

# A neoliberalizmus etnográfiaja

## A verseny értelmezése a kézműves gazdálkodáson keresztül

Fordította: Keserű Júlia

A versenyképesség – amely egyszerre jelenti a neoliberalis politika módszerét és célját – egyre több gazdálkodási mód alapját képezi, miközben megszilárdítja a kulturális és közösségi normákat is. A kurrens antropológiai modellek a versenyt egyszerűen a különböző gazdasági ráfordítások (a tőke, az innováció és a tehetség) fényében értelmezik. Ezzel szemben én a következőket szeretném bizonyítani: először is, a sikeres verseny nem a gazdasági tényezők, mint inkább a kifejezőmód és a kommunikáció függvénye. Másodszor, a verseny nem annyira individualizmust, mint inkább helyezkedést feltételez, ennél fogva inkább a versenyzők közti strukturális viszonyként értelmezendő. Harmadszor, a verseny velejárójaként felmerülő, elengedhetetlen kulturális munka nem arra való, hogy félresöpörjük vele a haszontalannak ítélt hagyományokat, hanem hogy kibékítsük vele az egyazon értékeket valló közösségekben szükségszerűen felmerülő, fájdalmas egyenlőtlenségeket. A fenti állítások alátámasztásául a kézműves gazdálkodást vizsgálom, a globális gazdaság azon szektorát, amelyet – ha nem is jókedvvel, de – meglepő módon feltámasztott a neoliberalis politika. Az ecuadori bennszülött kézművesek példáján keresztül azt próbálom körüljárni, miképp használja az ember a szót, a művészetet, a kézműves termékeket és a fogyasztói javakat a gazdasági és morális terepként felfogott versengés létrehozására, valamint önmaga pozicionálására ezen a terepen belül.<sup>1</sup>

2000 októberében, egy latin-amerikai közgazdászok számára szervezett összeövetelen Stanley Fischer, a Nemzetközi Valutaalap (IMF) igazgatóhelyettese igyekezett megerősíteni hallgatóságát abban a hitében, hogy a növekedés a reformereket jutalmazza majd, ideértve a nehézségekkel küzdő Argentína, Ecuador és Brazília szorgos népét is. Fischer szavai száraz szakmaiságot sugalltak: „Folyamatosan javuló, versenyképes helyzetével, a GDP 3,5%-a alatt maradó folyó fizetésimérleg-hiánnyal, csökkenő államháztartási hiányával, és a már életbe léptetett, vagy folyamatban lévő fontos strukturális reformjaival Argentína jó úton halad afelé, hogy visszaálljon a mérsékelt növekedés pályájára.”<sup>2</sup> Közönsége számára azonban Fischer mondanivalója a reményt hordozta magában. A beszéd során használt kifejezések – mint például a „fiskális fegyelem”, a „strukturális reformok” vagy az „export versenyképessége” – a neoliberalis politika ígéreteire erősítettek rá.

Ecuador az ország 1998-as, csödközeli állapota óta küzd az ehhez hasonló IMF-hátterű reformok végrehajtásával. Amióta a támogatások megszűntek, az ipar csak csetlik-botlik, a következmények pedig egyelőre beláthatatlanok. Otavalóban, az Andok vidéki kereskedő városban, 2000 júniusában például a mintegy 2500 bennszülött kézművest tömörítő szakszervezet hirdetett bojkottot a hét nagy gyár ellen, amely gyapjúpulóvereikért, táskáikért és faliszőnyegekért cserébe fonállal látta el őket. A kiigazítás óta

a fonál ára több mint kétszeresére nőtt, mialatt minősége meredek zuhanásnak indult. Egy a bojkott feloldására összehívott találkozón a szakszervezet elnöke alaposan megdorgálta a gyárak képviselőit, szavai pedig nemegyszer az IMF által is hangoztatott, az export versenyképességével kapcsolatos aggodalmakra reflektáltak: „A kézműves kereskedelemnek mára tulajdonképpen befellegzett, különös tekintettel a pulóverpiacra. Nagyszerű versenytársaink vannak olyan messze földön híres piacokkal, mint a nepáli, a kínai, a bolíviai vagy a perui. Az Önök által előállított gyapjúból szégyen számunkra árut kivinni [a piacra].”

[...]

James Carrier arról ír, hogy a hosszúra nyúlt 80-as években a piac koncepciója milyen szépen megszárdította hatalmát a nyugati társadalmakban. Márpedig ez a kulturális modell azt feltételezi, hogy a világ szabad egyénekből áll, akik csak az általuk önként vállalt kényszereknek vannak kitéve, az individuumok pedig racionálisak, és a széles választékot kínáló piacokon működnek a legjobban. A modell logikája alapján a választék generálja a versenyt, azt a morális jót, amely biztosítja a hatékonyságot, illetve a jobb termékekhez és árakhoz való hozzáférést a vásárlók számára. Ez a leírás, amelynek sem az emberek vásárlás közben lezajló interakcióihoz, sem a kurrens közgazdaságtani elméletekhez nincs semmi köze, Carrier szerint alapvető társadalmi és politikai befolyással bíró modell, és „pont olyan fontossá vált a Nyugat, mint például az *ie [a japán csalárendszer – a ford.]* Japán, vagy a *nifs* (becsületkódex) a kabilok *[algériai berber nép – a ford.]* megértéséhez”.<sup>3</sup> Ahogyan azt a fenti címkék is sugallják, a korántsem csak a nyugati világra korlátozódó piaci modell igen fertőzőnek bizonyult, és azon nyomban elterjedt Argentínában, Ecuadorban, valamint az Egyesült Államok rurális közép-nyugati területein, méghozzá legdinamikusabbnak bizonyuló eleme, a „verseny” diskurzusa és gyakorlata által.

A versenyképesség utáni hajsza, amely a több forrásból is táplálkozó piacpárti politikáknak köszönheti létét, egy megtévesztően egyszerű projektben

egyesíti az intézményeket, az államokat és a civileket. Ahogyan azt Bourdieu is megjegyzi: „A neoliberais rend a valóságban hajlamos az elméleti leírásokkal hajszálpontosan megegyező gazdasági rendszerek létrehozására, más szóval egy olyan logikai gépezet megalkotására, amely önmagára a gazdasági szereplőket ösztönző kényszerek láncolataként tekint.”<sup>4</sup> Nemzetközi szinten az államok saját pozíciójukat erősítő politikákat adoptálnak, előnyös helyzetekre vadásznak a „piaci folyamatok és végkifejletek” közepe, mindennek érdekében pedig akár politikai autonómiájukat is hajlandók feláldozni.<sup>5</sup> Nemzeti szinten a kormányok túlradnak állami vállalkozásaiakon és megvonják tőlük pénzügyi támogatásukat, amivel belekényszerítik őket a fogyasztókért és a

#### Kézműves sztárok

A következő fejezetekben a fogyasztás interaktív dimenzióit, valamint a kisszámú kézműves szupersztár felemelkedésére és a közösségi létezés megkülönböztetett formáinak alakítására gyakorolt hatását vizsgálom. A piaci struktúrák mindenütt döntő jelentőséget kapnak. Otaválói példában a szövőmunkások például egyre standardizáltabb árut termelnek egy kialakulófélben lévő nemzeti tömegpiac számára. A siker itt egy szűk területen, a munkaerő-toborzás során lezajló performansz függvénye lesz. A tiguaiak esetében ezzel szemben a legjobb termelőknek sokkal kiterjedtebb munkára van szüksége, hiszen profiljukat egyszerre kell a gazdag gyűjtők, a külföldi kereskedők, a nemzeti galériák tulajdonosai, valamint a legnagyobb kereskedő-festők árukészletét életben tartó (és darabbérért dolgozó) munkások igényeire igazítani – márpedig ez jóval kifinomultabb munkát igényel.

Az otaválói műhely mint a fogyasztói élvezetek központja

Az Ariasucuban kialakult övkészítő ipar Ecuador 1982-es gazdasági válságából eredeztethető, amikor is a városban állásukat

transznacionális befektetőkért folyó harcba.<sup>6</sup> Egyéni szinten pedig a folyamat azzal jár, hogy az identitásképzés innentől egyre kevésbé függ a bérezett munkavégzéstől.<sup>7</sup> Az államok – munkajogi rendelkezéseik módosításaival – az elnyomás új és erőteljes gépezeteit indítják útjukra abbéli igyekezetükben, hogy magukat az állampolgárokat is a globális gazdaság versengő szereplőivé tegyék, és ezzel összekapcsolják a nemzetet, a piacot, valamint az egyéneket.<sup>8</sup>

Carrier művétől eltekintve azonban az antropológia mind ez ideig nem sok újat tudott mondani a versenyről. Több mint két évtizeddel ezelőtt Moore írt arról, hogy a versenyre a „társadalmi érintkezés egyetemes kontextusainak”<sup>9</sup> egyikeként tekintünk, az antropológiai elmélet azonban mindig is igen szűken értelmezte saját kulturális és társadalmi jelentőségét, és a két megközelítésből általában csak az egyiket foglalkozott. Vannak, akik szerint a „verseny” nem más, mint a véges erőforrásokért harcoló cselekvők objektív interakciója. Noha az individuumokra jellemző kifejezésekkel írjuk le őket, ezek az interakciók egyre erősödő, kollektív és gyakran igen jótékony kulturális következményekkel járnak. Ecuadorban például antropológusok két generációja szajkózta azt a szakvéleményt, hogy a kecsua nyelvű otaválóiak tulajdonképpen nagyfokú szorgalmuknak és kockázatvállalási hajlamuknak köszönhetik viszony-

lagos – a többi bennszülött népcsoportokhoz képest egyértelműen kimutatható – felemelkedésüket.<sup>10</sup> [...] Miután a csoporton belüli viszonyokról áttértek a csoportközi interakciók vizsgálatára, egy idő után az antropológusok is amellet érveltek, hogy az erőforrásokért folytatott harc során az egyének a nagyobb nyereség reményében a szituációhoz alkalmazkodva egyesülnek, és etnikai csoportokat alkotnak.<sup>11</sup>

Akadnak azonban, akik nem hisznek a verseny objektivitásában, és inkább annak korlátozó jellegét hangsúlyozzák. A verseny az általa generált egyenlőtlenségek miatt antiszociálisnak, a közösségi értékekre gyakorolt romboló hatása miatt pedig antikulturálisnak nevezhető. Itt az inspirációt Marx adja, aki szerint a „verseny kényszerítő erejű törvényei” a

vesztők tömegei váltak újszülött termelővé. 1980-ban még 20-nál is kevesebb szövőmester készített öveket, 1992-re ez a szám több mint százra nőtt. Miután a korábban kiépült üzemekben elsajátították a mesterséget, a frissen képzett szövőmunkások saját otthonukban láttak munkának, és a pedálos szövőgépek kreatív lehetőségeivel kísérletezve, élénk színekkel feldobott övek készítésébe kezdtek, amelyek hol ragyogó napsütést, hol egymásba fonódó gyémántokat, hol törekeny szíveket ábrázoltak. [...] Jaime Cuyo, az e helyütt tárgyalt szakma egyik első nagy üzleti „nyertese” nem csak azért tudott kiemelkedni a többiek közül, mert saját mintázatot fejlesztett ki, hanem mert képes volt a munkafolyamatok megszilárdítására. Ellentétben azokkal a tulajdonosokkal, akiknél a dolgozók csak annyit ideig maradtak, amíg el nem sajátították a mesterséget, Jaime Cuyo tartós munkahelyként pozicionálta boltját. 1991-ben a nyolcadikként felvett szövőmunkása saját sógora volt, aki függetlenségét feladva, csatlakozott hozzá. A státuszépítés elsőként tehát a közösségi szintű, és nem az egyéni fogyasztás segítségével ment végbe. A két nagy és ismert közösség között megbúvó néhai határtelepülés, Ariasucu kezdett egyre ismertebbé válni, hála Jaime és

kapitalizmus még mélyebb törvényeiből fakadnak: vagyis a produktivitás növelésének és a költségek csökkentésének kényszeréből, valamint annak szükségéből, hogy minél többet kaparintsunk meg a termék értékéből. Scott, aki a verseny paraszti közösségekre gyakorolt romboló hatását hangsúlyozza,<sup>12</sup> azt írja: a szegényeknek nem szabad egymás alá kínálniuk, hiszen – Marxot idézve – „versengőkként így ellenséges viszonyba kerülnek egymással”.<sup>13</sup> Barth pedig amel-

lett érvel, hogy az etnikai csoportok közti verseny instabil helyzetet teremt, amely vagy egymás kiszorításához vagy bizonyos fokú komplementaritáshoz vezet.<sup>14</sup> Megint mások szintén a „zűrzavar birodalmaként” írják le a verseny világot.<sup>15</sup>

Noha a kétféle megközelítés ellentmond egymásnak a tekintetben, hogy vajon a verseny képes-e életképes közösségek létrehozására, mindkét elmélet a Carrier által leírt piaci modell szerint tekint a versenyre. Mindkét megközelítés azt hangsúlyozza, hogy a gazdasági erőforrások – a tőke, az információ vagy az innováció – nagyban meghatározzák, ki bizonyul győztesnek a versengő piacokon, továbbá mindkét elmélet elfogadja azt a tézist, hogy a verseny az individualizmusnak kedvez, és inkább azokat a szereplőket jutalmazza, akik le tudnak mondani a kulturális kényszerekről vagy a társadalmi kötöttségekről a gazdasági előnyök javára. Vagyis, a két elmélet hall-

gatólagosan egyetért abban, hogy a verseny kulturális szempontból a hatékonyság általános győzelmét jelenti a konvencionális felett.

