



Casa abierta al tiempo

UNIVERSIDAD AUTONOMA METROPOLITANA IZTAPALAPA
DIVISION DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANIDADES
DEPARTAMENTO DE ANTROPOLOGÍA
LICENCIATURA EN ANTROPOLOGÍA SOCIAL

Una mirada al fenómeno migratorio del bajío mexicano desde una perspectiva antropológica y desde la investigación cualitativa de mercados

Trabajo terminal

que para acreditar las unidades de enseñanza aprendizaje de

Seminario de Investigación e Investigación de Campo

y obtener el título de

LICENCIADO EN ANTROPOLOGÍA SOCIAL

presenta

Luis Alberto Aguilar Jerónimo

Matrícula No. 95325025

Comité de Investigación:

Director: Mtro. Ricardo Falomir

Asesores: Dra. Margarita Zarate

Dr. Eduardo Nivón

México, DF

Octubre 2008

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN	3
2. VISIÓN DE CAMPO	6
3. OBJETIVOS Y METODOLOGÍA	9
4. RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN EN MÉXICO	10
4.1 MOTIVACIONES QUE IMPULSAN A MIGRAR	10
4.2 CONSTRUCCIÓN DE IDENTIDADES	13
4.3 PERCEPCIÓN DE MÉXICO Y ESTADOS UNIDOS	23
4.4 COSTUMBRES QUE CONSERVAN Y QUE HAN CAMBIADO	35
4.5. DINÁMICAS DE CONSUMO	37
4.6 CONCLUSIONES MÉXICO	47
5. RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN EN ESTADOS UNIDOS	50
5.1 MOTIVACIONES QUE IMPULSAN A MIGRAR Y RESIDIR EN ESTADOS UNIDOS	50
5.2 LA VIDA EN ESTADOS UNIDOS	56
5.3 PERCEPCIÓN DE MÉXICO	63
5.4 LA IDENTIDAD DE LOS MIGRANTES DEFINIDA A TRAVÉS DE LAS RELACIONES INTERCULTURALES	69
5.5 REDES Y DINÁMICAS SOCIALES	79
5.6 COSTUMBRES QUE CONSERVAN Y QUE HAN CAMBIADO	89
5.7 DINÁMICAS DE CONSUMO	96
5.8 Lo ‘TRADICIONAL’, UN DOBLE DISCURSO DE LOS CONSUMIDORES DE ORIGEN MEXICANO	105
5.9 CONCLUSIONES ESTADOS UNIDOS	115
6. CONCLUSIONES GENERALES	120
7. BIBLIOGRAFÍA	122

1. INTRODUCCIÓN

El presente trabajo se desprende de una investigación de mercados que desde un principio partió de la idea de utilizar una perspectiva antropológica como parte fundamental de la recopilación de datos y análisis de la información.

Esta es una tendencia relativamente reciente de la investigación de mercados, la cual ha incorporado nuevos recursos y perspectivas para obtener información más real y cercana de los consumidores para entender mejor sus prácticas, formas de ser y de pensar.

La antropología se ha incorporado a este campo como una herramienta fundamental para conocer y entender de forma más profunda cómo y por qué los consumidores reaccionan, piensan y consumen las propuestas de diferentes marcas/ productos.

En un principio, la investigación de mercado recurrió a la antropología como una ‘nueva tendencia’ para entender mejor al consumidor; de hecho formó parte de una estrategia para ‘vender’ una nueva forma de realizar investigación cualitativa, partiendo del principio de que la antropología, entre otras disciplinas, ayudan a entender mejor al consumidor desde una perspectiva más real.

Aunque no existía una razón o conocimiento real de cómo la antropología podría aplicarse a la investigación de mercados, ésta partió del principio que esta disciplina es una de las mejores formas de conocer la vida cotidiana de las personas desde una ‘mirada’ mucho más cercana. De hecho, en un principio la investigación de mercados ‘vendió’ a la antropología como una herramienta para ‘entrar hasta la cocina’ de los consumidores.

Esto constituyó la puerta de entrada de la antropología dentro de la investigación de mercados: ‘entrar hasta la cocina de los consumidores’ implicaba entrar a la vida cotidiana de las personas, hasta el más mínimo detalle para conocer, por ejemplo, por qué prefieren usar una marca en particular dentro de su casa.

Por esto, este negocio no sólo recurrió a la antropología como disciplina, sino que trajo consigo sus herramientas como parte fundamental de esta nueva tendencia de investigación de mercados. Desde un principio, entendieron que por ejemplo ‘la etnografía’ podía ser una de las mejores formas de abordar, entrar y conocer la vida cotidiana de los consumidores.

De esta forma, trataron de ir incorporando poco a poco herramientas y perspectivas antropológicas para darle a la investigación cualitativa de mercados un giro a lo que estaban acostumbrados y una nueva mirada a sus objetivos.

Por su parte, los antropólogos tampoco sabían cómo podrían aplicar su conocimiento y experiencia a un área que en principio puede parecer ‘banal o superficial’; sobre todo porque parte de objetivos muy particulares de consumo, que aparentemente están dirigidos a una meta única: ‘vender más’.

Además, a diferencia de la investigación antropológica en esta área existen condicionantes y demandas de tiempo, objetivos y recursos muy específicos que en principio se contraponen a la forma ‘tradicional’ de realizar una investigación antropológica.

Por una parte existen condicionantes de tiempo muy importantes que pueden limitar un rapport real y profundo con las personas, porque en esta área de investigación se parte de una planeación muy específica del tiempo que condiciona y establece claramente cuándo y cómo debe ocurrir la recopilación de información, sin margen de error o de reconsideraciones.

Además, desde el principio existen lineamientos muy claros sobre qué es lo que se desea obtener de la investigación, lo cual no debe entenderse como una predisposición sobre lo que piensa el consumidor, sino como objetivos claros que deben cumplirse y que la investigación debe responder a partir de los datos reales que el consumidor aporte.

Sin embargo, al mismo tiempo existen más recursos que facilitan la planeación y realización de la investigación. Recursos que permiten una investigación mucho más

‘organizada’ y menos restrictiva, lo cual ocurre muchas veces en la investigación antropológica ‘tradicional’.

Esos factores hacen que la combinación de la investigación de mercados con la antropología pueda parecer muy condicionada, donde aparentemente la antropología se ‘acomoda’ a las demandas de esta área.

Pero en realidad, se trata de una forma diferente de aplicar la antropología, tanto en tiempo como en objetivos, los cuales en esta área se vuelven mucho más aplicables a diferentes tipos de estrategias, que van desde comunicación, planeación o lanzamiento de nuevos productos.

En realidad, más que ‘utilizar’ la antropología para fines mercadotécnicos, la investigación de mercados retoma a esta disciplina como una herramienta para conocer qué dice, cómo consume y por qué reacciona el consumidor frente a los productos y marcas que se encuentran en su vida cotidiana.

De hecho, la etnografía y la antropología han permitido al consumidor tener una ‘voz’ clara, más real frente a las marcas y productos que consume cotidianamente.

Porque a partir de la investigación antropológica ahora las marcas pueden conocer lo que realmente piensa su consumidor; conoce las necesidades de origen que lo llevan a consumir y elegir cada producto; sabe cómo consumen en realidad sus productos.

Muchas veces la investigación de mercados no sólo desea conocer cómo reaccionan los consumidores frente a los diferentes productos, sino que muchas veces desea conocer cuáles son las necesidades de un grupo en particular, para poder ofrecerle productos mucho más cercanos a sus necesidades cotidianas.

Así es cómo surge esta investigación, bajo el interés de conocer cómo son los migrantes mexicanos, tanto en territorio nacional como extranjero; cómo se modifican sus patrones de consumo a partir de su condición de vida como migrantes.

Porque muchas veces la investigación de mercados no surge del interés tradicional o estereotipado de 'vender' más a los consumidores, sino que muchas veces tiene el deseo de entender mejor cómo piensa y cuáles son las necesidades reales de las personas para poder ofrecerles opciones que mejor se acomoden a su vida cotidiana y a su condición.

De esta forma, esta investigación, tiene el interés de conocer la forma en que los migrantes de México piensan, viven y transforman sus necesidades cotidianas y de consumo a partir de su condición de personas que por su situación de vida se han visto en la necesidad de migrar de su país.

Este trabajo surge tanto del interés académico para profundizar en el entendimiento de los fenómenos migratorios dentro de México, específicamente en la zona del bajío y también de objetivos específicos de una investigación de mercados cualitativa para conocer cómo es el target de migrantes para conocer a profundidad cómo es su forma de ser, pensar y sobre todo cómo funcionan sus patrones de consumo.

Por esto, para poder realizar esta investigación existió un trabajo conjunto entre una agencia de investigación de mercados y la Universidad Autónoma Metropolitana Iztapalapa que colaboraron para que este estudio pudiera llevarse a cabo y de esta formar completar todo el trabajo necesario para la investigación.

Este trabajo conjunto permitió que esta investigación cuente con una perspectiva dual a un fenómeno tan complejo como es la migración; desde la antropología se retomó el conocimiento y herramientas académicas para recopilar y analizar la información; por su parte de la investigación de mercados se retomaron los recursos, demandas de tiempo y objetivos específicos de consumo que permitieron que este trabajo partiera de una exigencia de aplicación más enfocada.

2. VISION DE CAMPO

La migración mexicana hacia los Estados Unidos constituye un fenómeno complejo, con una prolongada tradición histórica y con raíces estructurales a ambos lados de la frontera.

Aunque no se trata de un fenómeno nuevo, la migración ha alcanzado dimensiones y complejidades sin precedentes; no obstante, es necesario profundizar en el conocimiento de las particularidades que presentan las regiones, las formas en que cada una construye, desarrolla y actualiza oportunidades, vínculos y redes sociales

En la investigación se abordó el fenómeno migratorio en comunidades del Bajío mexicano y del estado de Texas; los cuales cuentan con una tradición migratoria que trasciende los límites económicos y político-espaciales al conjuntar un entramado de redes sociales, identidades y objetos a los que se les atribuyen valores simbólicos.

Las comunidades en las que se realizó la investigación antropológica en México fueron La Mojonera y Aguafría pertenecientes al estado de Querétaro que se caracterizan por contar con flujos migratorios, entre los cuales, algunos están orientados hacia el estado de Texas. En Guanajuato, la investigación estuvo focalizada a la comunidad de Mineral de Pozos, donde existen flujos hacia la misma entidad en los Estados Unidos. Por último, se abordaron las comunidades de Irimbo y Tzintzingareo en el estado de Michoacán, cuyos migrantes se dirigen principalmente a la ciudad de Chicago.

La investigación en Estados Unidos comprendió tres poblados del Estado de Texas; San Antonio, El Paso y Houston, ciudades en las cuales el fenómeno migratorio y de la frontera constituyen parte de la vida cotidiana laboral y social.

Los flujos migratorios que se han construido en esas ciudades se sustentan tanto en las redes sociales de los migrantes como en el fenómeno de la frontera que impulsa a los habitantes de poblados cercanos a llevar a cabo esta experiencia para trabajar en ese país, por lo que la migración constituye un verdadero universo cultural donde la interacción con miembros de distintas culturas es una constante que tiene uno de sus pilares en el trabajo,

ya que la búsqueda de éste es la principal dinámica social en la cual se involucran todos los migrantes.

La búsqueda de trabajo y oportunidades que proyectan progreso y una mejor forma de vida son motivaciones por las cuales los individuos deciden migrar a EU; al establecerse temporal o definitivamente en ese país la percepción del país y comunidad de origen cambia y adquiere otras dimensiones, a través de un constante diálogo con nuevas experiencias y valoraciones, las cuales están permeadas por su condición de migrantes.

Ellos se adaptan a las nuevas condiciones del país al cual migran día con día; la búsqueda de oportunidades de trabajo implica enfrentarse a riesgos y peligros frente a los cuales el migrante no tiene control o poder de decisión, sin embargo con el apoyo de redes sociales que proporcionan sustento e información, al establecer lazos sociales y afectivos en ese país y conformar su identidad en ese país, la migración se instaura como una forma de vida, que en el imaginario de muchos individuos es la mejor opción.

Los flujos migratorios desencadenan una serie de fenómenos como son la construcción de redes sociales y la transformación de las relaciones sociales. A la vez que redefine redes sociales que trascienden la frontera, transforma rutinas cotidianas de los migrantes en EU y México, además, esos flujos permiten que exista un ciclo de apropiación y reapropiación de objetos, prácticas —de consumo— y formas de vida que se encuentran en constante proceso de cambio.

La experiencia de los migrantes, sigue patrones y flujos migratorios regulares, que simultáneamente segmentan gustos y apropiaciones, ya que los diferentes grupos sociales tienden a identificarse con imaginarios que asocian a su condición socioeconómica, historia y posibilidades de consumo. Esa apropiación, permeada por su condición de migrantes, se da en términos culturales, a través de la selección y combinación de elementos culturales de la sociedad norteamericana y de elementos culturales de sus comunidades de origen; esa combinación de elementos se produce en el imaginario del migrante, construyendo de esa manera, el sentido de pertenencia y dando un significado complejo a su identidad —soy de aquí y soy de allá—.

La identidad la construyen y eligen los migrantes. Esto nos lleva a pensar en sujetos de múltiples dimensiones, que nos habla de una multiplicidad de lugares donde privilegian una identidad —todos son mexicanos, pero además son queretanos, michoacanos, guanajuatenses etc.— que deriva de un sentimiento de pertenencia a un colectivo o comunidad y que implica actuar frente a otros. En ese sentido, la identidad no está compuesta, solamente, por marcadores culturales a simple vista como la vestimenta o rasgos físicos, sino también existen factores culturales no visibles como la lengua, la profesión de fe, la conformación de una estructura familiar, sólo por mencionar algunos.

La movilidad del migrante entre EU y México conforma procesos de apropiación y recreación de nuevos referentes socioculturales y de identidad; el migrante cuenta con elementos que le permiten realizar comparaciones y adoptar nuevos roles sociales, paralelamente con la recuperación de elementos que reafirman su identidad, estos últimos son principalmente; idioma, costumbres y hábitos.

Existe también un proceso de reproducción de imaginarios locales —los que conforman en sus pueblos de origen— y nacionales —día de la bandera, de la Virgen de la Guadalupe, 5 de Mayo, etc.— ambos, les permiten mantener contacto con su terruño, y los hace sentir que siguen perteneciendo a su comunidad y país, a pesar de la lejanía física.

Es interesante observar cómo algunas pautas de consumo se territorializan de manera sorprendente; algunos objetos —*trokas*, electrónicos y ropa— adquieren significados y valores simbólicos que los individuos les atribuyen para entender e interpretar su mundo.

3. OBJETIVOS Y METODOLOGÍA

La investigación se orientó a la consecución de los siguientes objetivos:

Identificación de las principales variables socioculturales que motivan el fenómeno migratorio México—Estados Unidos en las comunidades mencionadas.

Transparentar las principales variables socioculturales que enmarcan el proceso de adaptación y resignificación del migrante, una vez que se establece en los Estados Unidos.

Identificar los elementos culturales más relevantes que sustentan los lazos de la población migrante con su país y comunidad de origen.

Con base en la metodología y herramientas cualitativas —etnografía y entrevista a profundidad se llevaron a cabo:

- Interacción con familias de migrantes en 6 comunidades del Bajío mexicano
 - Condiciones socioculturales y económicas que propician la migración.
 - Consecuencias familiares y comunitarias de la migración.
 - Percepción familiar y comunitaria hacia el migrante.
 - Dependencia familiar y comunitaria con el migrante.
- Interacción con migrantes en 3 ciudades de Estados Unidos
 - Elementos o artículos que porten los migrantes (artículos que van y vienen de su lugar de origen a su lugar de residencia.)
 - ¿Cómo interactúan en autoservicio, fiestas, celebraciones, colonia, etc.?
 - Rutinas de alimentación y de consumo
 - Redes sociales que se generan, desde la familia hasta grupos más inclusivos.
 - Identificar espacios de recreación y convivencia.
 - Identificar cómo interactúan entre mexicanos y con sujetos no mexicanos

4. RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN EN MÉXICO

4.1 MOTIVACIONES QUE IMPULSAN A MIGRAR

La migración no es sólo un hecho demográfico o económico de expulsión-atracción, sino un fenómeno que transforma la identidad cultural de los migrantes mexicanos y la formación sociocultural de los Estados Unidos. En este proceso, ocurre una constante resignificación de conceptos y valores; por ello, la migración constituye un verdadero

universo multicultural en el que pueden leerse una amplia gama de aspectos económicos y socioculturales.

La motivación para migrar no se reduce al ámbito estrictamente económico, categorizarla de esta manera, dificulta la comprensión de un fenómeno que también está configurado por elementos sociales, ideológicos y culturales. Consideramos a la migración como un fenómeno heterogéneo, con raíces y motivaciones diversas que pone de manifiesto la diversidad que caracteriza la vida transnacional producida por los flujos migratorios entre México y Estados Unidos.

Como se desprende del trabajo etnográfico, podemos caracterizar a la migración no solamente como producto de la pobreza o la falta de empleo, sino como resultado de complejas dimensiones sociales y culturales —varias de ellas coincidentes—, que impulsan el fenómeno migratorio.

En cuanto a las determinantes de la migración, consideramos conveniente destacar una combinación de factores que influyen a la hora de migrar; diferentes intereses, expectativas y sueños se combinan al momento de tomar tal decisión.

Los factores económicos son los que se observan en la superficie del fenómeno —necesidad de buscar una mejor expectativa de vida—, pero también encontramos el factor cultural que se puede observar en la gran tradición migratoria que se ha conformado en el Bajío mexicano, a través de los años y la cual se alimenta con el constante ir y venir de los migrantes, conformando en el imaginario social de sus comunidades de origen, la necesidad cultural de migrar; los jóvenes al migrar dan ese paso cualitativo para crecer y proyectarse socialmente; ambos factores —socioeconómicos y culturales— se deben entender en interacción y no de manera aislada.

“Yo me fui hace cinco años, en el 96; mi hermano más grande se fue como dos años después de mí y el más chiquillo se fue en el 99. No había necesidad, pero sí queríamos progresar, construir una casa, vivir un poco mejor. Siempre hemos pensado trabajar allá duro, para

poder algún día regresar y vivir mejor. Creo que ese es el motivo de todos.” (Hombre, 27 años, originario de Michoacán, residente en Chicago.)

“Muchas personas se iban para allá a ganar dinero y pues... yo también quería dinero.” (Hombre, 30 años, originario de Querétaro, residente en Texas.)

Como puede observarse, uno de los factores coincidentes, es la posibilidad de progresar, de tener mejores condiciones de vida, “un deseo de vivir mejor”, aunado al deseo de querer conocer “el otro lado”. Uno de los ideales migratorios, es el deseo de tener una mejor vida, difícil de lograr dentro de las condiciones locales de muchas comunidades rurales mexicanas, por lo que migrar, se transforma en una opción vital más dentro del espectro de las posibilidades que se le presentan a los jóvenes del Bajío mexicano.

“Algunas jóvenes del lugar comentan que la mayoría de los hombres entre 18 y 30 años están migrando a EU y los que aún no lo han hecho adoptan actitudes, formas de pensar y de vestir de migrantes, porque cuando regresan sus vecinos, parientes y amigos socializan con ellos.” (Comunidad rural, Guanajuato.)

“En las perspectivas entre los jóvenes que terminan primaria o secundaria, están las de poner pie en territorio estadounidense.” (Comunidad rural, Querétaro.)

Este conjunto de factores, tanto los pertenecientes a motivaciones económicas, como los pertenecientes al mundo vivencial de los actores sociales, no se presentan en forma aislada en el discurso de los migrantes, sino que los encontramos reflejados en una interacción dinámica en la familia y en las comunidades, donde se han conformado las condiciones necesarias para disparar de manera constante la migración por parte de sus miembros; los cuales, en la mayoría de los casos son los más jóvenes.

“Yo emigré en el año 1988 y mi esposa en 1990. Tratando de recordar, el motivo de que me fuera, no era tanto necesidad económica, porque vivíamos más o menos bien, era buscar un mejor futuro, un mejor trabajo, porque yo acababa de salir de la escuela y se me hizo difícil encontrar un trabajo aquí. También los amigos platicaban de que allá les iba más o menos

bien y eso fue lo que me animó.” (Hombre, 32 años, originario de Michoacán, residente en Chicago.)

“Hace 13 años me fui, en el año 1988. Fueron dos motivos principales; uno de ellos era la idea de irme desde que era un niño, pensaba que tenía que conocer EU porque mis vecinos y tíos se la pasaban hablando de sus aventuras allá y de las cosas que veían en ese otro mundo. Otro de mis motivos era mi familia. Cuando me fui tenía 21 años, estaba casado y tenía dos hijos, uno de tres años y otro de meses. Eran muchas bocas que alimentar y preferí irme a trabajar a los EU. Ahorré para mandarle dinero a mi familia y junté el suficiente como para llevarme a mi esposa e hijos para allá.” (Hombre, 34 años, originario de Guanajuato, residente Texas.)

“Migré en 1988, a los 17 años en compañía de mi hermano mayor. Ambos cruzamos la frontera por primera vez sin papeles y con la ayuda de un coyote. Nos fuimos a buscar trabajo y para conocer la vida en EU.” (Hombre, 35 años, originario de Querétaro, residente en Texas.)

“Yo también fui por lo que contaban y dije... ¡voy a conocer! Y me fui.” (Mujer, 28 años, originaria de Michoacán, residente Chicago.)

Aprehender la interconexión dinámica entre esas motivaciones, nos lleva a entender de manera amplia el fenómeno de la migración. Tanto las motivaciones socioeconómicas como las culturales son determinantes en el proceso de construcción de la identidad de los migrantes.

Con base en la conformación cultural de dicho fenómeno, el proceso de migración en el Bajío mexicano tiene características diferentes a los procesos migratorios de otras regiones del país. Eso se observa desde el punto de vista antropológico, en la construcción identitaria de los migrantes de esa región.

4.2 CONSTRUCCIÓN DE IDENTIDADES.

La migración a EU nos brinda elementos teóricos como para definir las llamadas comunidades transnacionales. Estas comunidades están conformadas por redes de personas que mantienen contactos, actividades y afectos en ambos lados de la frontera, lo

que nos hace pensar en un espacio culturalmente continuo, aunque discontinuo físicamente. Esta movilidad abre nuevas interrogantes en la construcción de la identidad social, generando inquietudes acerca de los procesos de identificación y adscripción.

Para algunos autores (Kearney, 1996) la *transnacionalización*¹ cultural generada en el marco de la migración internacional ha desarrollado procesos socioculturales inéditos, que han impactado las bases mismas de las comunidades y pueblos involucrados. Una de las características fundamentales de estas comunidades es que la migración transnacional fomenta y sostiene relaciones bien estructuradas y complejas, que enlazan a las sociedades de origen con los lugares de destino.

El espacio social de la vida de los migrantes no se limita a un lugar *unilocal*², sino que se entreteje entre diferentes lugares y se encuentra en un espacio transnacional, que traspasa fronteras, culturas e identidades.

La conformación de la identidad transnacional articula redes entre actores sociales que no actúan solamente en los marcos locales ni comunales, sino a nivel de escenarios que exceden los límites del Estado-nación, entendido éste como una demarcación político-territorial.

La identidad no es un hecho completo y cerrado, sino un proceso muchas veces contradictorio en el que algunos elementos de la tradición mexicana permanecen en tanto que otros cambian. No se trata de un problema de aculturación o asimilación, acerca de cómo se incorporan los mexicanos a la sociedad norteamericana, sino que tiene que ver con las formas de adecuación y de refuncionalización de nuevas formas culturales a lo largo de este proceso.

¹ La transnacionalización hace referencia a la movilidad de los migrantes; con base en este concepto se entienden las interconexiones que se construyen en espacios sociales geográficamente discontinuos —uno y otro lado de la frontera—, por ejemplo; la continuidad social que existe entre la ciudad de Chicago y la comunidad de Irimbo en Michoacán.

² Se refiere a que la vida del migrante se desarrolla en más de una localidad, es decir, la construcción de la cultura de los migrantes se da en comunidades de origen en México y lugares de llegada en Estados Unidos.

La construcción de identidad está remitida a un horizonte de sentido que compartimos con otros, unida a una necesidad de reconocimiento que sólo puede ser satisfecha de manera *dialógica*³. Somos lo que somos por haber crecido en una tradición, en una lengua, en una cultura, por lo que la identidad se transforma en un entrecruzamiento de diferencias, cuya construcción presupone a los “otros”, ya que la misma —la identidad— se crea en diálogo —me reconozco a mí a partir de diferenciarme con el otro—.

El vivir en una cultura diferente, con otra lengua y costumbres, requiere de una variedad de ajustes en la forma de pensar y de comportarse. Cada migración supone un esfuerzo de adaptación a lo cambiante, a lo nuevo, pero sin dejar de ser lo que fue. Por eso, la familia, la lengua, la alimentación, e incluso algunos objetos, simbolizan los vínculos entre los que migran y los que no.

“Al platicar con los jóvenes que han regresado y conocer sus experiencias y visión de las cosas, se puede observar que los cambios y adaptaciones no sólo han ocurrido en las comunidades y ciudades de nuestro estado. Muchos jóvenes comentan no sentirse tan extraños al estar en EU, ya que mucha gente habla español, pueden encontrar los mismos productos que se venden aquí, y además se relacionan con conocidos de sus propias comunidades o regiones; interactúan con familiares y amigos.” (Comunidad rural, Querétaro.)

“Es difícil porque después de estar uno o dos años allá ya no se acostumbra a estar uno aquí.” (Hombre, 30 años, originario de Querétaro, residente en Texas.)

Muchos de ellos han tratado de adaptarse a la cultura estadounidense, al tiempo que mantienen su idioma y ciertas costumbres. Podemos afirmar que se trata de un proceso de reproducción cultural, en el cual, a través de estos rasgos *diacríticos*⁴ —alimentación y lengua—, se entreteje en la cotidianidad un conjunto de acciones que le dan sentido de colectividad y que les permiten generar una imagen de auto identificación. Por lo anterior,

³ La relación que se da entre sujetos, con experiencias sociales distintas; conforma un diálogo cultural —dialógica— el cual es percibido en términos antropológicos como el discurso que se da entre dichos sujetos, y es base en la conformación de sus respectivas identidades; la lógica es: me identifico a partir de diferenciarme del otro —cuando el otro pertenece a una experiencia cultural distinta—.

⁴ Antropológicamente hablando, los elementos culturales diacríticos son aquellos que definen o marcan una diferencia cualitativa entre una y otra cultura.

la migración atraviesa diferentes fronteras, unas de demarcación geográfica, y otras identitarias.

La lengua es un elemento cultural que mencionan como vital; de gran relevancia identitaria, y cobra mayor importancia al encontrarse frente a otro tipo de experiencias culturales. Los entrevistados afirmaron la importancia del uso del español como elemento de identidad.

“Respecto al idioma, creo que es por que allá la vida exige mucho el idioma inglés; a los chicos en la escuela, en la calle, con sus amigos. Se necesita saber inglés para tener más posibilidades de salir adelante y pasan hablándolo todo el tiempo por que es práctico.” (Hombre, 32 años, originario de Michoacán, migrante en Chicago.)

“El idioma español, ése nunca lo voy a perder, la comida, la cerveza, la Coca, y las fiestas con mi familia. Lo cierto es que el idioma cambia un poco, pero a mis hijos les enseño español, aunque son chicanos, con mamás gringas.” (Hombre, 28 años, originario de Guanajuato, migrante en Texas.)

“Conservamos el idioma español pues es una herencia de mis padres y de mi país. Aunque mis hijos luego me hablan sólo en inglés. Los regaño y les pido que el inglés lo hablen en la calle, y que dentro de mi casa hablen español obligatoriamente. Ellos me dicen que se les sale hablar el inglés por costumbre. Los entiendo.” (Hombre, 30 años, originario de Querétaro, migrante en Texas.)

La binacionalidad tiene implicaciones en los procesos de conformación y auto adscripción identitaria. Esta variante en relación a la auto adscripción también se hace evidente en lo que respecta a la socialización de los hijos de los migrantes que nacen en Estados Unidos. Ellos tienen como referencia, por un lado, la educación en casa y por otro, la educación en los colegios; ambos elementos forman parte del proceso de construcción identitaria conocido como binacionalidad.

“Ciertas cosas se pierden por los niños; ellos van a las escuelas, les enseñan las cosas de allá y ellos van creciendo con las tradiciones nuevas y las traen a la casa. Se va cambiando una

tradición por otra, una de allá por una de aquí. También se van acabando las viejas generaciones y con ellas las viejas tradiciones mexicanas.” (Hombre, 32 años, originario de Michoacán, residente en Chicago.)

Redes sociales

En el contexto de la migración es fundamental la importancia de las *redes sociales*⁵, ya que implican apoyo emocional, económico, ayuda en la búsqueda de empleo, etc. Las redes sociales de migración han sido entretejidas por familias y amistades, generalmente pertenecientes a una misma comunidad de origen o a comunidades cercanas.

El predominio de migrantes de un mismo lugar de origen, en una misma localidad y en una misma actividad económica, se explica por una compleja red de relaciones sociales que vincula los lugares de origen con los puntos de destino.

Esta interacción entre México y Estados Unidos ha creado lo que se denomina *familia transnacional*⁶. Son ya miles las familias nucleares y extendidas a ambos lados de la frontera. En muchos casos, la migración ha provocado el desmembramiento momentáneo o permanente de la familia nuclear; sin embargo, también ha impulsado otras formas de integración, como las familias extensas.

“Casi nunca me ha gustado estar allá mucho tiempo, aunque cuando uno está allá con alguien de la familia es más fácil.” (Hombre, 30 años, originario de Querétaro, residente en Texas.)

“Migré a Texas, porque ahí tenía dos tías maternas y ellas me ofrecieron lugar para quedarme. Me ayudaron mis tíos, que ya tenían 5 ó 6 años trabajando en una florería.” (Hombre, 30 años, originario de Querétaro, residente en Texas.)

“Allá estaban mis primos en la yarda o en la junta del zacate. Además en Texas tenía amigos cercanos.” (Hombre, 24 años, originario de Querétaro, residente en Texas.)

⁵ Las redes sociales en torno a la migración consisten en lazos que vinculan comunidades remitentes y puntos específicos de destino en las sociedades receptoras (Massey, 1991: 171.)

⁶ La familia transnacional es la extensión de lazos de parentesco que se da entre los migrantes a uno y otro lado de la frontera.

“Migré para allá —Chicago— porque se gana bien y porque no hay tanto racismo como en otros lugares de EU, y porque allá hay muchos conocidos.” (Hombre, 27 años, originario de Michoacán, residente en Chicago.)

El sistema de redes se basa en un conjunto de relaciones sociales que se pueden clasificar en tres vertientes, según el grado de cercanía en el que se establece la relación. El primer nivel es el familiar, el segundo es el de amistad, basado en el compañerismo y la camaradería y el tercero tiene que ver con el paisanaje, la identidad común que se manifiesta por tener un mismo lugar de origen.

Uno de los fenómenos más relevantes de la migración es la construcción de redes sociales migratorias que se estructuran a través del tiempo y que permiten la canalización de información, recursos y relaciones. Estas redes permiten la integración social y económica del migrante. Las mismas, se encuentran tanto en las comunidades de origen como en las comunidades receptoras, lo que explica porque la migración de determinadas comunidades se encuentra focalizada en ciertas ciudades de Estados Unidos.

“Los principales destinos de los migrantes que habitan La Mojonera y comunidades cercanas como Agua Fría, Tierra Fría, Quirino y San Juan Buenaventura, son las distintas ciudades del centro-sur de los EU: Alburquerque, Santa fe, San Antonio, Austin, Odessa y Houston.” (Comunidades rurales, Querétaro.)

“Fui a Waco porque vivían mis hermanos y ellos me consiguieron ‘jale’ —trabajo— y un lugar donde vivir.” (Hombre, 28 años, originario de Guanajuato, residente en Texas.)

“La primera vez me fui en autobús junto con unas nueve personas del pueblo; nos fuimos en camión hasta Agua Prieta, por todo lo que es la costa del Pacífico. De ahí nos mandaron al aeropuerto de Phoenix, para que no hubiera sospechas. En ese momento nos dieron a cada uno un boleto de avión con destino a Chicago. Ya en Chicago nos estaban esperando los amigos o familiares.” (Hombre, 27 años, originario de Michoacán, residente en Chicago.)

