de tal manera que compitieron con otros productores de ojos del Distrito Federal y se desplazaron a otras entidades de la República para vender los ojos de vidrio (ver capítulo III). Una vez saturado el mercado, las mujeres desempleadas en su hogar buscaron otras formas de trabajo remunerado, y se centraron en una nueva actividad económica que estaba surgiendo en la región: la maquila de ropa.

La producción de ojos de vidrio constituye parte del mismo proceso de globalización económica de mediados del siglo XX, los insumos para su elaboración, como los frascos de

desecho, aparecieron junto con la industria del vidrio en México. Lo que encarece los ojos de vidrio es la complejidad de la técnica de raya y la combinación de colores, conocimiento que no cualquier artesano llega a poseer. Es muy probable que en los siguientes años los ojos de vidrio sean sustituidos por los de plástico, réplica que ya se hace en China. El ojo de vidrio posiblemente pasará a ser un objeto exótico y suntuario.

El conocimiento de un oficio como la producción artesanal de ojos de vidrio desde las décadas de los cincuenta y sesenta, se convirtió en una búsqueda por aprender algo nuevo, para establecer un negocio; los habitantes de Cuauila tenían la experiencia de la producción de los ojos de vidrio, pero habían saturado el mercado y escaseaba el material, por tanto, fue necesario buscar algo más que eso, en este aspecto, las mujeres desempeñaron un papel importante a través del deseo de hacer cosas nuevas, como emprender otras actividades económicas. La experiencia de deslealtad que significó la producción de ojos de vidrio estaba presente; la deslealtad se manifestó a través de la apropiación de un conocimiento de la técnica para después producir de manera independiente y competir en el mismo mercado con un precio más bajo. La discreción formó parte de la estrategia para obtener información sobre aquellas fábricas que en ese momento facilitarían telas cortadas para confeccionar o maquilar. Los lazos de amistad y de solidaridad se desquebrajaron con la competencia por la monopolización de la maquila de ropa, lo que provocó grandes conflictos entre familias y amistades. Las redes de relaciones sociales consolidadas hasta el momento, se fueron fraccionando de tal manera que se conformaban nuevas redes frágiles, es decir, no permanentes.

Cuarenta años después, las maquileras o empresarias de microempresas son mujeres con responsabilidades tanto en el ámbito productivo como en el económico, pero que aún no se pueden desligar de la construcción social de ser mujeres que recurren a la presencia masculina para el fortalecimiento de sus negocios. Fue un triunfo para las mujeres de Cuauila insertarse en la maquila y, para algunas, formar sus talleres propios. La presencia del cónyuge continuó siendo necesaria para el taller. Así aparece una relación coempresarial. Las mujeres aprovecharon el momento coyuntural de la decadencia de los ojos de vidrio y la aparición de la maquila, para incursionar en nuevas formas de relación laboral y generar ingresos, pero no pudieron mantener

ellas solas la autoridad de la empresa, debido a la competencia entre los habitantes de Cuauila por monopolizar el mercado de la ropa, con una lógica capitalista del abaratamiento del precio del producto para controlar el mercado. Por otra parte, los sentimientos de envidia en una sociedad en la que aparentemente sus habitantes se encuentran en el mismo nivel social, obstaculizaron el desarrollo de las microempresas; en este sentido, la envidia, como un comportamiento humano (Alberoni, 1991, p. 35), los motivó a producir más para obtener mayor poder económico dentro de la localidad. Se reforzó la creencia de que sin la presencia masculina las mujeres no podrían administrar un taller, debido a que es necesaria la transportación de las camisetas a otros lugares como las fábricas que se encuentran lejos de Cuauila. Esta manera de justificar la presencia masculina es muy probable que cambie a medida que se desarrolle y se expanda la maquila o ensamblado de ropa, o bien, que las mujeres sean productoras independientes y no precisamente maquileras.

Con el *boom* de la maquila en Santiago Cuauila, los talleres se habían extendido por la localidad de tal manera que las trabajadoras y trabajadores originarios de Cuauila fueron insuficientes. El terremoto de 1985, que destruyó varias fábricas clandestinas de ropa, contribuyó al incremento de la maquila, ya que los empresarios subcontrataron trabajadores domiciliarios de poblados cercanos al Distrito Federal. Mientras que en Cuauila, la fuerza de trabajo escaseaba y se hizo necesario contratar a trabajadores de las poblaciones cercanas como San Felipe, San Marcos y la Venta en el mismo municipio de Calpulalpan. La movilización diaria de personas que acudían a trabajar se incrementó de la misma manera que el comercio local como por ejemplo: las misceláneas, tiendas de hilos y accesorios para las máquinas. De la misma manera, aparecieron nuevos oficios como los de técnicos en compostura de máquinas de coser y los servicios de fletes para transportar las prendas a la fábrica. Los propietarios de los talleres procuraron ahorrar para comprarse sus propios medios de transporte y así evitar el pago semanal por el alquiler de una camioneta. En la actualidad, la maquila de ropa ha absorbido a la población, es difícil que exista alguno de Cuauila que se mantenga al margen de esta actividad.

La característica que adquirieron los talleres o unidades productivas de Santiago Cuauila es la de una microempresa que posee máximo 15 trabajadores tal y como lo define la Secretaría

de Economía. Sin embargo, la categorización de microempresa o unidades productivas, también llamadas en este trabajo talleres, no da cuenta que son las limitantes para la expansión de la empresa. En Santiago Cuauila, se tiene una propia definición de lo que es un taller, no lo define el número de trabajadores ni el ingreso anual, como lo hace el Estado, sino por la inversión o el número de máquinas, dándole un carácter de empresa. Los propietarios de dichas unidades productivas no desconocen las leyes, saben que existe el trabajo a domicilio y la industria familiar. El hecho de que se manejen como talleres familiares o industria familiar, como lo señala la Ley Federal del Trabajo (2003: 82), hace que estén dentro de la legalidad pero, al mismo tiempo, están fuera de la ley por laborar en espacios poco adecuados para la producción, con escasa ventilación y en condiciones insalubres.

