



# Anales de Antropología

Volumen 39-II

2005



UNIVERSIDAD NACIONAL  
AUTÓNOMA DE MÉXICO



# *Anales de Antropología*

FUNDADOR JUAN COMAS

## CONSEJO EDITORIAL

*Lyle Campbell*, Universidad de Canterbury  
*Milka Castro*, Universidad de Chile  
*Mercedes Fernández-Martorell*, Universidad de Barcelona  
*Santiago Genovés*, Universidad Nacional Autónoma de México  
*David Grove*, Universidad de Illinois, Universidad de Florida  
*Jane Hill*, Universidad de Arizona  
*Kenneth Hirth*, Universidad Estatal de Pennsylvania  
*Alfredo López Austin*, Universidad Nacional Autónoma de México  
*Joyce Marcus*, Universidad de Michigan  
*Katarzyna Miłkulska*, Universidad de Varsovia  
*Kazuyazu Ochiai*, Universidad de Hitotsubashi  
*Claudine Sauvain-Dugerdil*, Universidad de Ginebra  
*Gian Franco De Stefano*, Universidad de Roma  
*Luis Vásquez*, CIESAS Occidente  
*Cosimo Zene*, Universidad de Londres

## EDITORES ASOCIADOS

*Yolanda Lastra*, Universidad Nacional Autónoma de México  
*Rodrigo Liendo*, Universidad Nacional Autónoma de México  
*Rafael Pérez-Taylor*, Universidad Nacional Autónoma de México  
*Carlos Serrano Sánchez*, Universidad Nacional Autónoma de México

## EDITOR

*Lorenzo Ochoa*, Universidad Nacional Autónoma de México

*Anales de Antropología*, Vol. 39-II, 2005, es editada por el Instituto de Investigaciones Antropológicas de la Universidad Nacional Autónoma de México.

Ciudad Universitaria, 04510, México, D.F. ISSN: 0185-1225. Certificado de licitud de título (en trámite), Certificado de licitud de contenido (en trámite), reserva al título de Derechos de Autor 04-2002-111910213800-102.

Se terminó de imprimir en octubre de 2006, en *Navegantes de la Comunicación Gráfica, S.A. de C.V.*, México, D.F. La edición consta de 500 ejemplares en papel cultural de 90g; responsable de la obra: Lorenzo Ochoa; la composición la hicieron Martha Elba González y Héliida De Sales en el IIA; en ella se emplearon tipos Tiasco y Futura de 8, 9, 11 y 12 puntos. La corrección de estilo en español estuvo a cargo de Adriana Incháustegui, la corrección de textos en inglés estuvo a cargo de Nicolás Mutchinick; la edición estuvo al cuidado de Ada Ligia Torres y Héliida De Sales.

Diseño de portada: Andrea Méndez. Realización: Martha González. Adquisición de ejemplares: librería del Instituto de Investigaciones Antropológicas, UNAM, Circuito Exterior s/n, Ciudad Universitaria, C.P. 04510, México, D.F., tel. 5622-9654, e-mail: [libroiaa@servidor.unam.mx](mailto:libroiaa@servidor.unam.mx)

## LOS “RANCHEADORES”: PORTEADORES DE MERCADERÍAS EN LA HUAXTECA

*Ana Bella Pérez Castro*

Instituto de Investigaciones Antropológicas, UNAM

*Resumen:* Por los caminos de la Huasteca y aun dentro de los mercados se desplazan los llamados “rancheadores” para ofrecer sus productos. Se dice que son “rancheadores” por el movimiento que realizan, el de desplazarse de un lugar a otro para ofrecer mercaderías. No obstante lo anterior, el concepto “ranchar” encubre diferencias sustantivas entre una diversidad de personas que recurren a tal actividad. ¿Qué tipos de “rancheadores” encontramos en la Huasteca y en qué difieren unos de otros? El análisis de los diferentes tipos de “rancheadores” nos lleva a resaltar la presencia de los intermediarios, “rancheadores” que compran y venden con el fin de conseguir una ganancia. ¿Qué tipo de condiciones se dan para favorecer la presencia y persistencia de este tipo de comerciantes? ¿Cuál es la razón para realizar tal actividad? ¿Son personajes del pasado que han logrado resignificar esta actividad como una opción de vida? Este tipo de intermediarios compran productos industrializados nacionales e internacionales para ofrecerlos a las sociedades rurales, por lo que cabe preguntarse: ¿el ranchar es una forma de conectar lo global con lo local? Y si es así, se puede también cuestionar: ¿lo que ofrecen lleva a la homogeneización cultural?

*Palabras clave:* Huasteca, tamemes, arrieros, “rancheadores”, intermediarios, rutas de comercio, cultura, reciprocidad.

*Abstract:* All along the roads of the Huasteca, and even inside the markets, the so-called “rancheadores” go by offering their products. They are known as “rancheadores” (“ranch-roamers peddler”) because they move along from one place to another, offering their merchandises. Nevertheless, the concept of “ranchar” (“ranch-peddler”) conceals some substantial differences existing among the diversity of individuals who perform this activity. Which sorts of “rancheadores” are found in the Huasteca and what are the differences among them? The analysis of the different types of “rancheadores” leads the observer to note the presence of intermediarios(intermediaries): “rancheadores” who buy and sell with the aim of obtaining a profit. Which conditions favor the presence and persistence of this type of merchants? Why do they perform this activity? Are they characters from the past who managed re-signifying this activity as a life-option? This kind of interme-

diaries buy both national and foreign industrialized products, which they offer to rural societies. This leads to the following question: Is “ranch-peddler” a way of connecting the global with the local? And, if this is so, we could also ask: Does what they offer lead to cultural homogenization?

*Keywords:* Huasteca, tamemes, muleteers, “rancheadores”, intermediaries, trade routes, culture, reciprocity.

## INTRODUCCIÓN

Todavía hasta los años noventa del siglo pasado, diversas investigaciones enmarcadas dentro del ámbito de la Antropología Económica daban cuenta de un tipo de comerciante que se surtía de mercaderías en las ciudades para después llevarlas a ofrecer a los pequeños poblados. De tal forma, Sydney W. Mintz (1970), al realizar su trabajo en Haití, se refirió a ellos como intermediarios, resaltando por un lado la profunda competencia en que se veían envueltos y el intenso trabajo que realizaban para ganarse la vida. Como vendedores ambulantes integrantes del sector informal de la economía, caracterizó Florence Babb (1985) a trabajadores similares en el Perú y Hollier Graham (1985) denominó de la misma forma a los que encontró en Camerún. Vendedores itinerantes denominó Stuart Plattner (1991: 262-263) a los comerciantes de larga distancia que trabajaban en el área norte y al este de la ciudad de San Cristóbal de Las Casas en Chiapas; mercaderes que compraban telas en esa ciudad para llevarlas a las comunidades y aprovechaban el recorrido para comprar cerdos y productos agrícolas que revendían a su vuelta. Plattner (*op. cit.*: 263) también los llamó comerciantes subalternos.<sup>1</sup>

La diversidad de nombres que se les ha dado responde a lo que bien pueden ser algunas de sus características: trabajadores que ofrecen mercaderías en el lugar donde habitan los consumidores; pero lo que se antoja una simple relación comercial, llevar mercancías para obtener dinero u otros productos, encubre una mayor complejidad social de la cual Sydney Mintz dio cuenta en los años ochenta. En efecto, para este autor, existen diversos tipos de intermediarios,<sup>2</sup> y destaca que entre los que se desplazan de un lugar a otro hay:

<sup>1</sup> Frank Cancian (1991: 228) considera que los productores de mercancías subalternas son aquellas personas que comúnmente producen artículos para su venta o viven del comercio en mercados locales, invierten poco capital y contratan, si es que lo hacen, escasa mano de obra.

<sup>2</sup> Cabe destacar que, de acuerdo con Mintz (*op. cit.*: 26), hay tres categorías de revendedores, “... los de la ciudad, viven en la capital o villas y conservan puestos permanentes en las plazas

... dos categorías de revendedores itinerantes que pueden residir en la ciudad o en el campo, que tratan cantidades al por mayor y compran en el campo para vender en la ciudad o viceversa, o ambas cosas. Esos revendedores integran lo que es quizá la categoría más significativa de intermediario en lo que se refiere al mercado como mecanismo de articulación social. En la escala de sus operaciones y en el importe de capital que posee, tales intermediarios pueden ser tan importantes como perrunos tenderos, y en algunos casos llegarán a superarlos. Pero su posición social es casi inferior a la pequeña burguesía. Como muchos de esos intermediarios viven en áreas rurales, proceden de familias campesinas o están íntimamente relacionadas con el campo, sus intereses pueden confluír en cierta proporción con el campesinado. Sin embargo, la naturaleza de sus operaciones podría precisamente enfrentarlos al campesino. Es decir que pueden ser campesinos por su cultura mientras que sus operaciones económicas van a ponerlos del lado de la burguesía urbana (Mintz, 1982: 26).

En la actualidad, si bien ya no abundan los trabajos antropológicos sobre el particular, no por ello puede pensarse que tales intermediarios hayan desaparecido. Al contrario, están presentes en la Huasteca y no dudo que en otras partes;<sup>3</sup> se siguen desplazando a los pequeños poblados, unas veces caminando y otras más en transportes diversos aprovechando la cada vez mayor red de caminos asfaltados y las brechas.

Conocidos en la Huasteca como “rancheadores”, se trasladan cargados con diversas mercaderías para llevarlas a los poblados. Así les dicen y asimismo se autonomban porque van a los ranchos, por las casas de un pueblo o al mismo mercado para ofrecer los productos que compran en los grandes centros de distribución, como son la ciudades de México, Tampico y Poza Rica.