“Me fui en autobús con otros amigos hasta Agua Prieta y de ahí tuvimos que cruzar el desierto a pie; tardamos como tres días. Íbamos de todo: mujeres, niños, jóvenes, personas ya grandes,

de todo. Ahora ya no está tan feo, pero cobran más. Ya hay muchas más maneras de pasar, con papeles falsos, en taxi, etc. Pero cuando uno anda con amigos es más fácil el camino.” (Hombre, 32 años, originario de Michoacán, residente en Chicago.)

Así, la red de relaciones sociales impacta directamente en la disminución del riesgo de cruzar la frontera, en el financiamiento del viaje, en el lapso antes de que el migrante consiga empleo y en las facilidades para la primera instalación.

“Ahí llegamos y me permitieron bañarme y cambiarme de ropa. No se me olvida que me llevaron a comprar ropa y zapatos para el trabajo, me dieron alojamiento y me pudieron conseguir un trabajo. Mientras me conseguían el trabajo me prestaron dinero para la comida; se los fui pagando poco a poco cuando tuve dinero. Por eso, yo he ayudado a algunos que llegan, aunque no tenga dinero para comprarles ropa nueva, les doy de la mía en lo que se alivianan.” (Hombre, 34 años, originario de Guanajuato, residente en Texas.)

“Allá tenía hermanos, primos, es donde estaba toda la familia que se había ido. Llegué a casa de mis tíos, pero yo solita me pagué todos los gastos y allá mis familiares me ayudaron a conseguir trabajo.” (Mujer, 28 años, originaria de Michoacán, residente en Chicago.)

“En la familia de Primitiva, el hijo mayor, Bernardino, fue el primero en irse con un primo. Más tarde, él ayudó a sus hermanos Joaquín y Carlos a pasar la frontera.” (Comunidad rural, Querétaro.)

Cuando el migrante regresa a su comunidad, principalmente durante el mes de diciembre, también es un buen momento para continuar tejiendo las redes de la migración. Es un momento en que, quien migra, comenta sus experiencias a sus familiares, amigos y vecinos que aún no lo han hecho.

El proceso migratorio no se reproduce exclusivamente a través de redes familiares, sino que debido al carácter local de la migración, muchas familias cuyos miembros nunca antes habían migrado, pueden unirse al proceso en cualquier momento; la reproducción de la migración es social y no solamente familiar.

“Un espacio en el que se juntan es en el jardín o afuera de las tiendas misceláneas donde venden refresco o cerveza y en las esquinas. Se juntan los migrantes con sus parientes, vecinos y amigos a platicar y tejer redes sociales de migración. Para ello toman cerveza o refrescos.”
(Comunidad rural, Guanajuato.)

“Aparte de pretender pasar el mayor tiempo con su mamá y hermanas, también quiere ver a los cuates que todavía no se han ido a EU.” (Comunidad rural, Michoacán.)

La migración ha logrado impactar no solamente a los actores sociales involucrados directamente, sino también a los integrantes de la familia y la comunidad de pertenencia. Este fenómeno abarca a la sociedad más amplia que no sólo incluye a los familiares de migrantes que nunca se han alejado de sus pueblos natales, sino también a familias de no migrantes.

Este fenómeno, no obstante, a la vez que redefine redes sociales y procesos macro, transforma también rutinas íntimas y cotidianas, especialmente cuando el migrante regresa a su comunidad.

Los cambios culturales se dejan sentir en todos los niveles de la vida social, en la cotidianidad misma de las relaciones sociales, así como en la transformación de gustos, hábitos y aspiraciones.

En su estadía en México, a nivel de la organización social, los cambios son perceptibles tanto en la estructura familiar como comunal. Los migrantes son vistos como las personas que regresan del otro lado y gozan de prestigio social, sobre todo cuando ya tienen un trabajo estable en Estados Unidos y vienen constantemente con bienes y productos, proyectando así su condición económica y social en su comunidad de origen.

“Llegando al pueblo se tiene el deseo de saludar a todo el mundo y que el migrante sea reconocido por todas aquellas personas que se cruzan en el camino. El migrante cuando llega al lugar donde creció y vivió por mucho tiempo, ansía ser esperado y bien recibido, sabe que va a ser el centro de atención.” (Comunidad rural, Michoacán.)

“El trato con las personas que visitaron fue muy familiar, tanto Luis como Carmen y los niños todos los saludaban —a los migrantes— con abrazos y besos.” (Comunidad rural, Michoacán.)

“El cambio en la unidad doméstica se puede observar en el trato que tienen para con el migrante; él aporta el dinero en su estadía en su comunidad y regularmente sus familiares se refieren a él con mucho respeto, y consideran siempre su opinión para cualquier tema.” (Comunidad rural, Guanajuato.)

Otro punto interesante de señalar, es el tema de las remesas, que constituyen un importante flujo de recursos, que paralelo a la migración, ha crecido en los últimos años y beneficia a un número cada vez mayor de familias de migrantes.

Las remesas de los migrantes representan un importante ingreso, en ocasiones, el mayor para familias y comunidades. Se trata de un recurso económico fundamental para el sostenimiento familiar, a la vez que el envío de las mismas implican un reconocimiento familiar y social de quien migra. Ese reconocimiento transforma muchas veces las relaciones del migrante con los integrantes de su familia y comunidad.

Muchos migrantes comienzan a desarrollar un rol diferente al que tenían antes de irse, gozan de reconocimiento social y son depositarios de una variedad de expectativas, tanto de parte de su familia, como de los integrantes de la comunidad a la que pertenecen; los flujos entre un lado y otro de la frontera, no se limitan a la movilidad geográfica de los migrantes, sino que hay también otros tipos de intercambios; algunos de ellos de tipo monetario y otros de tipo simbólico, representados en valores y productos culturales.

La migración se transforma en un mecanismo de movilidad social, que modifica relaciones sociales y que abre nuevas puertas —en términos de proyección social— de sectores de medianos y bajos recursos.

Uno de los roles que adquiere trascendencia a nivel comunal, es el de los padres del migrante, ya que son ellos quienes administran las remesas, tanto en la parte dedicada al consumo doméstico, como la dedicada a fines productivos. En algunos casos los usan

para instalar misceláneas, pero de manera más constante lo invierten en actividades que tienen más apropiadas como el trabajo agrícola.

“Como resultado del trabajo en EU han invertido en diversas propiedades: especialmente en una pequeño rancho, en el que trabajan la agricultura. Así, la casa de la familia tiene una amplia bodega, donde se pretendía acumular la cosecha, pero que hasta el momento no han terminado de construir y que ha servido de garaje.” (Comunidad rural, Michoacán.)

“Hace dos años, Bernardino regresó a casa de sus padres para instalarles una tienda de abarrotes en la comunidad, la que es atendida por Doña Primitiva y sus hijas. Según Doña Primitiva, la tienda representa un ingreso limitado para la manutención de la casa y sus integrantes, viéndose forzada a subsistir con las remesas que le envía su esposo.” (Comunidad rural, Querétaro.)

Algunos migrantes se plantean el regreso, por lo que las remesas constituyen un medio para garantizar una buena inserción en su comunidad. Otros, no se plantean el regreso definitivo a su comunidad de origen.

“Desde que me fui para EU he tenido la idea de regresar algún día al pueblo, pero para quedarme. Ahora estoy ganando un poco más de dinero y me he propuesto junto con mis hermanos construir una mejor casa para mi mamá y más adelante hacer la mía. También tengo por propósito llegar a ser uno de los mejores ‘ruferos’, para poder ganar muy bien y así poder juntar dinero para poder regresar a vivir al pueblo.” (Hombre, 27 años, originario de Michoacán, residente en Chicago.)

“Para enviarle dinero a su esposa no tiene un período fijo, puede ser cada dos o tres meses, pero en cada ocasión que hablan por teléfono él le dice cuando será el siguiente envío y le pregunta qué es lo que les hace falta para traerlo consigo en su momento.” (Comunidad rural, Querétaro.)

También los niños, hijos de migrantes, disponen de dinero para gastar en sus cosas, hecho que generalmente no ocurre en las comunidades rurales y que contribuye a afianzar la diferencia entre “estos” y “aquellos” niños.

“En diversas ocasiones, mientras los papás platicaban, los niños de Luis y los de las familias salían de la casa rumbo a la tienda cercana para comprar algunas golosinas. En este caso, invariablemente los niños de Luis —migrante— eran los que pagaban.”(Comunidad rural, Michoacán.)

4.3 PERCEPCIÓN DE MÉXICO Y ESTADOS UNIDOS

Para muchos jóvenes del Bajío mexicano —sobre todo varones— el trabajo en Estados Unidos es una opción laboral que está presente desde su infancia; ya sea por la ausencia temporal del padre, algún familiar o habitantes del poblado, la migración constituye en el imaginario de los jóvenes la opción laboral más redituable. Sin embargo, trabajar y vivir en Estado Unidos, no sólo posee un valor económico para los actores sociales, también se le atribuyen valores sociales y simbólicos que se le otorgan al migrante a su regreso al poblado con objetos, conocimientos, hábitos y prácticas que son socialmente valoradas.

Generalmente la primera experiencia migratoria suele ocurrir a temprana edad y de manera ilegal. En esta región de México, de gran tradición migratoria, se planea con la ayuda de familiares o miembros de la comunidad que proporcionan ayuda económica y social al transmitir información, ideas, datos y nociones sobre lo que representa el trabajo en Estados Unidos y las diferencias económicas respecto a la comunidad en la que viven. Así, al momento de irse, los jóvenes perciben a México, pero sobre a todo a la población y el estado en el que viven, como un lugar con opciones laborales muy limitadas que representan un continuo en su condición económica y social. Reconocen que una opción es permanecer en el poblado y trabajar ahí o en poblaciones aledañas, pero esto no representa más que un estado de permanencia de las condiciones en las que ha vivido.

“La mayoría de los jóvenes se van sin los documentos necesarios para hacerlo legalmente, arriesgándose; aunque dice Alejandro que no les importa, de todos modos a las personas que no se van, no le alcanza y de todos modos la pasan mal. Hace 17 años cuando se fue y no tuvo dificultades para conseguir su permiso de trabajo, ya que se lo dieron al medio año de haber llegado.” (Hombre, 30 años, originario de Querétaro, migrante en Texas.)

“Aunque en México lo que menos me gusta es la pobreza en la que se vive, aquí uno se puede pasar la vida trabajando sin progresar; en cambio en EU si uno trabaja se hace de una

camioneta, de un modular, de su televisión.” (Hombre, 34 años, originario de Guanajuato, migrante en Texas.)

Regresar al pueblo

Recientemente los patrones migratorios se distinguen por su gran complejidad y diversidad, por lo que ya no pueden diferenciarse, sólo por la temporalidad o residencia definitiva que establecen los migrantes. Aspectos como la permanencia, las zonas de trabajo, el estatus migratorio, la formación de hogares, la diversidad de vínculos e influencia que éstos mantienen con la población de origen deben considerarse para poder comprender los patrones migratorios de los actores sociales. Los contactos, relaciones e influencia que los migrantes mantienen con la población de origen son fenómenos que influyen directamente en los patrones, responsabilidad social y en la necesidad afectiva de los migrantes para regresar.

El viaje de regreso se planea con gran anticipación y emoción; ya que no sólo constituye el traslado físico de objetos, dinero e información que reflejan de forma palpable el trabajo y esfuerzo del migrante; también representa la posibilidad de regresar al país y comunidad de origen, con la cual han mantenido vínculos a través de diferentes medios. Pero, sobre todo, representa la posibilidad de estar ahí, donde están sus familiares, amigos, recuerdos y experiencias, lo cual imprime una gran carga afectiva al viaje y a la llegada a la población de origen.

“Desde el momento en que se empieza a planear el viaje al pueblo hasta el día de llegada, lo primero que viene a la mente del migrante, y que permanece en todo momento, es llegar a casa de los seres queridos, en este caso, a casa de la madre de Marco. En el trayecto del viaje, conforme se va acercando más al pueblo, la ansiedad es cada vez más fuerte. Se viaja con cierto miedo, siempre se procura llegar a la frontera antes de anochecer, pasar la noche en algún hotel y cruzar la frontera muy temprano para que el recorrido en México sea de día.”
(Comunidad rural, Michoacán.)

“Durante todo el recorrido dentro del país, el estado de ánimo varía a cada momento; al ir avanzando, la pobreza se hace más evidente y las expectativas de querer estar en México van cambiando. Él comenta que ‘hay momentos en uno quisiera regresarse a EU, pero cuando se

van viendo los nombres de lugares conocidos, se van dejando estos sentimientos de angustia, y cuando aparece el nombre del pueblo la felicidad es enorme’.” (Comunidad rural, Michoacán.)

Los individuos poseen percepciones y representaciones (una visión del mundo) que les proporciona la sociedad y cultura a la cual pertenecen; actúan y perciben las cosas según su experiencia social y los referentes culturales con los que cuentan. Así, los migrantes al contar con experiencias que han transcurrido fuera de su población y país de origen tienen referentes sociales, económicos y culturales que les permiten realizar comparaciones con la sociedad de la cual provienen.

En muchas ocasiones, a su regreso, durante el viaje o a su llegada, los migrantes comparan las condiciones económicas, materiales y laborales de México con las de Estados Unidos. Perciben a México de forma distinta, diferente a su última visita y con cambios y connotaciones negativas; manifiestan que México cuenta con pésimas condiciones económicas y materiales, en comparación con las de Estados Unidos. Los precios de distintos productos, las condiciones de carreteras y caminos, así como las condiciones materiales en las que viven las personas son malas y deplorables.

“Está bien caro todo y los sueldos por los suelos. Que cada vez está peor, y no sólo el pueblo, sino todo el país. Casi todas las cosas que se venden aquí y allá, están casi igual que el dólar, pero no los sueldos. Como hemos venido casi cada año, nos hemos dado cuenta que ha habido un cambio en cuestión de los precios; antes, como las cosas eran mucho más baratas aquí; con el dólar podíamos comprar muchas cosas, y poco a poco ha ido desapareciendo esa diferencia y ahora está al revés: un ejemplo es la gasolina que está casi al triple de lo que vale allá. Aún trayendo dólares, ya es caro aquí. Hasta es difícil poder salir a algún lugar turístico, como por ejemplo a la playa, casi todo te lo cobran en dólares y a precios caros.” (Hombre, 32 años, originario de Michoacán, migrante en Chicago.)

“Lo veo bien feo. Cuando vengo por carretera y voy viendo lo pobre que está todo el país, me empiezo a desanimar y dan ganas de regresarse, pero cuando se llega al pueblo ¡la felicidad es inmensa! Y ya en el pueblo, veo que es lo mismo, el pueblo lo veo igual. Sólo que más gente se está yendo para los EU, está muy solitario por aquí. Yo creo que hay como un 50 por ciento

de la gente del pueblo que está allá. La gente de aquí a donde más se va es a Chicago.”
(Hombre, 27 años, originario de Michoacán, migrante en Chicago.)

“Lo veo como un lugar pobre, antes no lo veía tan pobre. Se ve que la gente tiene más necesidad. Allá aunque la gente viva en una casa fea tiene que comer.” (Hombre, 28 años, originario de Guanajuato, migrante en Texas.)

“Lo veo muy diferente. Aquí está muy decaído, aquí el gobierno no le hace la lucha por componer lo que es México. Allá podan los árboles en tiempo de lluvia, las carreteras están pavimentadas mientras que aquí son de terracería y están en malas condiciones.” (Hombre, 34 años, originario de Guanajuato, migrante en Texas.)

Al mismo tiempo que perciben que México cuenta con muy malas condiciones económicas y materiales, reconocen en este mismo ejercicio, que el país, pero sobre todo su población de origen, proporciona otro tipo de condiciones sociales y afectivas que, según ellos, son mejores ya que les permite mantener relaciones sociales que le proporcionan cierta tranquilidad y certidumbre.

“Pero también hay cosas buenas, como venir a recordar los lugares donde estuve hace mucho tiempo, ver a mi familia, mis amigos que quedan todavía y el calor humano que hay aquí, todas las personas te hablan, con todas las personas te saludan, cosa que allá no pasa. Bueno, y tratamos de ver lo que pasa aquí, allá los medios de comunicación hispanos están muy enfocados a las cosas más importantes de México. Nos informan mucho de lo que pasa aquí.”
(Hombre, 32 años, originario de Michoacán, migrante en Chicago.)

“Haber ganado dinero, aunque aquí está más bonito, aquí sale uno a pasear y allá no.”
(Hombre, 24 años, originario de Querétaro, migrante en Texas.)

“Que está más pobre pero aquí es más tranquilo. Luego allá andan con el miedo que alguien los denuncie. Feliciano hace referencia a las personas indocumentadas.” (Hombre, 24 años, originario de Querétaro, migrante en Texas.)

Percepción de Estados Unidos

- Al momento de irse

La experiencia de los migrantes del Bajío mexicano, su percepción de la frontera, de los “coyotes” y del trabajo en Estados Unidos está permeada por la tradición migratoria de esa región, la cual constituye una experiencia migratoria múltiple que se traduce en redes sociales, hábitos y conocimientos que se transmiten socialmente a los jóvenes que van a llevar a cabo la experiencia de migrar. Quienes migran generalmente cuentan con algún tipo de apoyo económico, familiar o social durante el traslado y llegada a Estados Unidos. Sin embargo, su percepción de ese país y de la ciudad en la cual van a trabajar se encuentra contenida en relatos y en la experiencia de otros —familiares o habitantes de la comunidad—, así como en los objetos y condiciones en las que vive la familia del migrante en su comunidad de origen.

Esta percepción —de grandes posibilidades laborales y económicas— que los migrantes tienen antes de irse, generalmente, cambia con su primera experiencia migratoria. Ésta se diferencia por la ayuda y apoyo familiar con la que cuentan los individuos. Algunos llegan y viven con familiares, lo cual les facilita su adaptación y les ayuda a mantener vínculos con la comunidad de origen; otros llegan a centros laborales donde conviven y permanecen junto a individuos que no conocen, pero con los cuales mantienen cierta relación y formas de apoyo. Pero, independientemente de estas diferencias, la mayoría percibe a Estados Unidos como un lugar donde el trabajo absorbe la mayor parte de su tiempo. Al empezar, el trabajo que logran conseguir suele ser mal pagado y con muy malas condiciones, conforme incrementan su experiencia, obtienen otro tipo de trabajos, pero en general consideran que las dinámicas laborales —casa-trabajo, trabajo-casa— son muy absorbentes.

“Ya estando allá tenía que empezar a trabajar; sí, fue duro, porque me fui a trabajar a un rastro que está lejos de la ciudad y no había nada, sólo el lugar de trabajo y la casa donde vivíamos, o más bien, donde sólo dormíamos todos los latinos que trabajábamos en ese lugar. Cuando uno de los amigos se pudo comprar un carro ¡híjoles! Sentíamos que salíamos del infierno, se sentía uno libre. Siempre era del trabajo a la casa y de la casa al trabajo, y en la casa sólo era dormir, porque llegábamos ya muy cansados y los fines de semana; si no tenías

carro para salir muchas veces preferías trabajarlos.” (Hombre, 27 años, originario de Michoacán, migrante en Chicago.)

“Yo recuerdo lo difícil que era encontrar trabajo y los tipos de trabajos a veces eran muy pesados y mal pagados, cuando lo conseguíamos; pero había que agarrarlos para poder comer. Eso es lo que más recuerdo, la dificultad para conseguir un buen trabajo.” (Hombre, 32 años, originario de Michoacán, migrante en Chicago.)

Al establecerse, temporal o permanentemente en Estados Unidos, los individuos comienzan a mantener cierto contacto con lugares específicos, relaciones sociales con grupos recurrentes —familia— y vínculos con la población de origen, lo cual conforma ciertos patrones de comportamiento y socialización, que además de favorecer el establecimiento, también instituye roles familiares y redes sociales en territorio norteamericano. En otras ocasiones, existe cierta dispersión familiar y social lo cual dificulta la adaptación de los individuos a las formas de vida en Estados Unidos.

“Al principio es difícil porque no conoces la ciudad, pero como a los tres meses o cuatro meses ya te vas acoplando. Y como llegas con la gente que ya conoces, pues es más fácil la adaptación. A la semana de estar allá, conseguí trabajo en una fábrica de generadores para carros. Mi adaptación fue rápida, creo que fue también porque con la gente que llegue allá siempre me echaron la mano en todo. Tengo buena relación con las personas de allá. Depende también en el ambiente que te desenvuelvas, porque yo con la gente que me junto es muy pacífica, trabajadora, de su casa al trabajo y del trabajo a su casa, y hay muchas personas que no son así, que se dedican a malvivir, a las gangas —bandas— y drogas. Yo me juntaba con ellos pero poco a poco los he ido evadiendo, desde que empecé a juntarme con la familia García, fui dejando todas esas amistades. Digo fuimos, porque también mis hermanos.” (Hombre, 27 años, originario de Michoacán, migrante en Chicago.)

“Para mí sí fue difícil, hasta el año o el segundo año fue cuando más o menos me sentí a gusto. La forma de vida de allá no encajaba con la forma de vida a la que yo estaba acostumbrado. Lo rutinario de la vida, del trabajo a la casa, de la casa al trabajo, sin familiares, sin muchos amigos. Lo que según era nuestra diversión, como vivíamos muchos compañeros en un departamento, era reunirnos y tomar, pero siempre resultaba muy deprimente y nostálgico.” (Hombre, 32 años, originario de Michoacán, migrante en Chicago.)

“Cuando llegué no conocía a nadie y todo era nuevo; trabajé en un restaurante y aprendí a cocinar. Casi no me divertía, no vivía más que para el trabajo.” (Hombre, 35 años, originario de Querétaro, migrante en Texas.)

Los arquetipos entrevistados verbalizan de diferente forma que al vivir en Estados Unidos establecen ciertos patrones de comportamiento y consumo que les permite conocer distintos productos y formas de vida, así como interactuar en diferentes escenarios, con lo cual logran conformar gustos específicos y comparaciones, así como reconocer aspectos positivos de la ciudad en la cual viven en Estados Unidos que, en general, refieren a servicios, condiciones de vida y alimentación.

“Nos gusta, la facilidad que hay para obtener las cosas primordiales, bueno, en general todas las cosas, la facilidad de conseguir un trabajo cuando llegas a perder el actual y me gusta el sistema de gobierno de allá, la ausencia de corrupción, aunque también debe de haber, pero no al grado que hay aquí.” (Hombre, 32 años, originario de Michoacán, migrante en Chicago.)

“A mí, me gusta que allá se puede comer bien. También la facilidad de poder comprarte las cosas que quieres, porque tienes un trabajo y es mucho más fácil comprarte lo que quieras. Tienes más facilidad de adquisición.” (Mujer, 28 años, originaria de Michoacán, migrante en Chicago.)

“Las interacciones de los actores sociales están influidas por la realidad fronteriza, tanto como factor infraestructural —material— como superestructural —simbólico-ideológico—. La geografía peligrosa de la región, las bardas y la ‘Migra’ son los principales obstáculos físico-policíacos. Pero también existen obstáculos de carácter simbólico-ideológico-jurídico: temor a ser asaltado, capturado, engañado y no lograr cruzar.”⁷

Los migrantes reconocen que al estar en Estados Unidos no sólo cuentan con mayores opciones laborales, en comparación con las de su población de origen; también se enfrentan

⁷ Meneses Guillermo, "Migra, coyotes, paisanos y muertitos: sobre la analiticidad y el sentido de ciertos factores de la migración clandestina en la frontera norte".

a obstáculos ideológicos —racismo— y jurídicos —ilegalidad— a los cuales se afrontan diariamente al trabajar y vivir en este país.

“Algo que no me gusta es la diversidad de razas y el poder que ejercen los blancos, que hacen sentir muchas veces a uno mal por ser de diferente color. Me preocupa que eso mismo mis hijos lo vayan a sentir. Principalmente lo que no me gusta es el racismo. También los problemas con las pandillas. Me preocupa la facilidad con que envuelven a los niños y jóvenes a las drogas y a las pandillas. Esas son las cosas que menos nos gustan y que nos preocupan allá.” (Hombre, 32 años, originario de Michoacán, migrante en Chicago.)

“Cuando llegué allá vi una patrulla y le corrí porque pensé que era la migra. Corrí a esconderme al matorral. Y también recuerdo que cuando llegué, una de mis primas me decía, vete a estudiar inglés, y yo pensaba entre mí: yo vine a trabajar y no estudiar.” (Mujer, 28 años, originaria de Michoacán, migrante en Chicago.)

“En EU no me gusta como tratan los policías a los mexicanos. Allá los policías paran a los mexicanos que andan en carro nada más por ser mexicanos —o tener aspecto de latino— piden la licencia y como uno no la trae te multan.” (Hombre, 28 años, originario de Guanajuato, migrante en Texas.)

- El regreso a Estados Unidos

En todo momento, los migrantes tratan de mantener vínculos y contacto con la población de origen; ya sea por medio de familiares, habitantes de la población o medios de comunicación —teléfono—, los migrantes mantienen contactos y relaciones con la población de la cual provienen, lo cual reafirma obligaciones familiares, redes sociales, así como establecer diferencias respecto a las condiciones de vida y comportamiento de los individuos y diferenciar su experiencia en cada lugar.

A su regreso, los individuos perciben que la forma de vida en Estados Unidos, así como los patrones de comportamiento son, evidentemente, diferentes a los de su población de origen, lo que aunado a la ausencia de familiares cercanos, provoca cierta sensación de soledad y añoranza en los migrantes. Ello estimula que a su regreso, perciban su estancia y

formas de comportamiento en Estados Unidos con connotaciones negativas, en lo que se refiere a las relaciones sociales y formas de ser.

“La razón por la que no me gustaría quedarme a vivir en los EU, es porque allá me siento muy nostálgico, se extraña mucho a la familia, convivir con los amigos, tomarme unas cervezas con ellos. Aunque allá si me divierto y me la paso bien. La vida es muy monótona y por lo mismo se vuelve muy nostálgica.” (Hombre, 32 años, originario de Michoacán, migrante en Chicago.)

“Allá es diferente, luego son muy borrachos y las gringas son muy cigarreras.” (Hombre, 24, originario de Querétaro, migrante en Texas.)

Sin embargo, mencionan durante su estancia en el pueblo, que al existir una gran población mexicana que habita en los Estados Unidos, aunado a las facilidades de las condiciones materiales, permite que de alguna manera disfruten y resalten las condiciones económicas y la multiplicidad de opciones de ese país y de la zona en la que trabajan, sobre todo al compararlo con las condiciones de la población de la cual provienen.

“Muchos jóvenes comentan no sentirse tan extraños al estar en EU, ya que mucha gente habla español, pueden encontrar los mismos productos que se venden en México, y además, se relacionan con conocidos de sus propias comunidades o regiones, e incluso interactúan con familiares y amigos.” (Comunidad rural, Querétaro.)

“Los servicios. Allá no hay que caminar para ir por agua al pozo. También la pizza, el pollo rostizado y los jugos de frutas que hay allá.” (Hombre, 30 años, originario de Querétaro, migrante en Texas.)

“Ahora casi no vivo allá, aquí me gusta estar en mi casa y ver las montañas, lo bueno de allá es que gana uno bien y rinde el dinero.” (Hombre, 35 años, originario de Querétaro, migrante en Texas.)

Qué valoran en cada momento

▪ En México

El viaje a la población de origen, que implica el traslado de objetos, hábitos e información socialmente valorada, representa la oportunidad de llegar al lugar donde se encuentran personas —familiares y amigos— y espacios que para el migrante tienen una gran carga afectiva y simbólica. El primer escenario significativo lo representa la población de origen; a pesar de que el paso de la frontera y la llegada al país tiene una fuerte carga simbólica, la población de la cual provienen es el lugar que contiene los recuerdos, experiencias y relaciones sociales que más valora el migrante.

Llegar al pueblo y reconocer los lugares y personas con las que se han compartido experiencias es el primer deseo que motiva el viaje y que a su vez genera expectativas en el migrante y en las personas que lo esperan. Los individuos desean tener un buen recibimiento por parte de las personas que viven en el pueblo, los cuales les otorgan, generalmente, reconocimiento y una posición social diferente y privilegiada. El migrante sabe que será el centro de atención del pueblo, pero, sobre todo, de las personas que lo esperan con gran emoción, por lo que la unidad doméstica es el segundo escenario y, posiblemente, el que más valora el migrante a su llegada. En este lugar, que contiene recuerdos y experiencias representativas, el migrante comparte con su familia objetos, momentos e información que resulta significativa para todos los integrantes de la familia.

“Después vienen las preguntas sobre los familiares que se quedaron en los EU, casi invariablemente radicados en el estado de Chicago. Se trata de dos hermanos de Gabriel, que en esta ocasión no pudieron hacer el viaje al pueblo. También se hacen preguntas sobre el trabajo y sobre toda la gente del pueblo que, al igual que ellos, han ido en busca de ‘una mejor vida’ y con las cuales siguen teniendo contacto.” (Comunidad rural, Michoacán.)

“Lo primero que se hace al llegar a casa, es abrazar a la mamá y a las hermanas, que son las que aún viven en el pueblo y en la casa. Los primeros momentos de la llegada giran en torno a todo aquello que pudo pasar o pasó en el viaje: ¿Tuvieron algún accidente? ¿Dónde hicieron paradas? ¿Tuvieron que pagar algo en la frontera? ¿Cuántas horas hicieron? ¿Cómo estuvo el tiempo? Y, sobre todo, preguntan si ya comió el recién llegado. Todas esas dudas son las que

siempre surgen alrededor del viaje y por lo general son las mismas en todas las visitas a México. Aquellos familiares que aún no han migrado y que permanecen en el pueblo, después de haber recibido las noticias, comentan a su vez, todas aquellas aventuras y desventuras por las que han pasado toda la gente que vive en el pueblo. Comentarios que van desde ¡A doña Juana la embrujaron! ¡Operaron a una prima cercana!, los resultados y problemas de las elecciones pasadas, sobre el hijo del vecino que acaba de nacer, en fin, todos aquellos acontecimientos que reflejan la vida y dinámica de las relaciones sociales dentro del pueblo.”
(Comunidad rural, Guanajuato.)

La familia y los amigos son las personas más relevantes para el migrante. Al momento de llegar al pueblo, ellos son las personas con las que el migrante pasa la mayor parte del tiempo. Su ausencia en Estados Unidos ha generado en él incertidumbre y añoranza, por lo que, en su estancia en su lugar de origen, desea compartir momentos y espacios de esparcimiento con dichas personas.

“A parte de pretender pasar el mayor tiempo con su mamá y hermanas, también quiere ver a los cuates que todavía no se han ido para EU. Trata de aprovechar la mayoría del tiempo en el pueblo y generalmente no sale de ese lugar.” (Comunidad rural, Michoacán.)

“En este sentido, uno de los lugares preferidos, en donde pasa varias horas, es la plaza. En ese lugar podrá encontrarse con las jóvenes solteras del pueblo y los amigos, que regularmente estarán dando vueltas alrededor de la fuente y el quiosco. Por otro lado, también aprovecha para visitar a las personas con las que aún mantiene buena relación y siempre en esas visitas no sólo se habla del viaje y de cómo le va por allá, sino siempre está la invitación a comer.”
(Comunidad rural, Michoacán.)

“Lo que más disfruta es estar con los amigos que no ha visto casi en un año, pasear por el pueblo, visitar a las personas con las que todavía hay confianza y amistad y, por supuesto, estar en su casa compartiendo con su mamá y hermanas todos los momentos que tanta nostalgia le provocan cuando esta en EU.” (Comunidad rural, Guanajuato.)