Actualmente, los talleres o unidades productivas se han atomizado. La atomización consiste en que la producción se divide en partes sumamente pequeñas, trasladándose las telas cortadas a otros talleres (dentro o fuera de la localidad) de costureras domiciliarias para la confección y las costureras domiciliarias pueden recurrir a otras amigas, o mujeres para que les ayuden a cubrir su trabajo. Los talleres o unidades productivas se fraccionan convirtiéndose en talleres unipersonales, no crecen como las fábricas que se concentran en un solo lugar, dentro de un espacio diseñado y reconocido para la industria aunque provengan de un solo propietario. Se ha visto que cuando el taller inicial crece se extiende a otros lugares y se forma uno nuevo. Los hijos también pueden ser parte de los nuevos talleres, pero cuando no tienen la edad necesaria para asumir responsabilidades se consiguen a otras personas para que asuman la responsabilidad de la administración de la nueva unidad productiva.

La localidad de Santiago Cuauila muestra que el conjunto de sentimientos, así como los favores, pueden ser utilizados como ayuda cuando hay una demanda de la maquila en la localidad; este servicio no es pagado, porque son acuerdos internos que están presentes de manera tácita y recíproca. En algunos casos, los sentimientos se involucran para obtener favores, y así se convierten en parte de las estrategias empresariales. Los hombres (algunos) utilizan los sentimientos para asegurar la confianza de alguna mujer con fines de cuidado y expansión de su nuevo taller (ver capítulo VI), en este sentido, el amasiato puede llegar a ser una estrategia.

Algunas mujeres con el fin de obtener un taller y asegurar el empleo se involucran sentimentalmente con otra persona que permita la acumulación de un pequeño capital para la inversión de máquinas. De esta manera se va construyendo un capital social y de solidaridad que abarata la producción maquilera porque con los sentimientos y acuerdos tácitos, se da un tipo de trabajo no pagado.

Considero que esta tesis sobre el surgimiento de un empresariado rural femenino arroja luz para investigaciones posteriores, como por ejemplo, el estudio del impacto y participación de los coreanos en la producción nacional. Además de la transformación de las microempresas desde el género masculino, de poner énfasis en la estrategia de comercialización por conseguir más camisetas de otras fábricas, o bien ser productores independientes.

Dos hipótesis guiaron la investigación: en la primera, propuse que la experiencia de la población en la producción artesanal de ojos de vidrio, permitió a las mujeres buscar otras actividades productivas remuneradas susceptibles de ser realizadas dentro del hogar. En la segunda, que la actividad continua y exitosa del ensamblado de ropa durante los últimos 30 años en los talleres domésticos, de camisetas en Cuauila, se ha debido al desarrollo del liderazgo femenino.

La maquila no es una actividad totalmente desagradable para los que a ella se dedican, pero sí es una tarea excesivamente cansada y agobiante porque les absorbe el tiempo, es parte del trabajo esclavo como ha señalado Klein (2000). Sin embargo, los actores inmersos en esta actividad opinan que es peor estar desempleado y esto hace que la maquila no se vea de una manera coercitiva sino más bien redituable. Es también considerada una opción que ofrece posibilidades económicas para los habitantes de las zonas rurales. Las mujeres consideran que ser maquilera o empresaria de una microempresa es un logro que difícilmente se puede alcanzar de manera fácil, que requiere de un esfuerzo arduo para poder llegar a la categoría de maquilera, para algunas es la conquista de la modernidad.

La maquila como actividad económica no rompe directamente las relaciones entre los habitantes de una comunidad, pero sí los lleva a formar grupos de poder que se expresan a través de redes sociales conformadas por hombres o mujeres, no permite la formación de colectividades sociales como sindicatos, más bien fracciona las relaciones entre los mismos pobladores a través de la competencia por absorber y acaparar el mayor número de prendas para maquilar.

¿A quién puede interesarle si el propietario o propietaria de un taller tiene o no una manera fácil de cubrir la demanda de maquila de ropa?. Probablemente a nadie, a los fabricantes de ropa no les interesan los mecanismos que utilicen los microempresarios o bien las maquileras en su localidad, tampoco importa si utilizan fuerza de trabajo infantil o no, a ellos sólo les interesa la calidad de las prendas a cambio del menor pago para obtener un considerable margen de ganancias.

Este modelo de trabajo discreto a domicilio, permite la clandestinidad. Estas industrias se benefician de la ambigüedad de las leyes mexicanas, además de la indiferencia del Estado. El modelo de producción de las empresarias de microempresas es exitoso, operativo y funcional para el capitalismo. Es difícil que en estos tiempos desaparezca este modelo productivo de maquila en el nivel nacional e internacional, porque es redituable para las grandes y medianas empresas. Además, genera empleos en los países pobres aunque con míseros salarios. El pago a destajo es una de las peores formas de explotación como lo ha señalado Carlos Marx desde el siglo XIX, las maquileras aquí estudiadas hacen negociaciones en centavos de pesos (moneda nacional), mientras que los grandes empresarios hacen negociaciones en dólares. Las empresas capitalistas aprovechan todos los recursos a su alcance para obtener las ganancias mediante salarios bajos y con pagos a destajo.

La maquila domiciliaria opera bajo una fuerte presión psicológica sobre los propietarios y trabajadores por la angustia de caer en cualquier momento en el desempleo. Ante tal presión, las maquileras pretenden ser más productivas y trabajar con mayor calidad. Los pueblos responden a esta modalidad de trabajo dadas las condiciones locales y la ausencia de empleos formales.