Los “rancheadores” del presente no son figuras del anterior ajenos al actual proceso de globalización y, si bien todavía en el siglo pasado funcionaban como articuladores de economías regionales con locales; a lo largo de lo que va de este nuevo milenio, conectan en forma eficaz la sociedad global con los pequeños poblados. De esta forma, este sector de intermediarios comerciales se vincula con el capitalismo como distribuidores de productos industrializados baratos y de baja calidad, denominados por Sandra Alarcón González (2002: 6)

---

de mercado, comprando subproductos al por mayor y vendiéndolos al por menor a los consumidores locales de todas clases. Esos minoristas forman un grupo político poderosos con intereses que divergen tanto de sus clientes como de sus proveedores”. En este trabajo, esta categoría no se toca porque mi interés se centra en aquellos que se desplazan.

<sup>3</sup> Vendedores errantes les dicen en Oaxaca porque recorren a pie toda la región de Tuxtepec para ofrecer sus mercaderías compradas en la ciudad de Oaxaca (información personal de Luz María Bravo).

“chatarra industrial de consumo global”, concepto que encierra la variedad de relojes, lentes, juguetes de pilas y electrónicos, velas, pulseras, flores y diversos artículos de plástico que se fabrican en China, Corea y Taiwan. Productos que generalmente llegan primero a los Estados Unidos de Norteamérica y que pasan por toneladas las fronteras del país, a través de distintos mecanismos, por vías legales e ilegales, por toda una cadena distributiva que requiere para su funcionamiento de los grandes y pequeños distribuidores, de los grandes y pequeños comerciantes, de los grupos establecidos e informales, de los “rancheadores” intermediarios.

En este sentido cabe preguntarse: ¿cómo se explica su presencia en la sociedad moderna? ¿Qué tipo de condiciones sociales favorecen en la actualidad la presencia y persistencia de este tipo de comerciantes? ¿Son personajes de un pasado remoto que han logrado resignificar esta actividad como una opción de vida? ¿Lo que ofrecen conlleva a provocar la homogeneización cultural?

A esta serie de preguntas podemos añadir una más, ¿todos los que ranchean son intermediarios? Con la intención de ofrecer posibles respuestas, en este trabajo intentaré:

- a) Proporcionar información sobre las condiciones sociales y económicas de la Huasteca que hacen posible la presencia de diferentes tipos de “rancheadores”;
- b) describir en particular a los intermediarios; su forma de vida y las estrategias que emplean para hacerse de un capital;
- c) dar cuenta de su importancia dentro de la cultura huasteca;
- d) ponderar el papel que realizan como articuladores del mercado global con las economías locales y los efectos que tal relación puede tener sobre las prácticas culturales de las comunidades huastecas.

Los pueblos de la Huasteca resienten los efectos de la crisis agrícola y la falta de empleos, por lo que es posible suponer que aquellos que carecen de dinero para emigrar o emprender algún negocio recurren al trabajo de ranchar para poder hacerse poco a poco de un capital. De la misma manera podríamos suponer que al convertirse en un eslabón de distribuidores “hormiga de la chatarra industrial”<sup>4</sup> que se produce para el mundo global, estos “rancheadores”, lejos de desaparecer, crezcan y se reproduzcan a través de una serie de estrategias para afianzar su posición en el moderno sistema capitalista global.

<sup>4</sup> Término que utiliza Sandra Alarcón González en su tesis de maestría *El tianguis global. La inserción de los comerciantes callejeros en las cadenas globalizadas de venta*. Excelente trabajo del cual retomo algunas ideas que me permiten ubicar a los “rancheadores” como parte de dicha cadena.

Asimismo, es posible plantear que si a lo largo de la historia diversos tipos de comerciantes han llevado productos de un lugar a otro en la Huasteca, sin que la cultura de cada pueblo se hubiese transformado drásticamente, entonces es de suponer que hoy en día los productos industrializados procedentes de Oriente y de los Estados Unidos de Norteamérica ofrecidos por los “rancheadores” intermediarios tiendan a ser integrados a su lógica cultural, sin que su uso provoque la homogeneización cultural.

#### VIANDANTES Y MERCADERÍAS POR LOS CAMINOS DE LA HISTORIA

Por los caminos de la Huasteca se desplaza una diversidad de “rancheadores” que, como su nombre lo indica, van rancheando para ofrecer diferentes mercaderías. Se mueven de un lugar a otro llevando su preciada carga para venderla o intercambiarla por otros productos. Andarines modernos que nos recuerdan a los tamemes de la época prehispánica y todavía de la Colonia, que con frecuencia se debieron haber internado por regiones desconocidas e inhóspitas para llevar mercancías. Lo hacían caminando, en viajes que probablemente duraban años y que, al decir de Lorenzo Ochoa y Edith Ortiz (2001: 342), “...no dudamos en preguntarnos si hace unos tres o cuatro mil años, quien hacía uno de aquellos viajes volvía a repetirlo en corto tiempo, o si quizás jamás lo efectuaba más de una sola vez”. Tamemes que, de acuerdo con Ochoa y Pérez Zevallos, seguían una ordenada red de caminos conectando comercialmente diversos poblados y ciudades. De la provincia de Tuxpan seguían la ruta que pasaba por el valle de Tulancingo; conectaban Temapache con el antiguo Tepetzintla, con Chicontepec e Ilatlán. De Tepetzintla alcanzaban Huejutla a través de Tantoyuca; para llegar a la cuenca de México se iban por Zacualtipan-Metzitlán-Atotonilco; de Tianguistengo pasaban por Huayacocotla y de ahí bajaban a Tulancingo; de Huayacocotla, pasando por peligrosos despeñaderos, llegaban a Atotonilco a través de una serie de pasos naturales sin tocar Metzitlán, cruzando por San Nicolás Atecoxico. De Huayacocotla a Ilatlán<sup>5</sup> se continuaba a Chicontepec y de ahí se llegaba al antiguo Tepetzintla, luego a Temapache para bajar directamente a Tamiahua por las suaves llanuras de la planicie costera.

<sup>5</sup> “En 1646 el Obispo Palafox, bajó por una ruta llena de peligrosos despeñaderos de Huayacocotla a Ilatlán, desde donde continuó a Chicontepec, para bajar a Temapache por Tamiahua al reconocer él mismo que había equivocado el camino. En efecto, Palafox debió haber pasado de Chicontepec al antiguo Tepetzintla para llegar a Temapache y bajar directamente a Tamiahua por las suaves llanuras de la planicie costera” (Ochoa y Pérez Zevallos, s/f: 6).

Para ambos autores:

... Metztlán se podía alcanzar desde Tamazunchale por la ruta de los conventos agustinos de la Sierra Alta tocando Tlanchinol-Molango-Xochicoatlán-Zacualtipán-Metztlán, aparentemente seguía la derrota prehispánica, según hemos detectado en nuestros reconocimientos por esta zona.

... Más al norte de la costa tenemos las comunicaciones que salían desde Tamiahua, aprovechando las corrientes que atraviesan las llanuras. Una de ellas, aparentemente, pudo haber sido la del río Tancochín que, si bien hoy día no es una corriente de gran caudal, su desembocadura en la Laguna de Tamiahua para comunicar los enclaves de pescadores con los sitios de tierradentro pudo ser de primer orden, si pasaba por Zacamiztle-Tepetzintla (Ochoa y Pérez Zevallos, s/f: 6).

A Pánuco y al sur de Tamaulipas accedían por Huejutla-Tempoal, siguiendo el camino que salía de México-Tenochtitlan por el norte de la cuenca y contaminada hacia Atotonilco-Metztlán<sup>6</sup> (Ochoa y Pérez Zevallos, 2002). Ires y venires comerciales a través de los cuales los tamemes enlazaron a la vasta provincia prehispánica con las ciudades (figura 1).

Su papel e importancia como conductores de productos fueron tales que no desaparecieron con la llegada de los españoles (Ochoa, 1992), más aún:

... Una buena parte de la época colonial, a falta de otros medios de transporte, fueron los encargados de articular la “vasta provincia” con las ciudades y los centros mineros que se fueron fundando. La idea de sustituir a los tamemes por otros medios se exhibía a mediados del siglo XVI, como lo dice Gaspar Xuárez de Ávila, que se quejaba de no haberse modificado la “mala costumbre” de utilizarlos. Tal vez por esta razón, este visitador recomendaba ampliamente el uso de otro tipo de transporte, como eran las canoas en el caso de Pánuco (Ochoa y Zevallos, s/f: 6).

Los tamemes vivían estrictamente del comercio, no producían lo que comerciaban y tenían que dedicarse al intermediarismo para pagar la alcabala.<sup>7</sup> Andantes indígenas a quienes todavía en el siglo XVI se les veía realizar distancias cortas con grandes cargas. A partir de la segunda mitad del siglo XVI, y con la introducción del ganado mular, las distancias largas fueron cubiertas con una nueva figura: los arrieros. Españoles e indígenas participaron en el desempeño

<sup>6</sup> Dejando a un lado en el trazo de la carretera actual Zacualtipán-Xochicoatlán-Molango-Tlanchinol-Huejutla-Tempoal-Pánuco (Ochoa y Pérez Zevallos, *op. cit.*).

<sup>7</sup> Tributo que se debía pagar por la adjudicación de la tierra; también el vendedor pagaba alcabala al fisco cuando se hacía un contrato de compra-venta. Contribuciones que recaían sobre el comercio.