- En Estados Unidos

“La dinámica migratoria es, en la decisión de sus individuos, muy simple: se reduce a ser la expresión de un deseo de vivir mejor conforme a cánones representativos de una

satisfacción de necesidades —socioeconómicas y culturales—, generalmente definidas en su praxis por la cultura de Occidente. Los que emigran a Occidente —Estados Unidos— desde los llamados países del subdesarrollo —México— quieren ser, paradójicamente, occidentales en la forma económica y mantenerse al mismo tiempo en la identidad de otros ideales —principalmente los de su comunidad de origen—.”⁸

Como se mencionó anteriormente, un deseo por vivir mejor —en comparación con las condiciones de la población de origen— es una de las razones por la que los individuos migran a Estados Unidos. Aunque generalmente este deseo se conjuga con la idea de regresar con los medios suficientes para mejorar las condiciones de vida, los arquetipos entrevistados mencionan que durante su estancia en Estados Unidos establecen hábitos, prácticas y comparaciones que les permiten valorar, desde su perspectiva, ciertos servicios, condiciones laborales y formas de vida que perciben como mejores, sobre todo con respecto a la facilidad de obtener ciertos productos.

“Allá sí hay un poco más de seguridad en las carreteras; los conductores respetan todas las señales y a los demás carros. Pero también dice que hay grupos de jóvenes, que se reúnen en las llamadas gangas —bandas— y que andan por el pueblo molestando a los demás, que andan drogados y es un poco peligroso. Dice que son gente que se ha ido a EU y que no la ha hecho allá por andar en el reventón y regresan a influenciar a los niños y jóvenes y los meten a su mismo círculo.” (Comunidad rural, Michoacán.)

“Depende también del trabajo que uno agarre, porque hay trabajos muy pesados. Pero allá las reglas son trabajar nada más ocho horas, no puedes alzar algo pesado porque si se descompones algo, tienes la ‘aseguransa’, o puede uno demandar y le sale mucho más caro a la compañía pagar el daño. Si te lastimas, por ejemplo de la espalda, sale bien carísimo; por eso te cuidan mucho en los trabajos. Cuidan que no levantes nada pesado, nada más permiten que levantes como 50 libras, que viene siendo con 25 kilos, lo máximo son 100 libras. En este trabajo de la construcción te piden a veces como mínimo de edad 23 y máximo 35 años, más o menos, en cuestiones físicas te mandan a que te hagas un chequeo general, de todo. Esto lo hacen porque si después sales mal de algo, ellos tienen que pagar, por eso te están checando cada ratito.” (Hombre, 27 años, originario de Michoacán, migrante en Chicago.)

⁸ Esteva Fabregat C., Enfoques para una antropología de la migración, Revista electrónica de Geografía y

“En Estados Unidos las mujeres son lo que más me gusta. En primer lugar me gustan las güeras gringas, en segundo lugar las mexicanas y en tercer lugar las negras. Nunca he tenido allá una novia mexicana porque dicen que estoy bien feo. Ellas cambian de onda cuando llegan a EU pues les gustan sólo bien ‘güeros’ o ‘vatos con feria’.”(Hombre, 28 años, originario de Guanajuato, migrante en Texas.)

“Allá todo nos gusta. Sobre todo ha comentado le gustan las comodidades en cuanto a servicios y en cuanto a comida le gustan las hamburguesas.” (Hombre, 24 años, originario de Querétaro, migrante en Texas.)

4.4 COSTUMBRES QUE CONSERVAN Y QUE HAN CAMBIADO

Los migrantes poseen sistemas de símbolos y capitales culturales que configuran tanto su percepción del mundo como su forma de ser y actuar. Esto se manifiesta de forma palpable en el lenguaje, conocimientos, creencias religiosas, costumbres, hábitos, etc. Durante su experiencia en Estados Unidos los individuos reproducen hábitos, costumbres y creencias del lugar del cual provienen, al mismo tiempo que se reapropian de otros conocimientos, formas de vida y patrones de consumo.

Algunos migrantes manifiestan mantener hábitos y costumbres de la región de la cual provienen —vestimenta, comida, fiestas— debido a las facilidades con las que cuentan para mantener las mismas y transmitirlas a sus hijos (en el caso de migrantes definitivos.) Las redes familiares juegan un papel importante en este proceso de reproducción, ya que al mismo tiempo que permiten la continuidad de costumbres, influyen en la conformación de identidades en los migrantes.

“Creo que no he perdido ninguna de las costumbres que tenía en México, porque allá lo encuentras todo. Allá en Chicago, no sé cuanta sea la población, pero si hay 10 millones de habitantes, de hispanos hay como un 40 por ciento; entonces encuentras tiendas completamente mexicanas, allá en nuestro barrio que le llaman la 26, es una colonia de puro mexicano, un pueblito. Visten igual, sus tejanas, sus botas. Las fiestas tradicionales de México, todas las celebran allá.” (Hombre, 27 años, originario de Michoacán, migrante en Chicago.)

“Yo diría que las mismas, es igual que estar uno aquí. Uno sigue siendo él mismo y no cambia. La costumbre es lo menos que se olvida. Ni mi forma de vestir ha cambiado, es igual. Me siguen gustando las mujeres feas.” (Hombre, 27 años, originario de Michoacán, migrante en Chicago.)

“Por ejemplo, somos muy unidos, como familia tenemos reuniones, entre los hermanos, otros familiares, amigos, con los conocidos que también están allá, constantemente tenemos fiestas, reuniones, en algún cumpleaños, vamos todos, las piñatas es una tradición en los cumpleaños. También celebramos el 15 de septiembre, aunque tiene más valor allá el 5 de mayo, la batalla de Puebla, que es una fecha muy significativa allá, creo que mucho más que aquí ¿no sé por qué se ha hecho tan popular? El día de la virgen de Guadalupe también se sigue celebrando.” (Hombre, 32 años, originario de Michoacán, migrante en Chicago.)

Otros migrantes manifiestan cambiar algunos hábitos y costumbres —fiestas y creencias religiosas— por diversas razones. Ya sea por la influencia que tiene la educación y los medios de comunicación, sobre todo en los niños, o por convicción personal, cambian algunos hábitos o se reapropian otros, para adaptarlos a su experiencia en Estados Unidos.

“En la casa de EU no acostumbramos tener ni imágenes, ni retratos de la familia; eso sería hacer más nostálgica la vida allá; yo creo que si tuviéramos retratos o algo así, estaríamos llorando todo el día. De los amigos, me llevo lo que sus familiares me manden. Por lo regular todo lo que me llevo son encargos.” (Hombre, 27 años, originario de Michoacán, migrante en Chicago.)

“El día de los muertos ya ha desaparecido como costumbre, no ponemos altar; ya más bien nos hemos adaptado a la costumbre de allá, que es el día de brujas, halloween, día de los disfraces. Pero en muchos lugares con más presencia de mexicanos, como en la villita, sí festejan el día de muertos con sus altares; son zonas donde sí conservan más las tradiciones. El día de reyes ya se ha dejado de lado, porque allá se acostumbra el Santa Claus, la noche del 24 para amanecer el 25 —Navidad—. Hemos tenido que ir adoptando nuevas tradiciones, más que nada por los niños, porque en las escuelas les enseñan las costumbres de allá y ellos mismos nos la piden, como el salir a pedir halloween.” (Hombre, 32 años, originario de Michoacán, migrante en Chicago.)

“Simplemente por los niños, ellos van a la escuela y se les enseñan las cosas de allá y ellos van creciendo con las tradiciones nuevas y las traen a la casa. Se va cambiando una tradición por otra, una de allá por una de aquí. También se van acabando las viejas generaciones y con ellas las viejas tradiciones mexicanas.” (Hombre, 34 años, originario de Guanajuato, migrante en Texas.)

4.5 DINÁMICAS DE CONSUMO

Lo que traen

Desde la perspectiva de la antropología del consumo, identificamos en las dinámicas de los migrantes, hábitos de consumo condicionados principalmente por la conformación social que ellos adquieren a través de su experiencia, la cual, se produce a partir de su condición de migrantes tanto en su comunidad de origen, como en su lugar de residencia en los Estados Unidos.

La forma de consumo más visible entre los migrantes, es lo que traen a sus comunidades de origen, del lugar donde viven en Estados Unidos. Observamos de una manera clara y constante la apropiación cultural de artículos electrónicos; como televisores, mini componentes, grabadoras, planchas, así como una gran variedad de juguetes, bicicletas y discos compactos; el consumo de ropa es muy evidente, principalmente de marcas como: *Levis y Tommy*, así como tenis *Nike y Adidas*.

Ese tipo de consumo es muy visible y aprensible a la observación etnográfica y en términos antropológicos es parte de la acumulación de capital cultural de los migrantes, que a su vez se ve proyectado en un nivel simbólico; ya que ellos lo traen “del otro lado”, para sus familiares en México proyectando en sus respectivas comunidades dicho capital. Lo anterior lo podemos determinar, porque al momento de observar las casas de los familiares de los migrantes —comúnmente papás o hermanos— encontramos en casi todos los casos más de un producto de los antes citados: más de un microondas, más de un estéreo o grabadora, una gran cantidad de bicicletas y una gran cantidad de ropa y tenis.

“Después de comer el migrante se prepara para entregar todos los regalos que trajo consigo, que mandaron los hermanos para que entregue a su madre y hermanas. Se reciben con gusto todos los regalos y se está a la expectativa para ver si hay más. Este es uno de los momentos más esperados, aunque no se manifieste explícitamente. ‘Lo primero es que los hijos lleguen con salud, que estén bien’. No obstante, se sabe que siempre traerán ropa novedosa y de marca, que en el pueblo es casi imposible encontrar y comprar. En esta ocasión había chamarras, faldas, blusas, pantalones de mezclilla, pants, tenis marca Nike y zapatos. Así como un horno de microondas, estéreo, plancha de vapor, utensilios de cocina, licuadora, televisión, video casetera y equipo para la camioneta, como bocinas.” (Comunidad rural, Michoacán.)

“Ya dentro de la casa se pueden observar diversos electrodomésticos. La cocina y el comedor ocupan el mismo espacio. En el exterior de los muebles hay dos hornos de microondas, un extractor de jugos, dos licuadoras y una grabadora muy grande. También hay una cocina integral hecha a la medida del lugar, con una estufa muy nueva casi sin usar. Saliendo de la cocina hay un pasillo en forma de ‘L’, que comunica con dos recámaras por un lado y con otra en el extremo opuesto. Un mueble con una televisión de unas 20 pulgadas y una video casetera, además de diversas películas. En una recámara, ocupada en algún tiempo por la hermana más joven, de unos 18 años, hay otra grabadora con reproductor de discos compactos, diversos muñecos de peluche y un closet repleto de ropa. En el cuarto de los papás hay una televisión pequeña; en otro cuarto hay un tocador con varias rasuradoras eléctricas, diversos perfumes, varios relojes formales plateados o dorados y algunas cadenas y esclavas de oro.” (Comunidad rural, Michoacán.)

“Después de unas dos horas, Carmen comenzó a sacar cosas de la camioneta pidiendo la ayuda de Gerardo, el hermano más pequeño de Luis. Se trataba de las maletas con la ropa de la familia y algunos regalos para Gerardo y Don Honorio, además de una caja con encargos para otras personas del pueblo, de parte de sus familiares en EU. Ya con todas las cosas en el pasillo de la casa, los niños sacaron unos pants marca Nike, unos tenis Adidas y un discman, para Gerardo. El niño más pequeño estaba muy emocionado y en el momento de darle las cosas le dio un beso al tío. La niña fue quien le entregó sus regalos a Don Honorio, al principio no quería porque el niño le había arrebatado algunas cosas, pero en el momento de la entrega también abrazó a su abuelo. Lo que le entregó fue una camisa a cuadros, una gorra azul sin ningún tipo de letras y un sobre con algunos documentos. Se trataba de la visa, debido

a que viajará a Chicago cuando Luis regrese. Irá para visitar a su esposa y a los hijos que se quedaron.” (Comunidad rural, Michoacán.)

“La primera vez traje nada más puros dólares y esta vez traje una feria, mi ropa y mis ‘cídís’ —Cd’s— de música en inglés; la música Rap me gusta, pero también traigo música de los jefes de jefes: Los Tigres del Norte; música de bandas y corridos. Escucho mis ‘cídís’ en el modular que uno de mis hermanos mayores le trajo una vez a mi mamá, otro le trajo una video casetera para que vea películas, pero ni la usa por eso mejor yo le traje un abrazo bien grande, fotos de mis hijas y mi esposa y una feria para que ella se compre algo que le guste.” (Hombre, 28 años, originario de Guanajuato, migrante en Texas.)

“Algunos de los artículos que se encontraron en las casas de los migrantes son: estéreo para cinco discos y doble casetera, video casetera, fotografías de los migrantes al lado de sus camionetas, o en parques, mochila o morrales con imágenes de la bandera de EU, licuadora, televisión a color de pantalla plana.” (Comunidad rural, Guanajuato.)

*“¿Qué lleva de EU cuando va para México?
—Ropa y zapatos, ya que, según él, la ropa de EU les dura más a los niños que la que le compran aquí. También trae juguetes.” (Hombre, 35 años, originario de Querétaro, migrante en Texas.)*

La troka como bien de consumo

Las camionetas son objetos muy importantes en la vida del migrante; incluso observamos en las unidades domésticas visitadas, fotografías de los migrantes con sus familias en Estados Unidos y por lo menos tienen una fotografía al lado de su *troka*.

La *troka* es un artículo muy apropiado en la cultura de los migrantes; este también es un bien de consumo muy visible dentro de la observación etnográfica, pero además de eso, es un elemento que distingue en términos cualitativos a uno de otro migrante; en el trabajo etnográfico en el Bajío se pudo observar como, además de la expectativa que se crea en las comunidades al momento de esperar a los migrantes, la *troka* es muy importante en términos de acumulación de capital cultural y proyección simbólica —proyecta éxito y

dinero—, es común hablar de sus vehículos entre migrantes y también entre las personas de la comunidad —familiares, vecinos o amigos—.

“Cuando llegó a la casa traía una camioneta Van, cerrada, de un modelo muy reciente, con televisión y video integrados. En cada viaje traen diversas cosas, principalmente herramientas que puedan servir para arreglar los carros o para el campo.” (Comunidad rural, Michoacán.)

“¿Qué trae de EU cuando viene a México?

—Aparatos electrónicos y ropa , por ejemplo, esta vez traje una televisión nueva y un modular, ropa, zapatos, dólares y mi camioneta nueva. Nada más que la trae mi esposa. Ella fue a su comunidad a ver a su familia otra vez, le dije que se quedara unos días en casa de su mamá. Yo me quedo con mis viejos.” (Hombre, 34 años, originario de Guanajuato, migrante en Texas.)

“Los migrantes traen sus camionetas que deslumbran a todos y los incita a irse. A lo largo del pueblo se encontraron camionetas principalmente con placas de Texas, California, Washington, hasta una de Minnesota que vale más de 15,000 dólares.” (Comunidad rural, Guanajuato.)

Son tan importantes las *trokas* en la vida de los migrantes, que incluso se observó una gran cantidad de actores sociales sin ningún tipo de papel o permiso —indocumentados— sin embargo traían camionetas americanas con papeles o el permiso necesario para cruzar la frontera. Los migrantes —en su mayoría indocumentados— llegan a sus pueblos en su *troka* en la mayoría de los casos; migrantes sin papeles, que traen *trokas* americanas con la posibilidad de pasar libremente a uno y otro lado de la frontera norte.

Lo anterior fortalece la importancia de este bien “necesario” para el migrante, en su búsqueda y apropiación de capital cultural y proyección simbólica en sus comunidades de origen.

En el caso de los migrantes —indocumentados— que pasan la frontera con sus *trokas*, en más de una ocasión toman la decisión de pedir a coyotes o amistades que pasen sus vehículos, mientras ellos esperan del otro lado de la frontera —en México— sus *trokas*.

Esa dinámica se repite nuevamente de regreso a Estados Unidos. Los migrantes pasan como indocumentados para uno u otro lado de la frontera y sus camionetas lo hacen también, pero, por las respectivas garitas o pasos aduanales.

En otras ocasiones por la dificultad que implica el regreso en Estados Unidos; dejan sus *trokas* en México como parte de los bienes que traen a sus familiares y al siguiente año llegan con otro vehículo.

“También traje una camioneta Van, que voy a dejar aquí. Algunos dejan sus carros, se traen carros y los dejan; no tanto por dejarla, sino porque es mucho relajo manejar, se cansa uno mucho.” (Hombre, 27 años, originario de Michoacán, migrante en Chicago.)

“Unos de aquí me preguntan porque no me traje una troka si ya tengo muchos años allá en EU; les digo que tengo una troka allá pero no la traigo porque vengo por poco tiempo y se gasta mucha feria en gasolina; prefiero darle ese dinero a mi jefita. Aquí traen sus trokas nomás para presumir aunque ni papeles tengan, yo ya tengo mis papeles en orden y un buen trabajo, tengo una familia que me espera allá en EU, pero nadie me reconoce eso, se fijan en la troka nomás. De todos modos vengo a ver a mi jefa, por ella regreso. Es que la jefita es la jefita.” (Hombre, 28 años, originario de Guanajuato, migrante en Texas.)

“Jobo compró una camioneta en EU ya que según sus palabras allá son más baratas y las camionetas resisten más en los caminos de terracería. Él no cuenta con los documentos que lo acrediten como trabajador legal en EU, así que le pagó a un amigo para que le pasara la camioneta por la frontera. La camioneta le costó 4,000 dólares aproximadamente. En el espejo retrovisor trae colgando un disco compacto y la foto de una mujer en bikini. En el tablero cuenta con un medidor de velocidad para patrullas y en el cofre tiene una antena con la bandera de EU.” (—Hombre, 24 años, originario de Querétaro, migrante en Texas.)

La *troka* como bien de consumo no sólo se apropia culturalmente y se proyecta simbólicamente, también es un elemento cultural que sirve para conformar otro tipo de dinámicas de consumo; es común entre los migrantes reunirse con sus amistades en la comunidad de origen y socializar dentro de la *troka*; toman cerveza y escuchan música —principalmente norteña, de banda o rap— a gran volumen. Los espacios preferidos son las

esquinas donde se encuentran las tiendas y cervecerías o en la plaza central del pueblo donde comúnmente se encuentra el jardín y el quiosco.

También es común que la *troka*, en esa proyección de su condición de migrante ‘que la hizo en Estados Unidos’, la utilice para deslumbrar a las muchachas del pueblo; tiene una carga erótica y sexual muy grande sobre todo en aquellos migrantes que son solteros. En la *troka* se conforman una gran cantidad de interacciones y formas de consumo diferenciado según el momento y la situación.

“En esta ocasión fue el único de los migrantes de la familia que vino a pasar estas fiestas navideñas con su familia. A parte de pretender pasar el mayor tiempo con su mamá y hermanas, también quiere ver a los cuates que todavía no se han ido para EU. Trata de aprovechar la mayoría del tiempo en el pueblo y generalmente no sale de este lugar. Una de las características de él y de la mayoría de los chavos que regresan en esta época, es dar vueltas por todo el pueblo en los carros que logran comprar en los EU y que generalmente son camionetas Van. Claro que no están solos, siempre transitan en compañía de los cuates. En este sentido, uno de los lugares preferidos, donde se tiene que pasar varias veces, es la plaza. Lugar donde podrán encontrarse con las jóvenes solteras del pueblo y los amigos, que regularmente estarán dando vueltas alrededor de la fuente y el quiosco.” (Comunidad rural, Michoacán.)

“Al llegar pasó por Gerardo y buscaron a un amigo de nombre Erasto, con quien ya se habían visto en la mañana, para platicar sobre un partido de fútbol que se realizaría a las dos de la tarde al día siguiente. Sería entre un equipo formado por los migrantes, que acababan de llegar, llamado veteranos, contra los jóvenes que están en el pueblo cuyo equipo se llama Aguiluchos. En la camioneta de Luis, estuvieron buscando a otros tantos amigos recién llegados para anunciarles del juego y ponerse de acuerdo en la hora y las cosas que llevarían: especialmente la cooperación para las cervezas. En esta actividad Luis ocupó casi todo el día, debido a que en cada lugar se detenían mucho tiempo, platicando del viaje y de cómo andaban las cosas por allá.” (Hombre, 32 años, originario de Michoacán, migrante en Chicago.)

“Los jóvenes en estas fechas se juntan a platicar, a fumar, a tomar una cerveza o un refresco con los migrantes que regresan. Cabe mencionar que en este lugar se permite tomar en la vía pública a menores y mayores de edad. También se suben a sus camionetas para relacionarse

con ellos y tejer sus redes sociales de migración. Por otro lado, algunos migrantes interactúan con miembros de su población asistiendo a misa o dando una limosna a la iglesia para las festividades.” (Comunidad rural, Guanajuato.)

“En las camionetas de los migrantes se suben sus amigos, conocidos, vecinos del pueblo u otros migrantes que están de vacaciones en México. Se van a pasear por las calles del pueblo, platican, escuchan música, principalmente nortea a alto volumen. También se compran sus ‘caguamas’ para tomárselas ahí. Otro espacio es el jardín o frente al jardín, —calle principal, antiguo camino real— afuera de las tienditas misceláneas donde venden refresco o cerveza y en las esquinas. En todos esos lugares se juntan los migrantes con sus parientes, vecinos o amigos a platicar y tejer redes sociales de migración. Toman cerveza Sol, Corona, Victoria o refresco Victoria de grosella, de toronja o una Coca.” (Comunidad rural, Guanajuato.)

“La hora en que generalmente sale de su casa para encontrarse con algún amigo es alrededor de las diez de la mañana. No hay una cita u hora acordada con los cuates, pero se sabe de antemano que si uno sale siempre encontrará a alguien con quién platicar. La reunión era afuera de la casa de los amigos o en la camioneta, donde suben para platicar. Cuando es de día, también se aprovecha la visita de los amigos para lavar la camioneta, revisarle el sonido o dirigirse a la tienda que se encuentra a un costado de la plaza del pueblo para tomar unas cervezas.” (Comunidad rural, Querétaro.)

“Los jóvenes solteros acostumbran salir más que los casados. Los lugares de reunión mas frecuentados son Purísima y Jalpan, en donde se juntan en la plaza —en sus trokas— para dar la vuelta y buscar novia y en los bailes de fin de semana. En San Juan Buenaventura y Agua Fría los jóvenes se reúnen a jugar voleibol por las tardes.” (Comunidad rural, Querétaro.)

Lo anterior también es una práctica cultural de consumo que no puede hacer —por lo menos con tanta libertad— en los lugares donde radica en Estados Unidos; además que en dicha socialización se puede observar desde personas adultas charlando y adolescentes y niños escuchando las platicas. Eso alimenta la cultura de la migración, ya que ellos en un futuro reproducirán todo el fenómeno migratorio del Bajío, desde las rutas establecidas del pueblo a determinadas ciudades de Estados Unidos hasta las dinámicas de consumo que reproducen año con año los actores sociales en uno y otro lado de la frontera.

Otras formas de consumo cultural

La apropiación de iconos y elementos que hacen referencia a protección, religiosidad y fe, se encuentra muy apropiado entre los migrantes; los utilizan en sus *trokas* o en su cuerpo; son básicamente cadenas, collares o escapularios, pero en algunos casos reproducen ese tipo de iconos y elementos culturales a través de tatuajes en su cuerpo; se llevan imágenes de su comunidad a su lugar de residencia en Estados Unidos para plasmarlos en su piel. Y en otros casos, apropian elementos culturales de chicanos que también les brindan protección simbólica.

“De los amigos, me llevo lo que sus familiares me manden, que por lo general son cristos o escapularios que mandan las mamás a los chavos. La imagen que más mandan es la de Dios. Por lo regular todo lo que me llevo son encargos, pero lo que ya te dije, sólo cristos y escapularios.” (Hombre, 27 años, originario de Michoacán, migrante en Chicago.)

“Esta vez me voy a llevar esta luna de plata que traigo colgada, la compré en San Luis de la Paz, Gto. Se la llevo a mi güera, y a mi hija menor; un cobertor, también voy a llevar una imagen de la virgen de Guadalupe para tatuarme esa imagen en la espalda. La quiero grande que abarque toda la espalda, me va costar 500 dólares, pero vale la pena.” (Hombre, 28 años, originario de Guanajuato, migrante en Texas.)

“En un brazo tiene tatuada una pantera negra bajando de un peñasco en medio de las olas del mar; en el otro brazo, cerca del hombro trae una daga pintada, envuelta en fuego, a esa daga se le enredan tres rosas de diferentes colores, pero entre cada rosa se encuentra una calavera. Él comentó que hay cholos en EU que creen que las personas con panteras y dragones tatuados tienen toda la fuerza para sobrevivir en medio del caos que es provocado por un cambio de vida; tienen el instinto de sobrevivir a la vida de migrantes y la fuerza física para seguir trabajando. Respecto a las calaveras, comentó que eran como sueños rotos y las rosas son su esposa y sus hijos, son la vida.” (Hombre, 36 años, originario de Querétaro, migrante en Texas.)

Antropológicamente hablando, en este nivel de consumo cultural —más simbólico— se hace una extensión de la preocupación —tanto de migrantes, como de familiares— por el riesgo que corren los primeros al ir a Estados Unidos, pero esto no se queda ahí, ya que en

casi todos los casos los migrantes que van de regreso llevan, entre sus encargos, este tipo de iconos y elementos culturales que hacen referencia a protección, religiosidad y fe, son llevados básicamente de México a Estados Unidos, incluso los mandan a los familiares amigos y vecinos a los que no les fue posible venir y que se encuentran en sus lugares de residencia en la Unión Americana.

La importancia de lo “tradicional” como bien de consumo entre los migrantes

Una constante en los migrantes es el consumo de productos, más que tradicionales, los podríamos definir como de elaboración casera o artesanal que obviamente no consiguen en los Estados Unidos; son hechos en casa de sus papás o familiares, como tortillas caseras, natas, quesos de rancho entre otros más. Con base en la investigación, observamos que existen cambios en las dinámicas de consumo de los migrantes cuando se encuentran en México; sobre todo con lo que ellos consideran en su discurso social como “lo tradicional.”

“La señora les dijo —a su hijo migrante y familia— que pasaran a comer algo, que les había preparado un atole de masa y que a Luis le había juntado unas natas de leche para que las comiera con pan.” (Comunidad rural, Michoacán.)

“¿Qué pide usted que le traigan de su tierra? Las natas, quesos, aunque hay allá, pero no es igual; el rompopo casero, miel; productos tradicionales y caseros.” (Hombre, 27 años, originario de Michoacán, migrante en Chicago.)

“Luis, se dedicaba más a comer lo que le daban y a lograr que los niños comieran. Carmen estaba calentando unas tortillas y las ponía en una servilleta de tela que estaba en el centro de la mesa, y también comía un taco con salsa. Después de unos minutos Carmen se sentó a la mesa y le decía a la mamá que hiciera lo mismo, pero ella nunca se sentó y desayunó unos tacos con pollo guisado, mientras les servía a los demás.” (Comunidad rural, Michoacán.)

“Aquí en México me gustan las carnitas y tortillas recién hechas, me gusta la confianza que existe entre las personas del pueblo; conoces a la mayoría de las personas. Siento que todo el pueblo es mi casa.” (Hombre, 28 años, originario de Guanajuato, migrante en Texas.)

“De México me gustan las fiestas con castillo, verbena, ponche, enchiladas y la comida de mi mamá. Me gusta venir a México para visitar a mis padres. Ellos son lo mejor que tengo aquí.” (Hombre, 34 años, originario de Guanajuato, migrante en Texas.)

“Lo primero que me hacen cuando llego son tamales de puerco y gorditas de manteca. Porque aunque en EU también haya productos similares, incluso hasta nopales, casi no como carne de puerco, y la carne que se come en barbacoa —en EU— le echan cosa dulce y la preparan en horno o asadores, y toda la carne que venden allá está empaquetada y congelada.” (Hombre, 30 años, originario de Querétaro, migrante en Texas.)

Los cambios no sólo se perciben en las dinámicas de consumo de los migrantes, también hay cambios en los roles que toman con respecto a dichas dinámicas; se observó que las mujeres son las que principalmente hacen las compras de alimentos —perceberos— en los tianguis que se instalan cada semana en el pueblo, y lo que necesitan del día lo van adquiriendo en las misceláneas o tiendas que hay en el pueblo, mientras que en Estados Unidos de acuerdo al discurso social de los migrantes, participan más en el consumo. En el caso que tengan esposa van con ella a los supermercados o a las tiendas de productos mexicanos y en el caso que no estén casados van con amistades o familiares a realizar las compras, lo anterior fue una constante dentro de las dinámicas que detectamos en la investigación.

“En casa de la mamá —en México—, las dinámicas alimenticias cambian con la llegada del migrante; lo consienten preparándole la comida que más le gusta. Comenta que ‘quincenalmente compramos —en EU—, pero en el transcurso de los días, si hace falta algo, pues vamos por eso. Nosotros cocinamos, porque no hemos encontrado mujer para que nos cocine’.” (Hombre, 27 años, originario de Michoacán, migrante en Chicago.)

“¿Dónde compra los artículos que consume?”

—En las tiendas mexicanas.

¿Quién decide la compra?

—Los dos, mi esposo me dice, hay que comprar algo nutritivo tanto para los niños como para nosotros y yo voy al mandado, a veces él me acompaña. Pero aquí quien compra la comida es mi mamá, mis hermanas y yo.” (—Mujer, 28 años, originaria de Michoacán, migrante en Chicago.)

“En México, diario va al mandado mi mamá y diario voy a la tienda por mi refresco o por mi cerveza. En EU es diferente, allá mi esposa y yo hacemos las compras cada semana. Los dos podemos decidir qué productos comprar.” (Hombre, 28 años, originario de Guanajuato, migrante en Texas.)

“Mi esposa y yo compramos en cualquier ‘Mall’ —Centro Comercial— como Wal Mart; a veces llevamos a los hijos pero como ellos piden productos también salgo quebrado, los jóvenes gastan mucho. Cuando venimos a México mi esposa compra mandado en el mercado de San Luis de la Paz —Guanajuato— para mi suegra y mi mamá. Les compra huevo, frijol, arroz, jitomates, cebollas, garbanzo, chiles de varios, sal, café, azúcar. Los refrescos los compramos diariamente en la tiendita miscelánea más cercana. También doy algo de gasto para que compren algún producto que les haya faltado. Aquí en México las mujeres se hacen cargo de hacer las compras, ellas deciden las compras completamente.” (Hombre, 34 años, originario de Guanajuato, migrante en Texas.)

“Los artículos de consumo diario que no encuentran en las tiendas locales los suelen comprar en Jalpan, como jabón para las manos y ropa, shampoo, leche, entre otros productos. En EU Alejandro compra en H.E.B., JC Penney o K – Mart. En México su mamá y esposa compran en el tianguis cada semana y lo que les hace falta lo compran diario en las tiendas del pueblo.” (Comunidad rural, Querétaro.)

“¿Dónde compra los artículos que consume?

—Voy de compras con sus amigos al ‘Mall’ a comprar comida y a veces ropa. Pero aquí en México quién hace el mandado es mi mamá y mis hermanas.” (Hombre, 24 años, originario de Querétaro, migrante en Texas.)

4.6 CONCLUSIONES MÉXICO

- Podemos dividir en dos ejes fundamentales las motivaciones que impulsan a migrar.
 - ✓ Socioeconómicas. Estas motivaciones son las más visibles dentro del fenómeno migratorio. La falta de oportunidades laborales con las que cuentan

los actores sociales en el Bajío mexicano, los empujan a tomar la decisión de irse; en términos prácticos buscan una mejor forma de vida.

- ✓ Culturales. La existencia de una tradición migratoria, formada a través de los años, ha conformado una cultura que empuja, principalmente a los jóvenes, a migrar; eso se entiende porque llevar a cabo esa experiencia implica, en términos sociales, un crecimiento; cuando regresan adquieren un reconocimiento social, sobre todo si es un migrante que tiene éxito en EU. En suma: dejan su pueblo de origen con una condición social y regresan con otra. En ese proceso los migrantes maduran socialmente.

- Las dinámicas sociales producidas por el fenómeno migratorio han conformado y definido, de una manera clara, la forma en que los migrantes construyen su identidad, la cual se extiende mas allá de las fronteras de su país y comunidad de origen, llegando, de manera clara, hasta los lugares de residencia en los EU. En muchas ocasiones tienen la oportunidad de reproducir hábitos, prácticas y costumbres en EU, ya que encuentran vecinos, parientes y amigos de su propia comunidad: es como llegar al pueblo.