El análisis de las empresarias de microempresas de Santiago Cuauila permitió observar que, en las unidades productivas, las relaciones laborales avanzan hacia un modelo vertical y autoritario de decisiones por parte de los fabricantes que otorgan telas cortadas para maquilar, y las maquileras reproducen en la localidad dicho modelo vertical, aunque sea menos notorio por el conjunto de relaciones que median las relaciones contractuales tácitas: ser vecinos, amigos, comadres y algunos parientes. Las relaciones laborales son aparentemente horizontales lo que permite matizar el autoritarismo existente.

Las maquileras y productoras directas reproducen el mismo modelo que aprendieron de la elite empresarial, algunos asumen hasta las poses despóticas de soberbia y superioridad como lo hacen los empresarios españoles, judíos, libaneses y mexicanos. Algunas otras, suelen ser solidarias y empáticas con los trabajadores, hombres, mujeres y niños. Sin embargo, en un medio donde se conocen unos a otros como la localidad estudiada, los trabajadores que son del mismo lugar les hacen ver y conocer el poder que también han adquirido a través del desempeño en los talleres, esto es, el abandono del trabajo con suma facilidad y libre albedrío a sabiendas que son necesarios para la producción.

Los talleres maquiladores son una opción para la producción nacional de ropa, dado que este tipo de industria se mantiene al margen de la ley (Alonso; 1991) y favorece ampliamente las ganancias de los grandes o medianos empresarios. Como consecuencia, fortalece a una clase empresarial que de manera discreta emplea a los maquileros para obtener un mayor nivel de ganancias superior al que podrían obtener de la economía formal. Por ello, es difícil que las empresas en México como en países pobres existan sin la economía informal, dado que es parte del atractivo para las inversiones en los países llamados pobres o en desarrollo junto con la ambigüedad de las leyes nacionales.

La reproducción de formas de trabajo distintas es un hecho que sostiene a la gran industria, en tanto que no se requieren de espacios fabriles, sino que son suficientes los espacios domésticos: en las casas, en las habitaciones, en los patios, en la cama, en la mesa de un comedor, que se convierte en parte del mobiliario para trabajar.

Una de las conclusiones más importantes de este trabajo es afirmar que las mujeres maquileras son empresarias en tanto que han emprendido un negocio en donde han ido construyendo criterios propios para contratar trabajadores, invertir o no en máquinas, controlar la producción, aplicar sanciones desde sus criterios, abrir nuevos mercados con la promoción de las prendas por sus maridos. Las mujeres visualizan el posible fracaso de su empresa, por lo que diversifican sus máquinas, y simultáneamente invierten en propiedades, la cría de animales y notablemente en la educación superior de sus hijos.

A partir de la experiencia del trabajo las mujeres se han empoderado de manera individual y local. Sin embargo, el empoderamiento es relativo y situacional, no es permanente, debido a la lucha por el poder de la empresa y del dinero que mantienen las mujeres con la pareja y con otras mujeres. El empoderamiento para las mujeres de Cuauila se ha logrado al precio de la libertad, no ha sido fácil y tampoco es una situación ideal porque implica el desquebrajamiento de un conjunto de ideas, comportamientos y actitudes concebidas históricamente en torno al deber ser mujer. Por ello, es muy probable que los hombres ante este conjunto de experiencias de trabajo vayan modificando sus conductas, pero tampoco pueden romper de manera inmediata con los esquemas sociales construidos sobre el papel del hombre en la sociedad rural.

En los talleres artesanales de ojos de vidrio la mujer no logró cambiar las relaciones de poder entre los géneros, mientras que en los talleres de maquila se ha logrado un cambio en los comportamientos masculinos y femeninos. Si bien las empresarias son las propietarias junto con los hombres, la experiencia de estas mujeres muestra que a mayor ingreso económico mayor libertad para los hombres y, la libertad de los hombres se manifiesta en sus actitudes, sobre todo en la posibilidad de apoyar a otra mujer e iniciar un nuevo taller y una nueva familia: pueden ampliar sus relaciones de una a más mujeres, poniendo en riesgo la continuidad del taller de la primera esposa.

Para las empresarias de microempresas rurales que aquí se estudiaron, ha sido un éxito ser maquilera, porque les permitió trascender de artesanas de ojos a propietarias de las máquinas y

tener experiencias de administración que antes no se tenían. Anteriormente, se pensaba que el papel de las mujeres estaba relegado sólo al cuidado del hogar y del marido, en la actualidad, han podido comprobar que con un ingreso económico se puede vislumbrar una independencia económica, menos sujeta al padre, marido o pareja. Sin embargo, como hemos visto, no es fácil romper con los esquemas culturales construidos históricamente, es de forma paulatina y desde sus experiencias personales de liderazgo y poder, como las mujeres asumirán otras actitudes frente a su condición social.

Finalmente, la localidad aquí estudiada da cuenta de los procesos de transformación social y de la interacción en la que están inmersos los pueblos, así como las respuestas de los hombres y mujeres para participar en las actividades económicas. Este estudio muestra una parte de la complejidad que adquieren tanto los procesos de producción manufacturera como las de la maquila de ropa, que no es exclusiva de los países en vías de desarrollo, sino que más bien es una tendencia en el mundo, así como lo han mostrado varias investigaciones (Blim, 1998; Klein, 2001; Salas, 2002; Saraví, 1993). La globalización de la industria ha llevado a formar una diversidad empresarial, en donde interactúan un conjunto de factores y aspectos locales y globales, en esta complejidad las mujeres, las formas de organización de los pueblos, y actitudes individuales tienen un papel fundamental.