Az alábbi tanulmány célja egy teljesen eltérő megközelítésmód bevezetése, amely nem pusztán megismétli a piactudomány tanokat. Cikkemben azokat a jellegzetes egyenlőtlenségi formákat szeretném megvizsgálni, amelyek a kapitalizmus rideg margóján senyvedő és létfenntartásukért küzdő embereket sanyargatják, és igyekszem megmagyarázni, hogy a „verseny” belső diskurzusai miképp állítják be az említett egyenlőtlenségeket a közösségi lét (adott pillanatban mindig) elfogadható velejárójaként. Különösen azt a kérdést szeretném körüljárni, hogy az áru előállítás és értékesítése során lezajló verseny

miképp vezet a kulturális identitások és a közösségi normák rögzüléséhez, mindamellet, hogy közben az anyagi jólétben éles különbségeket is generál. Valójában az itt bemutatott példákkal megpróbálom bebizonyítani, hogy a csoporton belüli versengés összekuszálja a gazdasági teljesítőképesség és a kulturális kifejezőerő közti szálakat, és ennek köszönhetően döntő szerepet játszik a – kapitalizmus jelenlegi állapotát sokak szerint tökéletesen leíró – multi-

kulturális sokszínűség előmozdításában.<sup>16</sup>

Mindenekelőtt fenekestül felforgatom a fenti hipotéziseket. Az alábbiak mellett fogok érvelni: először is, a sikeres versengés egyre kevésbé a tőke és az innováció objektív gazdasági tényezőin, mint inkább a kifejezőkészségen, a kommunikáción és a kreatív fogékonyságon múlik. Másodszor, a verseny dinamikája általában nem individualista, magányos harcos attitűdöt, hanem helyezkedést feltételez, ebből következően maga is jobban értelmezhető a versengők élénk viszonyrendszereként, mint vesztesek és győztesek elszigetelt öndefiníciós aktusaként. Harmadszor, a versenyt övező elkerülhetetlen kulturális munka nem arra való, hogy félresöpörjük vele azt, ami haszontalannak ítéltetett, hanem hogy kibékítsük vele az – egyazon értékeket valló közösségekben szükségszerűen felmerülő – fájdalmas egyenlőtlenségeket.

Gondolatmenetem kibontása során két irányt követek. Először a vagyon, a jövedelem és a felhalmozás módozatait vizsgálom, hogy pontosan le tudjam írni a versengők közti érintkezések, függések és eltérések természetét. Utána azt nézem meg közelebről, miképp használja az ember a szót, a művészetet, a kézműves termékeket és a fogyasztói javakat a gazdasági és morális terepként felfogott versengés létrehozására, valamint önmaga pozicionálására ezen a terepen belül. A kézműves közösségek – függetlenül attól, hogy a nepáli, a kínai, a bolíviai vagy a perui piacokhoz hasonló versenytársak, vagy a szomszédban élő rokonok ellen harcolnak – tökéletes példának bizonyulnak mindkét esetben.

## KÉZMŰVESSÉG, GLOBALIZÁCIÓ ÉS AZ ANDOK- VIDÉKI KÖZSÉGEK

A nyugati világ ipari terjeszkedésének áldozata, a tág értelemben vett kisipari kézműves kereskedelem, amely minimális mértékben tőkésítette csak áruterelési és értékesítési folyamatait, máshol is virágkorát éli, de talán nem annyira erőteljesen, mint azokon a helyeken, ahol az államok magukévá tették a piacbarát reformokat és a globális integráció alapelveit. Mexikó például „a felgyorsult iparosodás mellett a kézműves termelés intenzív támogatására is nagy figyelmet fordít”,<sup>17</sup> amelynek hála, az országban mintegy 6 millióra duzzadt a kézművesek száma. Szenegeálban pedig a bőröndök, a különböző emléktárgyak és az egyéb, újrahasznosított anyagokból készült áruk újonnan létrejött kereskedelme számtalan, eredeti szakmájában elhelyezkedni képtelen cipész, gyógyszerész és tanár számára jelenti nap mint nap a biztos megélhetési forrást.<sup>18</sup> Ez a terjeszkedés híven demonstrálja, hogy az ipari modernizáció valójában képtelen a teljes munkaerő felszívására.<sup>19</sup> Ahogyan azt Ferguson hasonló kontextusban megjegyzi, „a múlt »zsákutcái« folyamatosan visszaköszönnék, azok a bizonyos »fő irányvonalak« pedig, amelyeknek a jövőt kéne megmutatniuk, egyre csak csaló-

a többi szövőmesterré avanszált migráns fáradásainak. Az 1980-as években, amikor Jaime egyben elnöki szerepet is betöltött, sikerült kiharcolnia egy óvoda- és egy melléképület-építési projektet saját kerülete számára. A programokat műhelyéből irányította – egy idő után pedig már a gyermekek is belebonyolódtak a rokkapörgetés rejtelseibe. A fejlesztési programoknak hála, otthona a közösségi lét dinamikus központjává vált, amely magához csábította nemcsak a munkakeresőket, de a különböző civil projektekből akár milyen formában profitálni kívánó, vagy a Jaime növekvő vagyonából részesülni óhajtó lakosokat is.

Ahogy azonban Jaime Cuyo és a többiek boltjai egyre nagyobb munkaerőt szívtak fel, a verseny és a túltermelés problémája is súlyosbodott. Voltak ugyan szakképzett szövők, akik profitálni tudtak vásárlóik lojalitásából, egyetlen ariasucui sincs azonban, aki ne számolt volna be bizonyos fokú veszteségről állandó vevőkörét illetően, hiszen mindig akadt olyan (másik) szövő, aki hajlandó volt csökkenteni az árakat. A pozícióharcban egyre inkább az vált fontossá, hogy milyen a bolt híre – az innentől a munkaerő nagy részét képező – tizenéves fiúk és lányok elvárásainak fényében.

dást keltenek”.<sup>20</sup> Az önellátó rendszerek összeomlása felerősíti a kézműves kereskedelem szédítő terjedését, a parasztok ugyanis az erőtlen mezőgazdasági termelés kiegészítésének reményében előzönlük az utcai piacokat.<sup>21</sup> Különösen a nők igyekeznek minden erejükkel átképezni magukat a kézműves kereskedelemre, csak hogy visszaszerezzék azt az autonómiát és méltóságot, amelyet a mezőgazdaság már nem képes számukra nyújtani, és amelyet a multinacionális gyárak is hajlamosak lerombolni.<sup>22</sup>

Noha tény, hogy maga a nélkülözés is számos embert rákényszerít a kézműves kereskedelemre, a globális összefonódásnak köszönhető növekvő megtérülési ráta szintén egyre több termelőt vonz, köztük olyan ambiciózus fiatal férfiakat és nőket, akiknek

más lehetőségeik is lennének. Így aranyozta be a globalizáció a mexikói Oaxaca szövő- és fafaragó mestereinek életét,<sup>23</sup> és hála neki, nemzetközi hírnévre tehettek szert a *bogolan*, avagy a malii sárruha készítői. Az Andokban a nemzetköziesedés egyes bennszülött népek számára az első komoly esélyt jelentette a gazdasági diszkrimináció kijátszására. Az otavaloí textilvállalkozók már a kora 60-as években eljutottak Peruba, Kolumbiába, Venezuelába és az Egyesült Álla-

mokba, jóval azelőtt, hogy saját vidékükön hivatalos gazdasági lehetőségeket kaptak volna, vagy politikai befolyásra tehetek volna szert.

A kézműves termékek globális áramlását övező aktuális figyelem ellenére a nemzeti tényezők – mint például a belső migráció vagy a helyi kulturális autentikusság megőrzésére tett erőfeszítések – plusz lendületet adnak a kézműves termelésnek, nemcsak Mexikóban és Maliban, de Franciaországban vagy Japánban is. A francia csokoládészobrászok diadalmenetének idején, a 90-es években Terrio a következőket írta. „A (posztindusztriális) gazdaságokban ezekre a piaci szereplőkre a kézművesek állhatatosságának és a családi vállalkozási formáknak hála egy egységes nemzeti kultúra egyedülálló megtestesítőiként tekintenek, és ennek megfelelően próbálják őket integrálni.”<sup>24</sup> A japán fazekasoknak szintén el kellett sajátítaniuk egy megkülönböztető nemzeti esztétikát

az ipari átalakulás egy bizonyos momentumánál.<sup>25</sup> A kézművesség kulturális szerepének hasonló értelmezése egyáltalán nem áll távol a korábban említett piacközpontú felvetésektől, inkább strukturálja a piaci kifizetéseket és felhalmozást. A kulturális és gazdasági kérdések összefonódásának mértékéről két ecuadori kecsua közösség – a tiguai és az otavalói indiánok – példáján keresztül próbálunk választ adni.

Összevetve az úttalan Andok-vidéki völgyek, illetve a Buenos Aires-i művészeti galériák béreit, agrárjövödelmeit és a helyi kézműves termékek jövedelmezőségét, elmondható, hogy a tiguai és az otavalói bennszülöttek egy dinamikusan fejlődő andoki kultúrának a képviselői, ahol Starn szerint „a keveredés és a mobilitás intenzív ritmusai a különbözőség szé-

dítő burjánzásához vezetnek”.<sup>26, 27</sup> Vannak azonban elkeserítő jelek is, amelyek némiképp árnyalják a keveredésről és a mobilitásról alkotott fenti képet. Az idősebb generációk karrierlehetőségeit gyakorlatilag teljesen lenullázó neoliberális szigornak és az akadozó önellátási forrásoknak hála,<sup>28</sup> Ecuador jelenleg 19%-os munkanélküliséggel és egyes becslések szerint akár a 60%-ot is elérő alulfoglalkoztatottsági szinttel küzd.<sup>29</sup>

Az Andok-vidéki Nyugati-Kordillerákban, a Tigua völgyben, valamint a Quito, Latacunga és Ambato városának migráns közösségei közt szétszóródva, mintegy tíz földműves területen élő kecsua nyelvű tiguaiak száma 1500–2000 főre tehető. Míg korábban hagyományosan a 3000 méter feletti, esőmosta, lejtős vidékeken éltek, és árpa-, valamint burgonya-termesztésből tartották fenn magukat, a tiguai háztartások manapság egyre inkább a tengerparti, eladásra termelő farmokon, vagy hegyvidéki városokban végzett kereskedő- és más fizetett munka mellett döntenek.<sup>30</sup> A 70-es évek óta a tiguaiak élesen elhatárolják magukat a többi paraszti közösségtől, azzal a felkiáltással, hogy ők – a tiguai születésű Julio Toaquiza vezetésével – egyedi formavilágot fejlesztettek ki. A quitenói népművészeti galériák tulajdonosaival karöltve Toaquiza olyan festményeket kezdett festeni, amelyek a különböző ünnepeket és a vidéki életmódot ábrázolták, és külön kiemelték

a népére és szülőföldjére jellemző Úrnapí fiesztákat és a kietlen, kopár vidékeket. Az élénk, házi zománcfestékből megkomponált *cuadros*-ok (bőr-„vásznak”) később külföldi turistákhoz és gyűjtőkhöz kerültek. Az így kialakult kézművesség számos tiguai szerencsésjét alapozta meg, hála a művészi egyesületeknek, valamint a karizmatikus kézműveseknek.

