



RUTAS HACIA LA GLOBALIZACIÓN

Bueno, Carmen y Steffan Igor Ayora (Coords.)

Consumos globales: de México para el mundo

México, Universidad Iberoamericana y Universidad Autónoma de Yucatán, 2010, 249 p.

Cuando en México nos pensamos desde un entorno global, las características que se encuentran en una región determinada del país parecen poco relevantes y sin trascendencia, comparadas con otras que pertenecen a países llamados “desarrollados” y “progresistas”. Sin embargo, la misma situación de hablar desde un entorno global nos hace ver que las interconexiones que se establecen entre todos los países y regiones del orbe son tan similares, y tienen una relación tan estrecha, que es imposible creer en la idea de que todas las sociedades y culturas conocidas actualmente han conservado intactas sus tradiciones, costumbres, relaciones sociales y demás elementos que “les son propios”. En sí, es esto lo que la obra *El consumo en la era global: de México para el mundo* nos muestra.

En esta compilación de ensayos, dirigida por Carmen Bueno Castellanos y Steffan Igor Ayora Díaz, se presentan ocho trabajos que abordan distintas aristas de las dinámicas y procesos, entre lo local y lo global, que han tenido productos de consumo en y de México. Estos trabajos presentan distintos aspectos de una misma problemática o cuestión, que pueden ir desde lo social, político y económico, hasta lo cultural, histórico e incluso ecológico.

El libro está dividido en tres partes: en la primera, titulada “De nuestra tierra”, se analizan productos agrícolas que se producen en México; por un lado, se estudian los procesos que el cacao y el chocolate han tenido históricamente y su peso económico actual en el país, así como los procesos sociohistóricos y la influencia cultural de la tuna en la región europea del mediterráneo. Por otro lado, se estudian los procesos socioeconómicos en la historia agrícola de la región de Matamoros – municipio del estado de Tamaulipas, en México–, donde se observa de qué forma se han producido el algodón, el sorgo y las hortalizas.

En la segunda parte, titulada “De nuestras fábricas”, se observan tres procesos de manufactura, en México, que han tenido una trascendencia globalizadora, éstos son la ropa que se elabora en Chinconcuac, el tequila y el caso –comparativo– de dos fábricas de autopartes –una transnacional y otra mexicana. En estos trabajos se puede ver cómo todos estos productos se han expandido fuera de las fronteras mexicanas. En cuanto a la ropa y el tequila, ambos son muy representativos por la forma en que se desarrollaron las estrategias de mercado para ir más allá de las fronteras mexicanas.

En la tercera parte, titulada “De nuestra cultura”, se presentan dos ensayos que tratan cuestiones culturales muy importantes para el desarrollo de las identidades local-globales de la sociedad yucateca –localizada en el estado de Yucatán, que se encuentra en la península mexicana del mismo nombre. Los textos abordan los temas de la trova y la cocina yucatecas, y tratan de explicar de qué forma se gestó su globalización; en última instancia, los escritos muestran cómo es posible, y qué repercusiones tiene, exportar un producto cultural local.

Finalmente, otra aportación significativa de esta obra es el uso teórico y filosófico que

se hace para desarrollar los análisis en cada trabajo. Es importante resaltar esto, porque las investigaciones nos hacen ver de qué manera es posible utilizar, en los estudios de consumo, distintas teorías y pensamientos. De esta forma, podemos observar nombres como los de Emmanuel Wallerstein, Eric Wolf, Gilles Deleuze, Felix Guattari, Sydney Mintz, Scott Lash, John Urry, Manuel Castells, Pierre Bourdieu, Arjun Appadurai y Jacques Derrida. Todos ellos destacados por su importancia referencial en la crítica y en la vanguardia del pensamiento.

Francisco de Jesús Gómez Ontiveros