Anexo fotográfico



Foto 1. Entrada al pueblo de Santiago Cuaula



Foto 2. Calle principal de Santiago Cuauila



Foto 3. Ojos de vidrio

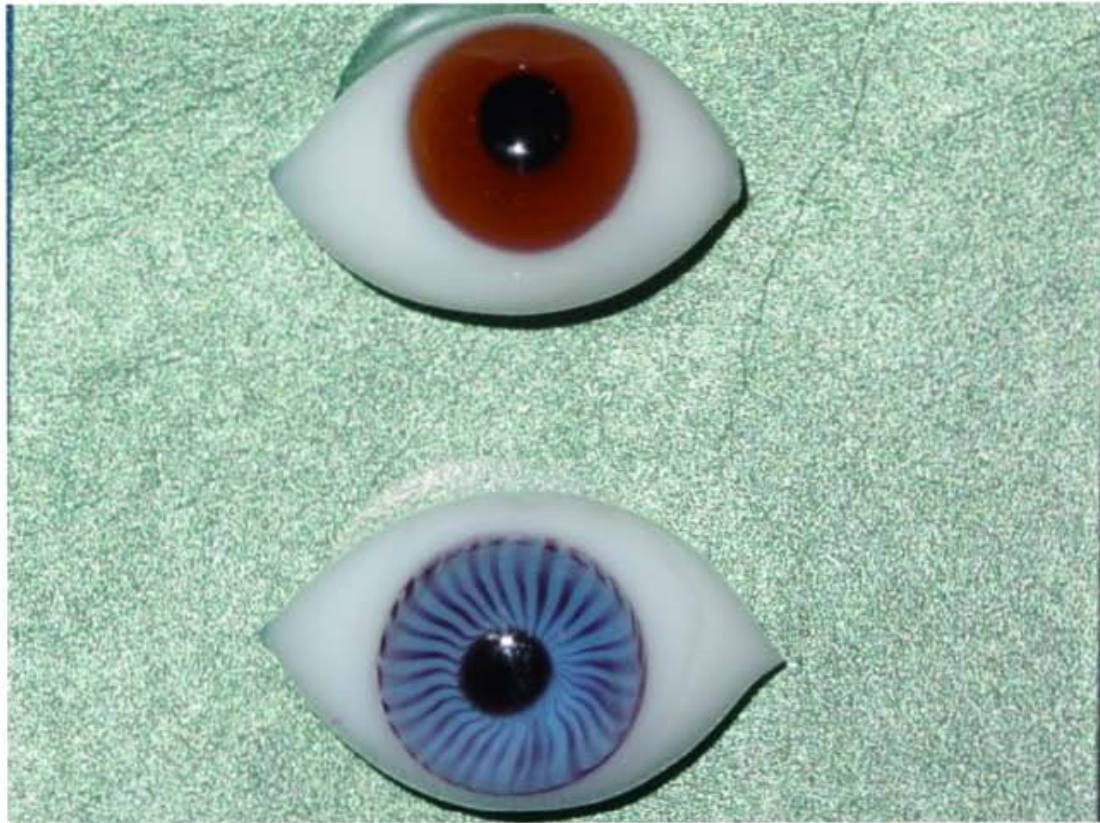


Foto 4. Ojo sencillo y ojo alemán o rayado



Foto 5. Transporte de las telas cortadas



Foto 6. Interior de un taller



Foto 7. Trabajadora de taller (armadora de cuerpos de la camiseta).



Foto 8. Propietaria de taller.



Foto 9. Trabajador de taller (especialista en colocación de cuellos de camiseta)



Foto 10. Trabajadora de taller (especialista en colocación de bias)

BIBLIOGRAFÍA

- Aguilar C., Encarnación, *Las bordadoras de mantones de Manila de Sevilla*, Secretariado de comunicaciones de la Universidad de Sevilla, España, 1998.
- Aguirre Beltrán, Gonzalo, *El proceso de aculturación*, Ediciones casa Chata, México, 1982.
- Aladras y Argüellas, "Entre el pasado y el presente la lógica de un proceso", en Cuadernos de Antropología No. 5, Barcelona España, septiembre de 1985, pp.1-20
- Alberoni, Francesco, *Los envidiosos*, Gedisa, España, 1991.
- _____, *Te amo*, Gedisa Editorial, España, 1997.
- Alonso, José, *Mujeres maquiladoras y microindustria doméstica*, Fontamara, México, 1991.
- _____, *Maquila domiciliaria y subcontratación en México en la era de la globalización neoliberal*, Plaza y Valdés, Editores, México, 2002.
- Anderson, J. y Frantz, R., *Eficiencia en la industria del vestido*, Jorge Carrillo (comp.) Reestructuración industrial. CONACULTA, México, 1990.
- Arias, D. Julián, "La industrialización rural"; en: Revista del México Agrario año V, núm. 2, México, 1972.
- Arias, Patricia (Coord), *Industria y Estado en la vida de México*, El Colegio de Michoacán, México, 1990.
- _____, *Nueva Rusticidad Mexicana*, CONACULTA, México, 1992.
- _____, "Mujeres en los negocios, y mujeres de negocios", Empresarias y ejecutivas mujeres con poder, Barrera, Dalia. (comp.), El Colegio de México, 2000.
- Ashton, T., *La revolución industrial*, Fondo de Cultura Económica, México, 1995.
- Barfield, Thomas, *Diccionario de Antropología*, siglo XXI, editores, México, 2000.
- Bailón Corres, M., "Artesanías y capital comercial en los Valles Centrales de Oaxaca", Sociedad y Política en Oaxaca, Instituto de Investigaciones Sociológicas, Benitez Zenteno, R. (comp.), Universidad Autónoma Benito Juárez de Oaxaca, México, 1980
- Barnes, J.A. "Class Committees in a Norwegian Island Parish", Human relation, 7, pp. 37-58. U. S. A, 1954.
- Barth, Frederik., *The Role of the Entrepreneur in Social Change in Northern Norway*. Bergen: Scandinavian University Books, 1963.
- Becattini, G., "Los distritos industriales y el reciente desarrollo italiano", Sociología del Trabajo, núm. 5, nueva época, invierno de 1988.
- Bee, L., Robert., *Patrones y procesos introducción a las tácticas antropológicas para el estudio de los cambios Socio-culturales*, Logos Consorcio Editorial, S. A. México, 1975.
- Bayón, María Cristina., *Trabajando en la frontera*, CIESAS, UIA, México, 2003.
- Beck Ulrich, *¿Qué es la Globalización?*, Paidós, España, 1998.
- Benería, Lourdes., *Gender, development, and globalization*. Routledge Nueva York, USA, 2003
- Benería Lourdes, y Roldán M., *Las encrucijadas de clase y género*. El Colegio de México y Fondo de Cultura Económica. México, 1992.
- Blim, Michael, *Made in Italy: Small-Scale Industrialization and its Consequences*. Praeger, Nueva York, U. S. A, 1990.