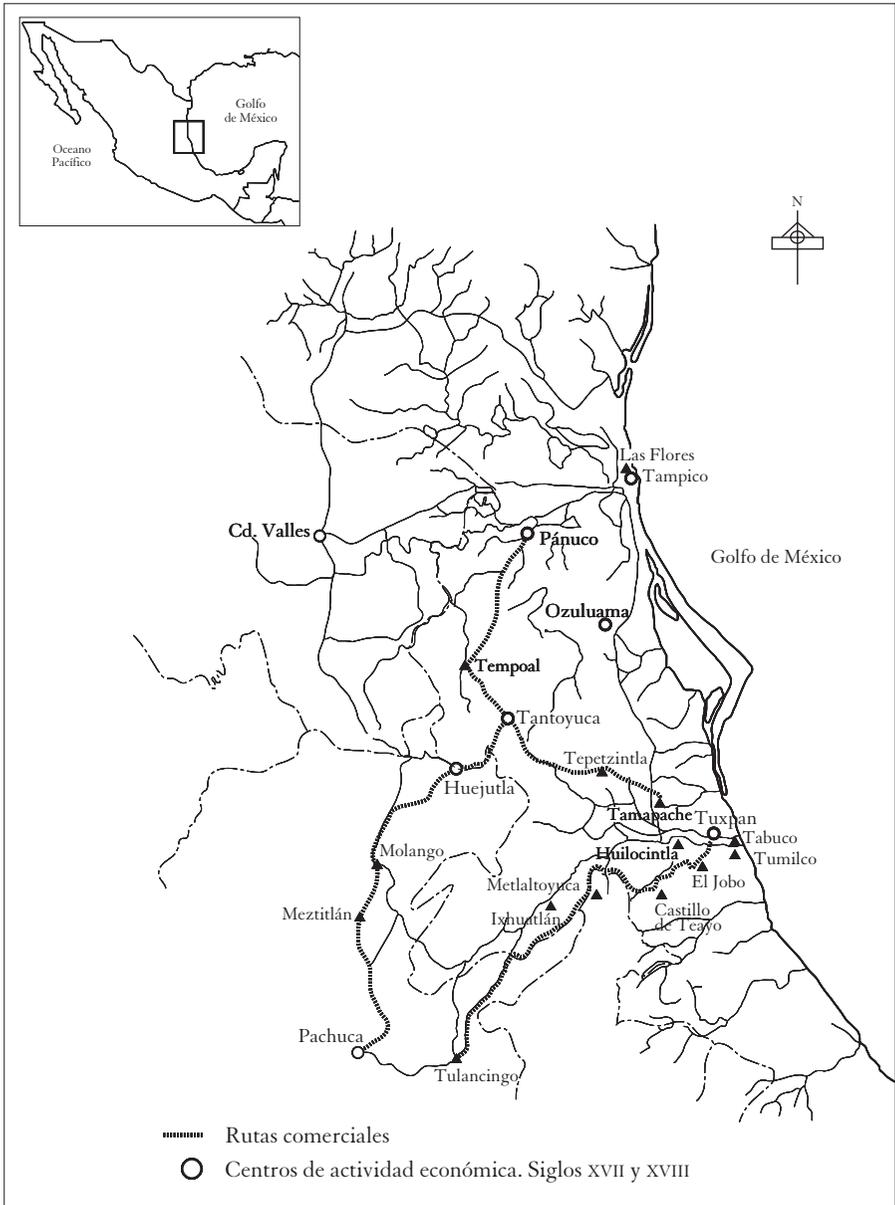


Figura 1. Mapa 1.

de este oficio, convirtiéndose en los articuladores del naciente sistema colonial. No es incoherente, por lo tanto, plantear que la arriería compensó el déficit de tamemes provocado por las grandes bajas de población indígena (Ochoa y Pérez Zevallos, s/f: 6-7).

De la misma forma, la actividad comercial poco a poco fue invadida por mercachifles y trajineros que para los siglos XVII y XVIII circulaban por la Huasteca llevando a los pequeños poblados los terciopelos, la holandilla, la seda floja y torcida procedentes de China; las medias de seda, los zapatos de Cordobán, los sombreros, los jamones, las botijas de vino que se traían de España. La cera amarilla y la miel de Campeche, los sombreros y las botas de baqueta procedentes de Puebla y México; productos que se introducían por Tampico, o llegaban de México y Puebla hasta los centros de actividad comercial como Huejutla, Pánuco, Tantoyuca, Valles, Ozuluama y Tampico (Ochoa y Pérez Zevallos, 2002).

Dedicarse al intermediarismo de mercancías pudo ser consecuencia de múltiples factores, pero todo lleva a suponer que fue una opción de vida para poder cumplir con los excesivos tributos, alcabalas y exigencias de los encomenderos. Dicha actividad, sin embargo, generó una multiplicidad de estrategias enfocadas a lograr un capital, como lo muestra Antonio Escobar al señalar que para 1787 numerosos indios se dedicaban a este tipo de actividad, lo que puede o no sorprender. Menos aún extrañaría que en ese año el administrador de alcabalas de Tampico mencionara que los otomíes de Huayacocotla “traficaban no sólo con lo que podían acopiar entre ellos, sino también con las que labran los indios de otros pueblos vecinos, a donde hacen sus viajes para rescatarlas, y utilizar lo que pueden en su venta, la cual hacen en Tulancingo y México, y algunas veces en Puebla” (Escobar, 2000: 103). Antonio Escobar también destaca que los arrieros, mestizos e indígenas eran utilizados por los clérigos y las autoridades civiles como cargadores. Más adelante señala que tanto comerciantes como arrieros se veían involucrados en actos de contrabando, al introducir mayor cantidad de productos sin pagar las alcabalas (*op. cit.*: 105).

La arriería tuvo gran desarrollo y, de acuerdo con el exhaustivo trabajo de archivo realizado por María de la Luz Pérez Meléndez (s/f: 1), para el siglo XVIII “... (fue) el primer gremio de importancia en México, su número era muy grande y mucho mayor que el de los plateros, carpinteros, herreros y otros artesanos”. La cultura de los arrieros se forjó en los caminos, según señala la misma autora, como resultado de realizar un trabajo en el que frecuentemente se enfrentaban con asaltantes, el clima y el paisaje. Eventos cotidianos que llevaron al despliegue del imaginario mulero, propiciaron la aparición de amuletos, como fue el caso de Matías José, quien portaba un hueso de venado

“Para que sus mulas no se le huyeran del lugar donde las dejaba por ser sabanero de recua”. O de rituales, como fue el caso de Luis Jiménez, un español vecino de la región veracruzana que en compañía de los cargadores de dicha recua, Juan José Hernández y Antonio Manuel Carrillo, tenía por costumbre:

... hacer los rosarios debajo de las corazas de las sillas y andar continuamente llamando a los demonios, con especialidad cuando cargaban y descargaban y más si se veían en algún conflicto, que entonces decía aquí de los cuatro mejores demonios y en nombre de la que adoro (Pérez Meléndez, *op. cit.*: 8).

La acción de los arrieros, con todas sus creencias y prácticas, permitió, a lo largo de más de tres siglos, establecer los vínculos entre la economía de las comunidades campesinas y la economía regional (Velázquez Hernández, 1995: 64).

#### CUANDO LA NECESIDAD OBLIGA, EL COMERCIO ES LA ALTERNATIVA

Asentados en una diversidad climatológica y geográfica, los teenek, nahuas, otomíes, tepehuas y pames conforman un verdadero mosaico cultural dentro de lo que se ha llamado La Huasteca.<sup>8</sup> Grupos que basan su alimentación en el maíz y el frijol, complementando su dieta con chile, calabaza y hortalizas, que además cultivan café, naranja y, en ciertos casos, se dedican a la ganadería en pequeña escala.

No obstante, ante lo que se antoja una riqueza natural y cultural, en las tierras asiento de estos grupos invade la pobreza. Una historia de despojo y explotación enmarca la vida de los pueblos conquistados después del siglo XVI, una no menos violenta se construye con la explotación ganadera y el auge petrolero que se inicia a principios del siglo XX para continuar con los fracasos económicos y la agudización de la pobreza en lo que se define como un estado moderno.<sup>9</sup>

<sup>8</sup> En la actualidad comprende porciones de cinco estados de la República Mexicana: San Luis Potosí, Tamaulipas, Veracruz, Hidalgo, Puebla y Querétaro.

<sup>9</sup> En noviembre de 2005 se llevó a efecto el foro “Análisis y perspectivas de la política para los jornaleros agrícolas” en la Universidad de Chapingo. Acto en el cual Jesús Morey Sánchez, director de sociología rural de la institución organizadora, informó que al menos 15 millones de jóvenes de la próxima generación de campesinos no tendrán acceso a la tierra debido a la grave crisis que enfrenta el sector y “serán desafortunadamente una masa de trabajadores condenada a la migración y, en el mejor de los casos, al jornalero temporal” (nota periodística de Javier Salinas Cesáreo, *La Jornada*, 2005).

Aunque la raíz de la pobreza se reconoce como resultado de las relaciones sociales propias del sistema capitalista, también el cambio climático global, la deforestación causada por la práctica de la ganadería extensiva y la contaminación de los mantos freáticos<sup>10</sup> han acentuado las heladas, sequías e inundaciones que aniquilan las cosechas y crean un precario equilibrio de sobrevivencia.

Los habitantes de la Huasteca van dejando de sembrar maíz; unas veces porque no tienen más tierras para hacer sus siembras (milpas), otras, como es el caso de algunos campesinos de Benito Juárez, de Colatlán (Veracruz), de Tzapujá, de Tanquián (en San Luis Potosí) y de Coxcatlán, porque señalan que el “clima ya no es igual”, falta o hay exceso de lluvia, porque hay fuertes vientos que dañan y tumban las milpas. Dicen que “todos son pobres porque siembran maíz y luego no llueve y no tienen para comer ni nada más”, “... porque no tienen estudios, ni conocimientos para hacer que la tierra produzca más”. En otros casos aseguran que la tierra está cansada y “... ya nada más sale la cosecha muy chiquita”. Por su parte, en Tepetzintla, Veracruz, la dieta de los campesinos de antes era el maíz, el frijol, las carnes silvestres como el jabalí, el venado, la chachalaca y los mapaches. Desde que se hizo la carretera, nos dicen, la dieta varió. Antes se sembraba el maíz con espeque (bastón plantador) y era en grandes cantidades. Ahora sólo los pequeños ganaderos siembran maíz y frijol para autoconsumo. Con nostalgia, en Santa María Ixcatepec, Veracruz, recuerdan “cuando los abuelos vivían había maíz, ahora ya no se da”.