A festés egyike annak a kevés művészeti ágának, amelyet az otavalói bennszülöttek még nem fedeztek fel maguknak – üzleti szempontból legalábbis. A házi termékekre teljes export iparágakat építve – a 90-es évek végén a bennszülött kereskedők több mint egymillió gyapjúpulóvert adtak el évente – a mintegy 70 000 főt számláló otavalói közösség Ecuador nemzeti ikonjává vált, nemcsak gazdasági

sikerei, de etnikai büszkesége miatt is.<sup>31</sup> A kereskedők híre ellenére azonban számos otavalói továbbra is nagy szegénységben él, boldogulása pedig a kukorica-alapú önfenntartó gazdálkodás és az alultőkésített textilipar függvénye. Ariasucuban, az otavalói vizsgálódásom tárgyát képező, 136 háztartásból (és mintegy 600 lakosból) álló vidéki földműves-kézműves közösségben az élet inkább a kereskedelmi és nem a mezőgazdasági rutint követi. A kora 80-as évek gazdasá-

A 90-es évek során Enrique Teran és Rosa Chiza boltja nem szimplán megfelelt a tinédzserek elvárásainak, hanem maga alkította őket, részben anyagi okokból. A bolt magas készpénzforgalmának köszönhetően Enrique-ék minden héten ki tudták fizetni a munkásokat, míg más tulajdonosok gyakran kénytelenek voltak elnapolni a fizetést a kéthavi üzleti útjaik utáni időszakra. Teran és Chiza azonban nem egyszerűen megvásárolták munkásaik húségét; etetésükről és szórakoztatásukról is gondoskodtak. Mind közül is valószínűleg az étkeztetések bírtak a legnagyobb jelentőséggel. Rosa, aki órákat töltött azzal, hogy összeállítsa a babból, lencséből, mutiból (főtt kukorica) és csirkelevesből álló menüt, egyáltalán nem próbálta megúszni a feladatot és kenyérrel vagy más, könnyen beszerezhető étellel könnyíteni életén; munkásai így izelítőt kaphattak az ünnepekre és más speciális alkalmakra tartogatott konyhaművészetéből is. Az étel mellett a modern fogyasztási javak is jelentős szerepet játszottak az üzem vonzerejében. Mivel hosszú órákat töltöttek a szövőszéken, a fiúk és lányok számára az Enrique által folyamatosan naprakészen tartott mozi és lemezállomány jelentette a legnagyobb örömet.

gi válsága után Ariasucu munka nélkül maradt migránsai hazatértek Quitóból, hogy a *fajas*-nak nevezett, mintegy 3 méter hosszú színes selyemövek tömegtermelésének úttörőivé váljanak, amelyhez a bennszülött nők egyre növekvő kereslete biztosított piacot. Dacára annak, hogy a pedálos szövőszékek iparága életképes szakmának bizonyult, az ariasucuiak tovább bővítették tevékenységüket, és Kolumbiába, Panamába, Costa Ricába, valamint Európába utaznak, hogy túladjanak portékájukon.

A paraszti közösségek, miután elvesztették azokat a mezőgazdasági és bérjellegű forrásaikat, amelyek lehetővé tették számukra, hogy szomszédaik vagyontól független bevételhez jussanak, elkezdtek mind ugyanazokat a szűk piaci réseket megcélozni. Életmódjuk egyre jobban emlékeztet a kisstílusú vállalkozókéra, akik egyre csak „a kitörési lehetőséget keresik”<sup>32</sup> először rokonaikkal és szomszédaikkal, később más közös-

ségekkel és idegen kereskedőkkel szemben. A 70-es és 80-as években az antropológusok heves vitát folytattak a „kisstílusú árukereskedők” közt kialakuló strukturális viszonyok lehetséges következményeiről, és azt vizsgálták, miképp illeszkedik a helyi termelés a nemzetgazdaságokba, illetve, hogy hogyan járult hozzá a társadalmi osztályok formálódásához. Az akkor feltett kérdések ma is érvényesek, különösen, ha meg akarjuk érteni a kereskedelem szereplői közt kialakuló különbségeket, illetve, hogy mit is jelent a kézműves munka a közösség stabilitására és növekedésére nézve. Röviden, a Lenint idéző Carol Smithhez kapcsolódva, a kérdés a következő: „Vajon tényleg lehetséges, hogy az árugazdálkodás a kevesek gyarapodását idézi elő a tömegek elnyomorítása mellett?”

## KÉZMŰVESSÉG, EGYENLŐT- LENSÉGEK ÉS A JÖVEDELEM „KIRÁLYAI”

Smith kérdése rögtön egy másikat is felvet: vajon mi az, ami a kevesek gyarapodását előidéz? Mitől prosperál egy kézműves? Ha tisztázzuk, hogy mi juttat egyeseket a csúcsra, a többiek számára is releváns következtetéseket vonhatunk le. A lehető legpontosabb válasz, amelyet a kérdésre eddig adtak, valószínűleg a marxista perspektívából kiinduló antropológusoktól származik. A tőke elsőségét hangsúlyozva számos tudós amellelt érvel, hogy minden kézműves közösségnek van olyan szegmense, amely képes a vagyon felhalmozására a bérezett munka, az önellátó gazdálkodás és a gyártók valamint a kereskedők közti piaci viszonyok stratégiai használata révén.<sup>33</sup> Cook szerint a kisipari méretű, „családon belüli” felhalmozás hozzájárult bizonyos szövő- és téglagyártó vállalkozások boldogulásához,<sup>34</sup> bár a „piaci tőke hegemoniája” miatt a kézműveseknek gyakran semmi esélye nem maradt a tényleges gyarapodásra.<sup>35</sup>

Számos esetben azonban a tőke nem nyújt kielégítő magyarázatot a kézművesek közti gazdasági különbségek jellegzetes formáira. A guatemalai Totonopican szövőmestereiről szóló tanulmányában Smith például azt elemzi, miképp emelkedtek fel a város áru-

termelő parasztjai mint „a piactól leginkább függő guatemalai földművesek”.<sup>36</sup> A maja nők országos népviseletére specializálódva olyan piacra letek, amely a maják urbanizációjának és a korábbi, viszonylag önellátó városállamokból történő elvándorlásnak köszönhetette létét. Ahogy azonban a kereskedelem egyre fokozódott, és mindinkább „Nyugat-Guatemala szívére”<sup>37</sup> koncentrált, a felhalmozás is váratlan méreteket öltött. A szövő parasztok képtelenek voltak tőkésíteni működésüket, épp ezért „nem tagozódtak két külön osztályba (annak ellenére, hogy bevételeiket tekintve igen jelentős eltérésekről beszélhetünk)”.<sup>38</sup> Marxista szemszögből nézve, ezek a jövedelmi eltérések persze igen súlyosnak tűnnek. Smith ugyanis azt állítja, hogy a legsikeresebb totonopicanai szövőmes-

ter akár 7350 dollárt is bezsebelhetett, míg a következő legmagasabb kereset alig több mint 4000 dollárra, az átlagkereset pedig 2807 dollárra rúgott.

Ez a kiegyensúlyozatlanság további jelentőséget nyer, amennyiben más iparágakban is felbukkan. A japán Sarayama 14 kézműves háztartásból álló közösséget sokan az egekig magasztalták, mondván, az ottani fazekasok olyan termékeket állítanak elő, amelyek szépsége egyszerre mondható „természetesnek”, „hagyom-

mányosnak” és „együttműködőnek”.<sup>39</sup> A teás- és szakés- csészékre, rizsestálakra és a *mingei* (a népművészet) ideál egyéb manifesztációira szakosodott sarayamai kézművesek portékái iránt az 50-es évektől kezdve folyamatosan nőtt a kereslet, hiszen ezek a javak együttesen a hagyományos (japán) kézműveséget jelképezték egy olyan társadalomban, amely épp heves modernizáción ment keresztül. A kézművesek anonimitása növelte a munka értékét; az égetőkemence és a többi erőforrás megosztása pedig biztosította az életben maradáshoz minden egyes családi vállalkozás számára. Ami viszont a sikereket illeti, még a tőke és az esztétikai különbségek gazdasági hatásainak minimalizálása sem segített az egyensúlytalanságok kiküszöbölésében. Morean bevételi adatai szerint két sarayamai háztartás is akadt, ahol a bevételek a faluban lakó többi fazekas átlagkeresetének majdnem a duplájára rúgnak.<sup>40, 41</sup>

Enrique és Rosa boltjának vonzereje a többieket is arra készítette, hogy hasonló működésmódba kezdjenek. Az egyik tulajdonos, aki egyszerre hat szövőszéket próbált a termelésben tartani, Enrique-t említette annak indokaként, hogy miért is ruházott be egy nagy színes televízióba és egy használt hifi-be rendezésbe. Egy másik férfi, akitől Enrique és Rosa boltja három munkást is elszippantott, azon zsörtölődött, hogy ő és felesége csak kukoricából, árpából vagy libatoplevésből (quinua) álló szerény ebéddel tudnak kedveskedni munkásaiknak. Az övkészítő ipar több szövőszékkel rendelkező üzemeinek sikeressége nemcsak a darabbérért dolgozó munkások kizsákmányolását tette természetes (helyi) munkaerő-piaci gyakorlattá, hanem átalakította a háztartások otthoni létformáját is, és vibráló, fogyasztásvezérelt piaci helyszínekké változtatta őket. [...]

### Tigua festő-kereskedőinek felemelkedése

Tiguában a festőművész szakma korán tudathasadásos állapotba került: az alapító Toaquiza család a vidéki Cotopaxi közössége mellett kötelezte el magát, míg a völgy más kerületeiből származó ambiciózus festők inkább Quitóba költöztek. A kíván-

Neoklasszikus szemszögből egy sikeres vállalkozás nyereségessége mindig az innovációnak köszönhető. A Smith-féle „tisza” versengő piacok világában a fellendülés az úttörők kiváltsága lesz – azoké, akik új dolgokat hoznak létre, új technikákat fejlesztenek ki és új piacokat tárnak fel.<sup>42</sup> Az antropológusok maguk is igen gyakran csupa lelkesedéssel írnak a „tehetség szelekciójáról”,<sup>43</sup> annak ellenére, hogy a kapitalista piacok bennszülött és rurális társadalmakra gyakorolt hatásával szemben igen erőteljes fenntartásaik vannak.<sup>44</sup> A technológiai, kommunikációs és technikai fejlődési irányok valóban lökést adtak a sarayamai kereskedelemnek és erodáltak a társadalmi együttműködést, de úgy tűnik, a fejlesztéseket egyetlen üzem sem monopolizálta.

Az ecuadori Otavalo övkészítő mesterei esetében az innováció kérdése még ennél is homályosabb. A piacvezető szövőüzem például megalakulása során pontosan követte a korábbi vállalkozások által kitaposott ösvényeket. Egyike lévén azon kereskedelmi ágaknak, amelyek utoljára tértek át a háztáji jellegű, önellátó termelésről az árutermelésre, az övkészítés a 70-es években életképes karrierlehetőségnek bizonyult, amikor az övek iránti országos tömegkereslet kialakult. A növekedés a guatemalai szövőiparra hasonlít, ahol az üzlet szintén akkor indult be, amikor a vidéki bennszülött népesség lemondott az öfenntartás autonómiájáról a bérezett munka, a városi élet, és a készpénzes jövedelem, valamint a fogyasztói javak megszerzésének egyéb módjai javára.<sup>45</sup> A fáradságosnak bizonyuló hátszijas szövésről a pedálos székre áttérő ariasucui fivéreknek 1978–1979-ben olyan új technikát sikerült bevezetniük, amely tízszeresére növelte a gyártási kapacitásokat. Később a testvérpár nagyvárosokba utazott, hogy a bennszülött nők kibontakozóban lévő városi kolóniái számára közvetlenül értékesítse, vagy a vidéki városokban áruló kereskedőknek adja el az öveket. Tényleges anyagi sikerekben azonban a fivéreknek soha nem volt részük. Inkább a boltjaikban megforduló szövőmesterek profitáltak technikai fejlesztésükből.