- Bourdieu, P., "Marriages strategies as strategies of social reproduction", R. Foster y O. Romun (ed.), *family and Society, Selection from the Annales Economics, Societies, Civilizations*, Baltimore, J. Hopkins University Press, 1976.
- Bourdieu, P., *La distinción*, Taurus, España, 1988.
- _____, *Razones Prácticas*, Anagrama Barcelona, España, 1997
- _____, *La dominación masculina*, Anagrama, Barcelona 2000.
- Bueno, Carmen y Aguilar Encarnación, *Las expresiones locales de la globalización: México y España*, CIESAS, México, 2003.
- Calvo Thomas y Méndez Bernardo, *Micro y pequeña empresa en México frente a los retos de la globalización*; Centro de Estudios Mexicanos y Centroamericanos, México, 1995.
- Carrillo, J., Comp. *Reestructuración industrial*, CONACULTA, México, 1990.
- Carrillo, J. y Hernández A., *Mujeres fronterizas en la industria maquiladora*, Centro de Estudios Fronterizos del Norte de México, México, 1985.
- Castells, Manuel, *La era de la información*, v. I y II; Siglo XXI editores, México, 2001.
- Castro, Francisco, *¿Ya no vienen las golondrinas! cambio cultural y transformación ambiental en una región agrícola de Tlaxcala*. Tesis Maestría en Antropología social, ENAH, México, 1996.
- Cerutti, Mario, "La historia, la economía y la historia económica," Bátiz José Antonio (coord.), *Reflexiones sobre el oficio del historiador*, UNAM, primera edición, México, 1995.
- Charlton, Thomas, *Reconocimiento superficial Santa Bárbara, Estado de México a Cuauila*. Ruta. Núm. 1. Departamento de Monumentos Prehistóricos. Instituto Nacional de Antropología e Historia, México, 1975.
- Chayanov, Alexander, "Sobre la Teoría de los sistemas económicos no capitalistas"; en: *Chayanov y la teoría de la economía campesina*; Cuadernos de pasado y presente, México, 1981.
- _____, *La organización de la unidad económica campesina*, ediciones Nueva Visión Buenos Aires, Argentina, 1974.
- Coot Scott y Binford, L., *La necesidad obliga*, Conaculta, México, 1995.
- Corona, Pedro, "Repercusiones inmediatas del TLCAN en la industria manufacturera de México y su impacto en la fuerza de trabajo femenina", González Marín (coor), *Globalización en México y desafíos del empleo femenino*, Porrúa, México, (colección Jesús Silva Herzog).
- Desouchez, B., *Reforma agraria e industria nueva en un municipio del centro mexicano*, Institutede Hautes Etudes de L'Amérique Latine, Conasupo, México, 1970.
- Diccionario Larousse de la lengua española, México, 2002,
- Domínguez, Lila y Brown Flor. *Estructuras de mercado de la industria mexicana*, coediciones UNAM, México, 2003.
- D'Aubeterre, Ma. Eugenia, *El pago de la novia. Matrimonio, vida conyugal y prácticas transnacionales en San Miguel Acuexcomac, Puebla*. El Colegio de Michoacán. Instituto de Ciencias Sociales y Humanidades de la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, México, 2000.
- Eisler, R., *El cáliz y la espada*, editorial Cuatro Vientos, Chile, 2000.
- Estrada, Margarita y otros, *Antropología y Ciudad*. CIESAS-UAM. México, 1993.

- Evans- Pritchard E.E., *La mujer en las sociedades primitivas*, Editoriales Península, Barcelona, 1971.
- Fernández, Raúl, *El espejismo de las maquilas*. En: www.deslinde.org.co, consultado noviembre de 2003.
- Foster, George, *Las culturas tradicionales y los cambios técnicos*; Fondo de Cultura Económica, México-Buenos Aires, 1961.
- Fuentes, Annette y Ehrenreich, B., *Women in the global factory*. Inc Pamphlet núm. 2. South end Press. U.S.A., 1983.
- Fuentes, Rocío, *Los maquileros: un estudio sobre micro y pequeña empresa en Santiago Cuauila, Tlaxcala*. Tesis de maestría en antropología social, Universidad Iberoamericana, México, 2001.
- García Canclini, N., *Las culturas populares en el capitalismo*, Nueva Imagen, México, 1982.
- _____, *La Globalización imaginada*; Paidós. México, 1999.
- _____, *Consumidores y ciudadanos*; Grijalbo, México, 1995.
- Geertz, Clifford, *La interpretación de las culturas*. Gedisa, España, 2000.
- Gersick, Kellin y otros, *Empresas familiares*, McGrawHill, México, 1997.
- Giddens, Anthony, *Consecuencias de la modernidad*, Alianza editorial, España, 2001.
- Giner de los Ríos, F., "Relaciones entre la microindustria y el sector formal: el caso de la maquila visto a través de una tipología," El colegio de México, mimeografiado, México, 1988.
- Godelier, Maurice, *Economía, fetichismo y religión en las sociedades primitivas*, Siglo XXI Editores, Madrid, 1974.
- _____, *Las sociedades precapitalistas*, Ediciones Quinto Sol, México, 1978.
- González Jácome, A., (comp.), *La economía desgastada*, Universidad Autónoma de Tlaxcala - Universidad Iberoamericana, México, 1991.
- González Marín, Ma. Luisa (coor), *Los mercados de trabajo Femeninos*, Grupo editorial Miguel A. Porrúa, México, 1998.
- Good, Catherine, *Haciendo la lucha*, Fondo de Cultura Económica, México, 1988
- Grunwald, Joseph y Kenneth, Flamm, *The Global Factory*, The Brookings Institution, Washington, D. C, 1985.
- Guadarrama, R. (coor), *Cultura y trabajo en México*, UAM-Iztapalapa, México, 1998.
- _____, "El debate sobre las culturas laborales: viejos dilemas y nuevos desafíos"; en Guadarrama, R. *Cultura y trabajo en México*. UAM-Iztapalapa México, 1998.
- Gunder Frank, André, *Capitalismo y subdesarrollo en América latina*, Siglo XXI Editores México, 1982.
- Gympel, Jan, *Historia de la arquitectura desde la antigüedad hasta nuestros días*. Reproducciones Imago. Hong Kong, China, 1996.
- Harris, Marvin, *El desarrollo de la teoría antropológica*, Siglo XXI editores, México, 1994.
- Harris, Olivia y Young Kate, *Antropología y feminismo*, Anagrama, Barcelona, 1979.
- Hartmann, Heidi, "La familia como lugar de lucha política, de género y de clase: el ejemplo del trabajo doméstico"; en Marysa Navarro y Catharine R. Stimpson (comp.), *Cambios sociales, económicos y culturales*, Fondo de Cultura Económica, México, 2000.
- Heath, H., *Lucha de clases: la industria textil en Tlaxcala*, ediciones el Caballito, México, 1982.