No es de extrañar, pues, que al igual que en otros lugares de México, y como resultado de más de tres sexenios de políticas erráticas dirigidas a la actividad agrícola,<sup>11</sup> empezaran a emigrar indígenas campesinos empobrecidos y jornaleros sin tierra; tampoco puedo dejar de lado a otros sectores que por diversas

<sup>10</sup> Debidos en parte a esta práctica y a la explotación petrolera.

<sup>11</sup> Los presidentes de los sexenios posteriores a José López Portillo se dedicaron a desmantelar los apoyos gubernamentales al campo. Se buscaba modernizar al país, de tal forma que cuando México entró al Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN), en 1994, lo hizo como un comprador de alimentos básicos, vendedor de mano de obra barata y proveedor marginal de productos tropicales. Como parte de la política de Carlos Salinas de Gortari se dieron las reformas al artículo 27 constitucional, se canceló el reparto agrario y el derecho de los pueblos a la tierra. El maíz, otrora protegido por la política agraria (precios de garantía, mercados controlados, protección de fronteras y los servicios oficiales de comercialización, como la CONASUPO), ingresó también al TLCAN. De tal forma que, como señala Armando Bartra, en menos de una década las exportaciones mexicanas a Estados Unidos de Norteamérica pasaron de un muy alto 70% del total exportado a un abrumador 90%, lo que nos ata por completo a los avatares de la economía estadounidense. En el caso de la agricultura, lo más notable fue el impetuoso crecimiento de las importaciones, particularmente de granos.

causas también desean buscar otro modo de vida, como es el caso de pequeños productores y ejidatarios.<sup>12</sup>

El éxodo pronto se vio reflejado en los datos censales y para 1995, de acuerdo con la información de indicadores socioeconómicos de los pueblos indígenas en México (Serrano, Embriz y Hernández, 2002), en promedio, 1% de la población de los municipios de las Huastecas Veracruzana, Potosina e Hidalguense vivía en otro lugar.

De tal forma, la migración, la falta de apoyo al campo, los cambios climáticos y la sobre explotación del suelo son factores que inciden para que la población que vive en la Huasteca busque opciones de trabajo. Por ello, para la población afectada, el comercio se convierte en una alternativa de vida y es frecuente encontrar a mujeres y niños que pululan por los mercados ofreciendo los sabores de sus cocinas o los animales que crían en sus ranchos. De esta manera, la pequeña Juana cría los animales de su madre que está enferma, y va sola al mercado a vender un gallo y una gallina para poder comprarle las medicinas. En Tepetzintla, la vendedora de ramos de palma recuerda que apenas un año atrás se inició en este negocio debido a una “situación de gran necesidad”, pues “tiene muchos hijos y su esposo es campesino y no gana lo suficiente”, por ello decidió que aprendería a hacerlos. Del mismo modo, la vendedora de quesos de La Guásima evoca cuando comenzó a prepararlos. Su madrina le enseñó y cuando se casó se dedicó a la casa y dejó de hacer quesos; “pero luego se quedó sola con cinco hijos y tuvo que empezar a trabajar de nuevo”, y fue haciendo los quesos con lo que sacó adelante a sus hijos.

Los casos se repiten, el abandono en el que se encuentran las mujeres a raíz de la migración de “los hombres de la casa” las obliga a incursionar por el mundo del comercio para sacar a sus hijos adelante. Pero no todos los

---

Mientras en 1987 y 1993 llegaron a 52 millones de toneladas, entre 1994 y 1999 ascendieron a 90 millones, un incremento de casi 40%. Las importaciones de maíz pasaron de 17 a 30 millones de toneladas en ese lapso, con un incremento cercano a 70%. Al terminar el siglo, de acuerdo con Bartra, dependíamos de Estados Unidos de Norteamérica 60% del arroz, la mitad del trigo, 43% del sorgo, 25% del maíz y casi toda la soya (Bartra, 2003: 224-225).

<sup>12</sup> La emigración empezó a cobrar importancia en las tierras huastecas cuando hace quince años en San Luis Potosí e Hidalgo se impulsaron las contrataciones para el corte de tomate y chile. Cuentan que se promovían por medio de las radiofusoras locales y se mandaban camiones por la gente para ir a trabajar a los campos agrícolas de Sinaloa. Otro aspecto que influyó también en el movimiento migratorio fue el declive petrolero, que a finales de la década de los años ochenta fue eliminando la contratación de trabajadores transitorios en los estados de Veracruz y Tamaulipas. Ante este panorama, los jóvenes empezaron a dirigir sus pasos a las poblaciones fronterizas donde se instalaron las maquiladoras.

hombres emigran. Algunos de ellos, indígenas y mestizos campesinos, afectados por la falta de lluvias, por la falta de tierras o por carecer de empleo, también buscan en el comercio una forma de vida. No obstante lo anterior, su acercamiento a la actividad comercial no es fácil. Carecen de capital para invertir y, por tanto, recurren al crédito, piden mercancía fiada a los vendedores establecidos o buscan la forma de lograr las ventas al “realizo”.<sup>13</sup> Los mercados y los ranchos se vuelven su centro de operaciones. En el primer caso buscan acomodo tanto en los mercados grandes de tradición prehispánica, el de Huejutla en Hidalgo; el de Tantoyuca, Ilamatlán, Tzontecomatlán y Chicontepec en Veracruz, y el de Tancanhuits y Aquismón en San Luis Potosí; pero también acuden a los mercados medianos y pequeños,<sup>14</sup> como son los de Naranjos, Citlaltépetl, Tancoco, Tlacolula, Ixcacoatitla, Tepetzintla y Chontla en la Huasteca veracruzana; San Felipe, Huautla, Canalli, Atlapexco, Tlanchinol, Tamazunchale, Platón Sánchez, Las Piedras, Ixtlahuaco, Coyula, Santa Cruz, Tlalchihualica, Mecuxtepetle, Xaltocán, Papatlatla, Atlapexco, Coacuilco, Tehuatlán, Arenal y Huetzitzilingo en Hidalgo; y Tancanhuitz, San Martín, Xilitla, Chapulhuacan, Coxcatlán, Tampacan, Tanquian y Matlapa en San Luis Potosí (figura 2).

En el segundo caso, el ranchar es una opción de vida para los campesinos que carecen o tienen muy poca tierra, como también lo es para aquellos que mantienen la tradición, porque sus padres y abuelos se dedicaron al comercio. Uno y otros deciden colocar las mercancías en los ranchos y pequeños poblados. Mientras algunos lo hacen a sabiendas de que implica un mayor trabajo, pero se obtienen mayores ganancias que en los puestos del mercado, otros son contratados por un vendedor establecido para lograr una mayor distribución de sus productos. Unos más combinan el rancheo con la venta en los mercados.

<sup>13</sup> La mercancía no se paga hasta que se realice la venta.

<sup>14</sup> Tomamos la caracterización de “mercados medianos” y “mercados pequeños” que propone Jack Longmate, en su trabajo “El sistema de mercados en Tepeaca”. Para este autor, los “mercados grandes” son aquellos que tienen más de 1 000 puestos, en los “mercados medios” hay de 200 a 600 puestos y el “mercado pequeño” se refiere a los que tienen entre diez y 15 puestos.

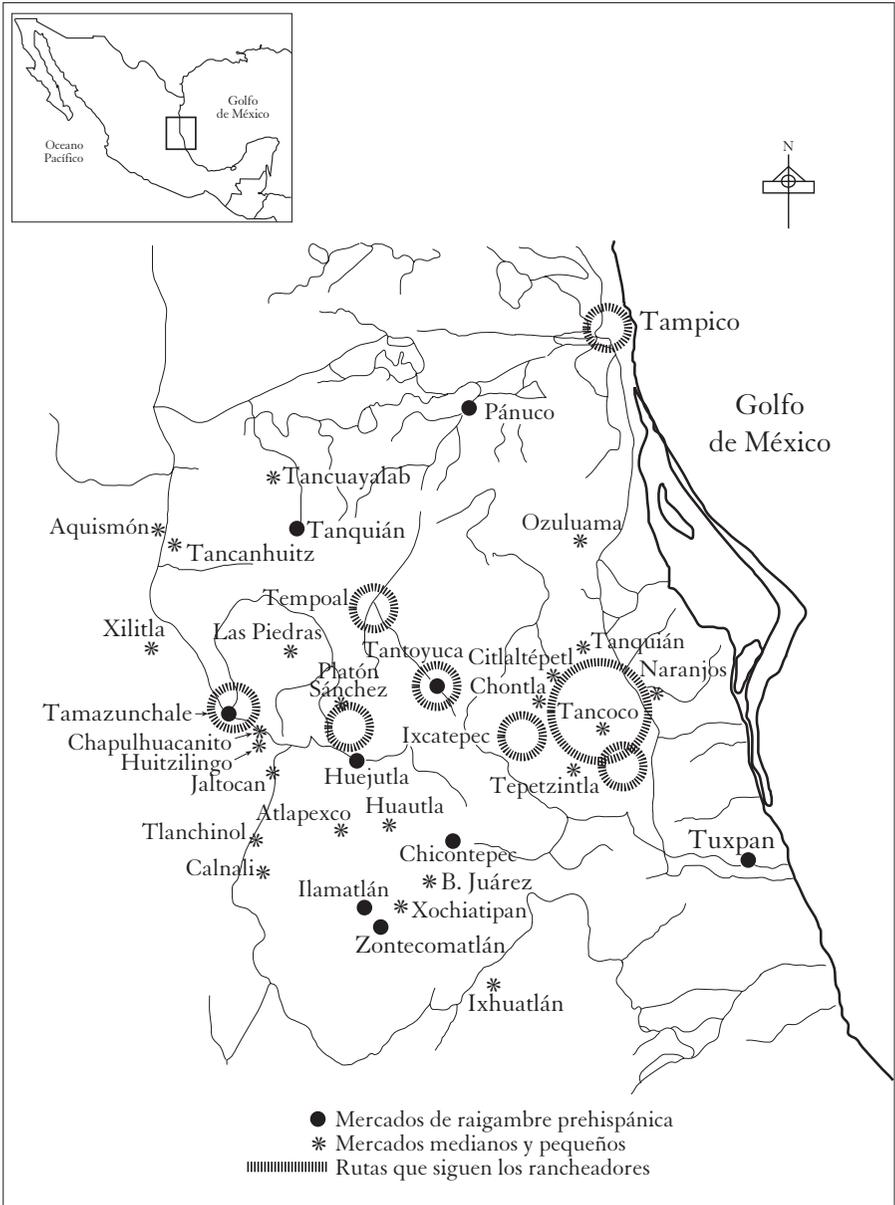


Figura 2. Mapa 2.