A korábban földmunkásként dolgozó Jaime Cuyo többek között annak köszönhetette sikereit, hogy fel-

lálta a lehető legbonyolultabb mintázatot, a gyémántdíszítést, amelyhez – a hagyományos négy- és hatpedálos mintáktól eltérően – kilencpedálos szövőszék-re volt szükség. Egy olyan közösségben, ahol az egymással versengő szereplők egyben családtagok is, semmilyen mintázat nem maradhat egyedi. Így az övek is többé-kevésbé standardizált áruvá váltak. A technika üzleti jelentősége átadta a helyet a nagyobb teljesítmény-fenntartás iránti igénynek, Jaime Cuyo pedig azért válhatott sikeressé, mert olyan munkásokat talált, akik hajlandók voltak nyolc pedállal dolgozni, hogy kiizzadják magukból Jaime mintázatát. Cuyo tündöklése után az Enrique Teran és Rosa Chiza által vezetett üzem vált piacvezetővé, annak ellenére, hogy a házaspár nem talált fel új min-

tát, munkaformát, anyagot, vagy értékesítési irányt. Sikerüket annak köszönheték, hogy magukhoz tudták csábítani és meg is tudták őrizni a munkaerőt, a fogyasztói javak felhalmozásában pedig ennek köszönhetően jóval előrébb jártak társaiknál – vagyonuk 1994-ben mintegy 5801 dollárt ért.<sup>46</sup> A következő legnagyobb jövedelmi szint már csak feleennyire rúgott, míg a háztartások esetében az összes szövőmesterre számított középérték alig 1243 dollár volt.<sup>47</sup>

dorlók csoportját José Vega vezette, aki 3 évvel azután, hogy 1977-ben második helyet szerzett egy országos festő-versenyen, feleségével és gyermekeivel Quitóba ment. A 80-as évek alatt a mélyülő válság a korábbiánál is több tiguait készítetett arra, hogy a festő szakmát válassza. Az újonnan jöttek segítségével Vega alapított egy művészeti egyesületet és 1983-ra sikerült elérnie, hogy festőtársaival együtt Quito központi parkjában árulhassa műveit. Az új piactér forradalmának bizonyult Tigua művészeti és üzleti életére nézve. A kezdő és tapasztalt festők számára a park a kereskedelem, az ötletbörze és egy új festő generáció hírnévépítésének központjává vált. Tigua rurális vidékei azonban még mindig a státusz és az identitás reményével kecsegtettek a kézműves mesterséget űzők számára, a festők pedig odahaza bádogtetős házakkal, gáztűzhelyekkel és cifra szekrényekkel reprezentálták magukat. A kollektív javak még ennél is nagyobb diadalról árulkodtak, különösen José Vega esetében. Quitói székhelyű művészeti egyesületén keresztül sikerült elérnie, hogy szülővidéke, Quiloa szívében felépüljön egy kézműves központ, 1988-ban pedig azzal az érveléssel győzte meg a spanyol kormányt 40 új otthon felépítésének finanszírozásáról, hogy a helyiek művészete és

Vagyis a kézműves piac valóban kevesek meggazdagodásához vezet, az a mód azonban, ahogyan a folyamat lezajlik, egyáltalán nem cseng egybe a klasszikus gazdasági-antropológiai tanokkal. Az anyagi jólét a többnyire hasonlóan tehetséges riválisokkal küzdő, szerencsés üzemek kiváltsága, akik az áru „márkája” iránt teljesen közömbös piacokon képesek gyarapodni, és szilárd tőkeelőny nélkül is életben tudnak maradni. Mivel ezeket a gazdálkodási formákat már a 70-es években dokumentálták, aligha lehet őket a neoliberalis politikával magyarázni, hiszen az csak később vált dogmatikus tanítássá. Mindazonáltal, nem is a kapitalista terjeszkedés generikus sajátosságáról van szó. Totonicapan, Sarayama vagy Otavalo példája sokkal inkább egy történelmileg specifikus piaci struktúráról szól, amelyben pár üzem osztozik a bevételek oroszlánrészén. A helyi termelés elmozdulása, a belső vándorlásoknak köszönhetően kialakuló,

régiókon átívelő piacok létrejötte, valamint a szegény kézművesek véletlenszerű, már-már szeszélyes érintkezései a vastag pénztárcájú vásárlókkal – vagyis azok a tényezők, amelyeket a neoliberais politika a későbbiekben még jobban felerősít – még a korábnál is aszimmetrikusabbá tették a piaci kifizetéseket. Ezek a durva egyenlőtlenlégek azt jelzik, hogy a verseny talán legkiélezettebb típusával állunk szemben.

Az említett esetek vizsgálata során azonban újabb kérdések merülnek fel. Ezek az egyenlőtlenlégek általában közös etnikumhoz tartozó versenyzők, vagy más, jellegzetes csoportidentitást valló személyek között ütök fel a fejüket, mindez pedig ellentmond annak az uralkodó elméletnek, amely szerint „az etnikai hálózatokba és csoportokba való beágyazottság együttműködő, sőt,

már-már megalkuvó viselkedéshez vezet az adott etnikum gazdasági szereplői között”.<sup>48</sup> Sőt, bátran kijelenthetjük, hogy ennek éppen az ellenkezője igaz. A súlyos egyenlőtlenlégek tulajdonképp a státuszhoz, az identitáshoz és a közösségi kifejezőmóddhoz való kollektív, és egyre erőteljesebb ragaszkodás vejejárói. Ahhoz, hogy magyarázatot kapjunk a konformizmus és az egyenlőtlenlégek említett hálózatainak mibenlétére, valamint a tőke, az

ügyesség és az innováció már említett strukturális gyengeségeire, egy kis időre magára kell hagynunk az antropológusok által olyannyira kedvelt paraszti kézművest, és rá kell térnünk a közgazdászok kedvencének, a hollywoodi szupersztárnak az elemzésére.

## A KÉZMŰVES PIAC ÉS A SZTÁRSÁG MATERIALITÁSA

Az iparosodott gazdaságok elemzése során a közgazdászok az aszimmetrikus piaci végkimeneteket a sportmérkőzésekkel<sup>49</sup> vagy a „nyertes mindent vissz” alapon működő lottójátékokkal<sup>50</sup> szokták egy lapon emlegetni, ahol a popénekesekekhez és a hollywoodi sztárokhoz hasonlóan rengetegen versengenek, de csak kevesek kaparintják meg a főnyereményt. Az el-

méleti kihívás nem más, mint hogy magyarázatot találjunk a „szupersztárok”<sup>51</sup> növekvő jelenlétére olyan hétköznapi foglalkozásokban is, amelyek messze túlmutatnak a szórakoztatóiparon. A fenti piacok elemzéséről szóló művében Frank és Cook (1995) azt hangsúlyozza, hogy a javak elosztása során nem (vagy nem kizárólag) az abszolút teljesítmény, hanem a viszonylagos pozíció számít igazán. A fogyasztóknak már nem kell beérniük a kevésbé jó minőségű vagy a helyi termelésű áruval, hiszen az alacsony szállítási költségeknek, az új információs technológiáknak és a tömegkommunikációnak hála a legjobb termékeket is megkaphatják. A valóságban az első helyezett talán csak egy leheletnyivel jobb a sorban hátrébb lévőknél – mint mondjuk George Lucas és Steven Spielberg

esetében –, de „Amerika első számú filmje” még mindig sokkal nagyobb profitot ígér.<sup>52</sup> Tekintve, hogy (a globalizációnak és a növekvő jövedelmeknek hála) egyre több fogyasztóról van szó, a profit is egyre nagyobbá, bár ezzel egyidejűleg egyre koncentráltabbá is válik. [...]

Azok az okok, amelyek megmagyarázzák az amerikai művészek és a hollywoodi producerek jövedelmeinek egyenlőtlenlégét, választ adnak arra is, hogy a *negyedik világ* kézműves

közösségeiben ennek miért épp az ellentettje történik. Valójában a kézművesség szerepe nem más, mint hogy elterelje a vásárlók figyelmét a mediatisztált fogyasztásról. Mivel természetükből fakadóan funkcionalitás és anonimitás jellemzi őket, a kézműves termékek általában nem könnyen termelik ki a művészeti piacra oly jellemző „szupersztárokat”. Annyi bizonyos, hogy egyes iparágak lenyűgöző szakértelemmel aknázták ki a posztindusztriális társadalmak kézműves (és kulturális) autentikusság iránti sóvárgását, a média hatalmát pedig ügyesen használták arra, hogy egekig magasztaljanak bizonyos tradicionális munkaformákat, valamint annak csekély számú művelőjét. A hatalmas belga franchise láncokkal szembeszegülni kénytelen francia csokoládészobrászmesterek például tudatosan alakították ki sajátos, csak beavatottak számára megfeyjthető ízvilágukat. Egyfelől igyekeztek a frissesség, a tisztaság és a jó

gazdasága csak nagy ablakos házakban képes kibontakozni. Noha soha nem költözött vissza, José feleségével együtt két házat is kapott a quiloai templom mellett, az építkezési munkálatokra pedig ők maguk is hazautaztak. Az ehhez hasonló közösségi projektek szó szerint rányomták az új festőszakma bélyegét a tiguai tájra, és hozzájárultak a kivándorlók, különösképp Vega megbecsültségének megszilárdításához.

A 90-es évek nagy piaca lépési hulláma során a tiguai művészek rétegződése is egyre erősebbé vált és egy kisszámú egyértelmű győztes kitermeléséhez vezetett a rengeteg névtelen munkás közül. 1999-ben készítettem és 26 művészt bevonó mélyinterjúim adatainak, valamint a hat legfontosabb quitói népművészeti galéria 559 képének elemzésével megpróbáltam piaci jelenlétük alapján rangsorolni a művészeket. A rangsor aljára az a több száz tiguai került, aki ugyan elegendő tehetséggel és érdeklődéssel bírt ahhoz, hogy egyesületi tagsága megmaradjon, de alapvetően csak néhanapján festegetett. Mintegy 90 olyan háztartás akadt, amely kizárólag művészetéből tartotta el magát, ebből 51 havi 30 és 120 dollár közötti összegből,<sup>ii</sup> vagyis az ecuadori minimálbér környékén tengődött.<sup>iii</sup> 37 család volt, amely ennél egyenletesen többet keresett: ők havi 200 dollá-



őreg francia kézműveshagyományok hangsúlyozásával megkülönböztetni magukat a többiektől.<sup>53</sup> Mással képesek voltak mobilizálni a kortárs kézműves egyesületeket is, és rávenni azokat a kiemelkedő tagok reklámozására. A kifinomult társasági események, a legnívósabb boltokban okosan elhelyezett időszaki hirdetések, és a figyelem felkeltésére tett egyéb kísérletek mind hozzájárultak ahhoz, hogy egy kisszámú csokoládészobrászból nagy formátumú piaci szereplő váljon.

Ennél azonban jóval gyakoribb, hogy a kézműveseknek semmi hatásuk nincs a munkájukat övező nyilvánosság alakulására, és csak a kívülálló írásainak köszönhetik az esetleges publicitást. A mexikói Oaxaca fafaragói számára például egy a Smithsonianban

megjelent cikk, valamint a művészetükről szóló népszerű könyv jelentette a kiugrási pontot – ezek az írások ugyanis felkeltették a turisták figyelmét egy egyébként lenézett faragó közösségre.<sup>54</sup> Az említett publikációk azonban sem Oaxacában, sem másutt nem termeltek ki szuperstárokat. Nagy általánosságban elmondható, hogy ha valamilyen népművészeti forma – akár tudományos, akár populáris írások révén – nagyobb médianyilvánosságot kap, a figyelem

inkább a kollektív motívumokra irányul, anélkül hogy egyetlen egyedi munka is szóba kerülne.<sup>55</sup> Ecuadorban a tiguai festők például a friss publikációknak és kiállításoknak hála egyre nagyobb nemzetközi figyelemnek örvendenek, ami azonban valószínűleg a társadalmi egyenlőtlenségek növekedéséhez is hozzájárul.<sup>56</sup> Egyikőjük például az alábbiakat nyilatkozta, amikor a nagy nyilvánosság gazdasági hatásairól esett szó: „Tiguaniként hírnevünk van. Egyenként semmink sincs.”<sup>57</sup>

Az egységes marketing programokból és a hírnév-építés egyéb tömegpiaci lehetőségeiből a mainstream média által eleve kizárt piaci szereplők nemigen tehetnek mást, mint hogy a helyi fogyasztás és materiális praktikák segítségével próbálják javítani esélyeiket. Ezek a pozícióharcok azonban már sokkal kevésbé redukálhatók pár kulcsfontosságú paraméterre és fix értékítéletre. A pénz természetesen itt is alapvető

fontossággal bír; hisz a termelők megjelenésükkel és árukészletükkel szavatolják fizetőképességüket és szavahihetőségüket. De az üzleti jólét fogyasztói javakkal történő fitogtatása – különösképp, ha az a külföldi vásárlókból, a potenciális (darabbérért dolgozó) munkaerőből vagy a rivális kereskedőkből álló sokszínű közönség előtt zajlik – inkább szítja, mintsem elsimítaná a vitákat. Az imázsépítéshez vagy az üzleti megbízhatóság reputációjának kialakításához gyakran nem elég egyetlen közösségen belül dolgozni, az a pénzszerzés pedig, ami bizonyos csoportok számára imponálóan bizonyul, más közösségeket teljesen hidegen hagy. Ilyen körülmények között a durva és feltűnő fogyasztás tehát fabatkát sem ér.