- La experiencia migratoria establece un diálogo cultural, conformando un proceso de autoafirmación a partir de la confrontación de la cultura de origen con la cultura a la que se llega: el migrante asume y reafirma su identidad al compararse con el otro, alguien que culturalmente no es como él. En ese proceso consolida elementos culturales como la lengua, la comida, creencias religiosas, etc. Pero también modifica prácticas y hábitos que les permiten adaptarse al contexto en el que se sitúa.

- Existen flujos migratorios y redes sociales bien definidas entre México y EU. Se han conformado a través de los años entre uno y otro lado de la frontera; dichas redes han establecido rutas que toman los migrantes, como parte de esa movilidad social intrínseca al fenómeno migratorio. Estas redes influyen directamente en la disminución del riesgo al cruzar la frontera, en el financiamiento del viaje, en la adquisición de empleos y en las facilidades para instalarse.

- La *troka* es uno de los bienes de consumo más representativos entre los migrantes. De hecho, esos vehículos proyectan, en términos simbólicos, el capital cultural del migrante entre sus iguales y entre la población de su comunidad de origen. Además de ser el elemento que marca la diferencia en términos económicos entre uno y otro migrante. Encontramos casos en que éstos no cuentan con ningún tipo de documento para residir en EU, sin embargo sus camionetas sí tienen la documentación necesaria para pasar la frontera, eso ejemplifica el gran valor simbólico que ciertos objetos adquieren para los migrantes. A través de la *troka* se desarrollan un sinnúmero de dinámicas sociales; es común que los migrantes realicen actividades que les resultan significativas: andar *rolando* con los amigos, escuchando música a gran volumen y tomando cerveza; pasear o estacionarse en la plaza del pueblo para conocer y socializar con mujeres jóvenes, en ese sentido, la *troka* tiene una carga erótica y sexual importante.

- El consumo de electrodomésticos y aparatos electrónicos está muy apropiado. En hogares en México se observó de manera constante más de un mismo producto, por ejemplo, dos microondas, dos ó tres mini-componentes, una gran cantidad de bicicletas, planchas, licuadoras, entre otros más. En su discurso aparece como “lo necesario”, condicionado principalmente por la conformación de patrones de consumo.

- Las dinámicas de consumo que realizan en EU están condicionadas, principalmente, por ese halo de lo nuevo; llegan a EU con muchas expectativas —sobre todo económicas y materiales—, entre éstas está el consumir lo que en el imaginario conforma una mejor forma de vida. Sin embargo, a su regreso a México se insertan en otro tipo de dinámicas; la mujer toma un papel más protagónico —mamá, esposa o hermanas— en las dinámicas de consumo en las comunidades de origen, mientras que el hombre —migrante— se limita a la compra de cervezas, refrescos o encargos menores, a diferencia de los patrones de consumo que adoptan en EU, donde suelen ser más participativos. En México las dinámicas de consumo familiares giran en torno a productos que pueden

considerarse “tradicionales” como el queso de rancho, tortillas caseras, salsas de mamá, gorditas, sólo por mencionar algunas.

5. RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN EN ESTADOS UNIDOS

5.1 MOTIVACIONES QUE IMPULSAN A MIGRAR Y RESIDIR EN ESTADOS UNIDOS

El fenómeno migratorio, así como las motivaciones que impulsan a las personas a llevar a cabo esa experiencia, presenta características multiculturales que reflejan la trayectoria individual y sociocultural de los actores sociales. Se trata de un fenómeno social en el cual distintos factores interactúan de manera compleja y se vinculan en varios niveles y dimensiones. Así, en un grupo o individuo, las necesidades económicas de sustento individual o familiar se conjugan con las opciones laborales y las expectativas de vida que el individuo tiene para él y su familia; por otro lado puede pensarse que la migración es una respuesta a factores socioeconómicos que, junto con la “necesidad” social y cultural de crecimiento, progreso y desarrollo, impulsan a los actores sociales a tomar esa decisión.

Es por eso que el fenómeno migratorio no sólo debe concebirse como un fenómeno sociodemográfico de expulsión–atracción que tiene bases estructurales en necesidades económicas y laborales. También intervienen factores individuales, familiares, sociales y culturales, los cuales se encuentran en constante interacción e influyen tanto en las motivaciones para migrar, como en las razones para establecerse de forma definitiva en la Unión Americana.

De la misma forma que en el Bajío mexicano, los migrantes que residen en el estado de Texas, provenientes de distintos estados y regiones de México, manifestaron que razones económicas y laborales los impulsaron, a ellos o a sus padres, a migrar a los Estados Unidos. El sustento individual o familiar, necesidades inmediatas que debe satisfacer el o la jefe de familia, son motivos por los cuales los actores sociales deciden migrar, ya que en el imaginario de éstos, el trabajo en el “norte” como ellos lo llaman, es la opción que ofrece mayores posibilidades con una retribución económica inmediata.

“Mis padres migraron en busca de oportunidades de trabajo; eso fue en el año de 1960; yo tenía cuatro años. Mi papá empezó trabajando en el campo, en el ‘field’.” (Hombre, 36 años, originario de Chihuahua, residente en El Paso.)

“Salimos de México en 1990, y el motivo fue mejorar la situación económica.” (Hombre, 54 años, originario de D.F., residente en San Antonio.)

“Legué en 1998, la razón principal fue mejorar la situación económica.” (Hombre, 29 años, originario de Coahuila, residente en San Antonio.)

“Uno viene a veces a este país por casualidad, por necesidad, a veces porque no tiene otra salida. Estando por acá, tiene uno que compartir y aprender cosas de acá, aunque es muy difícil.” (Hombre, 40 años, originario de Guerrero, residente en Houston.)

Pero estos motivos —económicos y laborales— se conjugan de forma directa con expectativas familiares y sociales de una mejor forma de vida, tanto de la situación en la que se encontraban como de las que ofrece su población de origen. Expectativas que se traducen en formas de vida —materiales y sociales— que en el imaginario se han constituido como dominantes y que dependen de diversos factores socioculturales, como pueden ser la región de origen y el NSEC del cual provienen los actores sociales. Así, en algunos casos, contar con un trabajo permanente y con una casa propia son el objetivo principal por el cual migran a Estados Unidos, para así brindarle a su familia lo que ellos consideran necesario. A esto se le añaden otro tipo de expectativas y valores, como la educación y el éxito, que refieren a formas de progreso y desarrollo personal, familiar y social.

“La primera vez que llegaron mis padres se pusieron a trabajar; mi mamá limpiando oficinas y consultorios del centro médico de El Paso y mi papá de jardinero; era una persona muy humilde, murió en febrero del año pasado. A nosotros nos metieron en la escuela, yo tenía 11 años. Primero vivimos con la hermana de mi mamá, después rentamos un pequeño departamento en el centro, ahí duramos medio año y nos cambiamos a una casa por la calle McCoffi.” (Mujer, 56 años, originario de Chihuahua, residente en El Paso.)

“En marzo de 1956 vine con mis padres porque querían ver un mejor futuro para mí y mis hermanos; llegaron con una tía —hermana de su mamá— por un tiempo, luego que consiguieron sus papeles fueron a traer los muebles, ropa y lo que teníamos, rentamos un apartamento, poco después nos cambiamos a una casa de renta en el centro de El Paso.” (Mujer, 56 años, originario de Chihuahua, residente en El Paso.)

“Me vine en 1993 para estudiar inglés, y pues me quede a trabajar.” (Hombre, 38 años, originario de Nuevo León, residente en San Antonio.)

Sin embargo, debido a que la migración en Estados Unidos constituye un universo multicultural con migrantes provenientes de diferentes regiones de México, de otros países y de los más variados NSEC, las motivaciones y expectativas parecen expandirse en abanico; existen razones personales, familiares y sociales. Encontramos actores sociales que migraron por situaciones que parecen ser más bien coyunturales, familiares y personales; intereses particulares que parecen reducirse a decisiones individuales.

“En 1993 fue la primera vez, sobre todo por la aventura y por conocer otros lugares.” (Mujer, 31 años, originario de D.F., residente en San Antonio.)

“En 1994 vine por cuestiones familiares; mi padre vive en Chihuahua y mi madre en San Antonio; ellos están separados. Mi madre me invitó a vivir acá y decidí venirme.” (Hombre, 25 años, originario de D.F., residente en San Antonio.)

“Bueno yo empecé a venir en el 77, la primera vez desde que yo tenía 14 años y luego en el 85 regresé y ahora tengo como unos 4 meses que fui para allá. Pues primero por curiosidad, no vine por necesidad, que diga qué necesidad de ganar dinero, pues no. Yo trabajaba muy bien en México, pero luego me vine para acá y es otra vida más diferente aquí y ahora que arreglé papeles pues con más ganas y voy y vengo a la hora que quiero.” (Hombre, 43 años, originario de Guanajuato, residente en Houston.)

Adaptarse al lugar donde llegan

La migración supone una adaptación a nuevas formas culturales, frente a las cuales el migrante debe adecuar y refuncionalizar su forma de ser, pensar y actuar, para así poder llevar a cabo esta experiencia social, sin que esto suponga una incorporación directa entre

lo que se es, y lo que se tiene que ser. Al tratarse de un proceso de reproducción cultural, los migrantes adaptan y comparan esta experiencia con fenómenos y formas de vida que ya conocen, tanto las que refieren a la vivencia personal como las que se transmiten socialmente. De esta forma, la vida en Estados Unidos requiere un proceso de adaptación, que en muchas ocasiones se traduce en esfuerzo, que ocurre de forma dialógica y cambiante.

Como se había mencionado, para muchos migrantes llegar a Estados Unidos implica una búsqueda de una mejor forma de vida, de desarrollo y progreso, para así cumplir con expectativas familiares y sociales. Esto demanda una adaptación inmediata a formas culturales, sobre todo laborales, en las cuales puede presentarse una continuación de las del lugar de origen o nuevos empleos con la ayuda de redes sociales que se conforman a través de la experiencia migratoria. Cuando esto se presenta, los actores sociales perciben que su adaptación a los Estados Unidos se dio de manera sencilla y simple, por lo que se recuerda de forma grata. Mencionan que se trata, sobre todo, de “querer trabajar”, “echarle ganas” y buscar Jale —trabajo— entre la multiplicidad de opciones laborales existentes.

“Para mí fue maravilloso llegar aquí; le encontré muchas ventajas al país, hay muchas oportunidades económicas y tienes acceso a todo. Yo no estudié porque no quise, pero puedes hacerlo si deseas.” (Hombre, 25 años, originario de D.F., residente en San Antonio.)

“Tengo recuerdos muy agradables de la primera vez que llegué, porque conocí a muchas personas que me apoyaron mucho; es por eso que decidí quedarme en San Antonio.” (Hombre, 38 años, originario de Nuevo León, residente en San Antonio.)

“Pues no fue difícil, fue fácil para mí; primero que estaba impuesto a trabajar, segundo que siempre pues he trabajado duro y me he ganado a los patrones muy fácil; hasta ahora no me puedo quejar yo de un patrón, me han tratado muy bien. Ahora en la compañía que estoy voy para 6 años.” (Hombre, 43 años, originario de Guanajuato, residente en Houston.)

“Eran vecinos y habían tenido hijos en la misma escuela. Le platicó un poco sobre lo que yo andaba haciendo en Houston y ella me dio su opinión sobre los mexicanoamericanos de EU. Comentaba que para todos había oportunidades, pero que había unos que no las sabían

aprovechar y no trabajaban para progresar, que todo era cuestión de que le echaran ganas.”
(Houston.)

Por otro lado, la experiencia migratoria implica una confrontación cotidiana con otra lengua y nuevos patrones culturales, por lo que el migrante, al mismo tiempo que ajusta su experiencia a estos factores, trata de conservar la lengua, prácticas y tradiciones de su lugar de origen; lo cual le causa gran añoranza y, en muchos casos, dificultad para adaptarse a las formas de vida del país al cual migraron.

Entre los factores que los actores sociales mencionaron como cruciales para percibir o recordar de forma compleja y difícil su adaptación a Estados Unidos, se encuentran la ausencia de la familia, añoranza por las dinámicas en las que se participaba en la población de origen, la lengua y los nuevos sistemas y prácticas laborales a los que se tienen que enfrentar, entre otros factores. Pero, a pesar que recuerdan que su experiencia migratoria fue difícil y compleja o que perciben lejana y distante la forma de vida en Estados Unidos, señalan que su permanencia, definitiva o temporal, en este país es la mejor opción para cumplir con las expectativas que se han propuesto.

“Los primeros meses fueron difíciles porque se extraña a la familia y la situación para conseguir trabajo fue difícil al principio. El lenguaje era una limitante, además de que no conocía bien el sistema americano: cómo moverme y cómo conseguir trabajo yo sola.”
(Mujer, 36 años, originaria de Estado de México, residente en San Antonio.)

“Fue difícil por el idioma y la manera de vivir de aquí, pero después resulto mejor que vivir en México. Por el trabajo no fue difícil porque ya venía con trabajo.” (Mujer, 31 años, originario de D.F., residente en San Antonio.)

“Fue una experiencia nueva, aunque un poco difícil, tardé dos meses en conseguir trabajo. Los primeros que conseguí eran trabajos eventuales.” (Hombre, 54 años, originario de D.F., residente en San Antonio.)

“Hay una canción de los Tigres del Norte que se llama La Jaula de Oro y aquí es así; yo he tenido hasta tres carros, he tenido la facilidad de tener en que moverme y estamos comprando

esta casita, pero aún así te sientes un poco fuera, algo te hace falta, yo siempre me he dado cuenta que es la familia; mi sueño es dentro de 10 ó 15 años regresar a México, tengo una casa allá; espero, como se dice aquí, retirarme allá, pasar los últimos años con mi familia, con mis hermanos y convivir con ellos siquiera los últimos años que me queden. Y tenemos esas opciones de que ahora los hijos se están educando en este país. Yo siempre los motivo para que se eduquen, para que sean mejores, para que no se queden a medias.” (—Hombre, 40 años, originario de Guerrero, residente en Houston.)

Motivos para quedarse en Estados Unidos

De diferentes formas, los migrantes verbalizan que la nostalgia por la familia y la comunidad de origen, las dificultades laborales, ideológicas y culturales a las que se enfrentan y la lejanía con la que se perciben las formas culturales de Estados Unidos, son razones por las cuales desean regresar de forma definitiva al país y comunidad de la cual provienen. Desean establecerse de forma permanente en su población con los medios económicos suficientes para el sustento familiar, contar con casa propia, medio de transporte, etc.

Pero al llevar a cabo esa experiencia migratoria y vivir temporalmente en Estados Unidos, establecen lazos, relaciones y patrones de conducta que forman parte de su trayectoria y vivencia personal; transforma la idea de regresar definitivamente a México. Sobre todo, la forma de vida y los lazos afectivos y sociales que los hijos de los migrantes establecen en Estados Unidos, son razones por las cuales consideran casi imposible su idea de regresar definitivamente a sus comunidades de origen.

“He vuelto aproximadamente como 4 veces ó 3 en todo este tiempo. El motivo es porque prácticamente toda la familia está aquí; entonces la más importante que está allá es mi mamá, pero ella de vez en cuando viene para acá y allá también quedan dos hermanos pero son únicamente esos dos, todos los demás están acá.” (Hombre, 54 años, originario de D.F., residente en San Antonio.)

“Pues como la historia de todos, venimos por un tiempo tratando de regresar a nuestro país, pero ya nos quedamos aquí y pues yo me vine pensando en regresar pero mis hijos pues todos

nacieron aquí, entonces pues ya mi familia se formó aquí.” (Mujer, 45 años, originario de Morelos, residente en Houston.)

“Debido a mis hijos, no nos regresamos a México. Mi esposo y yo tuvimos opciones de regresar a nuestro país, pero las pocas veces que fuimos nos dimos cuenta que así como nosotros empezamos, les pasaría lo mismo a ellos. Él y yo llegamos a batallar con el idioma, las costumbres; nuestra cultura era muy diferente aquí, y allá se había quedado todo lo que nosotros sabíamos, lo que nos gustaba e íbamos a hacer lo mismo con ellos, lo que nosotros sí pasamos, íbamos a hacer pasar a nuestros hijos por lo mismo, entonces dijimos OK, pues para nosotros es más fácil adaptarnos a que a ellos lo hagan, y optamos mejor por quedarnos aquí.” (Mujer, 45 años, originario de Morelos, residente en Houston.)

Incluso la comparación de las condiciones de vida, sobre todo materiales y laborales, originan que los migrantes perciban que su permanencia en Estados Unidos resulta una mejor opción, ya que les brinda oportunidades que creen no podrían conseguir en su país de origen. Aunado al valor que se le otorga, en este contexto, a la educación de los hijos —que depende de la trayectoria sociocultural y el NSEC de los actores sociales—, la permanencia definitiva en ese país se considera la mejor elección.

“Lo que más me gusta de aquí es la oportunidad que tiene uno, que en México no la tenemos. Pues usted sabe que cuando somos de origen muy humilde no tenemos esas oportunidades que hay aquí; por ejemplo, con nuestros hijos usted tiene la opción de pedir préstamos para las carreras de ellos de la Universidad ya sean carreras pequeñas o grandes; si nosotros no tenemos el dinero suficiente, ellos califican para tener una pequeña carrera chiquita y pues como le digo, si nosotros no aprendemos a abrir las puertas pues nos quedamos estancados y pues con esfuerzos pero uno va saliendo. Es lo único porque le voy a decir que para vivir aquí en Texas ya se está poniendo muy duro, muy feo.” (Mujer, 45 años, originario de Morelos, residente en Houston.)

5.2 LA VIDA EN ESTADOS UNIDOS

Los actores sociales construyen sus percepciones y representaciones sociales a partir de intereses simbólicos y materiales. Es decir, la manera en que se perciben a sí mismos, a los otros y al mundo social y material que los rodea depende directamente de su contexto social

y de las expectativas e intereses que comparten con los grupos de referencia relevantes. Así, los actores sociales poseen percepciones positivas y negativas de un mismo fenómeno, que más que contradictorias se conforman de forma dialéctica en la dinámica y experiencia de los individuos.

Los migrantes que se han establecido, de forma definitiva o temporal, en Estados Unidos, poseen prácticas, conocimientos y experiencias que les permiten poseer una visión más refinada de las formas culturales y las condiciones materiales de ese país, a diferencia de aquellos que sólo poseen conocimientos transmitidos socialmente, contenidos en forma de relatos. Sin embargo, esta percepción se ve influida por la vivencia personal y familiar del sujeto. Es decir, habla de aquello que conoce y de lo que le han contado, lo cual está permeado por sus intereses específicos.

A pesar de que la región o población de procedencia del migrante influye en varios niveles de la experiencia migratoria —como la construcción de redes sociales y los valores simbólicos que se le atribuyen a este fenómeno—, los migrantes comparten gustos, percepciones y representaciones sociales de Estados Unidos que reflejan de forma nítida las dinámicas y redes sociales que construyen y refuncionalizan en ese contexto.

Respecto a las ventajas y demás connotaciones positivas que los individuos verbalizan acerca de la vida en Estados Unidos, se encuentran en primer lugar aquellas que refieren a las oportunidades laborales, condiciones materiales —infraestructura—, facilidades y servicios con los que cuentan en ese país.

“Me encantan las comodidades, los servicios y el ambiente latino; todos mis amigos son mexicanos.” (Mujer, 36 años, originario de Estado de México, residente en San Antonio.)

“La ciudad es muy bonita, hay orden y funcionalidad en la infraestructura, el tráfico y el orden social está bien controlado y además hay muchas oportunidades económicas.” (Hombre, 38 años, originario de Nuevo León, residente en San Antonio.)

“Me gusta la seguridad, el orden y el acceso a los servicios. Además hay muchas oportunidades de trabajo, sobre todo, para la gente joven aunque también para los adultos.” (Hombre, 25 años, originario de D.F., residente en San Antonio.)

“Me gusta la manera de vivir, la comodidad de la vida y la facilidad con que adquieres lo que necesitas.” (Mujer, 31 años, originario de D.F., residente en San Antonio.)

“EU brinda muchas oportunidades para el que sepa abrir las puertas; el que no las aprovecha se queda estancado.” (Mujer, 45 años, originario de Morelos, residente en Houston.)

La vida pública en Estados Unidos

Esta percepción de Estados Unidos —con connotaciones positivas y ventajas— refiere, sobre todo, a los espacios públicos. Es decir, perciben como bueno todo aquello que hace referencia a las condiciones y relaciones que ocurren en espacios públicos y con instituciones sociales. La limpieza y orden en las calles y colonias, la cercanía de distintos centros comerciales y laborales, la seguridad pública y las formas de ser y actuar de los ciudadanos y autoridades.

“Lo que me gusta de EU son los trabajos, que existen más leyes y el gobierno.” (Hombre, 20 años, originario de Chihuahua, residente en El Paso.)

“Me gusta porque tengo muy cerca mi trabajo, hay tiendas muy cerca y el lugar es tranquilo y está bonito. El ambiente es agradable y los vecinos no se meten con nadie.” (Hombre, 54 años, originario de D.F., residente en San Antonio.)

“A uno le gusta la comodidad y quizás un poco la tranquilidad. Por ejemplo, en la Ciudad de México tengo a mi familia y cuando voy es horrible, las calles, manejando, la ciudad, la gente, el estrés que vives. Entonces una de las cosas que me gustan es el modo de vida, el estilo de los americanos, como construyen sus casas, como planean las ciudades, los centros comerciales, la comunicación. A nosotros nos pasó algo muy chistoso en México. Quisimos ir al cine en Cuernavaca, Morelos y nos resultó imposible ir al cine, llenísimo, llegamos y no había funciones y me dio risa y me preguntaba porque no hacían más salas para toda la gente que estaba afuera. A mí también me gusta la limpieza de este país.” (Hombre, 40 años, originario de Guerrero, residente en Houston.)

“Pues de aquí lo que más me gusta es que hay más libertad, la policía no es tan corrupta como en México; si te paran, te paran por algo y en México lo que quieren es luego luego agarrarte para ver que te van a encontrar y sacarte la mordida. Hasta ahora, cada vez que voy, gracias a Dios no me ha pasado eso, voy en mi carro, ando para arriba y para abajo sin problemas. Yo voy muy seguido a Reynosa. En México, en la capital, pues igual me han tratado bien, siempre voy para allá también.” (Hombre, 43 años, originario de Guanajuato, residente en Houston.)

Aparentemente existen contradicciones en el discurso de los actores sociales, ya que al mismo tiempo que perciben como seguras y cordiales las interacciones en los espacios públicos, los migrantes, ilegales o no, se enfrentan cotidianamente a obstáculos ideológicos y fenómenos sociales como el racismo; esto nos muestra como las percepciones reflejan la vivencia personal y social de los actores sociales y como éstas se construyen de forma dialéctica.

“Lo que no me gusta son los policías, son muy injustos, maltratan a los ilegales y tampoco me gusta que hay un poco de racismo también.” (Hombre, 20 años, originario de Chihuahua, residente en El Paso.)

“Antes de Navidad, aquí en El Paso, en el centro comercial de Wal Mart de Alameda, se robaron a una niña como de 4 ó 5 años y luego se cerró el súper y todos los empleados se pusieron a buscarla. Apareció al día siguiente muerta, y a los 8 días agarraron al hombre que vivía por aquí cerca, tiene 32 años.” (Hombre, 36 años, originario de Chihuahua, residente en El Paso.)

“Hay racismo disfrazado, sobre todo por parte de los chicanos.” (Hombre, 29 años, originario de Coahuila, residente en San Antonio.)

Los migrantes establecen redes, lazos y prácticas sociales con los grupos sociales relevantes —familia o paisanos—, con los cuales se comparten intereses socioculturales y simbólicos; sin embargo, perciben que la convivencia con individuos de otras culturas es otro aspecto de la vida en Estados Unidos, eso es un reflejo de la libertad y oportunidades que ofrece este país.

“Lo que me gusta más de vivir aquí en El Paso es mi colonia; ya tengo muchos años de vivir aquí. Se ubica en Cielo Vista Mall, al otro lado del ‘freeway’, y viven muchos mexicanos. Tengo familia en Monclova, Coahuila, además un sobrino se casó con una muchacha de Pátzcuaro, Michoacán. Así conoces personas de diferentes culturas.” (Mujer, 56 años, originario de Chihuahua, residente en El Paso.)

“Para mí, creo que todo ha sido bueno, nunca me han tratado mal, me llevo bien con la gente, nunca he tenido problemas; ni con la gente de color, ni con los blancos, ni con los hispanos; siempre me he llevado muy bien con toda la gente donde he vivido.” (Hombre, 43 años, originario de Guanajuato, residente en Houston.)

“Pues para mí todo es bueno aquí, hay mucha libertad, mucha diversión para todos, claro que aquí para divertirse hay que trabajar duro, si trabajas te vas a divertir y la gozas, si no, no la vas a gozar.” (Hombre, 43 años, originario de Guanajuato, residente en Houston.)

“Le estoy hablando de tiempo atrás, antes era mucho más fácil encontrar un buen trabajo, era todo muy bien pagado y ahora no, pues ya no estamos hablando solamente de mexicanos sino de centro y sudamericanos, coreanos, colombianos, cubanos, chinos; cada vez llega gente de más lados.” (Mujer, 45 años, originario de Morelos, residente en Houston.)

La facilidad para acceder a espacios educativos es otro de los aspectos que los migrantes de Texas perciben como una ventaja al vivir, temporal o definitivamente, en ese país. Además es uno de los motivos por los cuales deciden establecerse de forma definitiva, ya que son, sobre todo, los hijos quienes acceden a ese tipo de espacios. Sin embargo, existen variaciones en cuanto al valor que le otorgan a la educación formal, ya que para actores sociales provenientes de otras regiones, el trabajo y otro tipo de objetos, relaciones y dinámicas poseen mayor valor simbólico y cultural.

“Lo que me ha gustado son las oportunidades que le dan a uno, de ir a la escuela y aprender; aquí no aprende el que no quiere, lo que más me gusta son las oportunidades que le dan a uno, de aprender y de trabajar.” (Mujer, 56 años, originario de Chihuahua, residente en El Paso.)

“Y me gusta porque tenemos esas opciones de que ahora los hijos se están educando en este país. Yo siempre los motivo para que se eduquen para que sean mejores, para que no se

queden a medias. Pues aquí hay muchas oportunidades; por ejemplo, mis hijos están aquí estudiando con becas en las universidades. Uno está en la universidad de Austin, primero tenía interés en ingeniería espacial y ahora en la medicina. Otro está en la universidad de Houston muy interesado en las leyes y el chico tiene que terminar la secundaria. De hecho tengo a uno de los muchachos que el año pasado fue a tomar clases a la universidad de Morelos, en Cuernavaca. Fue a tomar un curso de verano que la universidad le pagó.” (Hombre, 40 años, originario de Guerrero, residente en Houston.)

La vida privada

Respecto a las desventajas y percepción con connotaciones negativas que los migrantes tienen respecto a las formas de vida en Estados Unidos encontramos aquellas que refieren, sobre todo, a la interacción y formas de ser en espacios privados. Esto es, la ausencia de relaciones afectivas cercanas con familiares y amigos, además de las formas culturales de educación y comportamiento para con los hijos; estas son motivos de desagrado o disgusto entre los migrantes. Perciben que las formas de comportamiento familiar y social en Estados Unidos son muy diferentes y lejanas a su experiencia cultural de migrantes.

“Al principio extrañas mucho a la familia, es difícil salir a pasear por el idioma; no es tu ambiente.” (Mujer, 56 años, originario de Chihuahua, residente en El Paso.)

“Se extraña a la familia, el ambiente familiar, la cultura. Aquí es diferente.” (Hombre, 20 años, originario de Chihuahua, residente en El Paso.)

“No me gusta que no hay unión familiar, todos están separados y son independientes.” (Mujer, 31 años, originario de D.F., residente en San Antonio.)

“Me molesta que aquí en los EU no hay mucho tiempo para los hijos y la familia en general.” (Hombre, 54 años, originario de D.F., residente en San Antonio.)

“No me gusta la lejanía de mi familia, que está en México. Fuera de eso no hay muchas cosas que no me gusten.” (Mujer, 36 años, originaria de Estado de México, residente en San Antonio.)

Estas formas de comportamiento son percibidas como diferentes y lejanas por los migrantes; se caracterizan por ser individuos con sistemas culturales y simbólicos, lengua y cultura provenientes de su lugar de origen. Es por eso que estas percepciones conviven en los ámbitos de lo familiar y lo lejano, es decir, lo que conocen, lo que les han dicho y las nuevas experiencias. Es así, como los migrantes reconocen diferencias culturales evidentes incluso frente a los mexicoamericanos, costumbres y fenómenos sociales que consideran lejanos a su experiencia y que en ese entorno les resultan más evidentes.

“No me gusta la falta de respeto, hay mucha ignorancia aquí en San Antonio.” (Hombre, 25 años, originario de D.F., residente en San Antonio.)

“Lo que no me gusta es la poca atención que hay de los padres a los hijos, que la familia no es muy unida, me da mucha tristeza ver que en este país hay mucha drogadicción y que acá está más al alcance de las personas y el valor de las familias, las costumbres son muy diferentes a las nuestras; quizás eso no sea que no nos guste, sino que no estamos acostumbrados a ellas. Yo veo que acá la gente no está muy bien educada; por ejemplo acá le prestan mucha atención a los juegos, al deporte, a las cosas superficiales, pero no hay tanto interés como en México por la cultura, a las costumbres. Incluso acá los hispanos dedican mejor sus días de descanso a beber, para los propios adultos, pero no a convivir con la familia, con los hijos. Otra cosa es que la gente mexicoamericana, que nacen aquí, renieguen de su procedencia y creen que si van a hablar español los hace menos y no, al contrario, los hace más, mejores, aquí todos somos ya ciudadanos americanos y no nos importa; vamos a nuestro país y hablamos español, qué te cambia o qué estatus te da ser ciudadano de este país; yo me hice ciudadano americano por conveniencia, mi mujer por arreglarle a sus padres y mis hijos por la escuela y cuando va gente mexicoamericana a México se niegan a hablar la lengua de ellos mismos y de sus padres. También otra cosa que no me gusta de la gente que viene para acá, es que no trate de superarse, pues hay algunos que tienen como 20 años y no saben ni como pedir una hamburguesa en inglés. Porque la gente que habla aquí dos lenguas tiene más ventajas que los que sólo hablan una sola, incluso también muchas veces para el caso de los mismos americanos.” (Hombre, 40 años, originario de Guerrero, residente en Houston.)

“Lo que no me gusta es esta forma de las viviendas, no me gustan. A mí me encanta mucho la naturaleza. Anteriormente estábamos viviendo en una casa y nosotros la estábamos pagando, lamentablemente por una mala racha que tuvimos nos vinimos abajo y como le digo nosotros

teníamos nuestra casa allá, una casa donde uno se puede mover, ve aquí, el espacio está muy limitado, muy angosto, entonces en una casa usted se puede mover como usted quiera, máximo si es de uno. Pero optamos por ya no regresar. Eso ya se quedó a un lado. En la casa de allá vive mi hermano Miguel y pues yo creo que ya no regresamos, menos ahora que ya mi esposo no está con nosotros.” (Mujer, 45 años, originaria de Morelos, residente en Houston.)

5.3 PERCEPCIÓN DE MÉXICO

La falta de trabajo y oportunidad para progresar son los primeros factores que aparecen en el imaginario de los migrantes respecto a la percepción que los mismos tienen de lo que ocurre en México, por lo que estos factores constituyen uno de los principales motivadores para llevar a cabo el proceso migratorio, independientemente del lugar de origen, el trabajo en Estados Unidos representa para ellos la opción con mayores beneficios económicos.

Perciben que en México existen opciones laborales insuficientes y limitadas, aún para aquellos que cuentan con educación formal o conocimientos especializados. Reconocen que los mayores flujos migratorios ocurren en el campo mexicano, ya que por distintos factores los campesinos son uno de los principales grupos que apropian la experiencia de migrar, en busca de una opción laboral que les brinde los medios para una mejor condición de vida.

“México se me hace pobrecito, se me hace que ha estado estancado, hay educación y muy buenas escuelas, pero les faltan oportunidades de trabajo. Mis sobrinos tienen estudios, pero no es suficiente, no hay buenos trabajos.” (Mujer, 56 años, originario de Chihuahua, residente en El Paso.)