- Hernández, Beatriz, *Salud y enfermedad en el proceso del trabajo maquilador, adaptación cultural y protección obrera*, Tesis doctorado en antropología social, UNAM, México, 1996.
- Herrero, Carlos, "Calpulalpan en 1811. a Sangre y fuego: el asalto revolucionario a un pueblo," *Revista Española de Antropología Americana*, 28, Servicio de Publicaciones UCM. Madrid, España, 1998.
- Herskovits, Melville, *El hombre y sus obras*, Fondo de Cultura Económica, México, 1973.
- Ianni, Octavio, *Teorías de la globalización*, Siglo XXI editores, México, 2002.
- Iglesias, Norma, *La flor más bella de la maquiladora*, Centro de Estudios Fronterizos del Norte de México, 1985.
- Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI), *La micro, pequeña y mediana empresa*; Biblioteca de la micro, pequeña y mediana empresa, número 7. México, 1993.
- _____, *La industria Textil y del vestido en México*, 1996.
- _____, Censo económico, 2002
- Janvry, A., de., *The Agrarian Question and Reformism in Latin America*, Baltimore-Londres, Johns Hopkins University Press, 1981.
- Juárez, Huberto, *Allá...donde viven los más pobres, cadenas globales – regiones productoras la industria del vestido*, coedición de la Benemérita Universidad de Puebla, México, 2004.
- Kearney, Michael, *The local and the global: The anthropology of globalization and transnationalism*, *Annual Review Anthropology*. 1995, 24:547-65
- Klein, Naomi, *NOLOGO el poder de las marcas*, Paidós, México, 2001.
- Lagarde, Marcela, *Los cautiverios de las mujeres*, UNAM, México, 2001.
- _____, *Género y Feminismo*, ed., Horas y horas, España, 2001.
- Lamas, Marta, *Cuerpo: diferencia sexual y género*; Taurus, México, 2002.
- Lara, Sara, "El perfil de la jornalera agrícola actual y su mercado de trabajo"; en Josefina Aranda (comp.) *Las mujeres en el campo. Memoria de la primera Reunión Nacional de Investigación sobre Mujeres Campesinas en México*. Instituto de Investigaciones sociológicas de la Universidad Autónoma Benito Juárez de Oaxaca, 1995. México.
- Leñero, Estela, *El huso y el sexo la mujer obrera en dos industrias de Tlaxcala*; Cuadernos de la Casa Chata 106, CIESAS, México, 1984.
- Lesser, Alexander, *Social Fields and the Evolution of Society*; *Journal of anthropology*, University of New Mexico and the Laboratory of Anthropology, Santa Fe. Vol.17, U.S.A., 1961.
- Levi O. y Alcocer M., *Las maquiladoras en México*, FCE, México, 1983.
- Levy-Dabbah, Simón, *China la nueva fábrica del mundo*, Grupo Editorial ISEF, México, 2004
- Ley Federal del trabajo, Editorial Alco, México, 2003.
- Linton, Ralph, *Estudio del hombre*, Fondo de Cultura Económica, México, 1982.
- Littlefield, Alice, *La Industria de las Hamacas en Yucatán México*, Instituto Nacional Indigenista, México, 1976.
- Lomnitz, Larissa, *Cómo sobreviven los marginados*, Siglo XXI editores, México, 1975.
- _____, *Redes sociales, cultura y poder: Ensayos de Antropología Latinoamericana*, FLACSO, México, 1994.
- Lipovetsky, Gilles, *La tercera mujer*, Anagrama, Barcelona, 1999.
- Luis Pineda, Octavio, *La maquila en México: evolución y perspectivas*; Instituto Politécnico Nacional, México, 1999.