Az elmúlt évtized áruról és konzumizmusról szóló

kutatásai azonban bebizonyították, hogy a fogyasztásra nem lehet pusztán az erőforrás-felhalmozás tárgyasulásként tekinteni. A fogyasztás performatív aktus, amely kulturális értékeket közvetít és hoz létre a szociális lét olyan megnyilvánulásai, mint az étkezés, az öltözködés, a házépítés, a szórakozás vagy a tárgy-gyűjtési szokások segítségével. A pozíciófüggő pénzköltés éppen ezért nem pusztán „fegyverkezési versenybe” (vagy nem elsődlegesen abba) hajszolja

az egymással versengő szereplőket, hanem egy nyílt kimenetelű szociális interakcióba, amely szép lassan alakul ki a javak segítségével. Mivel az egymással való versengés és improvizációs harc függvénye, a fölény nem alapulhat egyszeri erőfitogtatáson, csak rendszeres és megfelelő performanszokon, amelyek egyszerre tesznek tanúbizonyságot némi érzékenységről és innovativitásról.

## A KIREKESZTŐ ÉS A BEFOGADÓ VERSENY

A tiguai festőipar és az otavaloí övkészítés sikerei egyszerre reflektálnak a tágabb gazdasági környezetre (Ecuador makroökonómiai balsikereire), valamint a kézműves kereskedelem közösség- és identitásépítő

ros, vagy még ennél is nagyobb bevétellel dicsekedhettek – ez az érték pedig már némi anyagi gyarapodást is lehetővé tett. A festők utóbbi csoportját két egymással átfedésben álló alcsoportra oszthatjuk – az „első-osztályú” művészek és az úgynevezett intermediáriók vagy comerciantek (festő-kereskedők) csoportjába, akik saját műveiken túl mások festményeit is árulják.<sup>iv</sup> Végül, de nem utolsósorban két festő is akadt, akiket bevételeik alapján egyik csoportba sem tudtam besorolni. Az egyikük Alfredo Toaquiza, az eredeti alapító festő fia, aki a tiguai művészetről szóló nemzetközi kiállítások jelentős részének megszervezésénél is segédkezett. [...] A másikuk Juan Luis Cuyo Cuyo, egy igen ellentmondásos alak, aki feleségével, Maria Purificacion (Puri) Cuyóval együtt a legnagyobb helyi üzemet működteti. Juan Luis<sup>v</sup> nemcsak kereskedő, de ambiciózus festő is, akinek túlméretezett festményei az átlagár négyszeresén kelnek el. Jövedelmezőségének köszönhetően feleségével, Purival egy több mint 10 ezer dollárt érő quitói házat építettek. José Vegához hasonlóan Juan Luis és Puri is új helyszínt választottak a tiguai művészet népszerűsítésére, méghozzá Otavalo városát. Mindenekelőtt professzionizálták üzemiüket, és egy komplett vásári bódét tölthettek meg festményekkel, valamint

szerepét erősítő belső folyamatokra. Ez utóbbi szempontjából kiemelkedő jelentőséggel bír a verseny – két különböző jelzővel leírható – formája. Az egyik ezek közül a kirekesztő típusú versengés. Amikor az övkészítők ráébredtek a pedálos szövöszék használatának módjára, a hátszíjas verzió gazdasági életben maradása ugyanazon a piacon tökéletesen ellehetetlenült. Azok a városi festők, akik elektromos árammal világítanak, és potom pénzért eljutnak a piacra, veszélybe sodorták a vidéki festők megélhetését. Ebben a kirekesztő versenyben egyes metódusok nyereségessége nemcsak rövidtávú veszteségekkel jár a többiek számára, de azt is lehetetlenné teszi, hogy a sikertelenebb szereplők működéséhez szükséges alternatív források életben maradjanak. [...]

Tiguában és Otavalóban azonban az egymással versengő kézművesek hosszú távú interakciói oda vezettek, hogy egy egyébként valószínűleg tisztavirág-életű, szűk keresletű termék piaca stabilizálódni tudott, és a közösségi öntudattal együtt annak autonómiája is megerősödött. Vagyis a kereskedelem expanzívabb időszakában a verseny akár befogadó jellegű is lehet. Egy sikeres üzem más versenyzőket ugyan megfoszthat a nyereségtől, maga a tevékenység azonban gyarapítja az erőforrásokat, amelyek a versengők szélesebb rétege számára bizonyulnak létfontosságúnak. A gyarapodás sok esetben anyagi jellegű, és új piacok feltárásával vagy a munkaerő növekedésével jár, de legalább ekkora jelentőségű lehet a kulturális erőforrások megalkotása és fejlesztése is. A piaci szereplők függnek egymástól a helyszínek és a szimbólumok, valamint saját – akár bennszülött művészként, akár becsületes munkaadóként definiált – identitásuk létrehozásában. Ezt az énképet a munkások kivándorlási hullámjai, az eltérő kulturális háttérrel rendelkező fogyasztók széles ízlése, valamint a nemzeti és regionális gazdaságok lemorzsolódása folyamatos fenyegetésben tartja, éppen ezért közös erőfeszítések nélkül a versenyzők saját munkáltatói, termelői és kereskedői tevékenységük kontinuitását sodorják veszélybe.

Ahol komoly presztízst jelent „a legjobb” festőnek, kereskedőnek vagy munkaadónak lenni, ott a ver-

sengők közti viszonyosság is felerősödik. A társadalmi aktivitás, a munka és a különböző rituálék helyszínül szolgáló közösségi tereket épp azokban a csomópontokban találjuk, ahol a legmerészebb vállalkozók ambíciói realitássá válnak. Egy művész (jobban mondva az együtt munkálkodó férj és feleség) művei, házának homlokzata (amelyet általában a férfival azonosítanak, hiszen a szövés és a festés hagyományosan férfimunkának számít), vagy az utcai bódéja által sugárzott ízlésvilág tartósan megszilárdítja azokat a szociális tereket, ahol a társadalmi megbecsültség kialakul. Az újonnan érkezők pedig magukévá teszik a már kialakult stílusokat és helyszíneket, alkalmazkodnak a piactér aktuális normáihoz, miközben ők maguk is próbálnak egyre feljebb kapaszkodni a ranglétrán.

Ahogy azt már mások is észrevették, a versengő egyének bizony hajlamosak a konformizmusra. [...] A megalkuvás mélyén azonban ott búvik az egyenlőtlenség nyilvánvaló társadalmi ténye, és az új keletű tanulmányok – bár sokszor igen építő jellegűnek bizonyulnak – mind ez idáig adósak maradtak annak tisztázásával, vajon miért válik egység és egyenlőtlenség egymástól ennyire elválaszthatatlanná és egymás kölcsönös alkotóele-

egyéb kézműves portékával. Noha árukészletük és Puri hagyományos népviselete (vastag rakott szoknya és horgolt kendő) bennszülött autentikusságról árulkodott, Juan Luis külseje már más képet mutatott. Ő maga mellőzte a vidékies öltözetet és portékáját is fedetlen fővel (szülőföldjének jellegzetes kalapja nélkül), világos fehér pólókban, vasalt nadrágban és polírozott cipőben áruolta. Jólápoltsága és árukészlete kiváló ízlésről és erőforrásokról árulkodott. Ez pedig jelzésértékkel bír egy olyan – messzemenőig bizonytalan – piacon, ahol az idegenek minimális információval rendelkeznek a termékekről és az árusokról.<sup>vi</sup> Mivel a negyedik világ termelői és a nyugati világ vásárlói közti kapcsolat egyre direkttbbé válik, a piacközpontú márkaépítés is egyre nagyobb jelentőséget nyer. Az árukészleteket felvásároló és egyéb megrendeléseket leadó kereskedők azok az – idézőjelben vett – „vastag pénztárcájú” fogyasztók, akik koncentrált kifizetéseket tesznek lehetővé, és szorgalmának, valamint kiterjedt árukészletének hála, Juan Luis és Puri ilyen vevőkörrel büszkélkedhetett.

A megszerzett előnyök – a hatalmas árukészlet, boltjaik és standjaik számának növekedése, valamint a bennszülöttől eltérő, városias divat – Juan Luis és Puri számára azonban a fes-

mévé. Márpedig minél befogadóbb egy versengő közösség a társadalmi és gazdasági tevékenységek szabad áramlására, annál súlyosabbnak tűnnek azok a morális kérdések, amelyeket az új típusú egyenlőtlenségek vetnek fel. Nem kell azonban azt hinni, hogy a moralitás új irányba – a verseny világán túli normák világába – terel minket. Éppen ellenkezőleg: a moralitás visszavezet a versenyben rejlő diszkurzív követelményekhez.

## MORALITÁS, ELSŐBBSÉG ÉS LEGITIMITÁS A KÉZMŰVES PIACOKON

Azokban a társadalmakban, ahol a „verseny” kulturálisan is elfogadott gazdasági viselkedésfor-

mákat termel ki, valószínűleg nem beszélhetünk kölcsönös „együttműködésekről”, de a „kizsákmányolás” vagy az „erőszak” morális bűnéről sem. A versengés során a piaci szereplők nyilvánvalóan kevesebb kötelezettséget hajlandók vállalni egymás iránt, de viselkedésükben legalább betartanak bizonyos határokat. Amennyiben igaz az állítás, hogy „a kapitalizmus és a versengő piacok veleje a bukás [...], az ügyetlen szereplőket pedig a hatékonyak elűzik a piacról”,<sup>58</sup> akkor csak a „hatékonyak” számítói üzleti gyakorlatokról beszélhetünk. A sarayamai fazekasok ebből a szempontból különösen érdekes példának bizonyulnak. Egyfelől bizonyos fokú innovációba ők is beletörődtek, hiszen megengedték, hogy páran a kommunális tűzhely helyett gyakoribb begyújtást engedő, privát kemencéket szerezzenek be. Másfelől azonban az elektromos korongról már hallani sem akartak. Morean szerint „a lábkoronghoz való ragaszkodás tulajdonképpen annyit jelent, hogy a fazekasok megerősítik saját közösségükbe vetett hitüket, hiszen ez a közösség totális káoszba sülyyedne, ha mindenki teljesen gépiesítené működését, és versengő termelésbe kezdene”.<sup>59</sup> Azzal, hogy ennyire határozottan kiállnak a közösségi „hagyományok” mellett, sőt, ők maguk döntenek el, mi számít tradíciónak, a fazekasok az egymás közti versenyt is szabályozzák.

Máskor már maga a „verseny” diskurzusa is magában hordozza a problémákat. Egy bizonyos eladásból származó profit például nemcsak azért szíthat elmentéteket, mert versengő gazdasági helyzetben termelték meg, hanem mert bemocskolja a tiszta versenyről alkotott képet. A különböző marketing tevékenységekről szóló, gyakran igen acsarkodó hangnemen folytatott viták esetében a diszkurzív munka – vagyis a „szöveg”, a „művész” és az „üzletember” kulturális kategóriáinak megalkotása, valamint a megfelelés az ezekkel összekapcsolt normáknak – szintén a verseny elengedhetetlen részévé válik. [...]

Sokak számára a verseny csak addig tolerálható, amíg kézművesek, és nem üzletemberek között zajlik. A tiguai művészet kreatív fellendülésével is jellemez-

hető 80-as évekről Francisco Cuyo 1999-ben az alábbiakat nyilatkozta: „Erőteljes versengés volt köztünk. Kijöttünk a parkba [eladni a festményeinket] és igyekeztünk minél jobb benyomást kelteni. Nagyon sokat fejlődtünk akkoriban.” A második legnagyobb művészeti egyesület elnökeként azonban Francisco számtalanszor aggódott azon, hogy nincs elég új motívum a tiguai művészetben. Az egyik egyesületi találkozón pedig Olmedo Cuyóról panaszkodott, a fiatal művészről, aki 1994-ben ugyan még úttörőnek számít, kreatív országúti jeleneteket ábrázoló képeket festett, később azonban már csak tiguai közvetítő számára volt hajlandó másolatokat készíteni.