“Pienso que en México no hay mucho trabajo, pienso que el gobierno no cuida a la gente; sí hay cambio, pero no se puede hacer rápido.” (Hombre, 36 años, originario de Chihuahua, residente en El Paso.)

“De México, pues que están un poquito pobres, pero pues ahí tiene que irse arreglando poco a poquito, porque no es fácil para este presidente, yo creo, desgraciadamente le dejaron el país en un pozo muy grande y para que lo saque va a estar muy difícil. Hay una manera de la cual lo puede sacar y es sólo si presta ayuda al campesino para que siembre, que les dé crédito. Entonces sí se levanta el pueblo, porque tienen mucho donde sembrar. Sobre todo la gente que

nos gusta trabajar. Ahora muchos están migrando para acá porque no hay mucho trabajo, tienen tierras pero no tienen con qué sembrarlas. Si el gobierno hiciera lo que hacía antes, que daba créditos, otra cosa sería. Porque yo soy del estado de Guanajuato, ahí se siembra mucho el chile ancho, maíz, frijol, papa y todo eso; era un lugar que todo el tiempo estaba verde de lo que sembraban; había buenos programas, el banco daba buenos créditos. Ahora después de que salió López Portillo ya se fue acabando todo. Ahora casi no siembran, se acabaron los programas, y mucha gente tiene que migrar a partes donde gane mejor la vida. Algunos se van a la capital, otros a la frontera, otros a los EU pero esperemos que con el tiempo se componga México.” (Hombre, 43 años, originario de Guanajuato, residente en Houston.)

“Aquí en EU, los agricultores, la gente que vive en el campo son los más ricos, más que los que viven en las ciudades. Tienen subsidios, y el gobierno les paga si se les congelan las cosechas. Y hay también mucha corrupción, hay que reconocerlo, pero no sé, a pesar de esto se llevan a cabo las cosas que se proponen. En México, quizás, lo que está acabando con las cosas es la corrupción, que nunca se acaba.” (Hombre, 40 años, originario de Guerrero, residente en Houston.)

Por este mismo factor —la falta de trabajo— y, sobre todo, en comparación con las condiciones materiales e infraestructura con las que cuenta la ciudad en la que residen en Estados Unidos, perciben que México es un país con malas condiciones de vida, desde las que refieren estrictamente las condiciones económicas y de servicios, hasta las que tratan sobre las leyes, seguridad, trato e interacción con instituciones privadas y gubernamentales. Aquellas interacciones que ocurren en espacios públicos y con instituciones sociales.

“Pues México es un país en el que es difícil hacer la vida, hay muy pocas oportunidades económicas.” (Hombre, 38 años, originario de Nuevo León, residente en San Antonio.)

“Es muy lento el avance, hay muchas incomodidades, los servicios son muy malos, en cambio aquí el consumidor siempre tiene la razón y se le respetan sus garantías y en México son bien groseros y prepotentes. No hay mucha diversidad de productos, no encuentras lo que necesitas. Acá en EU los restaurantes tienen un servicio excelente, tienen un control de sanidad y en México no. En México no hay tantas atenciones especiales para la gente minusválida ni oportunidades de trabajo.” (Mujer, 36 años, originaria de Estado de México, residente en San Antonio.)

“Tiene muchos problemas económicos, ha tenido malos gobernantes, pero yo creo que en unos diez años, si sigue con el gobierno actual, puede mejorar. Además en México hay muy pocas oportunidades de trabajo para la gente grande como yo. Además hay mucha inseguridad.”
(Hombre, 43 años, originario de Guanajuato, residente en Houston.)

Debido a que varios de estos factores refieren a aspectos macroeconómicos, sociales y estructurales, la percepción con referencias negativas que los migrantes tienen de México, muchas veces, se vincula con la percepción que los mismos tienen del sistema político mexicano, de los gobernantes y de la actitud de los mismos ciudadanos. No se trata sólo de las diferencias evidentes respecto a las condiciones infraestructurales en carreteras y servicios de México y de sus poblaciones de origen. También se trata de las formas en que se aplican las leyes, respecto a las políticas económicas del gobierno mexicano, de la corrupción, etc., resultando la comparación con el sistema político y económico estadounidense, en una percepción negativa de México.

“Tiene una política errónea, hay mucha corrupción, las leyes no se aplican, aquí todo procede, tengas o no documentos, seas legal o no, las leyes te defienden.” (Hombre, 29 años, originario de Coahuila, residente en San Antonio.)

“El gobierno mexicano no da una, a los pobres los tiene cada vez más pobres y a los ricos cada vez más ricos.” (Mujer, 31 años, originaria de D.F., residente en San Antonio.)

“Yo cuando voy a México veo que está cambiando bastante. Cuando vas manejando y cruzas la frontera empiezas a ver los cambios, ves que las carreteras son más chicas, no te encuentras gasolineras en cada 10 kilómetros, ni tiendas, ni comunicaciones. Yo veo que la situación económica sigue siendo igual para mucha gente. Pienso que en México se vive bonito, pero también es bien difícil para quien nace sin nada. Pienso que cuando me quiera ir a México tendré que llevarme algo con que empezar. Porque ya me imagino yo solito allá, buscando trabajo y en los camiones, no sé qué tipo de trabajo tendría que tener para poder pagar una casa y lo que vaya a ganar para pagar los gastos de un carro y cosas así. Siento que sería difícil. Pienso que tendría que conseguir un buen trabajo y aparte que me he desarraigado completamente de México, ya no tengo amistades. La opción que veo en México es que llevé yo dinero y abra algún negocio pequeño, hasta un negocio de Hamburguesas, no un Mc Donald's,

pero algo regular, para buscar la manera de no vivir tan apretado como vive la gente allá.”
(Hombre, 40 años, originario de Guerrero, residente en Houston.)

Pero en su discurso, no sólo se trata de las condiciones económicas y materiales, o de las políticas del gobierno mexicano. También se trata de las representaciones sociales de las instituciones gubernamentales, de empresas mexicanas y de los “otros mexicanos.” Es decir, también se trata de la percepción positiva y negativa que tienen de la industria mexicana, de los “paisanos” y de los habitantes de este país; de la actitud y apertura de los mismos hacia el cambio y participación social.

Perciben que las malas condiciones de vida existentes en México, en muchas ocasiones también se deben a la actitud y responsabilidad cívica de los mexicanos, expresando estereotipos acerca del mexicano con actitud despreocupada, sin responsabilidad social y comunitaria. Esta percepción resulta algo contradictoria con las que refieren a las motivaciones para regresar a México, ya que mencionan que es precisamente en este país donde cuentan con una mayor cohesión social y familiar y con dinámicas sociales afectivas más recurrentes e íntimas, en comparación con las de Estados Unidos. Pero no hay que olvidar que las representaciones sociales que un individuo o grupo social se forma dependen de los intereses simbólicos y materiales del mismo, y de la experiencia social del individuo, que permea su percepción de un mismo fenómeno y se construye de forma dialéctica. Así, pueden percibir que los habitantes de México no están listos para un cambio social y que ellos mismo son responsables de las malas condiciones de vida existentes en el país y al mismo tiempo que su familia cuenta con las mejores condiciones sociales y afectivas que ellos necesitan, ya que ahí —en México— se encuentra su familia, sus amigos, recuerdos y demás experiencias y grupos sociales relevantes.

“En la Central de Autobuses de El Paso volví a platicar con la chica que iba a San José y me comentaba, cuando le dije del retraso de mi salida a Houston, que lo que pasaba era que la empresa era de mexicanos.” (El Paso.)

“México es un país en el que no quiero estar, el problema es la sociedad, es un país en vías de desarrollo.” (Hombre, 25 años, originario de D.F., residente en San Antonio.)

“Yo pienso que mi país es hermoso y está cambiando, pero pues no cambia de un día para otro. Hay otra cosa que yo veo en nuestra gente, que no hace por cambiar, que es desorganizada, le ponen un bote de basura a un lado de la carretera y avientan la basura por la ventana, te ponen tres líneas en la carretera en la ciudad de México y a la gente no le importa, no lo respetan. La gente en México quiere que el gobierno les arregle todo. Pero el cambio también se necesita dar en la gente. Cuando la gente se organice y digan, vamos a barrer la calle, vamos a poner árboles aquí y que dejen de pensar nomás en su casa. Yo hace poquito le decía esto a mi mamá; compré un terreno en Cuernavaca, Morelos, y un vecino que tenía siempre pensaba en el futuro, cómo arreglar la calle, pavimentarla, meter el drenaje y mi mamá es una persona que decía no, para qué. Y hace poco que le dije, que bonita se ve la calle pavimentada, y usted no quería, se acuerda. De hecho ese señor batalló bastante para convencer a la gente. A mi hermano en la Ciudad de México yo le digo, ‘hermano manejas bien rápido, más que yo en EU y aquí no están las carreteras como allá.’ Desgraciadamente México está pegado a un país industrial por excelencia y de los más poderosos del mundo. Pero creo que no está preparado para recibir el cambio, los mexicanos a la vez queremos ser igual a los de acá, queremos vivir exactamente como los de acá.” (Hombre, 40 años, originario de Guerrero, residente en Houston.)

Se trata pues de la percepción que los migrantes tienen de México al vivir en Estados Unidos, por lo que los sujetos se encuentran permeados por su condición actual; actores sociales con experiencias, relaciones sociales y lazos afectivos a ambos lados de la frontera, pero con experiencias inmediatas en Estados Unidos que influyen en las representaciones sociales que los migrantes poseen. La influencia que Estados Unidos tiene sobre México posee ciertas connotaciones negativas, al mismo tiempo que desean que las condiciones de vida en su país de origen se parezcan a las del país al cual migraron.

“Por ejemplo en México los jóvenes quieren copiar los modelos de acá, pero para que el país pueda seguir ese modelo, tienen que cambiar muchas cosas. Por ejemplo, toda la gente lleva miles de carros a México en la temporada navideña, pero no hay buenas carreteras, todo está aglomerado en un solo lugar. Venía viajando de San Luis Potosí a Monterrey, Nuevo León y tanto campo que hay y todo está aglomerado en la ciudad de México y qué pasa con la tecnología de México; aquí en los EU sacan agua del desierto de Arizona, yo me pregunto por qué no lo hacen en México, allá, quizás, lo que está acabando con las cosas es la corrupción, que nunca se acaba.” (Hombre, 40 años, originario de Guerrero, residente en Houston.)

“—Sí se dio, sí se dio, como le diré, si se une la gente en ese rancho, si se une, hay una cooperativa, pero hay algunos más listos que otros, o sea, el gobierno sí da, dieron un molino y que pasó, algunos más listo se quedaron con el molino y empezaron a cobrar, y supuestamente ese molino era para la gente que estaba de bajos recursos para que no les cobraran.

¿El listo se quedó con el molino?

—Que es lo clásico en México, ya ves, que nunca va a faltar alguien que sea listo y que quiera sacar provecho.

El gobierno da material para la gente pobre.

—Pero no falta quien se lo robe.

—Se adueñan, los que supuestamente lo van a repartir. Se quedan con eso, entonces ya nadie confía en nadie.

—Necesitamos mucho cambio en la actitud de las personas. Y eso tiene que ver con la corrupción también, con las cuestiones económicas y que hay mucho cacicazgo en las comunidades, el cacique es el que se queda con los recursos, con los apoyos y no llegan a la gente a la que debería.

Eso es cierto, yo siento que a la gente pues, le falta mucho para que cambie.

—Y no sé si se requieren movimientos tan fuertes, a lo mejor como nuevas revoluciones o yo no sé, pero bueno la historia nos dirá qué es lo que va a suceder.

—Yo a veces he pensado, que, yo no se mano, cuando voy así a México, yo pienso que la única manera va a ser esa, ojalá y no, porque fijate que esos movimientos de revolución a veces no llevan a ningún lado, atrasan más a un pueblo.” (Hombre, 40 años, originario de Guerrero, residente en Houston.)

A pesar que la mayoría de los migrantes tienen una mala percepción de México, reconocen que independientemente de cómo perciben las malas condiciones de vida y laborales existentes en su país y población de origen, los migrantes poseen deseos, sueños y motivaciones para regresar temporalmente. La convivencia con la familia, las dinámicas sociales y afectivas con miembros que le resultan significativos son razones suficientes para dejar de lado la mala percepción que tienen de México y regresar periódicamente a la población de la cual provienen.

“Están mejorando un poquito más con Vicente Fox. México está muy bonito, antes iba más seguido, ya tiene como 2 ó 3 años que no voy.” (Hombre, 20 años, originario de Chihuahua, residente en El Paso.)

“Yo cada que voy a México, me pongo un poco enojado. No sé porque vengo un poco estresado, cada que voy y digo, al otro año no llevo carro, al otro año no llevo esto, pero pasando el medio año se me olvidó todo y como sea quiero ir allá, entonces, siempre le gana a uno el optimismo, ojalá y cambie, ojalá y el siguiente año sea diferente, ojalá y sea así.” (Hombre, 43 años, originario de Guanajuato, residente en Houston.)

“Cuando fuimos a México, fuimos a Hidalgo, al D.F. y a Cuernavaca; teníamos planes de ir a la playa, pero cuando tienes tanta familia no quieres despegarte de ahí. Para nosotros es difícil decirle a la familia, ahorita venimos, vamos a pasearnos unos días a la playa y dejar a la familia. Somos una familia tan unida, que para nosotros o van todos o no va nadie, entonces decidimos gastar los pocos días que teníamos con la familia, desayunar con una hermana, otro día con un hermano, con mi madre, con el cuñado o con los sobrinos nuevos. De hecho esos días nos parecen los más pequeños, se te van muy rápido. Cuando ya se viene la despedida se pone uno tenso. Y de hecho cuando voy a México y no voy al rancho que me vio nacer en Guerrero, se viene uno incompleto. Lo que pasa es que nosotros estamos aquí, pero no queremos estar, no nos damos como debería ser.” (Hombre, 40 años, originario de Guerrero, residente en Houston.)

5.4 LA IDENTIDAD DE LOS MIGRANTES; DEFINIDA A TRAVÉS DE LAS RELACIONES INTERCULTURALES

En las cuatro últimas décadas, el incremento de la migración transnacional, está contribuyendo al encuentro de culturas que antes mantenían contacto mínimo o nulo. Ahora con la globalización, se está desarrollando un proceso de interacción cultural más intensa. Dentro de la investigación etnográfica en Texas observamos que las interacciones de migrantes —de origen mexicano, que es el caso que nos compete— definen a estos como grupo, a partir de la convivencia constante y cotidiana con actores sociales chicanos, afroamericanos y angloamericanos, principalmente.

En el caso de las observaciones realizadas en Estados Unidos, observamos una gran interacción de grupos sociales que culturalmente tienen diferencias, pero que conviven de una manera muy intensa dentro de su cotidianidad.

“Llegaron dos muchachas, una de apariencia hispana y la otra angloamericana. Quizás ambas contaban con alrededor de 30 años. La hispana usaba maquillaje y la otra no. Iban a cruzar la calle para llegar a la parada del camión cuando vieron a una mujer negra sentada en una banca de la banqueta. La hispana saludó efusivamente, con beso y abrazo y la mujer negra respondió de igual manera. Platicaron amistosamente y con mucha familiaridad y ya casi al final, la chica angloamericana saludó tímidamente. Se cruzaron la calle y después de un rato viene del otro lado de la acera, acercándose a la mujer sentada en la banca un hombre negro con audífonos, cantando y casi bailando al caminar. La hispana vuelve a cruzar la calle corriendo para alcanzar al hombre y lo abraza y besa efusivamente. El hombre tenía apariencia de mendigo o vagabundo. Después llegó otra mujer negra con una bolsa de papel donde cargaba una botella de licor que bebía de trago en trago. Observé que del otro lado de la calle la mujer angloamericana bebía de una botella envuelta de la misma manera. Estas personas se comunicaban solamente en inglés.” (San Antonio.)

“Después me encontré en una parada del camión a un muchacho de unos 17 años que acababa de salir de la escuela, la High School del barrio. Comentó que en ésta había gente de todas las razas: hispanos, afros, anglos y unos pocos asiáticos. Dijo que conviven todos más o menos, pero que de alguna manera se notaba que se agrupaban de acuerdo al grupo de origen, los afroamericanos entre sí, los hispanos por otro lado y los anglos igual.” (San Antonio.)

“He observado que existen muestras de identificación y solidaridad al interior de la comunidad negra e hispana. Pero también existe una interacción constante entre un grupo y otro. Por ejemplo, presencié la escena en la cual un niño afroamericano le preguntaba a su abuela si le podía compartir galletas a unos niños de origen hispano que estaban con su mamá en una parada de camión y la abuela del niño afro accedió.” (Houston.)

“Terrence —afroamericano— me comentó que en Houston la gente era amistosa como él. Que convivían sin problema afros e hispanos y mexicanos. Cosa que pude constatar varias veces, en que sin conocerse hablaban en la calle para preguntarse algo, o para pedirse cigarrillos o

simplemente para saludarse. De hecho he visto que en la calle los afros e hispanos se relacionan más que con personas de ningún otro grupo.” (Houston.)

“Por la noche cuando caminaba por una calle rumbo al motel donde me ubicaba vi a un grupo de negros caminando en banda. Uno de ellos se dirigió a mi dándome un saludo. Es común que los negros saluden a la gente de apariencia mexicana o les dirijan algunas palabras. Esto me sucedió varias veces.” (Houston.)

“Existe una relación de convivencia entre afros y mexicanos porque están en la misma situación económica y con la misma problemática frente a los angloamericanos. Hizo una clasificación interesante respecto a la gente de color: los mexicanos trabajan, buscan superarse e integrarse al sistema; y los ‘morenos’ —refiriéndose a los afros— son vagos, venden drogas, están contra el sistema. Observé que una mayoría de los negros también usan la cabeza rapa, pantalón de mezclilla y playera suelta. También existe una diferencia entre afros y mexicanos. Los primeros gustan tener carros marca cadillac y escuchan música de rap y los segundos carros “hot wheelers”, chaparritos, de llantas bajitas y con imágenes muy coloridas pintadas sobre la pintura original.” (Houston.)

La convivencia de migrantes entre sí y con otros grupos sociales, ha dado lugar dentro de los Estados Unidos a dos procesos: por un lado, el surgimiento de fuertes sentimientos comunitarios que, tras seleccionar ciertos elementos culturales propios que los identifiquen como grupo y son un referente en términos de identidad a un origen en otro lugar o contexto social, esto produce límites culturales a todo aquello que es considerado externo.

En segundo lugar, la población migrante que va a los Estados Unidos, lleva todo un bagaje cultural, el cual es la base de su identidad social, pero no puede vivir aislado del contexto al que llega; necesita integrarse a la nueva sociedad, —es una condición social de todo migrante—, no sólo se integra sino que además convive con otros grupos culturales, y en esa convivencia se definen y diferencian los actores sociales a través de elementos culturales distintivos e intrínsecos en ellos.

Ambos procesos repercuten en las relaciones multiculturales, e implican el reconocimiento del otro, del “diferente”, eso moldea la identidad de los actores sociales pertenecientes a grupos culturales diferenciados que interactúan de manera constante en un mismo contexto social; que en este caso es la sociedad americana.

Con base en la investigación realizada en Texas, el primer elemento diferenciador que se puede percibir entre un grupo y otro es definitivamente el fenotipo, e incluso los mismos actores sociales definen a través de expresiones verbales connotaciones que hacen referencia al físico y color de piel de los diferentes actores sociales que conviven en un mismo contexto sociocultural.

“Al bajar del autobús en Houston me encontré con un anciano al que le pregunté si Magnolia era un barrio mexicanoamericano. Me respondió que sí, que ahí había ‘chicaspatas’, que era como les decían a los mexicanos por tener pies grandes.” (Houston.)

“Afuera del complejo observé a un grupo de muchachos, hombres y mujeres, de entre 13 y 18 años. Eran en su mayoría afros, pero también había hispanos y unos 3 angloamericanos. Corrían en actitud de andar buscando a alguien haciendo gran alboroto. Se asomaban a una tienda contigua a los departamentos sin encontrar nada. Hablaban solamente inglés y mientras eso pasaba yo platicaba junto a un teléfono público con un hombre de origen mexicano y su hija, una muchacha de unos 16 años. Esperando el teléfono, yo oía como se comunicaban padre e hija y observaba que a pesar de que hablaban perfecto español, la muchacha mezclaba palabras o expresiones en inglés como por ejemplo ‘oh, shit’ o ‘papá, díles que se te están acabando las ‘cuoras’ —monedas de un cuarto de dólar— para el teléfono’. El hombre le dice a la hija refiriéndose a un muchacho afro, ‘mira, ahí viene tu novio’; luego ella contesta, ‘tengo malos ratos pero no malos gustos’. Después, cuando un muchacho angloamericano de los del grupo pasa junto a ella hablando inglés con otro, ella dice en tono sarcástico, ‘¿a poco?, tenían que ser bolillos’.” (Houston.)

Otro elemento diferenciador es la lengua, a través de ella se puede definir a uno y otro grupo, pero también se establecen pautas de diferenciación entre sujetos que tengan elementos socioculturales comunes; en este caso hablamos específicamente de la población de origen mexicana: mexicanos —migrantes— y mexicanoamericanos o chicanos,

entre ellos la lengua es muy importante a la hora de definir conductas de interacción entre sí y elementos diferenciadores con los demás actores sociales, principalmente con los que no pertenecen a su grupo cultural.

“Entre los clientes que pude observar, encontré a un número considerable de mexicanos inmigrantes, a quienes es fácil identificar debido al acento y forma del lenguaje. Estas personas constantemente están hablando español entre ellos por los pasillos y rara vez utilizan el inglés para comunicarse con los suyos, excepto cuando hacen algunas preguntas a los empleados o cuando ordenan sus productos. En cambio, los chicanos siempre utilizan el inglés, aunque mezclan algunas palabras en español; utilizan el español cuando dan información a mexicanos que no hablan inglés, pero aún así es fácil identificarlos por su acento y uso de las palabras; expresan términos muy particulares que en el español utilizado por los inmigrantes no son nada convencionales, por ejemplo, la expresión ‘volví pa’tras’ se utiliza para expresar lo que comúnmente diríamos ‘me devolví’ ellos dicen que hablan ‘tex-mex’ o un español texano.” (Supermercado H.E.B.—San Antonio.)

“Llamó mi atención el hecho de observar que la conversación entre mexicanos y negros en espacios públicos, como los camiones, se da con alto volumen de voz y sin ninguna discreción. Poco a poco me fui dando cuenta que independientemente del tiempo de residencia de la gente de origen mexicano, la mayoría hablan entre sí en español. Los que se distinguen por hablar más en inglés son las personas de origen hispano o mexicano nacidos en los EU.” (San Antonio.)

“Inclusive yo traje libros mexicanos para tratar de que mi hijo más grande aprendiera el idioma español, lo leyera y lo escribiera, entonces con él tuvimos esa tarea de forzarlo a que lo hiciera. Y con Feli no, sólo se empapó de inglés y puro inglés y siempre les he hablado en español, nunca les he hablado en inglés, lógicamente si hablo en español me entiende y todo, pero yo no hablo el inglés aquí con ellos, para mí el idioma es el español.” (Unidad doméstica—Houston.)

“Ya en la parada del camión conocí a un muchacho de unos 19 años que se llama Erick Reyes. El pelo cortado al ras, pantalón de mezclilla, playera manga corta, una mochila y un gran bigote como el que usaba Emiliano Zapata. Abordamos el camión y en el trayecto se encontró un amigo hispano a quien saludó en inglés. Este muchacho también traía la cabeza rapa,

pantalón de mezclilla y camisa de manga corta de colores. Inicé una conversación con Erick, quien conmigo hablaba español mocho y mal pronunciado y a veces mezclado con inglés. Erick se autodefinió más como americano que mexicano y dijo haber nacido en los EU.” (Houston.)

“En The Heights hay muchos comercios que tienen nombres en español y muy probablemente son de propietarios de origen mexicano, entre los más visibles están: Bakery ‘Bolillo’; Tampico Sea Food; Fresh Fruit and Vegetables-Piñatas-Nopalitos; Vulcanizadora Rey 1 y 2; González Beauty Salon; Pérez Photography, Valentino Canela Photography.” (Houston.)

La comida es otro elemento cultural muy importante, así como lo que hay alrededor de esta; es decir, las dinámicas alimenticias y la compra de alimentos. Dentro de la investigación eso fue una constante de manera clara en los tres escenarios seleccionados para la investigación.

En los barrios de origen mexicano en Texas, comúnmente existen espacios de consumo diverso, donde venden productos —principalmente alimentos—, esos espacios están adaptados con varios elementos culturales que hacen referencia a lo “mexicano”, también existe una gran variedad de restaurantes, adornados con motivos de México, y las cartas del menú tienen como referencia que los platillos que venden son al estilo de los que se hacen en México. Incluso los actores sociales, apropian este elemento de la comida como algo muy importante en la conformación de su identidad como grupo en los Estados Unidos.

“Llamó mi atención un restaurante que en carteles colgados en el exterior tenía el siguiente menú, Lunes: fajitas y lengua en salsa, Martes: sirloin, steak Francisco Villa, fajitas rancheras, Miércoles: t-bone steak, pollo con fideos; Jueves: calabaza con carne de puerco, flautas, milanesa; Viernes: chile relleno, asado de puerco, costillas asadas; Sábado: carnitas, carne de puerco con nopales; domingo: mole poblano, asado de puerco y machitos.” (San Antonio.)

“Atentamente me ofrecieron de tomar café de marca Legal y galletas Gamesa y después la señora me puso sobre la mesa unas rebanadas de melón. Observé que en la mesa sobre la que estábamos había un juego de jarra y vasos de cristal con diseños pintados en vivos colores de

rebanadas de sandía. También vi en una pared junto a la puerta de entrada de la casa, una serie de fotografías familiares de los padres y los abuelos de la señora de la casa; son indígenas otomíes del estado de Hidalgo.” (Houston.)

“Por la tarde llegué a The Heights y comí en la Taquería Durango, ambientada al estilo mexicano, con muchos elementos mexicanos como sillas, sarapes, artesanías, etc. La dueña es una mujer de origen mexicano nacida en Houston y tiene tres empleados de Durango y San Luis Potosí. En muchos de los restaurantes mexicanos hay variados elementos en la ambientación que remite a lo mexicano, a excepción de la manera ‘pocha’ de hablar de algunas meseras, del menú en dólares y la presentación.” (Houston.)

Esa división entre el “nosotros” y los “otros” ilustra la construcción paralela de fronteras culturales y sociales, que son la base de la construcción de la identidad.

Las nuevas relaciones dentro del contexto de trabajo, y las que se realizan fuera de éste, son las que diariamente forman parte de la construcción de la identidad de los migrantes mexicanos, en donde hay una apropiación de nuevos valores culturales, a la vez que una afirmación de otros que ya poseían antes de migrar. Esta naturaleza de relativa ambigüedad produce respuestas culturales que van desde la marginalidad cultural hasta un proceso de asimilación. No obstante, ésta última nunca llega a ser completa, porque el migrante no puede, ni quiere despojarse de su bagaje cultural que trae sobre sí.

El modelo que supone que los migrantes participan en un proceso lineal que comienza con la integración a la nueva sociedad, no es coherente y no da cuenta de los procesos reales de adaptación que éste vive, ya que si existiera una asimilación total del migrante a la nueva experiencia sociocultural, este rompería definitivamente los lazos con su lugar de origen, sin mantener una relación estrecha con sus familiares en México a través de visitas periódicas —cada año—, del envío de remesas de dinero y de la comunicación vía telefónica.

El sentimiento de desarraigo que experimentan los migrantes al salir de sus comunidades de origen es un fenómeno muy complejo, ya que provoca que los migrantes mexicanos recurran a referentes que los identifiquen con su cultura fuera de su lugar de

residencia en los Estados Unidos, pero también se apropian de elementos de la cultura en la que viven; los migrantes viven de manera constante procesos de resistencia y aceptación de condiciones económicas, sociales y culturales.

“No es fácil distinguir a las personas mexicanas inmigrantes de los chicanos, tomando como criterio único su vestimenta. Al parecer, los mexicanos adoptan de manera muy rápida las formas de vestir de la sociedad norteamericana en cuanto a marcas y estilos, sobre todo la gente más joven, pues en algunas ocasiones pude observar algunos adolescentes, hablando un español con acento mexicano, que vestían pantalones y camisas muy holgados y ropa como la que utilizan los chicanos del barrio de Guadalupe —tipo cholo o tumbado—.” (Supermercado H.E.B.—San Antonio.)

“Comenta que salió de la High School y que va a estudiar una carrera técnica, pues para poder estudiar en la Universidad, que es cara, pero antes va a entrar con los marines.” (San Antonio.)

“Ahora que están todos sus hijos trabajando, ella trabaja y el grande también y otra que está graduada en la Universidad de San Marcos al lado de Austin, Texas; ella está para ingeniería en computación, salió una buena estudiante, si te preparas bien y hablas español e inglés tienes mejores oportunidades de salir adelante.” (Hombre, 40 años, originario de Guerrero, residente en Houston.)

“En camino a dicha parada observé las viviendas de los mexicoamericanos. Todas eran parecidas. Esta parte del barrio Magnolia se veía de un nivel económico regular y buenos carros a la puerta de la casa.” (Houston.)

“Ahora que anduve recorriendo el barrio veía en muchas casas la bandera de EU o incluso hasta moños con los colores de la bandera norteamericana

—Es que eso fue a raíz del atentado. La gente se ha puesto patriótica.

¿Esas casas son de mexicanos también?

—Si, si hay de mexicanos; para esto tienen que ver ya muchas cosas, a lo mejor incluso hasta su deseo de integrarse.” (Hombre, 40 años, originario de Guerrero, migrante en Houston.)

“Aquí yo no quiero poner la bandera de México para no tener problemas, pues quizás ofenda a mi vecino que es americano, quizá se ofenda él. Y si pongo las 2, pues no siento, el hecho de poner las 2 no quiero, mejor nada, no deseo enseñar, ni algo así, porque tengo que ser respetuoso, como te digo, porque se me hace que sí se ofenden, si ven que estoy colocando bandera mexicana. Van a decir si vives aquí, entonces porque no te vas a México si mucho lo quieres.” (Hombre de 40 años, originario de Guerrero, migrante en Houston.)

Lo anterior nos lleva a comprender porque en barrios de población de origen mexicana se reproduce un ambiente muy particular ya que se utilizan elementos culturales que hacen referencia a la procedencia de la población que habita ahí, pero también incluyen elementos culturales significativos y de trascendencia para ellos en sus lugares de residencia en los Estados Unidos.

A los Estados Unidos no solamente han migrado mexicanos, sino que en el seno de ese país se combinan la unidad de una organización social y política con la pluralidad de pertenencias y referencias culturales diversas. Por lo que la interacción de los mexicanos, no ha sido solamente entre ellos, sino que han ampliado a otros grupos culturales y raciales.

Esta coexistencia cultural, entre afroamericanos, mexicoamericanos y angloamericanos, ha permitido a los migrantes mexicanos, una ampliación de las fronteras identitarias al relacionarse con miembros de otras culturas, incluso con las que tienen como referente un origen común.

En el contexto cultural en el que diariamente discurre la vida de la mayoría de los mexicanos que viven en los Estados Unidos, una de las preguntas que nos surgen a partir del trabajo de campo es: ¿cómo han convivido los mexicanos migrantes en una sociedad multicultural?

Hemos observado que, por un lado, no ha habido un proceso de asimilación, en donde los migrantes pretendan borrar sus orígenes culturales; tampoco ha habido, por parte de los mexicanos, un aislamiento hacia otros grupos de migrantes; al contrario, buscan

agruparse, conformar relaciones sociales entre sí, y a pesar que procedan de regiones diferentes en México, buscan siempre elementos que los identifiquen, como es la lengua, las dinámicas alimenticias, los símbolos patrios e incluso elementos que evoquen religiosidad y fe.