## LOS “RANCHEADORES”: ANDARES CON DISTINTOS FINES

Podemos dividir a los porteadores de mercaderías que andan rancheando en las siguientes categorías: *los rancheadores intermediarios, los rancheadores productores y los rancheadores productores ocasionales.*

### *Los “rancheadores” intemediarios*

Dicen que ranchar es “puro caminar, de casa en casa”, de “rancho en rancho” para ofrecer cuadros de imágenes, adornos para la casa y para el cabello de las mujeres, telas, manteles bordados, pomadas y ungüentos para embellecer o remediar algún mal, chorizo, quesos, tamales o pan. Eso hacen los conocidos como “rancheadores”. Vendedores itinerantes que se desplazan por veredas y brechas con bultos y cajas hasta los pequeños ranchos que parecieran esconderse entre sierras, barrancas y montañas de la Huasteca.

Dicen que quienes “ranchean” son, generalmente, los que apenas empiezan como comerciantes. Juan me cuenta:

Pensé, se me vino a la mente un día que yo andaba bien fregado, rendido, trabajando en el jornal con un peso diario de sol a sol, ya no me alcanzaba para mantener a mis hijos. Un día me dice un muchacho: “trabaja el domingo y te doy dos, tres o cinco pesos”. Me fui con él a un puestecito chiquito mientras que él atendía el suyo más grande. Al terminar el día me dijo: “si no te gusta el jornal, vete a ranchar, te doy diez pesos”.

Así fue que me animé, pues diez pesos era más de lo que ganaba en el jornal. La primera semana rancheando junté 20 o 30 pesos. Me pagaron más de diez pesos y ya me fue gustando (Castillo, 2000: 9-10).

“Un muchacho” al que podríamos considerar un productor de mercancías subalternas, como los caracteriza Frank Cancian (1991: 228), porque viven del comercio en los mercados locales, invierte poco capital y contrata escasa mano de obra, como el caso descrito.

Así empezó Juan su carrera de rancheador. Cansado de recibir un exiguo salario como peón, de vender su fuerza de trabajo, decidió ser su propio patrón al convertirse en un tipo de andarín que recorre los caminos y veredas llevando su carga a cuestras.

Hay quien afirma que “ranchar” es vergonzoso para el comerciante prestigiado; tal vez porque ya se consideran intermediarios profesionales, de esos que al decir de Mintz:

... llevan a cabo sus actividades en las plazas de mercados (y) funcionan de distintos modos, los cuales difieren por su significado económico: pueden acaparar los productos, transportarlos, almacenarlos, procesarlos; y redistribuirlos para venderlos al menudeo (*op. cit.*: 17).

¿Acaso ya olvidaron que al empezar lo hicieron sin patrimonio y que con base en mucho trabajo, a costo de grandes esfuerzos y osadía lograron acumular un capital? Así lo han logrado muchos de los desempleados que sin tener dinero y para poder sobrevivir han hecho maravillas con su trabajo para sustituir la falta de capital. Por eso salen al amanecer, antes de que el sol apriete, o la lluvia les impida realizar sus recorridos; así lo hace el rancheador de Pautitla que ranchea fuera de Jaltocán e incursiona por Platón, Remanso, Santa Mónica, Santa Catarina, el Chote, Amaxac y Huachocotitla para ofrecer a los indígenas nahuas las imágenes de san Martín Caballero, Santiago Apóstol y del Sagrado Corazón. Imágenes que compra en la ciudad de México, tal como también adquiere y ofrece las velas en vasos de cristal hechas en China con las imágenes de la Santa Muerte, san Martín Caballero, san Martín de Porres y otros santos que los indígenas colocan en sus altares y en la ofrenda del día de muertos. Les ofrece también una gama diversa de lociones, jabones y sprays para todo tipo de males. A los que temen ser objeto de la maldad y buscan protegerse les recomienda comprar la loción, el jabón o el spray de "El Señor del Retiro", que, como su nombre lo indica, retira al que quiere hacer la maldad. El Justo Juez es para evitar accidentes y pleitos, san Martín de Porres para el negocio y el trabajo, el Santo Niño de Atocha para los niños enfermos y para aceptar el bien morir. San Ramón para proteger a los animales domésticos. Para los que tienen un negocio les ofrece el cuerno de la abundancia, o las pirámides para quien necesita conseguir trabajo o tener buena suerte.

El rancheador que va por Tancoco compra en Poza Rica una serie de adornos para el cabello, amuletos y pulseras. El colorido y la variedad de formas atraen a las mujeres que compran las pulseras y amuletos buscando en el color protección, amor y buena suerte. El rojo es para el amor y el dinero, el amarillo para la protección, el blanco para la buena suerte, el dinero y el amor; el cuarzo para la buena suerte, el amor y la protección; la manita da buena suerte, amor y protección; el colmillo da protección contra la envidia. Los cuarzos son buenos para la suerte. El que procede de Tlacolula, hablante de náhuatl, se desplaza por los ranchos llevando ropa mestiza, chorizo y manteles que borda su madre. De Santa María Ixcatepec es doña Juanita, una anciana de habla náhuatl que pasa a las carnicerías del lugar por varias bolsas de asiento de chicharrón; las vende

a las mujeres en los ranchitos, porque, según dicen, con los asientos del chicharrón “los bocoles tienen mejor sabor”. Por su parte, Juana hace pan para vender, lo elabora en Chontla y lo entrega a otras señoras para que lo ofrezcan en los ranchos. Indica que cada una se lleva hasta 30 pesos de pan; les cobra a 50 centavos la pieza y si le compran al mayoreo les da más barato. Las mujeres le encargan más piezas de pan para la Semana Santa, entonces tiene que buscar quien le ayude para poder entregar los pedidos.

Matilde, la comerciante de zapatos en Tancoco, viste indumentaria mestiza. Los viernes acude a vender a Chontla, a San Nicolás va los domingos, el jueves a Tamalín y a Tancoco los lunes. Martes y miércoles vende “rancheando” en Cerro Azul, en lo que se antoja un “puro caminar de casa en casa” que le lleva “como dos horas” en desplazarse. Lamentablemente, no vende en Chicon<sup>15</sup> ni en Benito Juárez porque ya está todo ocupado.

En Tepetzintla, Juana vende productos de palma y cuando no alcanza a venderlos se marcha a Tampico a colocarlos de casa en casa.

Petra, una señora nahua vendedora de ropa, se dedica los martes y miércoles a ranchar por Platón y Xililico. También ranchea en Tantoyuca, Tempoal, Tamazunchale, Huejutla, Mecatlán, Tepetitlán, Chilcuautila y Atlapexco.

Dorotea vende frijoles, tomates, yerbas, ajonjolí y a veces chile en los mercados de Jaltocán y Huautla, y asegura que ranchea cuando no vende en el mercado.

Los “rancheadores” llegan a los pequeños poblados y sus visitas son motivo de gran algarabía, tal como sucede con el “vendedor de elixires”, un mestizo de Tantoyuca que recorre a pie las rancherías teenek,

... y ofrece con éxito líquidos viscosos de vivos colores que curan todos los males. También ofrece prendas de vestir y joyas de fantasía... El pescador es un personaje particularmente jovial de cerca de cincuenta años, rubio de ojos azules originario de Ébano, en San Luis Potosí, que recorre la región desde hace muchos años con su pequeño cartón de pescados fritos cantando por los caminos. En Loma Larga se dice que es “un artista” ¡porque “canta sin estar borracho”! (Ariel de Vidas, 2003: 98).

Alegres como “El pescador” hay varios; pero algunos con afán de ganancia son crueles y rapaces; unos más, con el peso de los años, el cansancio de los caminos y el tropiezo con la pobreza se han vuelto generosos; unos cuantos, dada su corta experiencia en estas andanzas por los caminos, parecerían ingenuos.

Desplazarse de un lugar a otro, sin embargo, no es fácil. El rancheador se enfrenta a los problemas que causa la temporada de lluvias: crecen los ríos y

<sup>15</sup> Se refieren a Chicontepec.

no se puede pasar, los caminos se vuelven lodosos y el peligro de un resbalón es inminente. Las consecuencias tanto en el cuerpo como en la mercancía pueden ser funestas. En la época de calor, cuando se llega a los cuarenta grados, la carga y el camino se vuelven más pesados. Se teme a los accidentes, tanto como a los asaltos, ya que unos y otros provocan su ruina; por ello se encomiendan a san Martín Caballero, el patrono de los comerciantes.

Desplazarse de un lugar a otro implica también alejarse por días del hogar y para algunos comerciantes desligarse del puesto familiar.