A tiguaiak amúgy is hajlamosak a közvetítőket felelőssé tenni minden problémájukért, szerintük

ugyanis az ő megjelenésüknek köszönhető, hogy kóros méreteket öltött a versengés, és hogy a festmények értéke zuhanásnak indult. [...]

A festőművészek erősen ellenzik a közvetítő jelenlétét, mert szerintük azok lenyomják az árakat, mindemellett pedig tényleges fejlődést nem hoznak a közösség életébe – kritikusaik legalábbis ezt hányják a szemükre.

Válaszul az ellenvetésekre, a jómódú közvetítő kereskedők általában azt

szokták hangsúlyozni, hogy az ő viszonteladási tevékenységük nélkül semmi nem garantálná a biztos jövedelmet az otthoni háztartások és a szomszédok számára, akik amúgy már rég északabbra költöztek volna, hogy az eladásra termelő burgonyafarmok gyomlálásából keresik meg a napi betevőt. A kereskedők legitimáció iránti mélyebb igénye azonban leginkább abból fakad, hogy tulajdonképpen ők is festőművésznek vallják magukat. Időről időre magukhoz ragadják hát a szót a különböző nyilvános gyűléseken, és elmondják, hogy elsősorban saját műveiket árulják, és nemcsak szimplán festők, de jó festők is egyben! [...]

A tiguai kereskedőkhöz hasonlóan a nagyobb otavali övkészítő üzemek is kénytelenek voltak valahogy kibékíteni aránytalan nyereségeiket a többi szövhöz képest – vagyis a szomszédaikhoz, rokonaikhoz és kézműves társaikhoz fűződő – morális

tő társadalom jóindulatába került. A többi kézműves, megorrolván a pár sikerére, nem akart több árut eladni nekik. Juan Luis és Puri pedig, hogy fenn tudják tartani a jól menő viszonteladókhoz hasonló jövedelmi szintjüket, kénytelenek voltak legalább annyit törődni saját kézműves közösségükkel, mint a piaccal. Üzleti szempontból mindez azzal járt, hogy gyakori vásárlásokba kellett bocsátkozniuk, amivel – ha jelentős kifizetéseket nem is, de – némi biztonságot tudtak nyújtani munkásaiknak. Ami pedig a szociális életet illeti, a compadrazgo, vagyis a rituális társszülőség katolikus intézménye segítségével szentesítették meg a gazdasági csere iránti kölcsönös elköteleződéseiket. Egy átlagos középkorú házaspár általában 3–4 ilyen társszülői viszonyt tudhat magáénak, egy befolyásos tiguai kereskedőnek pedig 12 comradéja van. Juan Luis-nak és Puri-nak 23 társszülő jutott.

[...]

Az elmúlt 20 évben igen változatos módjait láthattuk a tiguai művészek státuszépítésének. A fent elemzett anyagi kultúrák – a közösségépítő projektek, a cifra szekrények, a nagy árukészletek, a házak és a rituálék – többé-kevésbé mind fontossá váltak annak fényében, hogy az országos recesszió, a közösségi

kötélékekkel. Tiguához hasonlóan a gazdag vállalkozók itt is a közösségi kereskedelemhez való jelentős hozzájárulásuk hangoztatásával próbálták legitimálni helyzetüket. Enrique például a – javarészt szintén szövöként dolgozó – szülőkön keresztül toborozta munkaerejét azzal az ígérettel, hogy erőforrásait nem kímélve megtanítja gyermekeiket a mesterség minden csínjára. Igyekezett önmagát olyan emberként pozicionálni, aki nemcsak kiterjedt családja, de – üzletének méretéből fakadóan – a tágabb közösség szakértelmét is fejleszteni tudja. Így aztán Ariasucu az évek során megtelt Enrique és Rosa volt és jelenlegi munkásaival, akik mind a sikeres pár izlésén, tudásán és üzleti érzékén nevelkedtek.

## KÖZÖSSÉG, VERSENY ÉS A KULTURÁLIS KÉNYSZEREK

A nemzetközi kulturális gazdaságban a kézművesek gomba mód szaporodni kezdtek. Mivel teljesen sosem váltak „modernné” – nem racionalizálták menedzsmentjüket, nem halmoztak fel tőkét, nem tértek át a „szabad” munkaerő alkalmazására, nem gépésítették munkafolyamataikat stb. – ezek a társadalmak „a visszavonulót fújtt modernitás” korában éltek virágkorukat.<sup>60</sup> Vegyes termelési és marketingstratégiáikkal a kézműves piacok olyan gazdaságokban jelentették a kitörés lehetőségét, amelyek mindig kirekesztődtek – vagy eleve ki voltak zárva – a nemzetközi befektetési formákból. Később a kézművesek ugyanezeknek a befektetéseknek köszönheték, hogy feltárult előttük az élet a kulturális térben – amikor is az egyesült Európa vagy az iparosodott Japán a nemzeti autentikusság iránti sóvárgásában rávetette magát a művészi termékekre. A kézművesség így a csoportidentitás új helyszínein, a centrumot és a perifériát közrefogó – „etno-” – tereken belül nyert újra jelentőséget. A kézművesek művészeti vállalkozókká válnak, „akik egy kivándorolt népcsoport anyaföld iránti vágyának”<sup>61</sup> köszönhetik gyarapodásukat. Az itt bemutatott kézműves kultúrák sokszínűségének vizsgálata során visszatérő elemnek bizonyult a (különböző tárgyagnál, szimbólumoknál és embereknél felmerülő) áramlatok, illetve a (provinciális gazdaságok és a globális hálózat esetében értelmezhető) integ-

ráció problematikája. Ez a megközelítés segített minket hozzá, hogy megértsük a makro-ökonomiai kiigazítások, a bennszülött vállalkozási formák és a felmerülő egyenlőtlenségek közti összefüggéseket.

A folyamatok elemezgetése azonban könnyen oda vezethet, hogy a kézművesek összetartozásának és céltudatosságának érzetét alapvetően meghatározó díszletek kiüresednek. A különböző tendenciák vizsgálata nem vesz tudomást a mindennapos helyi erőfeszítésekről, amelyek az utcai piacokon, raktárokban, műhelyekben és iparági egyesületekben a megélhetésért zajlanak, és amelyeknek hála, a kulturális identitások összefonódnak a gazdasági küzdelemmel és bukással. Ahhoz, hogy megértsük a quitói festők, az otavaloí szövők, a párizsi csokoládészob-

jólét új formái vagy a migrációs hullámok épp mit diktálnak. A közösségben lezajló változások gyakran a Juan Luis és Puri által is bemutatott hullámvölgyekhez hasonlítottak: volt, hogy ők határozták meg az aktuális trendeket, és volt, hogy csak követték azokat, de bizonyos, hogy még ez utóbbi esetben is nagy figyelem övezte tevékenységüket. Anyagi gyakorlataik idővel személyes ambícióik és a közösségi kényszerek sajátos egyvelegévé váltak – egy olyan kultúrateremtő verseny melléktermékeként, amelyet a Vegához és a Juan Luis-hoz vagy Purihoz hasonló emberek nagyban befolyásolnak ugyan, de irányítani sohasem fognak.

rások vagy a sarayamai fazekasok által megtestesített élelnk kulturális jellegzetességeket, az árutermelésre és a kapcsolódó marketingtevékenységre nem „pontok térbeli sorozataként” kell tekintetünk, hanem olyan folyamatokként, amelyek „elválaszthatatlan-

nok az aktuális pillanattól és az adott »lehetőségek-től«.<sup>62</sup> A verseny problematikája újra ráirányítja a figyelmünket ezekre a pillanatokra – vagyis az egyes „pontokon” belül zajló élet következményeire, és teszi mindezt anélkül, hogy ignorálná a globalizáció „nemzetközi kapcsolatainak sűrűn szőtt hálóját”.<sup>63</sup> Ehelyett inkább arra a tényre hívja fel a figyelmünket, hogy a piaci önfenntartás nemcsak magában foglalja, de újra is formálja a kapcsolatokat, az erőforrások és az anyagi kifejezőeszközök viszonyrendszerét.

Az Ecuadorban és másutt felbukkanó versengési formák, amelyek az erősen aszimmetrikus egyenlőtlenségekért is felelőssé tehető, igen mély gyökerekkel rendelkeznek. Gazdasági szempontból a földműves közösségek – még a kollektív szegénység egalitárius világképében oly nagyon hinni akaró latin-amerikai népek is – jó ideje az egyenlőtlenség és a belső kizsákmányolás színtereinek számítanak.<sup>64</sup> A védőszentek színpompás ünnepeiben és a családi fiesztákban régóta megbúvó státuszharc évszázadok óta képezi a bennszülött közösségi önkifejezés magvát. Ahogyan arra Cancian is rámutat,<sup>65</sup> a fényűzés materiális fitogtatása nemcsak a hagyományok iránti kollektív elköteleződésre vezethető vissza, de legalább ennyire kapcsolódik a gazdasági felhalmozás és a jómód erkölcsi legitimitációjának hosszú távú formáihoz.

Az életképes jövedelemszerzési lehetőségek és önfenntartási források elvesztése ezeket a korábbi versengési formákat igen egészségtelen módon egyesíti. A kifejezőmód kultúrájának kimunkáltsága például egyre sarkalatosabb tényezővé válik a megélhetésre tett kísérletek során, ahelyett hogy megmaradnának a társadalmi rétegződést erkölcsileg legitimáló, alárendeltebb tevékenységek. Ahol a piaci siker annak függvénye, hogy valakire a „legjobb” üzemeltetőként tekintenek-e, a pozícióharc is állandósul. Ecuadorban mindez annyit jelent, hogy mindenkinek lépést kell tartani a többiek szekrényével, *compadre*-kra kell költeni, saját műhelyt kell létrehozni, gyarapítani kell az árukészletet, illetve részt kell venni a közösségi életben és a politikában. A régi nyertesek időről időre újaknak adják át a helyüket, a megkülönböztető közösségi ízlések, stílusok és esztétikák egyre érettebbé válnak, a gazdasági egyensúlytalanságok egyre súlyosabbak lesznek.

A verseny kulturálisan mégis elengedhetetlen, és nemcsak azért, mert kreativitásra sarkall, hanem mert garantálja azokat az interakciókat és diskurzusokat, amelyek segítségével a piacfüggő közösségek elviselhetővé teszik saját gazdagságukat és szegénységüket. Természetesen az újjgazdag tulajdonosok tolerálását övező közösségi vitákban igen nagy véleménykülönbségek adódnak, legyen szó akár az általános körülményekről, akár az aktuális szereplőkről. Ecuadorban vannak, akik a személyes tehetség megtérülésében hisznek, mások viszont úgy érzik, a bennszülött művészet piacán „egyenként semmijük sincs”, megint mások úgy vélik, a kevesek által folytatott gyakorlat mindenki számára romlást hoz. [...]

Az új évszázad kezdetén azonban a kulturális kényszerek és a gazdasági autonómia még mindig „összetartják” a kecsua népeket. Eltekintve a különbségektől, ezek a férfiak és nők – úgy tűnik – hajlandóak elfogadni mások anyagi gyarapodását, ha a jómódúak piacilag életképessé varázsolják a közösség iparát, kiterjesztik a kézműves termékekben rejlő esztétikai lehetőségeket, és lehetővé teszik az emberek számára, hogy „a saját munkájukat végezzék a saját otthonaikban”. Következésképp, a verseny valóban összetartja az egyéneket és „az emberi interakció erőpajzsává válik”, ahol a felhalmozásról és a kötelezettségekről szóló viták lezajlanak, és amelynek segítségével a különböző kifejezőmódok létrejönnek.<sup>66</sup> A verseny során az emberek anyagi formába öntik összetartozásukat, mindeközben pedig próbálják legitimálni azokat az egyenlőtlenségeket is, amelyeket ez az összetartozás rájuk és a többiekre ró.

