

## PRESENTACIÓN

### *Presentation*

Hernán SALAS QUINTANAL

*Universidad Nacional Autónoma de México*

✉ [hsalas@unam.mx](mailto:hsalas@unam.mx)

Iñigo GONZÁLEZ-FUENTE

*Universidad de Cantabria*

✉ [iñigo.gonzalez@unican.es](mailto:iñigo.gonzalez@unican.es)

En las sociedades latinoamericanas y en otras latitudes, como en la península ibérica, los espacios rurales se han vuelto multifuncionales. A diferencia del pasado, cuando lo rural se asimilaba fundamentalmente a una actividad primaria, productiva, extractiva, a la agricultura, y a una clase social, el campesinado, las ruralidades contemporáneas hoy en día son el soporte de diversas actividades, se han pluralizado, se han abierto al desarrollo comercial, a montajes de esparcimiento, a prácticas industriales y fabriles, a la propagación de talleres familiares domiciliarios con base en esquemas de maquila, a las migraciones de diversa índole, a la conservación de áreas naturales, al turismo y la ocupación del tiempo libre, a experiencias culturales; son fronteras alimentarias, base de las interacciones con las ciudades y espacios de contemplación ambiental, sin dejar de cumplir con prácticas productivas. Lo urbano ha sido rotulado en oposición con lo rural y, bajo esta idea, sometido a lo moderno, a la proliferación del comercio, de las viviendas, atestado de poblaciones multiculturales. Actualmente, las actividades socioeconómicas mencionadas, los comportamientos demográficos y económicos, no pertenecen exclusivamente a uno u otro espacio. Uno de estos fenómenos es el consumo.

Los territorios rurales, en algunas regiones debilitados en sus dimensiones productivas, dan lugar al desarrollo de los servicios y el comercio y se vuelven en sí mismos espacios de consumo, orientados al descanso, al entretenimiento, al turismo cultural, religioso, sexual o ecológico. De la misma manera, las poblaciones rurales se vuelven multifuncionales y complejas, alteran sus modos de ganarse la vida, incursionan de diversas maneras en los sistemas socio económicos, ejercen un uso diferenciado de sus recursos culturales, de sus saberes tradicionales, resignifican sus tradiciones, su identidad, su vida comunitaria, sus habilidades y preparación para el trabajo, adoptan costumbres venidas de las ciudades y resultados de la movilidad, sin dejar de reconocer un pasado productivo vinculado al acceso a la tierra que les ha dado un arraigo por generaciones.

En este volumen se explora, desde diversas ópticas disciplinarias, el consumo como una construcción social vinculada a los procesos rurales. Este es el punto de partida para comprender las transformaciones rurales en términos culturales, sociopolíticos, ambientales, económicos y generacionales, en tanto el consumo se puede entender como el acto de vender y comprar objetos, artefactos, mercancías, así como la apropiación de conceptos, ideas, emociones e imaginarios intangibles, como por ejemplo las de naturaleza cultural.

Las transformaciones rurales, el efecto de las políticas de desarrollo y económicas en las variaciones del consumo y el consumismo, ha sido analizado en múltiples publicaciones. También se ha estudiado cómo el aumento del consumo ha afectado los sistemas económicos, la mayor parte del tiempo favoreciéndolos.

En este número temático de la Revista Europea de Antropología queremos iniciar un debate, con base en información de primera mano y con el análisis de especialistas académicos, sobre una paradoja interesante. A pesar del deterioro del modo de vida rural y campesino, expresado en problemas laborales, productivos y alimentarios, la población rural participa activamente de los mercados de consumo más generalizados; y, al mismo tiempo, su consumo, incluso de los productos y bienes básicos, se ve fuertemente limitado. La cuestión que aquí se examina es si los cambios cualitativos y cuantitativos en el comportamiento de consumo ha transformado la vida rural o si las alteraciones del mundo rural afectan la manera en que se construye socialmente el consumo, la generación e introducción de necesidades que tradicionalmente no formaron parte de las familias, habitantes y espacios rurales y que hoy se satisfacen a través de los diversos mercados.