El trabajo de ranchar es difícil y no hay vendedor que no deje de reconocer que una de las enfermedades que más padecen es por cargar los bultos: “pregunte a cualquiera ¿no se ha lastimado la espalda?, y verá todo lo que le cuentan”. Y si de contar se trata, sólo baste recordar la obra de Gregorio López y Fuentes en donde refiere que por 1940 los otomíes, con sus carnes cobrizas, se desplazaban por las sierras y montañas de la Huasteca, dejando ver bajo la piel las gruesas venas congestionadas por el esfuerzo de llevar a sus espaldas huacales cargados con diversas mercaderías. Por demás elocuente resulta su narración para imaginar un poco los pesares y padecimientos de los que se dedican a tal actividad,

... Pantorrillas con huellas de llagas mal cicatrizadas, consecuencias de las caídas bajo la carga en los sitios pedregosos del camino. Como indumentaria el calzón al óleo, pintados con el barro negro de la Huasteca, con el barro amarillo de las primeras estribaciones de la sierra y con el ocre de la altiplanicie. Huaraches de esos que hacen pasar una correa entre el índice y el dedo grueso. A la mitad de la cabeza, de oreja a oreja el mecapan, que a la postre suprime el pelo y deja una hondonada en el cráneo,<sup>16</sup> al pecho otro mecapan, el que labra llagas en los hombros y en las clavículas: deteniendo carga y cargador, el bordón, eso que arroja el río cuando se ha ahogado un otomí.

<sup>16</sup> Carlos Alberto Gutiérrez García, en su tesis *Los cargadores en México Tenochtilán (1325 a 1521)*, señala: “Las lesiones o alteraciones que sufrió el cuerpo de una persona que se dedicaba a cargar, tanto en los huesos como en la estructura morfológica provocaba: lesiones cervicales (columna encorvada), huesos torcidos, lesiones en las vértebras por el uso del mecapan, deformación craneal, daños en las caderas, repliegue de rodilla, traumatismos, problemas en los ojos, en los músculos, tendones, nervios” (2005: 94). De la misma manera, Ross Hassig señala que durante el periodo colonial surgieron alegatos respecto a que la pesada carga causaba gran presión sobre los mecapanes de los tamemes, haciendo sangrar la frente y produciendo calvicie. Para este autor hay una exageración en tal argumento, ya que él nunca ha visto, ni oído hablar de frentes que como resultado de llevar carga en mecapan sangraran (citado en Gutiérrez, 2005: 94, referencia 171).

Enfrentando el infortunio, los vendedores itinerantes llevan consigo miles de chucherías hasta los ranchos que existen en las cañadas y que parecieran asomarse, más adormilados que curiosos, hacia el camino, con sus huertas y sus enseres de pescar. Ranchos que de día están llenos de sonidos, olores, movimiento, mientras que por la noche son lucecillas tristes a la orilla del monte. Llegan también a los pequeños poblados cercados de serranías que impiden la corriente de los vientos, a los pueblos de teja roja y láminas de asbesto, de calles quebradas y con huertas de naranjos y cafetos. Llegan y la gente los espera con ansia en la comodidad de sus hogares. Los aguardan porque los comerciantes ambulantes han logrado hacerse su propio lugar dentro del campo comercial, estableciendo relaciones personales con sus clientes. Los vendedores itinerantes, los “rancheadores” de la Huasteca saben seleccionar los bienes que ofrecen a sus parroquianos, de tal forma se percatan de qué tipo de tela y bordados usan las mujeres para sus enaguas y blusas, las santas imágenes que son las más veneradas en los lugares que frecuentan, qué elixires sirven para los males que acechan a los moradores huastecos y en qué fechas deben llevar productos para tal o cual celebración. Son, en efecto, conocedores de la tradición y hablantes de lenguas como el náhuatl y el teenek, que les permiten conocer las necesidades y comunicarse con su clientela cumpliendo, como dice Stuart Plattner, las funciones de “intermediarios culturales”, interpretando para los indios la ajena cultura ladina y viceversa (1991: 263).<sup>17</sup> Relaciones que son producto de la astucia de los intermediarios que siguen una secuencia regular o ciclos de operaciones en los mismos sitios y a la misma hora para consolidar y mantener sus conexiones, amén de otorgarle crédito a su clientela para el pago de las mercancías. Las relaciones que se establecen entre intermediarios y sus clientes son diádicas y pueden considerarse como cadenas de relaciones recíprocas; el consumidor necesita los productos, como también de las noticias, chismes y novedades que los “rancheadores” han visto y oído por los caminos donde andan. El vendedor precisa de un espacio en el cual dejar sus mercancías y en donde puede obtener alimentación y hospedaje, por poner sólo un ejemplo.

<sup>17</sup> Para los años sesenta, en su trabajo sobre los tepehuas de Pisaflores, Roberto Williams (1963: 114) señaló que los arrieros se convirtieron en mestizos culturales que introducían novedades por propia iniciativa o por recomendación del comerciante ciudadano que les surtía. De tal forma señala que las latas de salmón y de leche permanecían polvosas, o las cajas de jabón que tenían gran aceptación, al igual que la tenían los lápices y cuadernos, las galletas y los dulces.

Otra forma de lo que puede ser una especie de reciprocidad, en el sentido dado por Karl Polanyi,<sup>18</sup> la encontramos en el trueque. En efecto, por Ixhuatlán y Benito Juárez, los que van “rancheando” ofrecen jarros y reciben como pago pollos y guajolotes. Tomás es de Chicontepec. A sus sesenta años, este indígena nahua todavía se desplaza por los caminos para llevar sus mercaderías, dice que todavía en los ranchos se da el cambio, “le cambian algo a uno”. A veces él acepta que así le paguen, porque “la venta ha bajado mucho y no hay dinero”, entonces tiene que aceptar lo que le dan: gallinas, huevos, frijol, aunque sea para comer.<sup>19</sup>

Pero así como en la actualidad, Tomás se desplaza entre bosques de oco-tes metidos en neblina, cruzando las tierras olorosas a azahar; a ratos transportando sus mercaderías en camionetas de carga y otras llevando sobre sus hombros las cajas con su preciado fardo de telas para intercambiar por otros productos; de modo similar, en otros tiempos, otros comerciantes, en 1940 también se desplazaban por las sierras y montañas. Volvamos nuevamente la mirada a la obra de Gregorio López y Fuentes para rescatar de sus páginas la descripción que nos brinda sobre la carga que llevaban los otomíes:

A través de los huacales se veían los contenidos: frutas de la Huasteca: piñas, mangos y plátanos. Eran de esos otomíes de Alfajayucan y del Cardonal que bajan cargados de loza. Durante el viaje viven del trueque, sin tocar su capital, cambiando comino, borraja, clavo y pimienta, por chile, frijoles y tortillas. Así van desde la altiplanicie por la sierra, hasta los climas cálidos, como en una añoranza de las viejas peregrinaciones. Para el regreso, con el fruto de la venta, compran los que más demanda puede tener en sus lugares de origen, sin valerse jamás de animales para el transporte, porque se consideran más económicos y más resistentes” (López y Fuentes, 1940: 67-68).

Recurrían al trueque, tal como en la actualidad los comerciantes itinerantes lo hacen. De tal forma, en meses de cosecha como noviembre, los compradores

<sup>18</sup> Recordemos que la pretensión del planteamiento de Karl Polanyi (1957) fue analizar las características económicas (sobre todo de las formas de distribución) en relación con su contexto social y político. En *Trade and market in the Early Empires* propone tres formas generalizadas de integración económica a través de las cuales pudieron instituirse sistemas de intercambio en las economías: reciprocidad, redistribución e intercambio comercial. De acuerdo con sus propios términos, la reciprocidad alude a intercambios no comerciales entre dos o más personas de la misma condición social.

<sup>19</sup> Roberto Williams García (1963: 114) también dio cuenta de la presencia de comerciantes ambulantes indígenas, procedentes de Tutotepec, que llegaban a Pisaflores con sus huacales repletos de cubetas y enseres de cocina para trocarlos por gallinas.

foráneos ofrecen a los campesinos indígenas sus productos a cambio de los frutos de su cosecha, como es el maíz, el chile y el frijol. En otras temporadas intercambian sus artículos industrializados por blanquillos, gallinas, gallos, cerdos y algunas monedas. Pero en este intercambio no hay equivalentes, como puede darse en forma idealizada con el trueque. La desventaja de la negociación, que favorece a quienes introducen los bienes, se aprecia en el valor del artículo. A cada producto que venden le agregan el costo del transporte, el consumo que hacen en sus correrías, el alojamiento y otra pequeña cantidad para que valga el viaje. Los parroquianos, por su parte, ignoran los precios y si bien se establece el “regateo”, su conocimiento de los precios corrientes es siempre inferior en comparación con el que adquieren al tener acceso a cualquier centro mercantil (Mintz, *op. cit.*: 264-281).

La forma de hacerse de capital e incrementarlo se da entonces en tres direcciones; se gana un poco al intercambiar las mercancías llevadas del centro de la ciudad de México, o de Poza Rica, hasta las pequeñas viviendas del ámbito rural. La ganancia es un poco mayor cuando tales géneros son otorgados a crédito y más aún cuando con el pago en especie se vuelve a realizar una transacción en los mercados de la Huasteca. En efecto, los “rancheadores” después de regresar de ranchos y comunidades se desplazan a los mercados para revender lo conseguido (véase figura 2). Así lo vimos en el mercado de Jaltocán. En un callejón que daba a un riachuelo casi seco se encontraban ubicados los vendedores de aves de corral y de cerdos. Una pareja y sus dos niñas jugueteaban con una gallina y cuidaban de tres pequeños cerdos que amarraron a un árbol. Dijeron ser de El Mirador y nos ofrecieron el ave a buen precio. El hombre comentó que visita el mercado de Jaltocán cada ocho días, pero que su venta habitual consiste en cuadros de imágenes santas que compra en el Distrito Federal. De las cinco gallinas que había llevado al mercado sólo le quedaba una. Durante la conversación llegó una joven mujer a comprar un gallo; quería “gallo” y no gallina o guajolote, porque era para una fiesta y por ello le encargó al rancheador que le consiguiera uno. Éste le respondió que hasta el lunes siguiente no iría a ranchar, asegurándole que el próximo día de mercado en Jaltocán le tendría el preciado animal.