## KONKLÚZIÓ

A maláj parasztok politikai tudatosságáról szóló elemzésében Scott mintegy mellékesen igen jelentős dilemmát vet fel: „Az egyik legfontosabb kérdés, amelyet minden alárendelt osztály esetében fel kell tenni, az az, vajon milyen mértékben tudják ezek a csoportok belső szankciók segítségével megakadályozni a tagjaik közti könyörtelen versenyt, amely csakis a mindenkori kizsákmányoló osztályok érdekeit szolgálhatja.”<sup>67</sup> Az 1990-es évek közepe óta a tiguai festők és az otavalói övkészítők ugyanezzel a dilemmával küzdenek. Az egymás közti intenzív versenynek köszönhetően öveik és festményeik értéke meredek zuhanásnak indult, és súlyos egyenlőtlenségek alakultak ki, bár „kizsákmányoló osztályról” egyikük esetében sem beszélhetnénk. Mindennek ellenére, a versenynek köszönhető – és erre maguk a kézművesek hívták fel a figyelmet –, hogy egyáltalán létre tudott jönni egy megkülönböztető kecsua kifejezőmód, nemcsak a termékek, de a konyhaművészet, a ruházkodás és az építkezés terén is. Noha a transznacionális kapitalizmust leginkább a versengő üdítőitalok (a Coca-Cola) és a popsztárok (a Backstreet Boys) testesítik meg, a *faja* vagy a *cuadro* legalább ilyen jelentős produktumai a mobilitásnak, a piaci terjeszkedésnek vagy a neoliberális gazdaságra jellemző pozícióharcnak. Scott kérdése éppen ezért rögtön egy újabbat vet fel: Vajon miképp lehet, hogy a verseny – a maga könyörtelen küzdelmeivel, a „győztes mindent visz” elvével stb. – oly egyértelműen a testvériség szimbólumait produkálja, annak ellenére, hogy két szeletre hasította a világot, amelyben kevesek birtokolnak sokat, a legtöbben pedig az égvilágon semmit sem.

Ebben a tanulmányban azt próbáltam bemutatni, hogy a bennszülöttek, migránsok, bevándorlók és a globális gazdaság más furcsa, opportunista szereplői által létrehozott új piacokon a verseny nem szűkíthető le kizárólag a tőkére. Mivel kulturális és gazdasági szempontból egyaránt kényszerítőerővel bír, a verseny tulajdonképpen egy strukturális viszony, amely az áruk, a felhalmozás, a fogyasztás és a diskurzusok segítségével jön létre. A versengők függnek egymástól az önmaguk és vállalkozásaik számára szükséges jelek és stílusok létrehozásában; a közösségek pedig a piacban testet öltött kényszerek köré szerveződnek. Ezek a kölcsönös függések azonban károsak is lehetnek. A migráció és a különböző kommunikációs technológiák továbbra is oly mó-

dokon kapcsolják össze az embereket, amelyek a potenciális bevételek koncentrációjával járnak; az államok pedig egyre csak háritják az újraelosztás felelősségét. A transznacionalizmus ünnepelet folyamatai tehát a korábbiaknál is földhözragadtabb önellátási formákat termelnek ki és kényszerítenek bele ebbe az aránytalan küzdelembe, amelynek hála, tovább koncentrálnak a kifizetések, erősödnek az egyenlőtlenségek és még jobban elmélyül a multikulturális jelenünkre oly jellemző expresszivitás és közösségi szolidaritás. Bourdieu számára

a verseny előli menekvés esélytelensége arra a nagy közös erőfeszítésre reflektál, hogy „a neoliberális közgazdászok »elméleti leírásaival« összhangban lévő gazdasági rendszereket hozunk létre”. Az antropológia számára az egyetlen követendő út az lehet, ha mellőzi a piaci modellt „logikai gépezetét” pusztán megerősítő elméleti leírásokat, és ehelyett olyan, etnográfiailag megalapozott modelleket alkot, amelyek magyarázattal szolgálnak a verseny, a gazdaság és a kulturális identitások közti viszonyokra.

## Jegyzetek

- Otavalói kutatásokat a Nemzeti Tudományos Alapítvány (National Science Foundation), a Fulbright Hayes IIE program és a UCLA Latin-Amerika Központjának támogatása tette lehetővé. Az 1999-es quitói és otavalói kutatásokat az Iowai Egyetem CIFRE ösztöndíja finanszírozta. Az Iowai Egyetem Old Gold ösztöndíja áll a 2000-es kutatómunka mögött, továbbá szintén az Iowai Egyetem nyári kutatási ösztöndíja tette lehetővé a 2001-ben lezajlott, 10 hetes terepmunkát. Köszönettel tartozom Tigua festőinek, amiért betekintést nyújtottak életükbe és munkájukba, különös tekintettel Alfred Toaquizára, Julio Toaquizára, Juan Luis Cuyóra és Francisco Cuyóra. Ariasucu lakóinak mély és egyre növekvő hálával tartozom. Az itt közölt tanulmány egy korábbi változata 1999-ben, Chicagóban, az Amerikai Antropológiai Társaság (American Anthropological Association) éves találkozóin és az Észak-nyugati Egyetem antropológiai intézetében került bemutatásra. Hálával tartozom Michael Chibniknek, Timothy Earle-nek és Susan Philipsnek azért, hogy idejüket nem sajnálva átbeszéltek velem a témával kapcsolatban felmerülő kérdéseket. Minden ténybeli vagy értelmezési tévedésért kizárólag engem terhel a felelősség.
- Idézet a Stanley Fischer a Latin-Amerikai és Karib-térségi Társaság konferenciájának nyitóelőadásán elhangzottakból, Rio de Janeiro, Brazília 2000.
- James Carrier: „Introduction”. In James Carrier (szerk.): *Meanings of the market: The free market in Western culture*. Oxford, Berg, 1997. 1–68., 1. o.
- Pierre Bourdieu: „Neo-liberalism, the utopia (becoming a reality) of unlimited exploitation”. In *Acts of resistance: Against the tyranny of the market*. New York, New Press, 1998. 94–105. o., 96. o.
- Gerge DeMartino: „Global neoliberalism, policy autonomy, and international competitive dynamics”. *Journal of Economic Issues*, 1999, 33, 343–349. o., 343. o.; Nina Laurie és Simon Marvin: „Globalisation, neoliberalism, and negotiated development in the Andes: Water projects in Cochabamba, Bolivia”. *Environment and Planning A*, 1999, (31), 1401–1415. o.; Susan Strange: *The retreat of the state: The diffusion of power in the world economy*. New York, Cambridge University Press, 1996.
- Catherine Conaghan, Luis Abugattas és James Malloy: „Business and the „boys”: The politics of neoliberalism in the Central Andes”. *Latin American Research Review*, 1990, 25, 3–30. o.
- Jean Comaroff és John Comaroff: „Millennial capitalism: First thoughts on a second coming” *Public Culture*, 2000, 12, 291–343. o.
- James Petras: „Alternatives to neoliberalism in Latin America”. *Latin American Perspectives*, 1997, 24(1), 80–91. o.
- Sally Moore: „Epilogue: Uncertainties in situations, indeterminacies in culture”. In Sally Moore és Barbara Meyerhoff (szerk.): *Symbol and politics in communal ideology: Cases and questions*. Ithaca, Cornell University Press, 1975, 210–239. o.
- Aníbal Buitrón: „Situación económica y social del indio Otavaleño”. *América Indígena*, 1947, 7, 45–67. o.; Leo Chavez: *Commercial weaving and the entrepreneurial ethic: Otavalo Indian views of self and the world*. Ph. D. dissertation, Stanford University, 1982.; Lynn Meisch: „The reconquest of Otavalo, Ecuador: Indigenous economic gains and new power relations”. *Research in Economic Anthropology*, 1998, 19, 11–30. o.; Frank Salomon: „Weavers of Otavalo”. In Norman Whitten (szerk.): *Cultural transformations and ethnicity in modern Ecuador*. Urbana, University of Illinois Press, 1981. 420–449. o.
- Thomas Eriksen: *Ethnicity and nationalism*. London, Pluto Press, 1993.; Susan Olzak és Joane Nagel: „Introduction: Competitive ethnic relations, an overview”. In Susan Olzak és Joane Nagel (szerk.): *Competitive ethnic relations*. New York, Academic Press, 1986. 1–13. o.
- James Scott: *Weapons of the weak: Everyday forms of peasant resistance*. New Haven, Yale University Press, 1985.
- Karl Marx: *Pre-capitalist economic formations*. London, London and Wishart, 1964.
- Fredrik Barth „Introduction”. In Fredrik Barth (szerk.): *Ethnic groups and boundaries: The social organization of cultural difference*. Prospect Heights, Waveland Press, 1998 (1969). 9–38. o.
- Pierre Bourdieu: „Neo-liberalism, the utopia (becoming a reality) of unlimited exploitation”. In *Acts of resistance: Against the tyranny of the market*. New York, New Press, 1998. 94–105. o.; Peter Hinton: „Why the Karen do not grow opium: Competition and contradiction in the highlands of North Thailand”. *Ethnology*, 1983, 22, 1–16. o.
- David Harvey: *The condition of postmodernity*. Oxford, Basil Blackwell, 1989.
- Néstor García Canclini: *Transforming modernity: Popular culture in Mexico*. Austin, University of Texas Press, 1993.
- Allen Roberts: „The ironies of System D”. In Charlene Cerny és Suzanne Seriff (szerk.): *Recycled, re-seen: Folk art from the global scrap heap*. New York, Abrams for the Museum of International Folk Art, Santa Fe, 1996. 82–201. o.
- Néstor García Canclini: *Transforming modernity: Popular culture in Mexico*. Austin, University of Texas Press, 1993.; Charles David Kley Meyer: „Introduction”. In Charles David Kley Meyer (szerk.): *Cultural expression and grassroots development: Cases from Latin America and the Caribbean*. Boulder, Lynne Rienner, 1994. 1–16. o.; Brenda Rosenbaum: „Of women, hope, and angels: Fair trade and artisan production in a squatter settlement in Guatemala City”. In Kimberly Grimes és Lynne Milgram (szerk.): *Artisans and cooperatives: Developing alternative trade for the global economy*. Tucson, University of Arizona Press, 2000. 85–106. o.
- James Ferguson: *Expectations of modernity: Myths and meanings of urban life on the Zambian Copperbelt*. Berkeley, University of California Press, 1999. 251. o.
- Eber, C. E.: „That they be in the middle, Lord’: Women, weaving, and cultural survival in highland Chiapas, Mexico”. In Kimberly Grimes és Lynne Milgram (szerk.): *Artisans and cooperatives*. Tucson, University of Arizona Press, 2000. 45–63. o.; June Nahs: „Global integration and subsistence insecurity”. *American Anthropologist*, 1994, 96, 7–30. o.; Jan Rus: „Local adaptation to global change”. *European Review of Latin American and Caribbean Studies*, 1995, 58, 71–98. o.
- June Nash: „Maya household production in the world market: The potters of Amatenango del Valle, Chiapas, Mexico.” In June Nash (szerk.): *Crafts in the world market*. 1993. 127–153. o.
- Michael Chibnik: „Oaxacan wood carvers: Global markets and local work organization”. In Martha Rees és Josephine Smart. (szerk.): *Plural globalities in multiple localities: New world borders*. Monographs in Economic Anthropology 17. 2001.; Jeffrey Cohen: *Cooperation and community: Economy and social change in rural Mexico*. Austin, University of Texas Press, 1999.