- Loveman, G. y W. Sengerberger, "Introduction: economic and social reorganization in the small and medium-sized enterprise sector," en W. Sengerberger, G. Loveman y M. Piore (eds.) *The Re-emergence of Small Enterprises*, Ginebra, ILO, 1990.
- Macfarlane, Alan, *La cultura del capitalismo*, Fondo de Cultura Económica, México, 1993.
- Manual para uso de la pequeña y mediana industrias, Elaborado por la Coordinación de Normatividad de la Subdirección y Orientación al Contribuyente, de la Dirección General de Administración Fiscal Central de la Subsecretaría de Ingresos, México, 1979.
- Martínez, Alejandro, *Lo que vi, lo que leí y lo que me contaron de Calpulalpan*. Impresora Eficiencia, México, 1988.
- Marx, K., *El capital*. t.I / vol. 1. Fondo de Cultura Económica, México, 1984.
- _____, *El capital*. t.I / vol. 1; Siglo veintiuno editores. México, 1985.
- Massolo, Alejandra, "El espacio local: oportunidades y desafíos para el empoderamiento de las mujeres," una visión latinoamericana, 2003, www.igov.org/dhial. Consultado el 24 de mayo de 2004.
- Meillasoux, Claude, *Mujeres, graneros y capitales*, Siglo XXI, México, 1989.
- Miño Grijalva, M., *La protoindustria colonial hispanoamericana*, Fondo de Cultura Económica. México, 1993.
- Moliner, María, *Diccionario de La lengua española*, España, 1986.
- Montesinos, Rafael, *Las rutas de la masculinidad*, Gedisa, España, 2002.
- Nash, June, "La Producción artesanal y el desarrollo de la industria: Cambios en la transmisión cultural por medio de las mercancías"; Ruz, Humberto (ed.) *Semillas de Industria*. Ciesas-Smithsonian, México, 1994.
- Nash, Manning, "The social context of economic choice in a small society", *Man* 91, 1961, pp.186-191.
- Noble, Mari, "Social Network: Its Use as a Conceptual Framework in Family Analysis"; en: Jeremy Boissevain and J. Clide Mitchel. *Network analysis studies in human interaction*. Monographs under the auspices of the Africa studiecetrum Leiden, 1969.
- Novelo, Victoria, *Artesanías y capitalismo en México*, SEP-INAH. México, 1976.
- _____, *Las Artesanías en México*; Instituto Chiapaneco de Cultura, México, 1993.
- Nussbaum, M. y Sen, A.(comp), *La calidad de vida*; Fondo de Cultura Económica, México, 1998.
- Palerm, Angel y Wolf, Eric, *Agricultura y Civilización en Mesoamérica*, ediciones Gernika, México, 1992.
- Parnraiter, Christof, *México: the Making of a Global City*; in: Sakia Sassen (ed) *Global Networks, linked cities*. Routledge, London, 2002.
- Peña Saint Martin, F., *Discriminación laboral femenina en la industria del vestido en Mérida, Yucatán*, Instituto Nacional de Antropología e Historia, México, 1989.
- Pérez Lizaur, Ma. de la Soledad, *El Empresario, la tecnología y el poder: Dos Empresas en un Momento de Cambio estructural*. Tesis de doctorado en antropología social, Universidad Iberoamericana, México, 1994.
- Poder Ejecutivo Federal, *Plan Nacional de Desarrollo 1995-2000*, México, 1995.
- Polanyi, Karl, Nuestra obsoleta mentalidad de mercado, en Foro de Economía Política. www.red-vertice.com, octubre 2002
- Puente L.Jesús, "Recursos y crecimiento del sector agropecuario en México, 1930-1967," *Revista México Agrario*, año V, núm. 2, México, 1972.

- Quilodrán Salgado, Julieta, *Un siglo de matrimonio en México*, El Colegio de México, 2001.
- Quiroz Haydee, *La Neoartesanía: economía y ciudad, un estudio en Ciudad Netzahualcoyotl*, tesis de maestría en antropología social, ENAH, México, 1989.
- _____, *Las Mujeres y los Hombres de la Sal, un Proceso de Producción y Reproducción Cultural en la costa Chica de Guerrero*, tesis doctorado en antropología social, Universidad Iberoamericana, México, 1998.
- Radcliffe-Brown, A. R., *Estructura y función en la sociedad primitiva*, Ediciones Península, Barcelona, 1972.
- Reygadas, Luis, *Mercado y sociedad civil en la fábrica Culturas del trabajo en maquiladoras de México y Guatemala*, Tesis de doctorado en Ciencias Antropológicas UAM, México, 1998.
- _____, *Ensamblando culturas*, Gedisa, España, 2002.
- Rivers, Pitt, *Antropología del honor o política de los sexos*, Grupo Editorial Grijalvo, México, 1979.
- Roldán, M., "Industrial Outworking, Struggles for the Reproduction of the Working Class Families and Gender Subordination", en Redclift y Mingione (eds.), 1985, pp. 248-285.
- Roll Eric, *Historia de las doctrinas económica*. Fondo de Cultura Económica; México, 1994.
- Romero, Ma. Eugenia, "Panorama general del desarrollo de la historia empresarial en México". Boletín Oficial del Instituto Nacional de Antropología e Historia, Octubre/diciembre, México, 2003.
- Roseberry, W., *Coffee and Capitalism in the Venezuelan Andes*, Austin, University of Texas Press, 1983.
- _____, "Los Campesinos y el Mundo"; en Plattner, S., *Antropología Económica*; Consejo Nacional para la Cultura y Las artes, México, 1981.
- Roubaud, Francois, *La Economía Informal en México*, Fondo de Cultura Económica, México, 1994.
- Salas, Hernán, "Antropología y estudios rurales", en Rafael Pérez Taylor et.al, *Aprender a comprender la antropología*, Grupo Patria cultural, México, 2000.
- _____, *Antropología, estudios rurales y cambio social La globalización en la región Lagunera*. Instituto de Investigaciones Antropológicas-UNAM, México, 2002.
- Salzinger, Leslie, *Genders in production*, University of California Press, 2003.
- Saraví, G., "Cirujeo: para sobrevivir en un medio urbano", ponencia presentada en la sesión Anthropologie des Sociétés et Cultures Urbaines, XIII Congreso Internacional de Ciencias Antropológicas y Etnológicas (CICAE), México, julio-agosto de 1993.
- _____, *Redescubriendo la micro industria dinámica y configuración de un Distrito Industrial en México*, Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales, Juan Pablo Editor, México, 1997.
- _____, "Efectos locales de la globalización: Estrategias empresariales y estructura social en un distrito industrial (el caso de San Mateo, México)," Bueno, Carmen (comp.) *Las expresiones locales de la globalización: México y España*, UIA.CIESAS, México, 2003.
- Sen, Amartya, *Género y conflictos cooperativos*; en *Cambios sociales, económicos y culturales*, Navarro, M. Y Stimpson, C. (comp.), Fondo de Cultura Económica, Argentina, 2000.
- Serna, Ma. Guadalupe, "Empresarias y relaciones de género en dos ciudades de provincia" *En Empresarias y ejecutivas mujeres con poder*, Barrera, D. (comp.), El Colegio de México, 2001.