“La entrada de la tienda está adornada con motivos mexicanos tales como pequeños sarapes y sombreros, papel —hule— picado en colores verde, blanco y rojo. Al fondo de la tienda donde se venden la cerveza y los lácteos hay en el techo un mural de 1.50 metros de alto por 24 metros de largo donde, de izquierda a derecha se ilustra la Historia de México desde escenas de la vida cotidiana de los aztecas en la caza, pesca y la agricultura, el calendario Azteca, Quetzalcoatl, escenas y retratos de los personajes y héroes principales tales como: Cristóbal Colón, Cuauhtémoc, Fray Bernardino de Sahagún, Sor Juana Inés de la Cruz, Hidalgo, Villa, etc. La última parte dice NAFTA, con las banderas de México, EU y Canadá, hombres y mujeres con ropa de trabajo, fábricas y edificios y monedas y billetes de dólar.” (Minisuper La Feria—El Paso.)

“Al fondo del lado izquierdo hay otros murales de legumbres y frutas, otro en la tortillería, escrito en el mural: Macuiltxochitl Rey del Maíz ‘The king of the corn’. El Maíz —The Corn— Alimento básico en la dieta mexicana. Basic dietary supplement in Mexico. Todos los personajes de los murales tiene nombres propios y fecha, una empleada de frutería me dijo que algunos son los clientes de la tienda.” (Minisuper La Feria—El Paso.)

“El 12 de diciembre día de la Virgen de Guadalupe las familias que tienen altar en el frente de su casa, cantan la posada, vienen los matachines a bailar, se come pozole, menudo y champurrado.” (El Paso.)

“En esta tienda, entre las curiosidades que me llamaron la atención encontré varios artículos decorativos que hacen alusión a la ‘mexicanidad’: una fotografía de Francisco Villa; un pequeño altar con la virgen de Guadalupe, por mencionar algunos.” (Minisuper La Culebra—San Antonio.)

“En un departamento de Shadowdale, todavía para esta fecha tenían montado un nacimiento navideño en el pequeño jardín frente a la casa. Estaba hecho de tiras de madera y con forma cúbica de aproximadamente un metro por cada lado. Tenía las figuras tradicionales de

cerámica de los nacimientos mexicanos, pero también figuras no tradicionales como por ejemplo una figura de un mono de nieve.” (Houston.)

La conformación de la identidad en la población de origen mexicana, ya sea migrante o chicana, descansa de manera directa y visible a los ojos de los demás en las costumbres y tradiciones, considerando que ambas —costumbres y tradiciones— están en un proceso dinámico, por el hecho que esa población comparte el contexto social con otros grupos que tienen diferentes orígenes y experiencias culturales.

Podemos afirmar que existe un diálogo intercultural, que ha posibilitado la convivencia entre los diferentes grupos; ha sido posible, para los migrantes mexicanos, vivir y trabajar con otros grupos, sean migrantes o no, partiendo de reconocer sus propias diferencias culturales. Aunque existen elementos que diferencian a la población de origen mexicano de los demás grupos, también existen factores que los unen, como es el trato discriminatorio que reciben principalmente de los angloamericanos.

El creciente fenómeno de la globalización nos obliga a pensar que la identidad de los migrantes mexicanos se articula en la realidad local —en sus comunidades de origen en México— y transnacional, a través de las relaciones que construyen los migrantes entre México y Estados Unidos.

5.5 REDES Y DINÁMICAS SOCIALES

Las relaciones sociales de los migrantes en los países receptores constituyen un factor fundamental, en tanto ayuda a su instalación, a conseguir empleo, así como para brindar un cierto espacio de futura pertenencia. Estas redes, también cubren necesidades sociales de los migrantes, por encontrarse, al menos al principio, en una situación de discriminación. No obstante, si bien estas redes facilitan el proceso de integración a la nueva sociedad y a las formas culturales de ésta, también sirven para mantener los vínculos con la comunidad de origen.

Las redes sociales, que establecen lazos y vínculos entre diferentes individuos y grupos a través de las relaciones sociales que estos mantienen, proveen una serie de dinámicas

que se traducen en formas de apoyo y ayuda económica, social y simbólica; con estas redes en las que participan familiares, amigos, conocidos e incluso “paisanos”, los migrantes pueden acceder a un lugar para quedarse, empleo e información; hasta respeto, confianza y un grupo social de pertenencia, que depende de la red social a la cual pertenezca y la posición que el individuo tenga en la misma.

“En aquellos años se acostumbrara la carta de sostenimiento, eso quería decir que si no tenías lo suficiente, alguien tenía que ser algo así como un aval. En mi caso, una familia les dio esa carta a mis padres y le correspondimos cuidando a sus hijos. Todavía me comunico con ella. Esa familia arregló mi residencia, mi green card; fueron al consulado y sacaron mis papeles en el 1965 y me hice ciudadana americana.” (Mujer, 56 años, originario de Chihuahua, residente en El Paso.)

“El punto principal es que llegamos con o sin documentación en regla, y pues tienes miedo de que vaya a haber algún problema. Por ejemplo nosotros pasamos un caso con la vecina; mi hijo está trabajando en una compañía y ese día se le ocurrió decirle al muchacho que si quería trabajar con él, y se lo llevó. Mi hijo viaja constantemente para Louisiana, Austin y San Antonio, y ese día se le ocurrió ir para Louisiana y les exigieron los papeles; el muchacho no tenía y precisamente el primer día que va a trabajar lo agarraron y ahora está en México. Mi hijo me dice: mamá tenemos ese compromiso, y le digo pues no sé a ver que es lo que podemos hacer por ese muchacho. Sobre todo él se siente comprometido, pero nadie sabía que los iba a detener inmigración; incluso a él también lo detuvieron, pero que como se puso muy fuerte con el agente, al último otra persona le dijo, sabes, éste si puede ser ciudadano de aquí, pídele la documentación y pues lo soltaron. Pero a los demás sí se los llevaron y eso pues en cierta forma nos unió un poquito más, porque pues como le dije a la señora, pues en lo que yo pueda ayudarle y pues no le voy a mentir, yo con el acta de nacimiento de mis hijos he podido traer otras personas, lo que se refiere a mi familia, hijos de mis primas.” (Mujer, 45 años, originario de Morelos, residente en Houston.)

El tener un origen común genera fuertes redes solidarias, construidas a ambos lados de la frontera. El no dominio del inglés por parte de los migrantes constituye un obstáculo importante para las relaciones sociales con la sociedad más amplia. Pocos migrantes llegan a Estados Unidos con un buen manejo del inglés. En este tema, las redes sociales adquieren mucha importancia, porque sirven como intérpretes para los recién llegados.

“Muchos llegan aquí con la familia o amigos. O sea, yo me vine y no era con mi familia. Venía con dos tías pero ellas venían con un familiar lejano de parte de ellas, pero de mi parte no era familiar, entonces era algo incómodo. Nos decían, allá es una ciudad donde vas a encontrar todo. Y pues fue todo lo contrario, desde que se llega pues se empieza a batallar con el idioma, la cultura de uno.” (Mujer, 45 años, originario de Morelos, residente en Houston.)

“—Sí pues, me dijo mi tío, pues vente, prueba. Bueno, pues si ustedes lo hacen porque no lo voy a hacer yo, y lo hice. Yo me vine solo, pero él respondió económicamente con gastos y todo eso mientras yo me acomodaba. Los gastos que te cobran los famosos coyotes, ándale para traerte acá a Estados Unidos, una sola vez tuve que hacerlo. Pues como te digo, siempre yo andaba con un libro y rápido aprendí inglés, con la ayuda de mi tío, porque yo veía, que dice aquí y allá, y me fijaba y a la vez veía mi diccionario. Así que una sola vez tuve que pagar a los famosos coyotes, y después dije yo, por mi cuenta, iba y venía a México como si fuera mi casa aquí en Estados Unidos.

¿Y sin documentos?

—Pero después hubo en el 88, hubo ese programa de la amnistía y este, ya pude agarrar documentos de aquí, me dieron un permiso de trabajo, enseguida una residencia y de ahí para adelante, ha estado muy bien todo, nos ha ido bien.” (Hombre, 40 años, originario de Guerrero, residente en Houston.)

Dinámicas laborales

La búsqueda de mejores condiciones de vida es una de las principales motivaciones por la cual los individuos deciden migrar. Por esta razón, al llegar o residir en Estados Unidos la búsqueda de trabajo se convierte en el primer objetivo del migrante, por lo que establece dinámicas con o sin la ayuda de redes para conseguir empleo. Una de las formas de ayuda o apoyo que las redes sociales proporcionan, respecto a las opciones laborales, es información acerca de dónde y cuándo pueden trabajar.

Familiares, amigos y paisanos, que están o han estado involucrados en la experiencia migratoria, proporcionan información que de alguna forma facilita el traslado y llegada a Estados Unidos; también les proveen datos de las temporadas en las cuales puede trabajar y localidades e individuos a los cuales pueden recurrir para conseguir trabajo. Incluso poseen

información sobre contratantes que “ayudan” a los migrantes a pasar la frontera para que estos trabajen, generalmente, en el campo o en servicios.

“La gente de origen mexicano viene a trabajar en el ‘field’ en las siguientes temporadas: de julio a septiembre en la cosecha de la cebolla; octubre y noviembre en las cosechas de chile; jalapeño chilaca o california, güerito y habanero; en noviembre y diciembre trabajan en la pizca del algodón y la nuez. Hay una patrona gringa pero ella es más caritativa, comprensiva y menos estricta. Los de la Migra se hacen tontos y no se acercan a los campos donde saben que hay ilegales trabajando, los dejan que cosechen, no han sido tan duros. Los rancheros —los dueños de los ranchos que son güeros— se ponen de acuerdo con la Migra y no se acercan. Entre más adentro vayas, hay más trabajo y mejor pagado, a los que los agarra la Migra y los deporta a los dos tres días ya están aquí de vuelta.” (Hombre, 48 años, originario de Chihuahua, residente en El Paso.)

“Tanto en el extremo oeste como en el extremo este del condado encontré que la gente se emplea en labores del campo, y son personas que residen ahí, o bien mojados que pasan en temporada de cosechas; incluso son traídos por los encargados de los ranchos que salen a encontrarlos del lado americano del río Grande.” (El Paso.)

Por otro lado, existen migrantes que llevan a cabo esta experiencia con la mínima ayuda de redes sociales, ya sea por decisión propia o porque provienen de una familia, grupo social o región en la cual la migración no es un patrón constante y significativo. En estos casos, la búsqueda de trabajo también constituye la primera dinámica social que establecen; por lo que recurren al capital económico y social que poseen y a formas de identificación, como el paisanaje, para conseguir empleo.

“De mis vecinos sé que el señor trabaja en venta de autos y la señora en salón de belleza; también trabajan en la venta de carros los dos sobrino. De los Herrera sé que el señor es carpintero; de los Ortiz, que son un matrimonio, él es norteamericano y es trailero, la señora era muy buena para coser ropa. Hay otro gringo empleado de gobierno, casado con mexicana.” (Mujer, 56 años, originario de Chihuahua, residente en El Paso.)

“Realmente aquí en Houston fue fácil acomodarme, no fue muy duro porque yo tenía experiencia en la ciudad de México trabajando en los supermercados. Siempre trabajé en los

autoservicios, como en Aurrerá y Comercial Mexicana. Entonces, mi primer trabajo aquí fue en una tienda de autoservicio que se llama Fiesta. Cuando llegué aquí, al siguiente día, alguien me llevó de compras y con mi librito en la mano, fui y le dije al manager, que era americano, que yo tenía experiencia en ese trabajo, que yo sabía hacerlo, pero no tenía papeles. En ese entonces no importaba si eras ilegal, encontrabas trabajo donde quiera y donde sea te contrataban. Ellos sabían perfectamente que eras ilegal. Yo pienso que de los noventas para acá se ha puesto muy difícil aquí en los Estados Unidos. En el 86 u 88, cuando se vino lo de la amnistía, se hablaba de que había mucho ilegal y por eso hicieron ese programa. Pero para mí fue muy fácil encontrar trabajo. Conocí a un señor que tenía una cadena de pequeños supermercados y era de Monterrey, Nuevo León y me dio la oportunidad de trabajar con él.” (Hombre, años, originario de Guanajuato, residente en Houston.)

“—Llegué a Houston por primera vez; al norte de la ciudad trabajé en un aserradero y de ahí viajé por todo EU. Fui a Arizona, a California, Oregon, a Washington.

—Y a Dallas, dice el amigo.

—No, ahí rodeé. Fui a Montana, Minnesota, Nebraska, Iowa, Atlanta, a Florida y regresé nuevamente a Texas. Honestamente eso me sirvió para conocer y darme cuenta que buscaba, en dónde ganar más dinero; pero me di cuenta que donde quiera que ibas era lo mismo. Había muchos mexicanos, yo pensaba que en Seattle, Washington, por allá, en la esquina Norte no iba a encontrar mexicanos y la sorpresa mía fue cuando me encontré muchísimos y dije, no, es lo mismo. Y después ya me establecí aquí en Houston que es donde hemos vivido la mayor parte.” (Hombre, 40 años, originario de Guerrero, residente en Houston.)

Los migrantes que residen de forma definitiva o temporal en Estados Unidos establecen patrones laborales que son fácilmente identificables, tanto para los residentes como para quienes llegan por primera vez. Por las redes sociales que establecen, es común encontrar que, individuos que provienen de una misma región, trabajen en una misma área o ramo laboral, las cuales, según el trabajo etnográfico, suelen ser el campo, la construcción y servicios.

“En el pueblo de Berino la mayoría de la gente trabaja en el campo y hay una maquiladora de ropa, según el señor García la mayoría de la gente de Berino es de clase baja.” (El Paso.)

“La gran mayoría de los clientes y empleados del supermercado son de origen mexicano o latino; el trato es cordial y en muchos casos hablan español.” (Minisúper—El Paso.)

“Hable con un salvadoreño y dijo que la mayoría de los trabajadores de la construcción en Houston son mexicanos de Guanajuato y que los salvadoreños buscan trabajos mas suaves como las labores de los restaurantes.” (Houston.)

Patrones de residencia

Por medio de las dinámicas laborales, los migrantes establecen patrones de asentamiento que facilitan, a su vez, otro tipo de dinámica sociales. Es decir, gracias al trabajo, entre otros factores culturales y simbólicos, los migrantes establecen patrones de residencia que guardan una estrecha relación con las dinámicas laborales, ya que, en muchas ocasiones, los individuos residen cerca del área de trabajo o en los mismos campos agrícolas en los que trabajan, que junto con muchos otros individuos originarios de distintas regiones y nacionalidades, conforman patrones de residencia y grupos de apoyo social y de pertenencia

“La Central de Autobuses a donde llegué se encuentra en el barrio llamado “Magnolia”, que es una zona habitada en su gran mayoría por mexicanos o mexicoamericanos, pero también viven un buen número de negros.” (Houston.)

“Me comentó que de niño vivió en The Heights, pero ahora vive en Spring Branch. Me señaló varios barrios mexicanos; como El segundo barrio, Magnolia y The Heights. Sobre este último dijo que cada vez se hace más pequeño, pues las zonas aledañas al centro están siendo compradas para hacer edificios y hacer crecer dicha zona.” (Houston.)

En Texas, los migrantes de origen mexicano se establecen en barrios específicos por razones socioeconómicas y laborales, pero también influyen, en gran medida, las redes sociales y grupos de pertenencia, que comparten con el individuo formas de vida, que van desde la lengua y formas de interacción, hasta aspectos más simbólicos como formas de identificación, el valor de la familia, la importancia de los lazos afectivos, etc.

“Tienen 15 años viviendo en Anthony, se vive muy confortable, es muy tranquilo; en su mayoría son gente de clase media baja y los de media alta son los americanos dueños de los

ranchos en los que contratan muchos mexicanos. Los que trabajan cruzan a las tres de la mañana, a las cinco los recogen para traerlos a trabajar en los campos; la Migra solo viene porque alguien los denuncia.” (El Paso.)

“Dice que se puede saber dónde viven ‘morenos’ y mexicanos porque a las casas de unos y otros sólo las divide un puente; generalmente este patrón se repite en los barrios donde cohabitan ambos grupos.” (Houston.)

“Tengo familiares en Texas, Florida, Chicago, Alabama, Carolina, Georgia. Pero yo vivo aquí en Houston, no tengo familiares aquí, pero mi amigo que vive enfrente es como de la familia, porque cuando nosotros vamos a México, yo le dejé las llaves de la casa, se echa sus vueltas, le da comida a mi perro, si ve que algo se me está tirando lo revisa y lo compone.” (Hombre, 40 años, originario de Guerrero, residente en Houston.)

Como se ha mencionado, el fenómeno migratorio constituye un universo multicultural, que aunado a la diversidad étnica existente en Estados Unidos, provoca que la interacción con miembros de diferente origen étnico y cultural convivan en diferentes dinámicas sociales, como el trabajo y en las zonas de residencia. En Texas, se pudo observar que los migrantes mexicanos conviven con mayor intensidad con afroamericanos y mexicoamericanos, además de los miembros de su familia y región de procedencia.

“También visité el Big & Super Market de la calle Alameda en Isleta, pegado al territorio de los indios Tiguas, donde además vive mucha población de origen mexicano. Todos los clientes y los empleados hablan el español, sólo si alguien les habla inglés, contestan en inglés. La gente se saluda como si fueran del mismo vecindario.” (—Minisuper—El Paso.)

“La gente méxicoamericana que vive en Houston denomina al área donde vive gente de origen mexicano como el ‘barrio The Heights’ y es sabido por la gente que es lugar de asentamiento de muchas familias de origen hispano. Pero también en la zona viven africanoamericanos y angloamericanos, siendo mayoría los primeros. De hecho es una constante en las diferentes áreas, donde vive gente de origen mexicano reside gente de origen afroamericano. Pero como The Heights es un sector contiguo al centro de la ciudad, tiene áreas de comercio importantes y espacios urbanos de diferentes giros.” (Houston.)

Dinámicas sociales e interacción en espacios públicos

La socialización juega un papel indispensable en la vida de los actores sociales, ya que le permite establecer formas de identificación, convivencia y desarrollo, a través de la interacción con diferentes individuos y grupos. A través de esto, el migrante reproduce, a la vez que refuncionaliza, normas, valores, roles, tradiciones y formas de ser, tanto en escenarios públicos como privados.

Los espacios de socialización proporcionan una estructura, tanto material como simbólica, para que grupos y actores sociales lleven a cabo prácticas y dinámicas sociales, que a la vez que unen y establecen lazos sociales y afectivos, establecen formas de diferenciación y discriminación.

“Se junta con un tío joven. salen las dos parejas a bailar, hasta la 1 ó 2 de la mañana. Cada quien tiene su carro.”(El Paso.)

“Al dar un recorrido por el barrio me di cuenta que se observan muchas casas solas y casi no se ve gente en las calles. Sólo vi unos cuantos jóvenes que estaban en grupo, afuera de alguna casa o de algún bar. Hay lugares para beber licor; Bar, Bar & grill”, Drive Inn o vinos y licores. La mayoría de éstos con nombres al estilo mexicano como “Las Palmas” o “Cuatro Ases de Reinas”.” (Houston.)

Respecto a las formas de socialización y dinámicas de esparcimiento que los migrantes llevan a cabo en Texas encontramos, en primer lugar, aquellas que refieren a las jóvenes, especialmente en espacios públicos. Es en estos espacios donde la presencia de los jóvenes es más notoria, ya que la socialización fuera de casa cobra gran importancia dentro de la búsqueda de grupos de pertenencia e identificación social y cultural. Los espacios deportivos, bares y “bailes”, escenarios donde se presentan grupos musicales de habla hispana, son los escenarios más representativos.

“Los jóvenes de aquí, entre semana, hacen deporte en el gimnasio donde también hay pool, mesa de fútbol, maquinitas y kickboxing, para retirar de las drogas a los jóvenes. Los sábados van a bailar a las discos: Romeos, Disco Tex, Willis, El Rodeo; les venden Margaritas, Vampiros, Tequila. De cervezas venden Tecate, Sol, Corona, XX, además de sodas Coca-Cola

y Sprite. También hay en Mesquite, Nuevo México, un Palenque que funciona los fines de semana de 8 a 10 de la noche. Hay una temporada de carreras de caballos. De música les gusta oír Banda El Recodo, Primavera, Polo Urias, los Rieleros del Norte, Los Bukis, Los Temerarios, Kumbia Kings y Cadetes de Linares, que se presentan en el Coliseo del Paso y cobran entre 25 y 40 dólares. Cuando hay grupos buenos en El Paso, los jóvenes y las de la maquila se vienen a verlos y viceversa.” (Hombre, 20 años, originario de Chihuahua, residente en El Paso.)

“Pues la mayoría se va a los parques, a asar carne, así se la pasa uno o hace fiestas. Algunos se van, pues la mayoría se van a México en las vacaciones; casi todos corremos para allá y los que se quedan aquí pues a divertirse en los parques o en los bailes.” (Hombre, 29 años, originario de Coahuila, residente en San Antonio.)

“Pues vamos al club Fantasía, al OK Corral, que son salones de baile.” (Hombre, años, originario de Guanajuato, residente en Houston.)

Dinámicas familiares

Entre semana, las dinámicas familiares de los migrantes se ven restringidas por las actividades laborales. El trabajo es una actividad que absorbe gran parte de su tiempo y esfuerzo. Mencionan que la familia y la atención y cuidado de la misma es uno de los valores más importantes que los identifica como mexicanos, pero que deben ajustarlas a las demandas del trabajo y de otras dinámicas sociales.

“En un día normal, se levantan a las 7 de la mañana y se alistan; Arón hace el almuerzo porque él entra a las 9 de la mañana, ella entra a las 8, lleva al niño a la guardería y se va a trabajar. Ella sale a las 12, come y va a clases de inglés, regresa a las seis de la tarde, para este momento ya están Arón y el niño en la casa.” (Unidad doméstica—El Paso.)

“Sí, para nosotros los mexicanos es muy importante la familia, sobre todo los hijos. Aquí en la casa procuramos que aunque mi esposa trabaje medio tiempo, lo que llaman aquí en los Estados Unidos ‘part time’, lo haga mientras nuestros hijos estén en la escuela, y ella regresa mucho tiempo antes de que ellos regresen. Siempre nos ha gustado esto, para que ella siempre esté al pendiente, porque no queremos que este jovencito, que es el más chico, se pierda, y queremos participar con él en sus cosas. Pero es difícil, sí se puede trabajar una sola persona,

pero ya ves que aquí en Estados Unidos todo es muy caro, todo se paga en dólar. Realmente se trabaja para hacer los pagos. Como trabajamos los dos, aprovechamos el tiempo del fin de semana para ir a desayunar, comer juntos por ahí, y a dar la vuelta.” (Hombre, 40 años, originario de Guerrero, residente en Houston.)

“Aquí en EU los jóvenes van a la escuela muchas horas, salen hasta 3 ó 4 de la tarde, y están ahí desde las 8 de la mañana. Pero los padres también tenemos ese tipo de horarios, fíjate, yo me voy a trabajar a las 6 de la mañana y regreso a las 6 de la tarde, entonces me lleva el trabajo 10 horas. Una hora de ida y una de venida a tu casa, ya se fueron 12 horas. A esa hora que llego, pues me tomo mi cenita, veo un poco las noticias. Me levanto, hago alguna cosa que tengo que hacer y se te van los días así. Los fines de semana son como dice mi esposa, aprovechamos para ir a los markets.” (Hombre, 40 años, originario de Guerrero, residente en Houston.)

Dentro de las dinámicas familiares, la educación parece cobrar gran importancia en aquellas familias de migrantes que residen de forma permanente en Estados Unidos. En muchas ocasiones, estos no cuentan con las mismos medios y opciones educativas en su población de origen; no pueden continuar o incluso acceder a sistemas educativos medios y superiores. En Estados Unidos la importancia de la educación formal y la escuela como escenario de socialización primaria, es un valor del cual que se han apropiado, incluso para adultos que desean acceder a otro tipo de opciones laborales.

“El año en que llegamos se abrió una escuela de gente de color y ahí entramos a estudiar; aprendimos inglés en la Escuela Douglas; teníamos puros maestros de color, al principio fue muy pesado porque yo era más grande, entré a quinto año y terminé hasta noveno. Luego trabajé para ayudar con los gastos de la casa, pero después de 25 años volví a estudiar, cuando mis hijos estaban grandes; ahora tengo 4 hijos, 3 hombres y una mujer. Recién casados tuvimos una tienda de abarrotes, pero era mucho trabajo, la cerramos y trabajé en lo mismo que su mamá, pero las otras señoras que también se habían venido de México me decían que era tonta, que si sabía bien el inglés que mejor estudiara para que buscara un trabajo mejor, por eso me metí a estudiar en la escuela nocturna y obtuve el high school diploma.” (Mujer, 56 años, originario de Chihuahua, residente en El Paso.)

“Este muchacho tiene 22 años y va a la Universidad a estudiar el ‘bachelor’ en leyes. Me comentó que tiene pendiente un trabajo para el final del semestre, donde compararía el sistema de gobierno estadounidense y el mexicano. Dijo que pudo haber escogido cualquier otro país, pero prefirió el natal para conocerlo.” (Unida doméstica—Houston.)

5.6 COSTUMBRES QUE CONSERVAN Y QUE HAN CAMBIADO

Por encontrarse en una experiencia cultural en la que se enfrentan a las diferencias y a cambios y ajustes en la forma de ser y pensar, los migrantes que residen en Estados Unidos son capaces de realizar, con cierta facilidad, un recuento de las costumbres y hábitos que consideran netamente mexicanos. Se trata de aquello que pueden y sienten que deben conservar, ya sea dentro de la unidad doméstica o en dinámicas sociales y familiares que consideran relevantes y de vital importancia para su identidad. Se trata de costumbres que conservan mediante el apoyo familiar, pero sobre todo social, ya que a través de la socialización, el consumo y la manifestación pública de dichos hábitos y costumbres se reconocen y representan socialmente como mexicanos.

“Conservamos la comida típica; los domingos después de la misa católica salimos a restaurantes (El Gallo Rojo, El Mexicano, El Speedy González, etc.) o a comer menudo. En verano vamos de día de campo a la orilla del río, a comer carne asada, pollo o discada; tomamos cerveza Tecate, esa se vende mucho, ahí hay paseo a caballo. Celebramos algunas fiestas nacionales mexicanas y otras de la cultura americana. En febrero celebramos el día de San Valentín; la gente viene a La Feria a comprar regalos, flores, chocolates o joyería. La Semana Santa, no comemos carne, sólo la comida típica: pescado, lentejas, chilaquiles, dulce de camote, torrijas de camarón y capirotada. Casi no salimos, hay menos reventón, nos quedamos en casa viendo películas de la vida de Jesucristo, vamos a la iglesia a tomar ceniza; se llena la misa. El domingo de Pascua hacemos un paseo familiar al río, vamos de pesca, comemos y después escondemos los huevos de chocolate para que los niños los busquen. Ese día se llenan los cinco parques de Anthony con las familias. El 5 de mayo, el departamento de policía y la comunidad organizan un desfile y carnaval. El 10 de mayo, día de las Madres es una fiesta grande, serenatas, salimos a comer a restaurantes, compramos regalos y otros viajan a México a visitar a sus madres. El día del Padre se celebra el tercer domingo de junio en comida familiar. El 16 de septiembre, la iglesia católica pone kermés con juego mecánicos, feria y puestos de comida mexicana con gorditas, barbacoa, carne asada y aguas frescas. El dos de noviembre sólo acostumbra visitar las tumbas de nuestros familiares y las adornamos

con flores de papel. El 12 de diciembre, día de la Virgen de Guadalupe, las familias que tienen altar en el frente de su casa, cantan la posada, vienen los matachines a bailar, se come pozole, menudo y champurrado. El día de Navidad y Año Nuevo vienen los matachines a bailar las 'Parroquias' y atrás de las casas hacen un altar o pequeña capilla para rezarle a un santo.” (Hombre, 20 años, originario de Chihuahua, residente en El Paso.)

Los elementos culturales que les resultan relevantes y que tratan de conservar son aquellos que en su uso cotidiano muestran una facilidad aparente en su transmisión y adquisición, aquellas que pueden enseñarle a sus hijos y que finalmente conforman su identidad o se han constituido como tradición familiar y social. En estos casos, los migrantes mencionan que la lengua y la comida son rasgos diacríticos⁹ de gran importancia que tratan de conservar y que marcan las diferencias y similitudes al socializar con otros actores sociales.

“Me gusta mucho cocinar comida mexicana para mi hijo y mis nietos. En Semana Santa preparo las comidas tradicionales de México. Además, en las navidades y los años nuevos los festejo como en México; al igual que los cumpleaños de mis nietos con piñata y todas esas cosas, aunque las fiestas patrias ya no se pueden festejar como en México.” (Hombre, 54 años, originario de D.F., residente en San Antonio.)

“Pues las relaciones de respeto dentro de la familia, la unión familiar, las comidas y la lengua; las piñatas, las fiestas de Navidad y año nuevo, etc. Pienso seguir las practicando para transmitir las a mis hijos.” (Mujer, 31 años, originario de D.F., residente en San Antonio.)

“Conocí a una muchacha de unos 19 años que trabaja en una tienda propia donde venden regalos, en el mall The Park del centro de Houston. Ella es americana, nacida en Houston, de padres y abuelos americanos. Su bisabuela es de origen mexicano y llegó a Texas con su esposo, procedente de Monterrey para trabajar en la pizca del algodón. Por eso ella sabe hablar un poco de español, pues lo han ido transmitiendo en la familia de generación en generación. Comenta que sabe hacer tamales, tortillas de harina y algunos otros platillos tradicionales mexicanos y que le encantan el menudo y los tamales.” (Houston.)

“Y aquí en su casa, ¿qué costumbres mexicanas se siguen?”

⁹ Antropológicamente hablando, los elementos culturales diacríticos son aquellos que definen o marcan una diferencia cualitativa entre una y otra cultura.

—Aquí, pues nada más la comida, los frijolitos esos no se me olvidan.” (Hombre, 45 años, originario de Guanajuato, residente en Houston.)

“Mis vecinos son mexicanos, del DF. La señora está recién llegada, tiene 3 años, entonces todavía tiene costumbres muy frescas; hicimos tamales en Navidad y ella hizo un ponche, porque todos sus hijos son mexicanos y compartimos la comida entre las dos. Bueno lo que a mí me gusta mucho son las tradiciones que seguimos, las que nos inculcan nuestros padres, por ejemplo cuando vamos creciendo todo lo que ellos nos van enseñando, que esto es así o de la tradición de la familia. También lo que más me llama la atención y me gustan son las fiestas mexicanas. Las fiestas patrióticas de allá y pues no es lo mismo mirarlas aquí que verlas allá en nuestro país.” (Mujer, 45 años, originario de Morelos, residente en Houston.)

Otros elementos y costumbres que mencionan como relevantes y que se reproducen socialmente en prácticas y dinámicas sociales recurrentes son aquellas que refieren a creencias religiosas y fiestas patrias, como la Semana Santa, Navidad, el 16 de septiembre, etc. Prácticas sociales que suponen dinámicas familiares y convivencia con amistades y “paisanos.”

“Se celebran el 5 de mayo y 16 de septiembre, y las tienda aprovechan para decorar con motivos mexicanos y hacer promociones comerciales para vender. El 10 de mayo lo festejamos con serenata, llevarles flores y sacarlas a comer a un restaurante.” (Hombre, 43 años, originario de Chihuahua, residente en El Paso.)

“Las fiestas tradicionales que celebran en Berino y Tortugas, Nuevo México son en honor de la Virgen de Guadalupe, hay dos grupos de matachines y la gente va en procesión hasta el templo de Tortugas, y los mariachis cantan las mañanitas. El día del padre se celebra con el calendario mexicano (tercer domingo de junio.) Celebramos el 10 de mayo cantando las mañanitas y organizando comida familiar alrededor de la abuela o madre mayor de la familia; a la madres se les dan regalos. También celebramos el 24 y 25 de diciembre noche buena y Navidad; el 1 de enero año nuevo. (Hombre, 48 años, originario de Chihuahua, residente en El Paso.)

*“—Todo eso lo seguimos igual aquí; el 24 anduvimos en las acostaduras
¿Qué son las acostaduras?*

—Es acostar al niño Dios y todo eso. Todavía acostumbramos también los tamales, los buñuelos, todo eso.” (Hombre, 43 años, originario de Guanajuato, residente en Houston.)

Otras costumbres y prácticas que conservan refieren a prácticas y tradiciones mexicanas, como el día de muertos y las artesanías, que se consolidan al mostrar su diferencia con costumbres o productos similares en Estados Unidos.