24. Susan Terrio: „Crafting Grand Cru chocolates in contemporary France”. *American Anthropologist* 1996, 98, 67–79. o. 77. o.
25. Brian Moeran: *Folk art potters of Japan*. Honolulu, University of Hawai'i Press, 1997.
26. Orin Starn: „Rethinking the politics of anthropology: The case of the Andes”. *Current anthropology*, 1994, 35, 13–38. o. 19. o.
27. Mind a Tiguában, mind az Otavalóban végzett terepmunkám 1991-ben kezdődött, később azonban a kutatás eltérő utakon haladt tovább. Az otavalói vizsgálatok során Ariasucu kerületére összpontosítottam és számos hosszabb utazást bonyolítottam először 1991-ben (két hónap), 1992-ben (hat hét), majd 1993–1994-ben (egy év), illetve több egy-két hetes látogatásom volt 1996-ban, 1999-ben és 2000-ben. A tiguaiakhoz fűződő viszonyom földrajzilag jóval változatosabbnak bizonyult. 1991-ben quiloai, tiguai és quitói művészeket látogattam. 1992-ben három hetet töltöttem quiloai és négyet quitói festők társaságában. 1993–1994-ben Otavalóban áruól tiguaiakat követtem nyomon. 1996-ban tíz napot töltöttem egy Quito külvárosában található, nemrégiben kiosztott haciendán, 1999-ben pedig két hónapig éltem együtt dél-quitói festőkkel, amelynek során mélyinterjúkat készítettem, egyesületi ülésekre jártam és adatokat gyűjtöttem a piacon.
28. Alberto Acosta: „Ecuador: Del ajuste tortuoso al ajuste dolarizado”. *Ecuador Debate*, 2000. 67–103. o.; Sebastian Edwards: *Crisis and reform in Latin America: From despair to hope*. Oxford, Oxford University Press for the World Bank, 1995.; Duncan Green: *Silent revolution: The rise of market economies in Latin America*. London, Latin American Bureau, 1995.
29. Sebastian Rotella: „As crises converge on Ecuador, an exodus”. *Los Angeles Times*, 2000. július 13., idézi William Waters: „The road of many returns: Rural bases of the informal urban economy in Ecuador”. *Latin American Perspectives*, 1997, 24(3), 50–64. o.
30. Mary Weismantel: *Food, gender, and poverty in the Ecuadorian Andes*. Philadelphia, University of Pennsylvania Press, 1988.
31. Osvaldo Hurtado: *Political power in Ecuador*. Albuquerque, University of New Mexico Press, 1980.
32. Dorothea Whitten és Norman Whitten: „Development and the competitive edge: Canelos Quichua arts and artisans in a modern world”. In Paul Greenough (szerk.): *Redefining the „artisan”: Traditional technicians in changing societies*. Iowa City, Center for International and Comparative Studies, University of Iowa, 1992. 149–168. o.
33. Harriet Friedmann: „World market, state, and family farm: Social bases of household production in the era of wage labor”. *Comparative Studies in Society and History*, 1978, 20, 545–586. o.; Joel Kahn: *Minangkabau social formations: Indonesian peasants and the world-economy*. New York, Cambridge University Press, 1980.; Alice Littlefield: „Exploitation and the expansion of capitalism: The case of the hammock industry of Yucatan”. *American Ethnologist*, 1978, 5, 495–508. o.; Lynn Stephen: *Zapotec woman*. Austin, University of Texas Press, 1991.; Karin Tice: *Kuna crafts, gender, and the global economy*. Austin, University of Texas Press, 1995.
34. Scott Cook és Leigh Binford: *Obliging need: Rural petty industry in Mexican capitalism*. Austin, University of Texas Press, 1990.
35. Scott Cook: „The 'managerial' vs. the 'labor' function, capital accumulation, and the dynamics of simple commodity production in rural Oaxaca, Mexico”. In Sidney Greenfield és Arnold Strickon (szerk.): *Entrepreneurship and social change*. Monographs in Economic Anthropology 2. 1986. 79. o.
36. Carol Smith: „Does a commodity economy enrich the few while ruining the masses? Differentiation among petty commodity producers in Guatemala”. *Journal of Peasant Studies*, 1984, 11, 60–95. o.
37. Carol Smith: „Beyond dependency theory: National and regional patterns of underdevelopment in Guatemala”. *American Ethnologist*, 1978, 5, 574–617. o.
38. Carol Smith: „Does a commodity economy enrich the few while ruining the masses? Differentiation among petty commodity producers in Guatemala”. *Journal of Peasant Studies*, 1984, 11, 61. o.
39. Brian Morean: *Folk art potters of Japan*. Honolulu, University of Hawai'i Press, 1997.
40. Brian Morean: *Folk art potters of Japan*. Honolulu, University of Hawai'i Press, 1997.
41. A közösségi kemence megosztása révén a munkaeszközök aktuális tulajdonjoga itt sokkal kevésbé bizonyul fontos tényezőnek a termelésben. A termelési kulcsa inkább abban van, hány égetést engedhet meg magának egy háztartás az év során. Egyes családok éppen ezért saját kemencébe fektetnek, hogy maguk határozhassák meg a betüzelések számát. A sok égetés azonban egyáltalán nem jelent egyet a magasabb bevétellel. A legnagyobb számú begyűjtés például nyolc volt egy év alatt, de nemcsak a legkiválóbb üzem, hanem a hatodik, hetedik és nyolcadik helyet elfoglaló is pont ugyanennyi begyűjtésről számolt be. [...]
42. Robert Frank: *Luxury fever: Why money fails to satisfy in an era of excess*. New York, Free Press, 1999. 146. o.
43. David Landes: *The wealth and poverty of nations*. New York, W. W. Norton, 1998. 43. o.
44. Nelson Graburn: „Introduction: Arts of the Fourth World”. In Nelson Graburn (szerk.): *Ethnic and tourist arts: Cultural expressions from the Fourth World*. Berkeley and Los Angeles, University of California Press, 1976. 1–32. o.; Scott Ryerson: „Seri ironwood carving: An economic view”. In Nelson Graburn (szerk.): *Ethnic and tourist arts: Cultural expressions from the Fourth World*. Berkeley and Los Angeles, University of California Press, 1976. 119–136. o.
45. Carol Smith: „Beyond dependency theory: National and regional patterns of underdevelopment in Guatemala”. *American Ethnologist*, 1978, 5, 574–617. o.; Carol Smith: „Does a commodity economy enrich the few while ruining the masses? Differentiation among petty commodity producers in Guatemala”. *Journal of Peasant Studies*, 1984, 11, 60–95. o.
46. Az ariasucui háztartások körében az elmúlt 20 évben lezajlott vásárlásokat elemezve arra a következtetésre jutottunk, hogy a felhalmozott fogyasztói javak kiválóan alkalmasak a jövedelmi szintek behelyettesítésére. Először is, a felhalmozás évs rájája a kereset szerint változott; az alacsony jövedelműségű években így a vásárlások is megcsappantak. Másodszor, az övkészítő üzemek tulajdonosai hasonló prioritási sorrendekről tanúsították a házipéltést, illetve a ház berendezéséhez szükséges áru felhalmozást követő pénzköltéseik során: úgy tűnt, egyikük sem költött fogyasztói javakra vagy autóra ingatlanbefektetés helyett, ami miatt egyes üzemek jövedelműsége mesterségesen alacsonynak tűnhetett volna a többi üzemhez képest. A nem szövéssel foglalkozó lakosok, különösen a fiatal kézműves kereskedők körében azonban a modern fogyasztási javak és az ingatlan célú befektetések közti verseny igen nagy eltéréseket mutatott.
47. Rudi Colloredo-Mansfeld: *The native leisure class: Consumption and cultural creativity in the Andes*. Chicago, University of Chicago Press, 1999. 5. fejezet.
48. Roger Waldinger: „The „other side” of embeddedness: A case-study of the interplay of economy and ethnicity” *Ethnic and Racial Studies* 1995, 18, 556. o.; Mark Granovetter: „Economic action and social structure: The problem of embeddedness”. *American Journal of Sociology*, 1985, 91, 481–510. o.
49. Edward Lazear és Sherwin Rosen: „Rank-order tournaments as optimum labor contracts”. *Journal of Political Economy*, 1981, 89, 841–864. o.
50. Robert Frank és Philip Cook: *The winner-take-all society*. New York, Penguin, 1995.
51. Sherwin Rosen: „The economics of superstars”. *American Economic Review*, 1981, 71, 845–858. o.
52. Peter Kafka: „The Power 100”. *Forbes*, 2000. 196–198. o.
53. Susan Terrio: „Crafting Grand Cru chocolates in contemporary France”. *American Anthropologist*, 1996, 98, 67–79. o.
54. Michael Chibnik: „Popular journalism and artistic styles in three Oaxacan wood-carving communities”. *Human Organization*, 1999, 58, 182–189. o.
55. Barbara Kirshenblatt-Gimblett: *Destination culture: Tourism, museums, and heritage*. Berkeley and Los Angeles, University of California Press, 1. fejezet, 1998.; Christopher Steiner: *African art in transit*. New York, Cambridge University Press, 1994.
56. 1990 óta több tuca, a tiguai művészetről szóló kiállítást tartottak különböző egyetemi múzeumokban, népművészeti galériákban, és más helyeken, nemcsak Ecuadorban, de az Egyesült Államokban, Kanadában és Európában is. Ezenfelül két könyv is megjelent, amely az alapító Julio Toaquizaról és családjáról szóló kiállításokhoz kapcsolódott. (Jean Colvin és Alfredo Toaquiza: *Pintores de Tigua: Indigenous artists of Ecuador*. University of California Hearst Museum, 1995.; Mayra Ribadeneira de Casares: *Tigua: Arte primitivista ecuatoriano*. Quito, Centro de Arte Excedra, 1990.
57. 1999-ben egy Julioa Toaquiza-kép megszerzéséhez csak 24 dollár, valamint egy 60 névtelen festő műveiből álló halom átbogarászásához szükséges türellem kellett.
58. Lester Thurrow: *The zero-sum society: Distribution and the possibilities for economic change*. New York, Penguin, 1980. 21. o.

59. Brian Morean: *Folk art potters of Japan*. Honolulu, University of Hawai'i Press, 1997. 174. o.
60. Néstor García Canclini: „Una modernización que atrasa”. *Journal of Latin American Anthropology*, 1995, 1, 2–19. o.
61. Arjun Appadurai: *Modernity at large: Cultural dimensions of globalization* Vol. 1. *Public worlds*. Minneapolis, University of Minnesota Press, 1996. 49. o.
62. Michael de Certeau: *The practice of everyday life*. Berkeley, University of California Press, 1984. 35. o.
63. Neil Smith: „The satanic geographies of globalization: Uneven development in the 1990s”. *Public Culture* 1997, 10, 169–189. o.
64. Eric Wolf: „The vicissitudes of the closed corporate peasant community”. *American Ethnologist*, 1986, 13, 325–329. o.
65. Frank Cancian: *Economics and prestige in a Maya community*. Stanford, Stanford University Press. 1965.
66. Michael Jackson: *Minima ethnographica: Intersubjectivity and the anthropological project* Chicago, University of Chicago Press, 1998. 14. o.
67. James Scott: *Weapons of the weak: Everyday forms of peasant resistance*. New Haven, Yale University Press, 1985. 35. o.

i. Az 1999-ben, quiloai festőkkel készített mélyinterjúim során csak nyolc emberrel találkoztam, aki saját bevallása szerint még a 82-es válság előtti évtizedben tanulta ki a mesterséget, míg 16-an mondták, hogy az azt követő 10 évben képezték ki magukat. [1992 óta csak ketten lettek festők.] Noha a szeszélyes turista-kereslet, a háztartások demográfiai jellemzői és más tényezők is befolyásolják a szakmán belüli gyarapodást, a festők azt nyilatkozták, hogy ez egy viszonylag könnyű munka, amely többé-kevésbé biztos jövedelmet szavatol számukra.

- ii. A férfiak és feleségek általában csapatban dolgoznak: a férfiak alkotják a festményt, a nők pedig segítenek befejezni a műveket. A nők végzik az utcai árulást és a bódé-karbantartás java részét is.
- iii. Ennél a bérkategóriánál 1999-ben az úgynevezett „utazó” művészek már úgy vélték, a festés összehasonlítható más munkákkal (így az eladásra termelő burgonyafarmok művelésével, a gépezetek boltjában történő tanonckodással vagy a buszpályaudvari árufeltöltéssel stb.), sőt, akár helyettesítheti is azokat. Más szóval, önmagában a festésben nem láttak ugyan nagy gazdasági előnyt, inkább azért választották hivatásul, mert „könnyebb”, saját otthonukban is elvégezhető munkának ígérkezett, vagy mert kulturális büszkeséggel töltötte el őket, hogy „saját” bennszülött munkájukként tekinthetnek rá.
- iv. Ahhoz, hogy a 14 legjobb, vagyis a társaik által „első-osztályúnak” mondott művész közé sorolják, egy tiguai festőnek – látszólag – hozzá kellett járulnia a helyi művészet fejlődéséhez, kreativitásról kellett tanúbizonyságot tennie, nem utolsósorban pedig kiegyensúlyozott eladási mutatókat kellett felmutatnia. A galériák eladási adatai szerint 11 olyan személy akad, aki bármelyik árukészletben legalább 10%-os jelenléttel büszkélkedhet, és 16-an vannak, akitől már több galéria is vásárolt. A művészeti szempontból úttörőnek számító festők száma 25-re tehető.
- v. A Cuyo és a Toaqui családnevek gyakorisága miatt az egyértelműség érdekében én inkább keresztneveket használok.
- vi. Stuart Plattner: „Equilibrating market relationships”. In Stuart Plattner (szerk.): *Markets and marketing*. Monographs in Economic Anthropology 4. 1985. 133–152. o.; Stuart Plattner: „Economic behavior in markets”. In Stuart Plattner (szerk.): *Economic anthropology*. Stanford, Stanford University Press, 1989. 209–221. o.



Maja labdajáték