La compra en plazas comerciales urbanas de gran tamaño y variedad, la instalación de centros comerciales en zonas rurales, la compra y venta mediante la internet, el turismo comercial, recreacional, e incluso cultural, las transacciones por catálogos y las múltiples formas de pago, «ahorro» y de ayuda mutua para consumir, son pequeñas muestra que ponen en evidencia estos supuestos y la paradoja del consumo.

Este volumen de la Revista Europea de Antropología reúne resultados de investigaciones antropológicas recientes de académicos de diversos países e instituciones. El ejemplar inicia con la articulación entre consumo y vida cotidiana en una comunidad rural creada artificialmente y dispuesta para el consumo, análisis para el que se propone unir los conceptos de consumo con el de comunidad en el término *consumidad*, de autoría de Iñigo González-Fuente de la Universidad de Cantabria y Hernán Salas de la UNAM. Se presenta a continuación la contribución de Leticia Rivermar y María Eugenia D'aubeterre de la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, con los cambios transicionales del consumo como práctica de comunidades de la Sierra Norte de Puebla. Continúa este volumen con un análisis de la persistencia de cultivos de maíz donde la agricultura se ha debilitado y sus habitantes se han insertado en diversos mercados laborales articulados a través del consumo en regiones rurales del noroeste del estado de México, cuyas autoras son Estela Martínez de la UNAM y Janett Vallejo del Centro de Investigaciones y Estudios Superiores de Antropología Social. El siguiente trabajo, de la autoría de Lourdes Flores y Ricardo Macip de la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, analiza la producción de localidades rurales con base en el sistema de maquila y en el fenómeno del emprendedurismo. El siguiente apartado entrega un análisis sobre las modificaciones del fenómeno del consumo en la juventud que ha transitado desde un modo de vida tradicional rural al actual, marcado por el acceso a las ciudades, de Daniel Hernández Flores del Posgrado de la UNAM. El monográfico continúa con el estudio de las múltiples funciones que en la actualidad juegan las zonas rurales, a partir de la subjetividad de formas de consumo en la región patagónica del continente sudamericano, escrito por Juan Carlos Rodríguez Torrent de la Universidad de Valparaíso y Nicolás Gissi de la Universidad de Chile. Sigue el estudio de Ana Bella Pérez Castro, Julián Dzul y Abraham Colli de la UNAM sobre los modos de ganarse la vida en la comunidad de Oxkutzcab dedicada a actividades agrícolas en el centro del Estado de Yucatán. Posteriormente, el artículo de Luana do Carmo Araujo de Oliveira de la Universidad de Salamanca y Daya Gloor Velasco de la asociación brasileña Amanu trata sobre los saberes tradicionales que se negocian en el mercado local de una región rural del Mato Grosso de Brasil. Se presenta a continuación un estudio de las formas populares de financiación orientadas, en este caso, tanto a la adquisición de los bienes y servicios para satisfacer necesidades básicas, como también los mecanismos orientados al consumo, escrito por Raquel Miranda de la Universidad de Salamanca. En el artículo de Miguel González de la Universidad de León, se establece la relación entre los recursos endógenos y su uso e importancia en tiempos de crisis, rescatando los recursos culturales atesorados en la memoria.

El trabajo consecutivo trata sobre la construcción del discurso identitario en un ámbito rural a partir de la relación que se establece entre vecinos, veraneantes y retornados en una localidad de La Raya española, de autoría de Alejandro Báez de la Universidad de Salamanca. Cierra este ejemplar de la revista el trabajo de Miguel Nascimento de la Universidad de Salamanca con un análisis del espacio rural de acuerdo con las transformaciones sociales y del consumo en Portugal.

La riqueza de los datos etnográficos, bibliográficos y analíticos de los trabajos reunidos en este número de la revista permitirá a los interesados indagar en la transformación de los espacios rurales y, muy especialmente, en la manera particular en que las poblaciones rurales se han incorporado a los mercados de consumo.