—El día de los muertos.

—Costumbres que yo diga, no he perdido ninguna, me encantan todas las tradiciones que tenemos en México, las seguimos.

—La única que no seguimos es Las Pascuas, porque hay que ayunar, nada más en el sentido que sabemos que son las Pascuas, pero no como en México que dejan de comer.

—Pero fíjate que el Día de Muertos yo siempre ando buscando una señora que hace gorditas y ofrenda, y le digo ándele cuando va a hacer la ofrenda, a mí me encantan las gorditas que hacen estilo rancho. Esa señora monta el altar y todo eso.

—A lo mejor también porque ya ve que para hacer uno la ofrenda necesita tener un difunto y gracias a Dios todavía no lo tenemos.” (Hombre, 40 años, originario de Guerrero, residente en Houston.)

“Como que la cuestión de Día de Muertos en México tiene más historia. La gente en México lo hace por algo, por acordarse de sus familiares, yo lo hacía cuando era chamaco, iba corriendo a la tienda a comprar la veladora para mi papá, para una hermanita y mi mamá le ponía su fruta y todo eso, era bonito el olor de la ofrenda. En el D.F. yo recuerdo que hacía una calaverita y andaba pidiendo con una veladora, deme pa’ mi calaverita.” (Houston.)

“Más que nada me gusta mucho la artesanía, me refiero a lo que es la ropa bordada, me encanta mucho eso y también sentarme con mi familia a platicar a gusto, aquí no tiene uno tiempo para nada, no hay tiempo.” (Mujer, 45 años, originario de Morelos, residente en Houston.)

Costumbres que han adoptado

Al tratar de adaptar y refuncionalizar su experiencia a las nuevas formas culturales del país al cual migraron, los migrantes cambian o adoptan nuevas prácticas y costumbres que demandan las dinámicas sociales que ocurren en su nuevo contexto. En primer lugar

mencionan aquellas costumbres que sienten que han perdido paulatinamente, que han refuncionalizado o que han dejado de tener relevancia; la ausencia de familiares cercanos, la falta de productos necesarios para organizar ciertas celebraciones o simplemente el encontrarse alejados del contexto en el que éstas tienen importancia, ocasionan que festividades o eventos como la Navidad, los Reyes Magos pierdan importancia.

“Las costumbres que hemos perdido son las de Navidad. Mi abuela hacía las posadas, reuniones familiares donde los niños pedían posada entre los vecinos; esa tradición yo no la he seguido por una cosa o por otra. Se ponía el nacimiento y acostaban al niño. De comida se hacían los buñuelos, tamales, piñatas, naranjas, dulces, caña y cacahuates. El saludo a los papás y padrinos se les besaba la mano y también al párroco, eso se ha perdido.” (Mujer, 56 años, originaria de Chihuahua, residente en El Paso.)

“Costumbres y tradiciones mexicanas que se han perdido es la de poner el nacimiento, adoptamos la costumbre de poner el arbolito y los foquitos.” (Hombre, 43 años, originaria de Chihuahua, residente en El Paso.)

*¿Por qué cree usted que ha perdido ciertas costumbres que tenía cuando vivía allá en México?
—Pienso yo que se debe a la vida tan acelerada que tenemos aquí, ya que aquí si no se trabaja no se come, o no se vive bien, cómodamente como uno quiere o no se tiene nada; la vida es muy acelerada, pienso que también allá puede ser lo mismo, pero siempre estamos en nuestro país en donde tenemos por lo menos la opción de hablar con nuestra familia, nuestro propio idioma, compartir opiniones y aquí no, aquí es difícil.” (—Mujer, 45 años, originaria de Morelos, residente en Houston.)*

Reconocen que las prácticas y costumbres dejan de tener sentido en ciertos contextos, aún con la existencia de ciertos productos, ya que se trata de dinámicas y creencias que cobran sentido y significado en contextos sociales específicos, donde se reproducen y comparten valores simbólicos y culturales. Más que olvidarlas y dejar de ser lo que se fue, refuncionalizan sus prácticas y formas de ser para adaptarse de la mejor forma a la dinámicas que la experiencia migratoria demanda.

“A veces no se puede celebrar una fiesta con los amigos porque son de diferentes estados de México y cada quien las celebraba en su tierra de diferente manera.” (Mujer, 31 años, originario de D.F., residente en San Antonio.)

“—No se pierden la costumbres, tal vez se te olvidan un poco. Yo siento que si regreso a México, con la familia, vuelves a vivir tus mismas tradiciones. Porque por ejemplo, este año nos vinimos un día antes del día de los Reyes Magos, pero sabes que si yo estuviera allá te aseguro que querría hacer lo mismo, con la familia, los sobrinos, incluso mi hermano nos quería comprar una rosca antes de venimos para que nos la trajéramos. No es que las dejemos porque queramos, sino porque no se siguen acá, y es difícil, sobre todo, cuando estás solito acá. Aparte que aquí las panaderías mexicanas ya te venden roscas y las compramos y nos la comemos con chocolatito con la gente, pero no son tan fuertes las tradiciones como allá que se sienta uno con toda la gente. Me acuerdo que allá corres a decirle a los vecinos que, ‘mi año nuevo y si le ganas mucho dinero’ y entonces son tradiciones que se viven juntos, así que yo creo que más bien se dejan un poquito guardadas o dormidas nada más.

—Pero hay un factor que también interviene que es la religión. Porque no podríamos hacer lo que estaba Evodio diciendo, porque las amistades no son católicas, ellos son testigos de Jehová. Yo sueño un día con estar en México, estar ahí en la iglesia viendo eso de las tres caídas y comiendo buñuelos en la plaza y paseando con la familia; extraño con que llegue el día de la Independencia y estar con la gente celebrando y gritando ¡Viva México!” (Hombre, 40 años, originario de Guerrero, residente en Houston.)

Adoptan nuevas prácticas y costumbres que cobran sentido en las dinámicas sociales que llevan a cabo en este país. Aquellas que pueden comparar y tienen similitudes con los sistemas culturales y simbólicos que poseen y que se ajustan a su experiencia social. Entre éstas, mencionan el día de Independencia de Estados Unidos, *Halloween*, *Thanksgiving*, etc. Comparan estas prácticas con las de su país de origen o las adoptan al reproducirlas en dinámicas sociales que llevan a cabo en espacios sociales. Los niños y jóvenes son actores sociales de vital importancia en este proceso, ya que su socialización con individuos pertenecientes a la cultura norteamericana, en escuelas y otros espacios de socialización, demanda la apropiación y reproducción de hábitos y costumbres norteamericanas, introduciéndolas a sus hogares y en dinámicas familiares que ocurren en espacios públicos y privados.

“El 4 de julio, día de Independencia Americana. Levantan la bandera y hay desfile con los soldados de la base aérea de Fort Bliss. Después la comida familiar a las diez de la noche, silencio y luego truenas los cuetes. En el cementerio los del ‘Navy’ hacen un homenaje a los soldados caídos, cantan la Bandera Americana, marchan y tiran balazos al aire. El primer lunes de septiembre se celebra el día del trabajo (la labor) es descanso obligatorio y se come barbacoa con tortillas. El 31 de noviembre Halloween es fiesta de los niños, al oscurecer salen disfrazados a pedir dulces a las casas, los jóvenes organizan fiestas de disfraces y bailes, te llevas varios sustos. El penúltimo jueves de noviembre celebramos el Thanksgiving o Día de Gracias con una cena familiar en la que se comen pavo al horno, pay de calabaza, ensalada de papa, jamón con piña, francesito —pan—, empanadas de calabaza, ensalada de manzana, piña y bombones, tomamos vino y sidra.” (Hombre, 20 años, originario de Chihuahua, residente en El Paso.)

“Las costumbres y tradiciones americanas que hemos adoptado son el halloween, el 4 de julio, que es el día de Independencia de los anglosajones, el día de Gracias que se supone que es el día más sagrado según lo que yo el leído es que fueron los españoles de aquí de San Elizario fueron los que primeros que dieron gracias. El Santa Claus es un personaje americano.” (Hombre, 43 años, originario de Chihuahua, residente en El Paso.)

“Los niños celebran el día de brujas. También celebramos el tradicional día de Gracias (tercer jueves de noviembre) comiendo en familia el pavo, pie de calabaza, ensalada, cerveza, o cerdo en chile colorado con tortillas; los jóvenes toman Dr. Pepper y Gatorade.” (Hombre, 43 años, originario de Chihuahua, residente en El Paso.)

Existen migrantes que perciben a las prácticas y costumbres estadounidenses como meras imposiciones y respuestas a dinámicas de consumo. Proporcionan argumentos bien aprendidos acerca del materialismo y falta de convivencia familiar en la sociedad de ese país, por lo que perciben las prácticas y costumbres como ajenas, lejanas y con la falta de redes sociales que motiven y reproduzcan los mismos significados y valores simbólicos que ellos poseen.

“A veces no se puede porque no hay algunos productos mexicanos que se necesitan para preparar comidas o están muy caros. Otras veces por que cada quien anda por su rumbo, la vida es menos emotiva por acá, la gente se vuelve muy aislada, más independiente. Además

existen muchas religiones que van separando a la gente. La gente se hace adicta a los productos y sólo trabajan para tenerlos y luego no tiene tiempo para atender a sus hijos. Allá en México la gente es más emotiva y siempre está pensando en hacer fiestas, porque como no puede tener lo que quiere se conforma con escapar de la realidad. Con razón dicen los gringos que en México 300 días del año son de fiesta y los otros 65 son de trabajo. De México extraño las posadas y los bailes por el ambiente que se crea.” (Mujer, 36 años, originario de Estado de México, residente en San Antonio.)

“Aquí la sociedad te absorbe en su materialismo. Trabajas para obtener bienes y consumes, y consumes. De repente empiezas a celebrar fiestas norteamericanas, aquí por ejemplo se celebra el 5 de mayo, pero es más bien un pretexto comercial, casi todas las fiestas, incluso las fiestas patrias de México son pretextos comerciales; que el 16 de septiembre, que el 20 de noviembre, que las calaveras, que el halloween, que el día de la coneja, que el día de San Valentín, todo esos son puros pretextos comerciales. Nada más vete a cualquier mall, no acaba de pasar navidad, pero ya están las mercancías del 14 de febrero, ¿o no?” (Hombre, 38 años, originario de Nuevo León, residente en San Antonio.)

“Para mí el halloween pasa como si nada, el día de la Independencia de este país pasa como si nada y te diré que casi todo. El Thanksgiving, que acá es una celebración muy importante para ellos, como es la Nochebuena para nosotros, pasa como si nada para nosotros y quizá sea porque nadie te impulsa a hacerlo o será que no está tu familia. Nosotros vamos a México en la Nochebuena, tengo a mi hermano, a mis hermanos, a mi madre, entonces es algo precioso.” (Hombre, 40 años, originario de Guerrero, residente en Houston.)

5.7 DINÁMICAS DE CONSUMO

Lo que llevan a México

En Texas, se observó el consumo de aparatos electrodomésticos, electrónicos y ropa; estos son artículos muy apropiados por los migrantes, es lo que llevan cuando visitan a sus familias en sus comunidades de origen en México; lo anterior no es característico solamente de los actores sociales pertenecientes al Bajío mexicano. El consumo de esos productos es una constante en los migrantes procedentes de cualquier región de la República Mexicana.

“Los productos que ellos llevan 1 ó 2 veces por año que visitan a sus familiares son: chocolates y dulces americanos, ropa, tenis y aparatos eléctricos.” (El Paso.)

“Llevan televisores, abanicos, mucha ropa, mayonesa, jalea, crema de cacahuete.” (Hombre, 36 años, originario de Chihuahua, residente en El Paso.)

“¿Que llevas?

—La fayuca, le piden pantalones Levis gringos, y lo que más lleva para allá.” (Hombre, 43 años, originario de Chihuahua, residente en El Paso.)

“¿Qué lleva de EU cuando va para México?

—Ropa, zapatos y algunos electrónicos.” (Mujer, 31 años, originaria del DF, residente en San Antonio.)

“¿Qué lleva de EU cuando va para México?

—Ya no voy tan seguido pero cuando voy llevo dinero, ropa, electrónicos y electrodomésticos.” (Hombre, 38 años, originario de Nuevo León, residente en San Antonio.)

“¿Qué lleva de EU cuando va para México?

—Ropa, electrónicos y zapatos.” (Mujer, 36 años, originaria del Estado de México, residente en San Antonio.)

“¿Cuándo usted va para allá las pocas veces que ha ido que es lo que lleva de aquí para allá?

—Algunas ocasiones lo que he llevado son aparatos eléctricos, como televisión, estéreo, grabadora. Solamente para mi familia. Ropa, tenis, cosas de ropa personales para obsequiar a la familia.” (Mujer, 45 años, originaria de Morelos, residente en Houston.)

“¿Y cuando usted va para allá a México que cosas lleva de aquí de EU?

—Pues regalos así que les llevo, ropa, aparatos eléctricos como una televisión.” (Hombre, 43 años, originario de Guanajuato, residente en Houston.)

“¿Qué llevan de aquí cuando van a México?

—Generalmente llevamos ropita para la familia, algunos regalos, algunos aparatos eléctricos, grabadoras, alguna televisión, si algo nos pide algo, alguna sierra eléctrica ó alguna cosa que se necesita por allá.” (Hombre, 40 años, originario de Guerrero, residente en Houston.)

Al igual que en la observación etnográfica realizada en México, la población de origen mexicano que radica en Texas lleva este tipo de artículos, reforzando así la siguiente tesis: El consumo de electrodomésticos, electrónicos y ropa —de marcas reconocidas— son elementos importantes en la acumulación de capital cultural y proyección simbólica de dicho capital por parte de los migrantes en sus comunidades de origen.

Lugares de consumo de la población de origen mexicana

Comúnmente los asentamientos urbanos en toda ciudad siguen patrones bien definidos, en el caso de las ciudades seleccionadas para esta investigación en el estado de Texas, observamos que, comúnmente los barrios se conforman a partir de la identificación de elementos culturales entre los actores sociales; en estas ciudades hay un alto flujo de migración —sobre todo de México— es permisible a partir de la observación etnográfica detectar las diferencias de los barrios por el grupo cultural que está establecido ahí, sin embargo, también podemos encontrar espacios donde conviven actores sociales de origen mexicano con otros grupos culturales; existe una interacción dinámica entre todos los actores sociales presentes.

▪ Interacción de actores sociales en espacios de consumo

Los esquemas de asentamiento urbano, definen de manera determinante los patrones de consumo entre los sujetos; el consumo, es una categoría de análisis que permite, a partir de la reflexión antropológica, identificar la convivencia entre grupos culturales afines, así como la interacción con otro tipo de grupos. En el caso de las ciudades seleccionadas en Texas —El Paso, San Antonio y Houston— comúnmente los establecimientos donde consumen los actores sociales de origen mexicano; son las tiendas de autoservicio, y se encuentran en sus propios barrios o barrios muy cercanos.

En los sitios seleccionados se observó de una manera clara el consumo y la forma de interactuar de migrantes y mexicoamericanos, así como de afroamericanos y angloamericanos. El hecho que haya interacciones y dinámicas de consumo en supermercados es importante, porque es un reflejo de cómo en otros contextos sociales o urbanos también interactúan dichos grupos.

La población de origen mexicano no vive de manera aislada, sino en constante intercambio sociocultural con los demás grupos, los cuales cuentan con experiencias sociales propias como los afroamericanos, angloamericanos, entre más.

“Ubicada a 6 millas del pueblo de Anthony, Texas por la antigua carretera Panamericana, la 478, Berino es una zona de ranchos agrícolas que contratan mano de obra de migrantes mexicanos; ellos son los clientes mayoritarios de este minisuper, que en las paredes anuncia: milk, snacks, sodas, candies, school supplies, movie rental mexican and american movies.”
(Minisuper Berino—El Paso.)

“El H.E.B. es un Supermercado donde se venden productos básicos como alimentos, artículos de limpieza y algunos farmacéuticos. Hay varias de éstas tiendas dispersas por toda la ciudad de San Antonio. A estos supermercados acuden personas de diferentes características culturales, así podemos encontrar afroamericanos, asiáticos, mexicanos inmigrantes, mexicoamericanos —chicanos—, angloamericanos y personas de otras minorías. Los empleados de estas tiendas son en su mayoría de aspecto mexicano, y los hay más chicanos, aunque también se encuentran algunos inmigrantes. La mayoría de estas personas dominan el inglés y muchos hablan español, tanto las cajeras como empleados de piso e incluso el gerente de este lugar lo habla. Entre los clientes que pude observar, encontré a un número considerable de mexicanos inmigrantes.” (Supermercado H.E.B.—San Antonio.)

“A esta tienda acuden personas de todo tipo cultural: afros, asiáticos, chicanos, mexicanos migrantes, etc. Sin embargo el grupo más numerosos lo representan los mexicanos y chicanos, los empleados son chicanos en su mayoría y algunos mexicanos inmigrantes. En esta tienda se pueden observar mayor número de personas en familia, de aspecto campesino o ranchero; los hombres por lo general se presentan con su pantalón de mezclilla, botas o zapatos de trabajo y algunos usan cachucha o gorras o sombrero. Sin embargo el rasgo más distintivo es su lenguaje, a menudo conversan entre ellos en español acerca del precio de los productos y revisan sus listas de productos que deben comprar. Al parecer estas tiendas son muy populares entre los mexicanos y chicanos.” (Minisuper La Fiesta—San Antonio.)

*“¿Y ahora hablando del consumo ¿dónde compra usted los artículos que consume?
—En Fiesta y Michoacana básicamente es donde compro yo.” (Hombre, 43 años, originario de Guanajuato, residente en Houston.)*

*“Mira hay muchos supermercados americanos y podemos ir, pero por qué razón vamos ahí, —
La Fiesta— por qué razón va mi esposa ahí, porque supuestamente ella dice que ahí el
carnicero le corta la carne como ella quiere, igual que en México. Encuentras tortillas,
encuentras pan mexicano, encuentras un montón de cosas enlatadas y refrescos mexicanos.”
(Hombre, 40 años, originario de Guerrero, residente en Houston.)*

Los actores sociales de origen mexicano, principalmente los migrantes, buscan consumir en establecimientos que les sean familiares a su experiencia cultural, por tal motivo parte del consumo de productos —hechos en México— está ligado al consumo del ambiente familiar que hay en esos establecimientos: decoración, los anuncios en español y la facilidad de comunicación en su lengua materna. Dichos elementos los identifican y los consumen los actores sociales en un nivel menos visible, pero no menos importante; lo anterior se ve reflejado en las constantes visitas a esos establecimientos y no a otros por parte de la población de origen mexicana.

- Roles sociales de los sujetos en los espacios de consumo

Dentro de los patrones de consumo entre los actores sociales de origen mexicano encontramos una participación conjunta compartida; en el caso de las parejas van juntos marido y mujer, y las personas solas van en compañía de amistades o familiares.

Ir de compras es una dinámica que define de manera clara los roles sociales que adquieren los sujetos en su proceso de adaptación a una experiencia cultural diferente, así mismo confirman y adoptan pautas de consumo en ese proceso de inserción a la sociedad americana.

*“Hacen su compra en Wal Mart y ella decide la compra, vamos los dos por que no manejo, mi
marido compró una troquita en 2500 dólares; al principio sí manejaba pero ahora no, él me
tiene que llevar al supermercado.” (Mujer, 58 años, originaria de Chihuahua, residente en El
Paso.)*

“La compra de comestibles la hacen juntos. Acostumbran comprar por quincena. La compra del diario, leche, chile, tomate, cebolla la hacen en La Feria.” (Hombre, 20 años, originario de Chihuahua, residente en El Paso.)

“Los días que asistí a esta tienda observé siempre una cantidad significativa de personas que realizaban sus compras, algunos de ellos llevaban su lista de productos que deberían adquirir, otras personas entraban a la tienda solamente a comprar dos o tres productos. La mayoría de quienes realizaban sus compras eran matrimonios, en algunas ocasiones acompañados por sus hijos pequeños, aunque no resultaba raro encontrar personas solas realizando sus compras o señoras acompañadas por alguno de sus hijos adolescentes, que en la mayoría de los casos eran mujeres. La mayoría realiza sus compras semanalmente y el día de pago, pero al parecer en EU los días de pago varían dependiendo del trabajo que tengan los proveedores del hogar.” (Supermercado H.E.B.—San Antonio.)

“¿Dónde compra los artículos que consume? ¿Quién decide la compra?

—Ambos decidimos la compra, aunque mi esposo compra algunos productos a los que el está acostumbrado. Los compro en el H.E.B., en La Fiesta y en Handy; Handy que son tiendas donde venden productos mexicanos.” (Mujer, 31 años, originaria del DF, residente en San Antonio.)

“¿Dónde compra los artículos que consume? ¿Quién decide la compra?

—En tiendas H.E.B. y La Fiesta; mi esposa y yo decidimos la compra.

¿Cada cuanto tiempo hace sus compras? ¿Semanalmente, quincenalmente o mensualmente?

—Cada semana, cada día de pago.” (Hombre, 29 años, originario de Coahuila, residente en San Antonio.)

“¿Dónde compra los artículos que consume? ¿Quién decide la compra?

—En H.E.B. es la tienda más barata, y la compra la decidimos entre mi esposa y yo.

¿Cada cuanto tiempo hace sus compras? ¿Semanalmente, quincenalmente o mensualmente?

—Semanalmente.” (Hombre, 25 años, originario del DF, residente en San Antonio.)

“¿Quién decide hacer la compra usted o su esposa?

—Pues ahora si, el que llegue a la tienda primero va a comprar lo que necesite, pero generalmente vamos los dos al mandado.” (Hombre, 45 años, originario de Guanajuato, residente en Houston.)

Los roles adquiridos por los actores sociales, mismos que son expuestos de manera clara en las dinámicas y patrones de consumo, junto con la forma de pago, definen los tiempos de visita a los supermercados. Por tal motivo, la visita a los espacios de consumo es comúnmente por semana o quincena. Lo anterior empata de manera clara con el discurso social de los actores sociales entrevistados en la investigación en el Bajío mexicano.

Sin embargo, cuando viajan a México los roles cambian, de hecho, lo observado en Texas también empata de manera clara con lo observado en México. Los varones migrantes cambian su actitud y su participación con respecto a sus actividades cotidianas.

“Él se encarga de cocinar y me ayuda en la limpieza de la casa. Ella dice que es muy diferente en casa de su papá —en México— llega nomás a que les sirvan y come y deja el plato ahí. Pero en nuestra casa compartimos más el trabajo y en todos los matrimonio jóvenes es más o menos igual, además ahora ya hay guarderías para dejar a los niños.” (Hombre, 20 años, originario de Chihuahua, residente en el Paso.)

Dinámicas de consumo en la frontera; lo que no compramos aquí lo compramos allá

Los actores sociales que viven en la frontera, tienen patrones de consumo muy peculiares; comúnmente la población de origen mexicano que vive en El Paso consume productos en uno y otro lado de la frontera; esas dinámicas de consumo de los sujetos están presentes dentro de su imaginario social; argumentan que van al lado mexicano a conseguir productos considerados por ellos como “buenos”, por ser de marcas mexicanas o hechos en México; consumen tanto productos industrializados como los jabones o latas, pero también consumen productos perecederos y otros considerados “artesanales” como las tortillas, los chiles secos o curtidos entre más, ambos productos —industrializados y “artesanales”— están inscritos en el imaginario social de los consumidores y se materializan en sus

dinámicas de consumo, cuando pasan el puente al lado mexicano para realizar alguna compra.

Esas actividades están muy arraigadas en el imaginario social y las llevan a la práctica principalmente los habitantes mexicoamericanos que residen en El Paso u otras ciudades fronterizas; consumen en uno y otro lado de la frontera entre México y Estados Unidos.

“Lo que no conseguimos en El Paso lo compramos en Ciudad Juárez. Nos gusta el jabón para ropa Foca mexicano, y vamos a Juárez a comprarlo; del Río Grande Mall traemos queso, yogurt, tortilla, verdura, papas. No dejan pasar las frutas con semilla tales como peras, uvas, ni el coco. Después del 11 de septiembre ya no vamos tan seguido; antes íbamos cada semana, paseábamos y luego hacíamos el mandado; en Juárez consigo mucha variedad de chile me gusta ir a los mercados de Juárez.” (Mujer, 58 años, originaria de Chihuahua, residente en El Paso.)

“No van a comprar a México por lo que pasó el 11 de septiembre, antes de esa fecha sí iba, a su mamá le gustaba comprar allá en Juárez el Ariel, la carne, las tortillas, jugos, sodas.” (Hombre, 36 años, originario de Chihuahua, residente en El Paso.)

“Todavía sus papas acostumbran ir a Juárez a comprar la fruta y la verdura, el jabón de ropa, la medicina porque son mejores, son medicinas más fuertes. También todos los ingredientes para los tamales, van a Juárez, la mamá de su amiga va a comprar las tortillas a Juárez.” (Hombre, 20 años, originario de Chihuahua, residente en El Paso.)

“Van a Juárez. Acostumbran comprar el jabón para la ropa porque es más económico y más efectivo para limpiar, de verdura compran tomate, aguacate sin hueso lo cruzamos sin hueso. El aguacate mexicano no entra en Texas y California, pero sí llega a Chicago y Nueva York.” (Hombre, 20 años, originario de Chihuahua, residente en El Paso.)

Otras formas de consumo cultural

Las dinámicas y patrones de consumo entre la población de origen mexicano en Texas se ven reflejados en otro tipo de actividades que son ampliamente cubiertas a partir de el desarrollo de la antropología del consumo; el consumo cultural va más allá de lo que pueden comprar en un supercenter o minisuper; está condicionado de una manera directa

con otro tipo de actividades que podrían ser consideradas obvias dentro de la cotidianidad de los actores sociales, pero que a la observación etnográfica y análisis antropológico no lo son. En Texas existen espacios y actividades que son importantes para la vida cotidiana de la población de origen mexicano.

Los puentes son significativos dentro de las dinámicas de consumo entre los actores sociales que viven en la frontera; en ese sentido, el pasar un puente de un lado a otro de la frontera conforma un nivel simbólico de consumo cultural y se materializa, en lo que los actores sociales compran en Ciudad Juárez y lo llevan a sus lugares de residencia en El Paso y viceversa.

Son tan importantes los puentes en la experiencia social de la población que vive en la frontera, que se reproducen en todo momento y de diferentes formas en la cultura de los actores sociales; se observaron pinturas en autoservicios; en la calle hay murales que hacen alusión al paso constante de personas sobre los puentes, también existen programas de televisión donde se habla del tema, e incluso en esos programas se exponen algunos cuadros y pinturas; principalmente de mexicoamericanos.

“Ha hecho varios cuadros sobre el fenómeno de la pasada por el puente; la Migra, son muy intimidatorios, le revisaron el carro, el muro de la tortilla, un abogado de migración colecciona cuadros sobre el tema. El río representa la muerte porque ahí es donde se mueren muchos que intentan cruzar, el coyote, hay un programa de televisión sobre migración, y en el programa salen algunos cuadros sobre la pasada de los puentes.” (El Paso.)

“En el supermercado La Feria, además de encontrarse el mural de la historia de México, se observan de manera clara varios cuadros, los cuales hacen referencia a la pasada del Puente; de hecho hay uno que representa la vida cotidiana del puente 16 de septiembre que une Ciudad Juárez con El Paso. Se puede observar la gente caminar para uno y otro lado, un taxi que va rumbo a El Paso, una familia de tamborileros y un pachuco de tras de ellos.” (Minisuper La Feria—El Paso.)

Los *Flea Market* o comúnmente llamados por la población de origen mexicano como *Las Pulgas*, son espacios con una dinámica de consumo diferente, la cual tiene impresa y de

manera significativa el sello de los mexicanos y mexicoamericanos; por su música, comida y artículos que se encuentran ahí. Ese tipo de mercados pueden ser comparados —con las reservas necesarias— con los tradicionales tianguis tan populares en México; en esos espacios se encuentra casi cualquier artículo que se necesite, pero lo más interesante de los *Flea Market* es el ambiente que se percibe en ellos, hay mucho movimiento y colorido, característico de los tianguis mexicanos, pero, al intercambiar productos por dinero, uno se da cuenta de la realidad económica en la que están; un ambiente y consumo cultural mayormente de población de origen mexicana —migrantes y no migrantes— y un consumo económico invariablemente en dólares.

“¿Hay algún tipo de artículo que no consiga en EU y que solía comprar en México?”

—No, aquí se consigue de todo pero los precios varían. Hay una especie de bazares de productos mexicanos ‘las Pulgas’ en donde consigue cualquier producto mexicano que ande buscando.” (Mujer, 36 años, originaria del Estado de México, residente en San Antonio.)

“Después me llevaron al Mercado La Pulga ‘Flea Market’ como se anuncia a la entrada del mismo, además de tener grandes banderas mexicanas hacia el exterior de la calle. Éste es una gran área dividida en 2 partes a cada lado de la calle. Una parte, la más pequeña de las dos, se especializa en puestos de comida. La otra, que fue la que recorrí con más detenimiento, se compone de varios pasillos larguísimos, en los que hay infinidad de puestos que venden diferentes productos como ropa, artesanías, cd’s y audiocasetes, joyería, teléfonos celulares, calzado, aparatos eléctricos, incluso animales, videocasetes y otras cosas.” (Houston.)

“Además llamó mi atención los puestos de video cassetes donde tenían una televisión donde proyectaban videos sobre el jaripeo mexicano. En todo el mercado se escuchaba música mexicana de diferentes géneros y en general se percibía un ambiente mexicano en donde elementos como la manera de hablar o los precios en dólares hacían volver a la realidad sobre la ubicación del mercado en los EU.” (Houston.)

5.8 LO “TRADICIONAL”, UN DOBLE DISCURSO DE LOS CONSUMIDORES DE ORIGEN MEXICANO

A partir del discurso social observado en Texas, pudo determinarse que, lo que tanto, mexicoamericanos como migrantes llaman “tradicional” fluctúa en dos niveles. Por un

lado, están los productos de origen mexicano o *mexican food* que consiguen principalmente en autoservicios medianos y grandes, el otro nivel se observa en los productos que consumen y que tienen un carácter de artesanal o “hechos a mano” y que traen principalmente de sus comunidades de origen, ó que simplemente que sean artículos producidos o traídos de México.

Los actores sociales dirigen su elección hacia cualquier artículo proveniente de México, ya sea industrializado o artesanal; a ambos, sin distinción alguna les asignan de manera inmediata el atributo de “tradicional”.

Lo anterior ha permeado tanto el imaginario social de la población de origen mexicano como el consumo físico de dichos productos, e incluso hay lugares donde la venta de *mexican food* es mayoritaria como fue el caso de nuestro trabajo etnográfico en los mini súper de Berino, Río Grande y La Feria en el Paso, La Fiesta en San Antonio y Houston, y La Michoacana, La Culebra y El Güero en Houston.

“En el pasillo 5 están los productos mexicanos —mexican food— desde mole Doña María, chiles la Costeña, Maseca, Nescafé, pozole, pastas para sopa La Moderna, aguas frescas en polvo, jugos Del Valle y Jumex, Knorr Suiza, te la Pastora, veladoras, frijoles, menudo y tamales de marca La Preferida, tostadas, etc. También venden piñatas.” (Minisuper Berino—El Paso.)

“La Feria está ubicada en un pequeño centro comercial —Camino Real Shopping Center— cerca de la carretera Panamericana 478. En el centro comercial hay salón de belleza, tienda de ropa y artículos deportivos, mercería y artículos para el hogar, una tienda de ropa para mujeres y niños, tintorería y lavandería ‘La Tinita’, y un restaurante de comida china; además una farmacia con fuente de sodas, una iglesia Metodista y al lado de la carretera está una gasolinera. El súper tiene estacionamiento al frente con 100 cajones o lugares. Cuenta con 8 cajas registradoras y 21 pasillos de estantería con mercancías. La entrada de la tienda está adornada con motivos mexicanos tales como pequeños sarapes y sombreros, papel picado en colores verde, blanco y rojo. En este súper se vende una gran cantidad de productos de origen mexicano. Tiene panadería, tortillería, frutas y verduras, carnicería, lácteos, carnes frías, productos congelados, entre los productos mexicanos están: jugos Jumex y Del Valle, frijoles

enlatados La Sierra, Nescafé, consomé de res, pollo, camarón de Knorr Suiza, Maseca, Maizena, sopas de pasta La Moderna, varias marcas de salsas picantes y chiles en vinagre La Costeña, etc. Todos los letreros que ubican las áreas de carnicería y lácteos están en español.” (Minisuper La Feria—El Paso.)