“Mantén tu capital trabajando”, decían las vendedoras haitianas en un caso presentado por Mintz (1982: 417) y, sin lugar a dudas, los “rancheadores” de la Huasteca se basan en la misma regla. Evitan el “dinero desperdiciado”, el capital que desaparece bajo los gastos generales. Por ello “mueven el dinero” en las ciudades, compran productos en su mayoría no perecederos para evitar que en sus correrías se les echen a perder; a cambio reciben dinero o animales,

o huevos o verduras, o granos y frutos con la intención de venderlos en alguno de los mercados que por toda la región se instalan a lo largo de la semana.

En este grupo podemos considerar también a los “rancheadores” como segunda ocupación. El trabajo mal remunerado de una serie de profesionistas, como es el caso de los maestros rurales, les lleva a generar diversas estrategias para aumentar sus ingresos. Destacan, entre otras formas, el recurrir a la actividad de ranchar, como es el caso de Irma. Originaria del pueblo de La Esperanza, de acuerdo con lo señalado por Anath Ariel de Vidas (2005),<sup>20</sup> desde hace algunos años vende productos *tupperware* en los ranchos. Productos que, de acuerdo con la autora,

... participan en el círculo permanente de intercambios de alimentos que se realizan a través de la ayuda mutua en los preparativos de comidas festivas familiares o comunitarias o a través de la costumbre de ofrecer comidas especiales a sus padrinos/madrinas y compadres/comadres... (*op. cit.*: 20).

En los ranchos le solicitan principalmente aquellos productos que tengan tapa, para que no les entren las hormigas a los alimentos ahí guardados. Como Irma, existen también otras personas diligentes, a menudo también maestras, que venden “rancheando” cosméticos y hasta automóviles. Venden sobre todo a personas que pueden tener un cierto poder adquisitivo y que compran los productos en abonos (véase Ariel de Vidas, *op. cit.*: 10-11).

#### *Los “rancheadores”-productores*

Entre éstos podemos considerar a los hombres, mujeres y niños que viven en áreas rurales, proceden de familias campesinas o están íntimamente ligados al campo y se aventuran por los caminos con una exigua carga para ofrecer los excedentes de su producción agrícola, los productos de sus solares o los alimentos que elaboran en sus cocinas. Venden para comprar con la finalidad de satisfacer determinadas necesidades realizando lo que en términos marxistas puede considerarse una circulación simple de mercancías: las ofrecen para obtener un dinero que les permita a su vez comprar otras mercancías (M-D-M).

<sup>20</sup> En su trabajo “*Tupperware* en el rancho. Las interconexiones globales en un pueblo nahua de la Huasteca veracruzana”.

Siguiendo el mismo principio tenemos también a los “rancheadores” que se mueven dentro del mercado y en sus alrededores, y que sin duda son una variante de esta figura. De tal forma, don Melquiades, oriundo de Tamalín, vende buenos quesos, de casa en casa. Lo mismo hace la tamalera de Santa María Ixcatepec, quien aprendió de su madre no sólo a hacer tamales de puerco, sino que también le enseñó a ranchar. Dice que los hacía los miércoles y los vendía en su casa además de mandar a sus hijos a ofrecerlos en las ciudades. En Atlapexco, la vendedora de frutas y verduras no se angustia si sus mercancías no lograron venderse en el mercado, ya que cuando no se acaban los productos en ese espacio, rancheando por el lugar termina con todo. Muchas personas, cuenta Pedro, hacen lo mismo, van rancheando para vender más o lo que les sobró después de que se levantan los tianguis.

Empujando su carretilla cargada de elotes cocidos y chayotes, Juana se desplaza a lo largo de la plaza de Tampacán. Comenta que está “rancheando” porque no ha terminado su mercancía y por ello se da a la tarea de ofrecer a \$2.00 los elotes y a \$5.00 los chayotes. “Chayotes frescos”, “maíz tiernito” pregona.

La vista se alegra y el estómago agradece cuando entre los puestos aparecen las vendedoras de tamales o las de empanadas. Y si de empanadas se trata, en Aquismón todos conocen a Tomasa, famosa porque “como a las cuatro de la tarde llega a vender las empanadas calientitas”, resguardadas como un tesoro preciado en una canasta cubierta con una servilleta. Tomasa, como otras vendedoras, no necesita ofrecerlas, tampoco ningún pregón, ni siquiera mostrarlas, tan sólo camina por todas partes y todos la llaman, la esperan para comprar una bolsita de empanadas rellenas de piña y cubiertas de azúcar. “Anda rancheando”, se dice, porque se desplaza por todo el mercado con su canasta.

### *Los “rancheadores”, productores-vendedores ocasionales*

La celebración de los muertos en la Huasteca es una de las fiestas más importantes, y lo es porque en esas fechas la comunidad tiende a reincorporar a todos sus integrantes. En efecto, los tiempos de *Xantolo*, para los nahuas, el *Santorium*, para los teenek, son días de reencuentro con los antepasados, con los muertos recientes, con los hijos, parientes y amigos que han emigrado y con los compadres. A los muertos hay que ofrendarles lo que más les gustaba en vida, a los emigrantes se les ofrece el sabor de su cultura para que no olviden su terruño, y los compadres, en un acto de reciprocidad, intercambian los sabores de sus cocinas. Por ello, para que todos los que asisten a tales celebraciones queden contentos, satisfechos de probar lo que les gusta, las familias no escatiman gastos. Sin embargo,

hay familias para las cuales estos gastos son difíciles de cubrir con su actividad principal, en la medida en que los ingresos por la venta de sus productos o el salario recibido, si bien permiten la reproducción de la fuerza de trabajo, son insuficientes para destinarse a un gasto suntuario. Por ello, desde mediados de año, las familias se preparan. Hombres y mujeres, de acuerdo con sus saberes, buscan en el cultivo de flores, en la alfarería, en el bordado de prendas, en la fabricación de mesas y sillas, en la elaboración de velas, en la recolección de frutas y verduras de sus solares o en la cría de animales hacerse de un ingreso extra que permita realizar los gastos necesarios para la celebración de los muertos o para alguna fiesta excepcional, como es el matrimonio. En este sentido, con sus preciados productos, se desplazan por los caminos de la Huasteca, rancheando por los lugares cercanos y los mercados de la región (Jurado y Camacho, 1995). “Rancheadores” ocasionales podemos llamarles, porque su actividad de desplazarse para vender es ocasional. En este sentido, podríamos considerar que estos trabajadores de mercancías son una variante de los “rancheadores”, son productores directos que pueden convertirse en intermediarios, toda vez que van aprendiendo los caminos y el arte de convencer al consumidor.

#### *A manera de consideraciones*

La figura del rancheador, como hemos visto en los casos presentados, podemos entenderla como aquella persona que se desplaza de un lugar a otro para ofrecer una mercancía. A diferencia de los vendedores que instalan sus puestos y esperan que los clientes lleguen a comprar sus productos, él va al cliente, le sale al paso, le lleva el producto a la comodidad de su pueblo, de su comunidad, de su casa. El ranchar es en este sentido una acción, un movimiento.

Ir de lugar a lugar, a pueblos y ranchos se vuelve una opción de vida, una estrategia de sobrevivencia ante las adversidades económicas, sociales y políticas que imperan en nuestro país.

Hoy en día, los “rancheadores” forman un conjunto heterogéneo que se distingue entre sí por:

- 1) El modo en que circulan las mercancías.
- 2) La forma en que se realiza el intercambio de mercancías y servicios, y por la forma en que cada uno de los “rancheadores” articula diversos espacios y tiempos.
- 3) La manera en que conectan lo local con lo global.
- 4) Las relaciones sociales establecidas con su clientela.

Aspectos que desglosaremos a continuación:

1) *Por la forma en que circulan las mercancías.* En este sentido podemos considerar que los rancheadores productores y los rancheadores productores ocasionales mantienen una forma directa de circulación de mercancías; esto es, son productores directos que llevan sus mercancías de casa en casa o para venderlas en los mercados con el fin de obtener un dinero que les permita, a su vez, comprar lo necesario, ya sea para el consumo o para los gastos suntuarios. Vender para comprar es una forma directa de circulación de mercancías que como apuntó Carlos Marx podemos representar con la fórmula M-D-M; esto es, la transformación de la mercancía en dinero y de éste nuevamente en mercancía (1974: 56-103). Por su parte, los *rancheadores intermediarios* transforman el dinero en mercancía y ésta nuevamente en dinero; comprar para vender es el principio para, en dicha transacción, incrementar lo invertido; nuevamente el enunciado marxista dinero D-M-D' (Marx, *op. cit.*: 103-129). Un principio que implica riesgos y mucha habilidad para combinar actividades y lograr hacerse de una capital, en la medida en que no siempre el que se dedica al intermediarismo logra acumular un capital; una enfermedad, el que los clientes no paguen la mercancía dejada a crédito, el mal tiempo, entre otros factores, pueden ocasionar la ruina del rancheador. El capital para inversión se acumula a costa de grandes esfuerzos y osadía. Hacer capital o sólo ganar una especie de salario para reproducir la fuerza de trabajo depende de su habilidad y astucia; combinar actividades y desplegar estrategias de compra y venta, conocer costumbres y creencias son la base. La habilidad del intermediario consiste en lograr, como señalaba Mintz, mantener el capital trabajando.