- Schmitz, H., *Manufacturing in the Backyard*, Frances Pinter, Londres, 1982.
- Schumpeter, J., *Teoría del desenvolvimiento económico*, Fondo de Cultura Económica, México, 1994.
- Schweizer, T., "Embeddedness of Ethnographic Cases. A Social Networks Perspective"; en: *Current Anthropology*, vol. 38, núm. 5, diciembre de 1997.
- Secretaría de Fomento y Comercio Industrial, *Programa de apoyo a la actividad artesanal 1991-1994*, México, 1991.
- _____, *Programa para la Modernización y Desarrollo de la Industria Micro, Pequeña y Mediana*, 1995.
- Shanin, Theodor, *La clase incómoda*, Alianza Editorial, Madrid, 1983.
- Smith, Adam, *La riqueza de las naciones*, Publicaciones Cruz, S.A., México, 1994.
- Smith, Peter, "Crisis and Democracy in Latin America", *World Politics*, vol.43. núm. 4, julio, pp.609-635, 1991.
- Sombart, W., *El burgués*, Alianza, México, 1986.
- Steward, Julian, *Theory of Culture Change*, University of Illinois Press, 1955.
- Stoner, J., y Freeman, A., *Administración*; Prentice Hall. México, 1996.
- Suárez Aguilar y Rivera Ríos, *Pequeña empresa y modernización: análisis de dos dimensiones*, CRIM-UNAM, México, 1994
- Thompson, J., *Ideología y cultura moderna*, UAM-Xochimilco, México, 1998.
- Thorner, Daniel, "Una teoría neopopulista de la economía campesina: La escuela de A.v. Chayanov" en: Chayanov/Kerblay/Thorner/ Harrison. *Chayanov y la teoría de la economía campesina*. Cuadernos de Pasado y Presente, México, 1991.
- Tokman, V. (comp.), *El sector informal en América Latina*, Conaculta, México, 1991.
- Torres, Gerardo, *Vivienda vernácula*; Conaculta, México, 2000.
- Torres, Patricia, "El México obrero industrial"; en: Lourdes Arizpe (coor) *Antropología Breve de México*, Academia de Investigación Científica, México, 1994.
- _____, *Peasants, Merchants, & Politicians in Tobacco Production*, Ateneo de Manila University Press, 2000.
- Touraine, Alain, *¿Podremos vivir juntos?*, Siglo XXI editores, México, 2001.
- Tousaint, Manuel, *El arte colonial en México*, UNAM, 1974.
- Turok, Marta, *Cómo acercarse a la artesanía*, Plaza y Valdés Editores, México, 1988.
- Velázquez, Margarita, *Políticas sociales, transformación agraria y participación de las mujeres en el campo: 1920-1988*, UNAM- Centro Regional de Investigaciones Multidisciplinarias, México, 1992.
- Valdés, G., "Aprendizaje en la producción y transferencia de tecnología en la industria de maquila de exportación," en Carrillo, J. Reestructuración industrial maquiladoras en la frontera México-Estados Unidos, 1990, Conaculta, México, 1990.
- Valcárcel, Amelia, *Los desafíos del feminismo ante el siglo XXI*, Instituto Andaluz de la Mujer, España, 2000.
- Velasco, Griselle, *Origen del textil en Mesoamérica*, Instituto Politécnico Nacional, México, 1995.
- Venegas, Lilia, *A veinte Años de maquilar: las obreras de la industria maquiladora en Ciudad Juárez, Chihuahua*, Tesis de Maestría en Antropología Social, Escuela Nacional de Antropología e Historia, México, 1988.

- Viqueira, Carmen y Urquiola, José, *Los obrajes en la Nueva España 1530-1630*, Conaculta, México, 1990.
- Wallerstein, Immanuel, *El moderno sistema mundial*, ts. I. y II, Siglo XXI editores, México, 2003.
- _____, *Después del liberalismo*; Siglo XXI editores – UNAM, México, 1996.
- Warman, Arturo, “...y venimos a contradecir”, SEP- CIESAS, México, 1988.
- Weber, Max, *La ética protestante*, ediciones Coyoacán, México, 1998.
- Welti, Carlos y Rodríguez Beatriz, “La investigación en México sobre participación de la mujer en la actividad económica en áreas urbanas y los efectos en su condición social”, en Grupo interdisciplinario sobre mujer, trabajo y pobreza, *Las mujeres en la pobreza*, Colegio de México, 1997.
- Werner, Klaus y Weiss, Hans, *El libro negro de las marcas*, editorial Sudamericana, Buenos Aires, Argentina, 2003.
- Wilson, Fiona, *De la casa al taller*, El colegio de Michoacán, México, 1990.
- Wolf, Eric, “Las luchas campesinas del sigloXX”, México: Economía Política y Sociedad 3, SigloXXI, México 1974, pp.15-76.
- _____, *Los Campesinos*, editorial Labor, Barcelona, 1978.
- _____, *Europa y la gente sin historia*. Fondo de Cultura Económica, México, 1994.
- _____, *Figurar el poder*, CIESAS, México, 2001.
- Zabludovsky, Gina, *Las empresarias en México: una visión comparativa regional y global*. En *Empresarias y ejecutivas mujeres con poder*, Barrera, D. (comp.), El Colegio de México, 2001.