“El súper es tamaño mediano, como ‘la Feria’ de Anthony; cuenta con 5 cajas registradoras, 15 pasillos de estantería, departamento de frutas y verduras, carnicería que se anuncia en español ‘carne fresca’. Cuenta también con panadería y tortillería propias. La forma de indicar la ubicación de las diferentes áreas del súper es con grandes fotografías de Leche y quesos, frutas y verduras, carnes frías, etc. Tiene comida para llevar, que es concesión de un Sr. González; anuncia todo en cartulinas fosforescentes pegadas a la pared en idioma español. Al entrar a la derecha se encuentra una ventanilla de Western Union.” (Minisuper Río Grande—El Paso.)

“En el centro comercial la Fiesta, donde se vende todo tipo de productos de abarrotes y artículos departamentales, hay una sección muy completa de productos mexicanos, pero también los hay de otras partes del mundo. Pero de cualquier manera se nota que la tienda tiene una visión de negocio enfocada a responder a la demanda de la clientela mexicana. Esto se observa por ejemplo en la decoración y ambientación del centro comercial, en la presentación de productos a granel como el frijol y por supuesto en la gran cantidad de productos que en México se consumen. De hecho una persona me decía que no extraña lo que compraba en México para la alimentación diaria, pues en La Fiesta encontraba todo, lo que allá consumía. Realmente aquí se encuentran todo tipo de marcas de productos alimenticios que tradicionalmente se encuentran en México, se vende: Gamesa, Maizoro, chocolate Abuelita e Ibarra, café Legal, Jumex, Del Valle, La Costeña, Doña María, Salsa Valentina, Hérdez y variadas marcas de dulces mexicanos. Además tienen especias, frutas, verduras y carnes como las que se consiguen en México.” (San Antonio.)

“En el barrio The Heights se encuentran muchas bodegas donde se venden frutas y verduras frescas de origen mexicano, generalmente con nombres mexicanos. También encontré una cadena de tiendas que se llama La Michoacana. En esta venden abarrotes, frutas y verduras y es lugar de afluencia de clientela principalmente mexicana como también sucede en los centros comerciales La Fiesta. Existen otras tiendas de abarrotes de menor tamaño, pero con gran surtido de productos mexicanos como La Culebra y El Güero.” (Houston.)

“Ahora vamos sobre la cuestión de consumo, ¿dónde se gastan los dólares, por ejemplo aquí dónde compran lo que necesitan para el consumo de la casa?

—Por ejemplo, la comida la compramos en el Fiesta cada semana. Es una costumbre ya, ir al supermercado, vamos a ese lugar, podemos ir a otros lugares, pero mi esposa ya se acostumbró, encuentra siempre ahí lo que busca —los productos de México— encuentra de todo lo que quiere.” (Hombre, 40 años, originario de Guerrero, residente en Houston.)

También en los grandes supermercados como el H.E.B. y Wal Mart se perciben estos productos *mexican food* como productos “tradicionales” de México; tienen un espacio designado en el establecimiento y están anunciados de la misma forma que en los establecimientos anteriores: comida mexicana.

“El Wal Mart Zaragoza, se localiza en el extremo este de la ciudad de El Paso, Texas. En el pasillo 5 se anuncia ‘mexican food’ y ofrecen productos tales como: consomé de pollo Knorr Suiza, Mole Doña María, chiles de La Costeña, Hérdez, harina de maíz Maseca, pastas para sopa La Moderna, salsa Old El Paso, Tacos, salsa Valentina, chocolate la abuelita, galletas Gamesa entre otros.” (Supermercado Wal Mart—El Paso.)

“Muchos de los mexicanos que acuden a estas tiendas lo hacen en busca de productos mexicanos, según me comentaron, pero también porque en ellos se encuentran buenos precios en general. El H.E.B. y La Fiesta, son lugares donde se puede encontrar productos y artículos mexicanos; entre lo que encontramos están: enlatados de la marca Hérdez como chiles en rajas y salsas, productos de la marca Knorr, como pastas y condimentos, productos de Nestlé como nescafé y polvos para preparar bebidas sabor chocolate, refrescos en botella de las marcas Coca-Cola, Pepsi, Topochico, Barrilitos, Jarritos, Fanta, Fresca y Sangría Señorial, galletas de la marca Gamesa, productos de la marca Bimbo y Marinela, entre más.” (Supermercado H.E.B.—San Antonio.)

Las dinámicas de consumo de los actores sociales de origen mexicano, ya sean migrantes o mexicoamericanos, se ven claramente condicionadas por ese discurso de lo “tradicional”; desde una lata de chiles hasta un corte de carne como lo hacen en México; ellos consideran que en Estados Unidos consiguen todo lo que necesitan; de hecho todos los productos que tradicionalmente consumían en México los encuentran en su lugar de residencia en los EU; pero, al preguntar que les gustaría que les trajeran o que dinámicas tienen cuando van a

México, en ese momento quedó a la luz de manera clara el otro nivel de lo “tradicional” en el discurso social de las personas, comúnmente sus respuestas a sus patrones de consumo son:

“Sí encuentro todo aquí, pero si alguien viniera de México me gustaría que me trajera algo de allá. Ese algo está determinado por el contexto cultural del que proviene el migrante.” (San Antonio.)

Este nivel de consumo se abordó ampliamente en el desarrollo de la investigación en la parte del Bajío, y en Texas se volvió a encontrar el mismo patrón de consumo; nos referimos específicamente a ese tipo de productos que son hechos en casa como ciertos alimentos —quesos, natas, conservas etc.— preparados en casa o en el pueblo por las manos de mamá o de algún familiar —principalmente mujer—. Ese otro nivel de lo “tradicional” en el discurso de los actores sociales de origen mexicano, definen claramente los patrones de consumo de estos actores sociales en uno y otro lado de la frontera.

“Los productos que traen de Chihuahua a EU son: queso, asadero, cacahuete tostado, soda en envase de vidrio —Coca-Cola—.” (El Paso.)

“¿Qué traen?

—Queso, panes empanadas de cerveza, nos colman de regalos, chiles curtidos, de los que hacen la mujeres de por allá.” (Mujer, 58 años, originaria de Chihuahua, residente en El Paso.)

“Pide que le traigan tortillas de maíz, aguacate, queso panela, de barra estilo menonita, carne seca; esta Navidad vinieron los primos de mi marido y nos trajeron chile pasado y queso menonita.” (Mujer, 58 años, originaria de Chihuahua, residente en el Paso.)

“A ellos les gusta traer de México; en Rincón de Romos curten verduras, trompas de puerco. Les gusta traer el alimento curtido —en conserva—, brócoli, coliflor, cueritos de puerco, dulces mexicanos.” (Hombre, 20 años, originario de Chihuahua, residente en el Paso.)

“¿Qué pide usted que le traigan de su tierra?

—Nada porque no los quiero meter en problemas. Aunque a veces ellos me traen queso sin que yo se los pida, como saben que me gusta mucho el queso de allá.” (Mujer, 31 años, originaria del DF, residente en San Antonio.)

“¿Qué lleva de México cuando va para EU?

—Chile seco, tamales ya elaborados, frijol negro, galletas caseras, lucas —mezcla en polvo de chile, limón y sal—.” (—Mujer, 36 años, originaria del Estado de México, residente en San Antonio.)

“¿Qué pediría usted que le trajera de allá de México, si acaso alguien viniera para acá?

—Pido de allá que me traigan quesos, unas gorditas y pues si hay alguien que venga en carro pues mi botellita de mezcal.” (Hombre, 43 años, originario de Guanajuato, residente en Houston.)

“Tengo un hermano en la Ciudad de México que es director de escuelas y cuando voy para allá quiere agradarme y llevarme a los restaurantes más caros; Sanborns y cosas así, y yo le digo que no, que yo quiero comer tacos y con la comadre que está echando en su comal sus gordas y sus huaraches. Pues porque aquí nosotros tenemos la posibilidad de ir a esos tipos de restaurantes más o menos de lujo. Cuando vamos a Ixmiquilpan, a la tierra de mi señora, yo le digo: compra longaniza, yo quiero que mi suegra me haga unos tacos de longaniza y aguacate. Pues la longaniza no la encuentras acá, al menos no como la hacen allá.” (Hombre, 40 años, originario de Guerrero, residente en Houston.)

En algunos casos lo “tradicional” es percibido en otro tipo de productos sobre todo aquellos que refiere a elementos culturales *Folk* con esto nos referimos a artesanías y todos esos elementos considerados turísticos que consumen los actores sociales de origen mexicano y que llevan a su lugar de residencia en Estados Unidos, para decoración en sus hogares o para obsequio a amistades, o para algún compañero de trabajo.

“¿Y usted cuando va qué cosas son las que trae a EU?

—Bueno a mi esposo le gustaban todos los diseños de los tiempos de antes, prehispánicos. Tenemos guardadas muchas cosas, aquí no se mira nada porque está muy cambiada y lo que es también la cerámica de barro y todo eso.” (Mujer, 45 años, originaria de Morelos, residente en Houston.)

“¿Cuándo vuelven ustedes de allá, que traen?

—Artesanías y algunos productos mexicanos, cobijas y algunos vecinos, no puede ir uno a México sin que le pidan a uno que le traigan una cobija. Te traes cosas que la familia te regala. Traigo algunas artesanías para regalarles a mis amigos los gringos. Les encanta las artesanías sobre todo porque saben que están hechas a mano.” (Hombre, 40 años, originario de Guerrero, residente en Houston.)

El consumo de medios de información

El consumo cultural de medios de información es significativo entre la población de origen mexicana, comúnmente ven por televisión canales que contengan información de los sucesos más importantes que ocurren en México; para tal motivo ven canales locales de su ciudad de residencia, también consumen información a través de la cadena “hispana o latina” Univisión y los que cuentan con sistemas de comunicación más amplios —como las parabólicas— ven canales de televisión directamente de México.

—“Si le interesa seguir lo que pasa en México. Ve las noticias en el canal 26 del Paso, o el 11 Hechos de TV Azteca, Televisa no le gusta. Escucha estaciones del Paso pero en español mencionó “la Caliente”, le gusta de toda la música mexicana, mariachi, ranchera.” (Hombre, 36 años, originario de Chihuahua, residente en El Paso.)

“¿Sigue los acontecimientos que suceden en México? ¿De qué forma?

—Trato de seguirlos por la televisión en canales hispanos.” (Hombre, 29 años, originario de Coahuila, residente en San Antonio.)

“¿Sigue los acontecimientos que suceden en México? ¿De qué forma?

—Sí, por las noticias, por los canales de habla hispana, canal 41 y 60.” (Hombre, 54 años, originario de D.F., residente en San Antonio.)

—“Al principio si veía ECCO a toda hora en la tele pero ya casi no. De vez en cuando me entero de algunas noticias por la tele en los canales de habla hispana.” (Mujer, 36 años, originario de Estado de México, residente en San Antonio.)

“Sí, en la televisión voy viendo, me gusta mucho ver las noticias. Desgraciadamente México lo que ha tenido que es que hay mucha corrupción. Claro está cuando lo del temblor, cuándo ayudaron a la gente. Cuándo la explosión de San Juanico que les ayudaron, donde fue a caer ese dinero, quién se quedó con él, quién sabe.” (Hombre, 43 años, originario de Guanajuato, residente en Houston.)

“Las meseras comentaron ser de Tamaulipas y Jalisco y tenían encendida una televisión en un canal en español. El restaurante estaba ambientado al estilo mexicano.” (Houston.)

Además de consumir información en español, a través de medios como la televisión se observó como las nuevas generaciones, principalmente los hijos de los migrantes, consumen información en inglés a través de los medios; como las caricaturas. Eso es un ejemplo de cómo esas nuevas generaciones —de hijos de migrantes— se van insertando de manera constante en la dinámica cultural del lugar donde viven.

“Llegué a los departamentos Shadowdale Oaks para realizar mi entrevista con la mamá de Erick Reyes, el muchacho que usa el bigote a la Emiliano Zapata. Cuando llegué a la casa escuché la televisión en un canal de caricaturas en inglés y por otro lado se escuchaba música ranchera mexicana. No me abrieron la puerta después de tocar un buen rato. Tuve la impresión de que la gente está un poco temerosa por cuestiones migratorias, pero también me di cuenta que la gente no cuenta con tiempo suficiente como para ocuparse de cosas fuera de su trabajo, sino en muy poca proporción.” (Houston.)

El teléfono, es el medio de comunicación más importante que ha apropiado la población de origen mexicana para comunicarse con sus familiares en las comunidades de origen en que residan. En contraparte, el uso de las cartas ha disminuido de manera significativa entre esta población, y el uso de el Internet, aun está muy lejano a su experiencia de consumo de medios de información del general de la población de origen mexicano; sin embargo, las nuevas generaciones de mexicoamericanos —sobre todo los que llegan a niveles educativos

más altos— están comenzando a apropiarse el Internet como un medio de información significativo en su experiencia social.

“Estoy pendiente de las noticias ó a través de la comunicación telefónica con mi hermano que está en la ciudad de México y yo le pregunto. Las revistas políticas de México, me voy y me las fusilo en el Fiesta, mi esposa anda comprando y mientras yo me informo y le digo que se tome su hora en las compras. Me gusta leer el periódico y a veces mi muchacho me saca información del Internet, me gusta el diario Reforma y La Jornada.” (Hombre, 40 años, originario de Guerrero, residente en Houston.)

También se pudo observar el consumo de periódicos con información principalmente en Español, eso es un indicador de la importancia de la población de origen mexicano en Texas y de la cantidad de consumo de información que se realiza en esa lengua.

“Si seguimos las noticias de México a través del periódico El Diario de Cd. Juárez. Ven las noticias del canal 26 del Paso. De música les gusta la canción ranchera, o según el humor que anda, le gusta la música mexicana, oyen una estación de Juárez que le llama ‘La Caliente’.” (Mujer, 58 años, originario de Chihuahua, residente en El Paso.)

“El periódico que lee, es el Diario de Juárez y el Paso Times y Las Cruces News.” (Hombre, 36 años, originario de Chihuahua, residente en El Paso.)

“En algunas partes públicas como afuera de algunos restaurantes hay cajones donde anuncian y venden periódicos como el Houston Chronicle —de los principales de la ciudad—, el Semana News —en el que dice la leyenda: calidad informativa en español—, La Subasta —para vender, rentar, comprar o encontrar empleo en español, dice abajo del título— y el Buena suerte.” (Houston.)

Los medios de comunicación, principalmente cine y televisión, han participado en la conformación de elementos culturales que forman parte importante de la conformación de identidad de los migrantes y mexicoamericanos; estos elementos, que desde una perspectiva antropológica pueden considerarse como *Folk* ya que excluyen a cualquier otro individuo

que no pertenezca a esta realidad cultural, son de fácil acceso para los sujetos, los cuales los adquieren y hacen uso de ellos de una manera constante.

Con base en lo anterior, podemos encontrar producciones de películas dirigidas a población de origen mexicano en la frontera; cuyo tema principal es el “narco” o ver comerciales televisivos como el de un abogado angloamericano, que retoma los ideales del revolucionario Emiliano Zapata para ayudar a la población de origen mexicana que sufre injusticias por el sistema norteamericano, o incluso campañas de proselitismo político tratando de llamar la atención y cooptar el voto de los mexicoamericanos, sólo por mencionar algunos.

“Las películas mexicanas expuestas en Berino son de Cantinflas, Pedro Infante, hermanos Almada, algunos de los títulos de las películas que se venden son: Sangre de Cholo, El Señor de los Cielos I y II, Allá en el Rancho Chico, La fichera más rápida del oeste, El Charro más narco del ejido, No bailes de caballito, entre más.” (Minisuper Berino—El Paso.)

“Posteriormente me llevaron a un parque que tiene como fondo los grandes edificios del centro y a dar un paseo por las calles. Finalmente me dejaron en el Museo de Historia Natural, donde posteriormente me alcanzaría Armando, el hijo mayor de Evodio. Éste me despidió recomendándome que viera las películas ‘El Norte’ y ‘Mi familia’. Estas películas tratan sobre cómo vivimos acá los de origen mexicano, dijo.” (Unidad doméstica—Houston.)

“Observé en el canal local, 40 de Univisión, anuncios donde difundían elementos culturales hispanos con fines comerciales y políticos. Mencionaré tres casos. Transmiten el de un abogado angloamericano que dice su mensaje en español y ofrece sus servicios de defensoría legal para casos de injusticia sobre la población hispana; el comercial inicia cuando el abogado dice que su héroe es Emiliano Zapata, pero que como éste ya no está entonces él puede continuar algunos de los ideales del revolucionario mexicano. Otro comercial es en el cual una mujer anuncia el centro comercial La Fiesta donde se encuentran todo tipo de productos comestibles mexicanos, pero también de otras procedencias como italianos, españoles, chinos, etc. Al final del comercial aparece Inocencia, el personaje de la televisión mexicana del programa ‘La Criada bien Criada’ diciendo: ‘La Fiesta es un cachito de lo nuestro’; Por último mencionaré el spot propagandístico del candidato para gobernador de Texas, Tony Sánchez; en éste se dice que gracias al esfuerzo y a la constancia del candidato de

origen mexicano ha llegado hasta donde se encuentra. 'Tony Sánchez representa la promesa y el potencial del sueño americano', dice la propaganda.' (Houston.)

5.9 CONCLUSIONES ESTADOS UNIDOS

- ❑ La migración se ha constituido como una forma de vida que, para los individuos de regiones específicas, significa una mejora de condiciones tanto económicas como sociales y culturales. La migración está motivada por expectativas individuales, familiares y sociales que implican una forma de progreso y crecimiento, tanto para los propios migrantes como para su familia, e incluso para la comunidad de la que provienen.
- ❑ A pesar de la gran añoranza que los migrantes manifiestan y viven día con día en Estados Unidos, establecerse de forma definitiva en ese país es una opción que se presenta ante todo por las condiciones de vida a las que se han adaptado, pero también por los lazos afectivos y sociales que familiarmente se establecen al vivir y nacer en este país.
- ❑ Al residir temporal o permanentemente en EU los migrantes establecen un vínculo social y cultural que se ve permeado por su experiencia personal y familiar. La comparación que hacen a partir de su vivencia resulta en una visión holística que conjunta percepciones positivas y negativas del mismo fenómeno.
- ❑ Esta visión tiene como consecuencia una mayor valoración de la forma de vida del país en el que residen. En Estados Unidos dicha percepción comprende solamente a la vida pública, comprendiendo desde la vida laboral, servicios, hasta interacciones con instituciones sociales y gubernamentales, ya que en el marco de la vida privada operan otro tipo de valores y prácticas que se encuentran ausentes o se perciben distintas en ese contexto.
- ❑ Sin embargo, la vida pública de los migrantes en EU alcanza también fenómenos sociales como el racismo, la ilegalidad y la drogadicción con los cuales interactúan

a diario, sin que esto signifique la ruptura con las expectativas o patrones de conducta que han establecido en este país.

- La percepción hacia México se ve influida por las representaciones sociales que se han formado a través de las comparaciones que les permiten establecer la experiencia migratoria. De esa forma, precisan que las opciones laborales en México son escasas y poco redituables, pero este tipo de valoración no se reduce a condiciones económicas, también perciben al sistema político mexicano y las formas de vida cívica como corruptas y poco funcionales.
- Las redes sociales que se entretajan a ambos lados de la frontera cubren necesidades económicas y sociales de los migrantes. Estos recurren a familiares, amigos e incluso paisanos que proporcionan vínculos de apoyo e información, a través de los cuales establecen lazos en uno y otro lado de la frontera.
- Con base en la búsqueda de grupos de pertenencia e identidad, son principalmente los jóvenes los que interactúan con mayor intensidad en escenarios públicos. Por su parte las dinámicas familiares suelen estar enfocadas al trabajo y a la educación de los hijos, la cual cobra gran importancia entre la población migrante en este contexto.
- Las prácticas y costumbres se reproducen —y conservan— en el seno familiar y bajo el apoyo de las redes sociales en las que se encuentra inmerso el migrante. Sobre todo aquellas que se transmiten de forma cotidiana o que refieren a un grupo de pertenencia son las que muestran mayor relevancia.
- Debido a la experiencia cultural a la que se enfrentan, los individuos se ven forzados a adaptar y refuncionalizar prácticas y costumbres. Al no tener relevancia o carga simbólica significativa en este contexto ciertas prácticas se “olvidan”, al mismo tiempo que se adoptan nuevas costumbres, sobre todo por la influencia e importancia que estas representan para la socialización de los menores.

- La identidad de la población mexicana en los EU se conforma a través de una intensa interacción, ya que está en constante relación con sujetos que tienen un origen cultural diverso; principalmente angloamericanos y afroamericanos, e incluso frente a población de origen mexicana, nacida en los EU —mexicoamericanos—.
- ✓ En la conformación de la identidad interviene de manera directa el proceso de selección de elementos culturales significativos, entre los que se encuentran el fenotipo, como un elemento muy aprensible entre los actores sociales; la lengua es otro elemento importante, sobre todo en contextos, situaciones o interacciones personales; las dinámicas alimenticias, junto con la comida son importantes en la autoafirmación del grupo, e incluso, parte de lo que ofrecen a otros actores sociales como propio.
- ✓ Podemos afirmar que existe un diálogo intercultural, que ha posibilitado la convivencia entre los diferentes grupos; para los migrantes mexicanos ha sido posible vivir y trabajar con otros grupos, sean migrantes o no, partiendo de reconocer sus propias diferencias culturales. Pero el proceso de conformación de identidad no descansa solamente en la autoafirmación del grupo a partir de elementos culturales significativos, también hay una apropiación de elementos culturales de la sociedad donde se instalan, los refuncionalizan y los apropian a partir de su experiencia, no viven ajenos a la realidad donde viven y toman de los demás lo que consideran significativo para sí; lo apropian como suyo, tal es el caso de la música, la forma de vestir y el idioma inglés, principalmente. Son elementos que proyectan a los sujetos en un nivel socioeconómico y cultural.
- Lo que los migrantes traen cuando regresan temporalmente a sus comunidades de origen en México son principalmente electrodomésticos, electrónicos y ropa, esa es una característica constante del migrante de origen mexicano, sin importar la región de la cual sea originario. Lo que los migrantes traen a México, como parte de su capital económico y cultural, lo proyectan en términos simbólicos; como personas que ‘la están haciendo’ —que tienen éxito— en los EU. La proyección del crecimiento social y éxito económico se da en México y no en EU; eso es

entendible por la condición de ilegalidad, racismo y demás fenómenos que conlleva la vida en el vecino país del norte.

- Los patrones de asentamiento de la población de origen mexicano definen de manera clara las dinámicas de consumo y los establecimientos donde interactúan y consumen dichos sujetos. Debido a la presencia de población de origen mexicanoamericano en Texas, es visible ver una gran cantidad de comercios y establecimientos que tienen motivos y decoraciones que hacen referencia a “lo mexicano” desde una perspectiva folk, —como papel picado, pinturas que hacen referencia a la historia de México, etc.— Los principales consumidores de estos establecimientos suelen ser de origen mexicano —migrantes o chicanos—; pero no están apropiados solamente por estos, ya que también acuden afroamericanos y angloamericanos, en menor medida. Se observó que la interacción de grupos étnicos y culturales es intensa dentro de las dinámicas de consumo, al igual que en otros rubros.

- Los roles sociales que adquieren los migrantes en las dinámicas de consumo empata claramente con lo observado en México; por un lado en EU los varones son más participativos; acuden a los centros de consumo junto con sus esposas o familiares, y refieren que cuando van a México, en la mayoría de los casos las mujeres apropian de manera importante las dinámicas de consumo; el rol del hombre cambia radicalmente.

- Las dinámicas de consumo en la frontera están regidas por el constante ir y venir de los actores sociales, en este caso de El Paso a Ciudad Juárez y viceversa. Los sujetos tienen muy apropiado este cruce fronterizo sobre todo a la hora de hacer las compras; para ellos los puentes son muy importantes dentro de las dinámicas de consumo, ya que son el medio físico que enlaza, uno y otro lado de la frontera, y a través de él, se desplazan día a día los actores sociales: lo que no les gusta comprar aquí, lo compran allá.

- En la población de origen mexicana lo “tradicional” tiene un doble discurso que manejan los actores sociales sin percibir las diferencias que hacen al respecto; por un lado refieren que a la hora de comprar un producto, al estar elaborado en México tiene atributos diferentes, y desde su perspectiva incluso sabe diferente, aunque este sea un producto industrial, como las latas, los refrescos etc. La percepción de consumidores y proveedores se basa en el concepto *mexican food* como algo totalmente representativo y “tradicional” de México. Por otro lado también consideran “tradicional” a aquellos productos que no pueden encontrar en EU, —aunque discursivamente “allá hay de todo”—; nos referimos a productos que tienen un carácter casero y local, lo que hacen en el pueblo, la mamá o algún familiar; como son los quesos de rancho, las natas, las tortillas hechas a mano, por mencionar algunos. Este doble discurso sobre los “tradicional” se maneja indistintamente sin realizar algún tipo de diferenciación.

- La nostalgia, la tradición, la historia común —oficial— son elementos que proyectan y que tienen bien apropiados en el discurso tanto los migrantes de origen mexicano, como los actores sociales pertenecientes a otros grupos culturales. Es decir, este discurso se reproduce en todos los niveles de interacción de la vida de los migrantes, e incluso en las dinámicas de consumo y en los medios de comunicación.

- Por un lado, en el discurso se resaltan esos elementos folk, que se han reproducido en el discurso político y mediático desde hace tiempo; pero si observamos de manera más profunda la vida cotidiana del migrante, los verdaderos valores no se sustentan en la tradición y la historia oficial, sino en el trabajo, en la constante interacción y adaptación en un contexto hostil y cambiante para su persona y grupo social.

- El constante acecho de peligros y la búsqueda de oportunidades de progreso proyectan al migrante como un actor social que forja su carácter día a día, administrando riesgos —en los cuales tiene poder de decisión—, enfrentando

peligros —exteriores— y escaldando peldaños para afianzarse en un país que pareciera extraño y lejano, pero aun así siguen y seguirán en EU. La conformación de redes sociales bien afianzadas y las dinámicas que se producen en uno y otro lado de la frontera, han hecho del fenómeno migratorio una forma de vida.

6. CONCLUSIONES GENERALES

- Desde la mirada antropológica la migración ha sido un tema de estudio e investigación que se ha retomado desde diferentes perspectiva porque el fenómeno migratorio despierta inmediatamente el interés sobre la forma en que los migrantes re significan su identidad, la cual no refiere al aislamiento cultural, sino a la interacción entre una y otra cultura, así como a la selección de elementos propios que conservan y mantienen en uno y otro lado de la frontera. También refiere a la apropiación de elementos culturales significativos para los migrantes, en su proceso de adaptación en EU.
- El creciente fenómeno de la globalización obliga a pensar que la identidad de los migrantes mexicanos se articula, tanto a la realidad local —en sus comunidades de origen en México— y transnacional —a través de las relaciones que construyen los migrantes entre México y EU—.
- Tanto en el discurso como en la práctica, los migrantes demuestran que la adaptación inmediata a nuevas formas culturales —ante todo laborales— es uno de los pilares del fenómeno migratorio, ya que se enfrentan a nuevas condiciones de vida que incluso pueden resultar contradictorias con los sistemas culturales que conforman su forma de ser.
- El trabajo es la constante que distingue a los migrantes en EU, ya que es la primera dinámica en la que se involucran, si no es que la única y que ocupa gran parte de su tiempo y esfuerzo, ya sea que se apoyen o no en redes sociales para adentrarse a este tipo de dinámicas.
- Desde la perspectiva de la investigación de mercados cualitativa la migración es un tema de interés mucho más reciente (a comparación de la antropología) porque ahora

resulta mucho más evidente para este ramo que los migrantes conforman un grupo de consumo que, a partir de su experiencia migratoria, conforman un *target* de consumo con particularidades que para este negocio es necesario conocer para entender mejor sus necesidades y patrones de consumo.

- A partir de este trabajo resulta más claro que la forma en que la antropología apoya y alimenta a la investigación de mercados ocurre primero a partir de sus herramientas, ya que es a partir de la etnografía que este negocio puede acercarse a su consumidor de forma la forma más real y cercana posible, otorgándole al consumidor un rostro y una voz que antes podía pasar desapercibida o podía ser confundida por otro tipo de investigaciones (por ejemplo encuestas).
- Lo que es cierto es que la forma en que se aplican las herramientas antropológicas en este tipo de investigación no siguen un patrón ‘tradicional’ o ‘académico’ al que los antropólogos están habituados a llevar a cabo, ya que existe una re adaptación de las técnicas; las más evidentes y demandantes son las que tienen que ver con el tiempo, ya que en la investigación de mercados el tiempo real de aplicación y levantamiento de datos son mucho más acotados sin un margen de error o reconsideración.
- Esta situación, entre otros factores que pueden catalogarse como éticos, muchas veces genera dudas en los antropólogos que incursionan dentro de este tipo de investigación, ya que les exige un ‘acomodo’ de sus aprendizajes académicos tanto a nivel de aplicación como de la función y rol que la antropología puede jugar en el área de la investigación.
- Sin embargo, es necesario pensar que en realidad se trata de una forma relativamente nueva de aplicar la antropología, en donde existe una aplicación mucho más evidente y fáctica de sus herramientas y conocimientos, porque en la investigación de mercados cualitativa la investigación etnográfica y antropológica cumple una función real que ayuda a llevar a cabo la aplicación de estrategias de posicionamiento, desarrollo y comunicación de marcas y productos.

- Aunque muchas veces no resulta tan claro o evidente para un antropólogo, su quehacer dentro del ramo de los estudios cualitativos ha posibilitado que el consumidor común tenga un rostro, una voz y una opinión más real sobre las marcas y productos que consume en su vida cotidiana. Es por esto que este trabajo incluye transcripciones, la voz real del consumidor sobre diferentes aspectos y objetivos incluidos en esta investigación.
- De hecho, la antropología ha ayudado que dentro del fenómeno de consumo exista una posición más activa de las personas, ya que a través de sus aportes ha logrado que en el consumo dejé de existir una relación vertical (desde las empresas hacia el consumidor) para poco a poco lograr establecer una relación más horizontal y dialógica, ya que ahora el consumidor tiene una voz que surge desde sus patrones de consumo cotidianos y desde sus necesidades de origen reales.

7. BIBLIOGRAFÍA

ALONSO, Luis Enrique

2006 *“La Era del consumo”* Primera edición, Madrid, Siglo XXI Editores

APPADURAI, Arjun

1986 *“La vida social de las cosas: Perspectiva cultural de las mercancías”*, México, Grijalbo

DOUGLAS, Mary

1990 *“El mundo de los bienes: Hacia una antropología del consumo”*, México, Grijalbo

ESTEVA, Fabregat

2001 *“Enfoques para una antropología de la migración”*, Revista electrónica de Geografía y Ciencias Sociales, Universidad de Barcelona

GEERTZ, Clifford

1989 *“El antropólogo como autor”*, Barcelona, Paidós

GLICK SCHILLER, Nina, Linda BASCH y Christina BLANC-SZANTON

2005 *“Transnacionalismo: un nuevo marco analítico para comprender la migración”*, Revista de estudiantes de antropología social y geografía humana.

JAMESON, Frederic

1995 *“El posmodernismo o la lógica cultural del capitalismo avanzado”*, México, Paidós.

KEARNEY, Michael

1995 *“The Local and the Global: The Anthropology of Globalization and Transnationalism”*, en Annual Review of Anthropology

1999 *“Fronteras fragmentadas, fronteras reforzadas”*, en Fronteras fragmentadas, Gail Mummert (ed.), Zamora, El Colegio de Michoacán/ Centro de Investigación y Desarrollo del Estado de Michoacán.

MENESES, Guillermo

1995 *“Migra, coyotes, paisanos y muertitos: sobre la analiticidad y el sentido de ciertos factores /e la migración clandestina en la frontera norte”*. Revista El Bordo