2) *Por el modo en que se realiza el intercambio de mercancías y servicios, y por la forma en que cada uno de los "rancheadores" articula diversos espacios y tiempos.* En este sentido, entre los rancheadores productores y rancheadores productores ocasionales, que generalmente son campesinos, el intercambio se realiza llevando sus verduras, frutas, o productos que son hechuras y tradiciones de la región, hasta las clases medias a través de un movimiento vertical de abajo "hacia arriba". Pero también intercambian sus productos con otros campesinos indígenas y mestizos en lo que se antoja un movimiento horizontal, de acuerdo con lo planteado por Sydney W. Mintz. En el caso de los *rancheadores intermediarios*, su mercancía es producto de fabricación nacional y de procedencia extranjera comprados sobre todo en los grandes centros comerciales. Mientras que los primeros siguen conectando lo local con lo regional, en el caso de los segundos la conexión se establece entre lo global y lo local, en la medida en que muchos de los artículos que ofrecen proceden de China, Corea y Taiwán. Productos que llegan generalmente primero a los Estados Unidos de Norteamérica y de ahí

son llevados hasta los grandes centros de distribución, como son la ciudad de México, Tampico o Poza Rica. En este sentido, podemos hablar de toda una cadena de intermediarios cuyo principal eslabón son comerciantes que introducen dichas mercancías al país vecino. A partir de ellos, los productos pasan de un intermediario a otro hasta llegar finalmente a manos de los “rancheadores” que los llevarán hasta las casas de los campesinos huastecos. El intercambio capitalista prevalece en los mercados y los “rancheadores” están dentro de la red que hace posible la circulación de los productos. En este sentido realizan también lo que es un intercambio vertical “hacia abajo,” de acuerdo con Mintz (1982: 14), y llevan la modernidad al lograr relacionar polos culturales distintos que desafían la visión binaria de lo global y lo local.

3) *En la globalización, pero conservando los marcos referenciales y las relaciones sociales tradicionales.* Si bien es cierto que a través de los “rancheadores” intermediarios los compradores adquieren lo que se les ofrece y que ello puede ser considerado como un efecto de la globalización,<sup>21</sup> como un proceso donde lo global muestra su perversión al conectarse con lo local, también es verdad que, de acuerdo con Ulrich Beck (1998) y Roland Robertson (1996), la también llamada glocalización<sup>22</sup> no es más que un proceso que da cuenta de que la expansión de la economía de mercado no supone mecánicamente la homogeneización cultural, ya que cada cultura, como el caso de mestizos e indígenas de diversos ranchos y pueblos de la Huasteca, hace una síntesis diferente y concreta de este proceso. Los artículos diversos que proceden de mundos ajenos, vía los “rancheadores”, son en la práctica reinterpretados por estas sociedades, adaptados a sus necesidades y de conformidad con su propia concepción del mundo. De la misma manera, podemos considerar que detrás de la operación de oferta y demanda, y sin negar para nada la presencia del afán de ganancia que guía la actividad del intermediario, hay códigos simbólicos que conducen su acción. Son los portadores de noticias y aun de recados de parientes y amigos.

4) *Por las relaciones sociales establecidas con su clientela.* En consecuencia, podríamos suponer que los “rancheadores” son instrumentos eficaces para lograr la homogeneización cultural si no tomáramos en cuenta que estos personajes basan el éxito de sus ventas en un conjunto de relaciones sociales tradicionales

<sup>21</sup> La globalización, como sostienen Daniel Mato (1996) y García Canclini (2000), más que un orden social o un único proceso, es resultado de múltiples movimientos, en parte contradictorios, con resultados abiertos, que implican diversas conexiones “local-global y local-local”.

<sup>22</sup> Neologismo que designa la interdependencia e interpenetración de lo global y lo local.

donde persiste el trato personal, el posible regateo, el pago en abonos, la hospitalidad, la reciprocidad. En síntesis, podemos asegurar que entre vendedores y consumidores hay toda una red de tratos de persona a persona que sobrevive a cualquier transacción, desafiando también con ello la pretendida homogeneidad despersonalizada del comercio actual que intenta lograr la globalización.

#### REFERENCIAS

ALARCÓN GONZÁLEZ, SANDRA

- 2002 *El tianguis global. La inserción de los comerciantes callejeros en las cadenas globalizadas de venta*. Tesis de maestría en antropología social, Universidad Iberoamericana, México.

ARIEL DE VIDAS, ANATH

- 2003 *El trueno ya no vive aquí. Representación de la marginalidad y construcción de la identidad teenek (Huasteca veracruzana, México)*. Centro de Investigaciones y Estudios Superiores en Antropología Social, Colegio de San Luis, Centro Francés de Estudios Mexicanos y Centroamericanos, Instituto de Investigaciones para el Desarrollo, Colección Huasteca, México.
- 2005 “*Tupperware en el rancho. Las interconexiones globales en un pueblo nahua de la Huasteca veracruzana*”, ms.

BABB, FLORENCE

- 1985 Middlemen and Marginal Woman: Marketers and Dependency in Peru's Informal Sector. Stuart Plattner (comp.) *Markets and Marketing*, University Press of America, Society for Economic Anthropology: 69-95.

BARTRA, ARMANDO

- 2003 Del teocintle a los *corn pops*. *Sin maíz, no hay país*, Culturas Populares de México, Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, Museo Nacional de Culturas Populares, México: 219-250.

BECK, ULRICH

- 1998 *¿Qué es la globalización?: falacias del globalismo, respuestas a la globalización*. Paidós, Barcelona.

CANCIAN, FRANK

- 1991 El comportamiento económico en las comunidades campesinas. Stuart Plattner (ed.) *Antropología Económica*, Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, Alianza Editorial, México: 177-234.

CASTILLO GÓMEZ, AMARANTA A.

- 2000 Los comerciantes de los mercados tradicionales de la Huasteca veracruzana. Ponencia presentada en el *XI Encuentro de Investigadores de la Huasteca*, Jalapa, Veracruz.

ESCOBAR OHMSTEDE, ANTONIO

- 2000 El comercio en las Huastecas. Los indígenas y su participación, siglo XVIII. Jorge Silva Riquer y Antonio Escobar Ohmstede (coords.). *Mercados indígenas en México, Chile y Argentina. Siglos XVIII-XIX*, Instituto de Investigaciones Dr. José María Luis Mora, Centro de Investigaciones y Estudios Superiores en Antropología Social, México: 87-115.

GARCÍA CANCLINI, NÉSTOR

- 2000 *La globalización imaginada*. Paidós, México.

GRAHAM, HOLLIER

- 1985 Examining Allegation of Exploitation and Inefficiency in Rural Marketing Systems: Some Evidence from West Cameroon. *Journal of Developing Areas* 19: 303-416.

GUTIÉRREZ GARCÍA, CARLOS

- 2005 *Los cargadores en México Tenochtitlan (1325 a 1521)*. Tesis de licenciatura en historia, Universidad Nacional Autónoma de México, Facultad de Filosofía y Letras, México.

JURADO BARRANCO, MARÍA EUGENIA Y GONZALO CAMACHO DÍAZ

- 1995 *Xantolo. El retorno de los muertos*. Tesis de licenciatura en antropología social, Escuela Nacional de Antropología e Historia, México.

LÓPEZ Y FUENTES, GREGORIO

- 1944 *Arrieros*. Novela mexicana, Ediciones Andrés Botas, México.

MARX, CARLOS

- 1974 *El capital. Crítica de la economía política*. Fondo de Cultura Económica, México.

MATO, DANIEL

- 1996 On the theory, epistemology, and politics of the social construcción of cultural identities in the age of globalization: introductory remarks to ongoing debates. *Identities. Global Studies in Culture and Power* 3 (1-2): octubre.

MINTZ W., SYDNEY

- 1970    Sistemas de mercadeo interno como mecanismo de articulación social. *Nueva Antropología*: 11-28.
- 1982    La utilización del capital por las vendedoras de mercado en Haití. *América Indígena*, vol. XLII, julio-septiembre, México: 410-447.

OCHOA, LORENZO

- 1992    ¿Por dónde y cómo se desplazaban los mercaderes del México antiguo? *Quipu*, Revista Latinoamericana de Historia de las Ciencias y la Tecnología, mayo-agosto, 9 (2): 173-200.

OCHOA, LORENZO Y EDITH ORTIZ

- 2001    El comercio en el México antiguo. *Gran historia de México ilustrada*, Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, Planeta De Agostini, México: 341-360.

OCHOA, LORENZO Y JUAN MANUEL PÉREZ ZEVALLOS

- 2001    Aproximación a las rutas de comunicación y de comercio en la Huasteca. Ponencia presentada en la *XXVI Mesa Redonda de la Sociedad Mexicana de Antropología*, Zacatecas, Zacatecas.
- s/f       Aproximación al estudio de las rutas de comunicación y de comercio en la Huasteca. ms.

PÉREZ MELÉNDEZ, MARÍA DE LA LUZ

- s/f       Imaginario mágico en torno a la arriería: el caso de un tal Luis Jiménez, español del siglo XVIII, ms.

PLATTNER, STUART

- 1991    Mercados y centros mercantiles. Stuart Plattner (ed.) *Antropología económica*, Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, Alianza Editorial, México: 235-284.

POLANYI, KARL

- 1957    The economy as Instituted Pocess. K. Polanyi, C.W. Arensberg y H.W. Pearson (cords.) *Trade and Market in the Early Empires*, Free Press, Nueva York.

ROBERSTON, ROLAND

- 1996    *Globalization: social theory and global culture*. Sage, Gran Bretaña.

SALINAS CESÁREO, JAVIER

2005 Sin futuro, 15 millones de jóvenes del campo por escasez de tierra. *La Jornada*, suplemento Estados 46, 30 de noviembre.

SERRANO CARRETO, ENRIQUE, ARNULFO EMBRIZ OSORIO

Y PATRICIA FERNÁNDEZ HAM

2002 *Indicadores socioeconómicos de los pueblos indígenas de México*. Instituto Nacional Indigenista, UNDP, CONAPO, México.

VELÁZQUEZ HERNÁNDEZ, EMILIA

1995 *Cuando los arrieros perdieron sus caminos. La conformación regional del Tototlacapan*. El Colegio de Michoacán, México.

WILLIAMS GARCÍA, ROBERTO

1963 *Los tepehuas*. Universidad Veracruzana, Xalapa, Veracruz.

