

conocimiento. Esta crisis no sólo expresa una fractura del sistema financiero conectada al problema de sobreproducción, sino que representa una crisis del modelo civilizatorio que, más allá de mostrar diversos rostros truculentos, pone en predicamento la vida humana en distintos ámbitos del planeta y anuncia una fractura en el proceso de metabolismo social: humanidad-naturaleza.

No se trata de cargar con tintes apocalípticos el análisis de nuestra compleja realidad mundial, nacional y local, sino que la intención es advertir sobre la encrucijada epocal que nos plantea la crisis civilizatoria: o seguimos consecuentando primordialmente los intereses del capital, con toda su avalancha depredadora, o planteamos alternativas sociales para garantizar la reproducción de la vida.

## Cultura de la migración

La destrucción del aparato productivo local y regional transmuta en una nueva modalidad o especialidad productiva: la exportación de fuerza de trabajo. La principal fuente salarial no radica en el propio lugar de origen, sino allende las fronteras. La recurrencia y compulsión de la migración tiene efectos importantes en la subjetividad popular, que idealiza a su nueva fuente laboral como un destino manifiesto, una tradición del pueblo y toda una cultura popular. La migración se inculca en el sentido común popular, al punto en que se considera como un hecho natural. Esto encubre, inconscientemente, las causas profundas de la migración y ensalza las presuntas bondades de la migración.

En las localidades con antecedentes añejos de experiencia migratoria, la mayoría de los hogares y familias tienen, cuando menos, a un miembro en el extranjero. Esto es motivo de orgullo. Estas familias cuentan entre sus haberes artículos producidos en Estados Unidos que fueron traídos o enviados por los

migrantes como obsequios, tales como ropa, aparatos electrónicos y automóviles. A las mercaderías estadounidenses se les trata como un fetiche, pues se les concede una devoción o un afecto especial, incluso se le atribuyen mejores propiedades que a las producidas en el país. La denominación de origen, la marca y aún la etiqueta imprimen en el usuario o portador un estatus de cierto prestigio dentro de la comunidad. No obstante, estos artículos, en tanto bienes de uso, simplemente son bienes-salario, es decir, artículos indispensables para la subsistencia. Con la diferencia de que se emplean como si fueran bienes ostentosos, pues contribuyen a la presunción de los poseedores.

Los migrantes que envían remesas a sus familias contribuyen directamente a la formación de nueva fuerza de trabajo exportable. Primero, ante la evidencia de que en el lugar de origen hay pocas esperanzas de empleo, y segundo, porque existe el interés de reunificar a la familia, o a partes de ella. De este modo, los migrantes alientan a que tras de ellos vayan los hijos, la esposa y otros familiares. Tarde o temprano, las familias emigran de manera temporal o permanente.

Los migrantes incuban una fascinación entre los lugareños, que se deslumbran ante el aparente éxito de los migrantes que los visitan en periodos vacacionales o en las festividades del pueblo. Los inmigrantes se preocupan por desplegar una imagen de triunfadores que retornan a su pueblo transformados: si antes eran pobres y vestían con modestia, ahora derrochan dólares en comilonas, borracheras y convivios, y deslumbran con sus camionetas que consumen mucha gasolina y su ropa lustrosa. Esta cultura del derroche tiene precedentes en la cultura campesina y religiosa, que rememora los tiempos de bonanza, durante la cosecha, y los tiempos de austeridad que mantienen en ascuas a la familia. La cultura campesino-católica es poco ahorradora y previsoras y sí festivamente derrochadora, como cuando se echa la casa por la ventana para celebrar ritos religiosos como bautizos, confirmaciones, quince años, matrimonios y, en algunos casos, funerales. Durante la estancia de los migrantes en sus lugares de origen se consume

mucha carne, bebidas alcohólicas y música. Los inmigrantes ahorran durante todo el año para darse la gran vida en sus lugares de origen, para luego volver a empezar un nuevo ciclo laboral en Estados Unidos.

La imagen de éxito de los inmigrantes, como grandes y festivos consumidores, no como esforzados y disciplinados proletarios, ejerce un efecto psicótico entre los lugareños que no han emigrado: la emulación. Tarde o temprano, los coterráneos imitarán la travesía migratoria para alcanzar el llamado sueño americano, sin advertir que esa meta reclama grandes sacrificios personales y familiares, y que no siempre es una meta asequible.

El espejismo de la migración no sólo ha fascinado a los pobladores, sino también a los estudiosos del tema, autodenominados “migrólogos”, quienes creen que la migración es un fenómeno que se reproduce a sí mismo en virtud de la cultura de la migración, donde los miembros de la comunidad reproducen las pautas de sus predecesores y consideran el hecho de migrar como un rito de iniciación hacia la vida productiva y reproductiva.

Entre los migrantes se prohija una cultura híbrida que podemos denominar comunitario-consumista, que rememora sus orígenes nacionales, que pueden ser campesinos o proletarios, religiosos o comunitarios. Pero también se adoptan las pautas culturales de los lugares de acogida, como es la cultura capitalista anglosajona donde priva el consumismo, el individualismo, el orden policiaco y el sistema legalista. Mas no se asimilan directamente las nuevas pautas culturales anglosajonas, sino que los inmigrantes viven, trabajan, se organizan y conviven como inmigrantes. Pueden continuar profesando su antigua religión (por ejemplo católica) o pueden adoptar una nueva (por ejemplo protestante), pero también pueden asumirse como simpatizantes de un partido político estadounidense (por ejemplo Demócrata) pero sin ser aceptados ni representados del todo. En todo caso, la cultura de los inmigrantes es una cultura de supervivencia, donde la convivencialidad entre ellos les ofrece una red de relaciones interpersonales que se muestran útiles para sobrellevar el peso de las responsabilidades laborales,

y al mismo tiempo se introducen en el consumismo desbordante que caracteriza a la sociedad estadounidense, cuyo dios principal es el mercado y el dinero. La imagen que proyectan a sus familiares y paisanos es la segunda: la de individuos consumistas y felices.

La cultura de la migración también impacta en los lugares de origen. En primer término, por el tratamiento que les da el Estado y los medios de comunicación. Los migrantes son presentados como personas esforzadas y emprendedoras que han sabido triunfar en el extranjero. El Estado no se responsabiliza en ningún momento por las causas de la migración compulsiva, pero sí actúa oportunamente para congraciarse con los migrantes y sugerir que está de su lado. Un ejemplo de ello es el otorgamiento de la doble nacionalidad y la apertura al voto político en el extranjero para comicios presidenciales. Otro es el “programa 3×1”, que capta recursos de los migrantes organizados para financiar obra pública municipal. Sin embargo, el Estado no se ha comprometido en operar un cambio estructural que contenga la migración compulsiva y genere alternativas de vida y trabajo en los lugares de origen. El sistema político plantea que eso es responsabilidad de los migrantes. En última instancia, los migrantes infunden entre sus dependientes económicos actitudes consumistas que intentan reproducir en su lugar de origen expresiones de vida estadounidenses.