



La valoración cultural y económica de las artesanías indígenas mexicanas

ALMA BARBOSA SÁNCHEZ
DEPARTAMENTO DE SOCIOLOGÍA
UAM IZTAPALAPA
lunatzin@yahoo.com

Profesora-investigadora de la Universidad Autónoma Metropolitana, Iztapalapa. Especialista en sociología del arte y de la cultura. Publicaciones: *La estampa y el grabado mexicanos, tradición e identidad cultural*; *La muerte en el imaginario del México profundo*; *Cerámica de Tlayacapan, estética e identidad cultural*, y *La intervención artística de la Ciudad de México*.

No hay duda que la valoración cultural y económica de las artesanías indígenas mexicanas está permeada de la problemática social de discriminación étnica y racial hacia los artesanos indígenas, lo que propicia la venta de sus productos artesanales por debajo de su costo de producción y que estén expuestos al plagio de sus diseños por las industrias culturales. **Palabras clave:** *artesanías, indígenas, México, valoración, cultural.*

There is no doubt that the cultural and economic value ascribed to Mexican indigenous handicrafts is tainted by the social problem of ethnic and racial discrimination against indigenous artisans, which leads to their handicraft products being sold at values below their production cost and exposes them to plagiarism of their designs by cultural industries. Keywords: crafts, indigenous, Mexico, appraisal, cultural.

PRESENTACIÓN

La problemática social de discriminación étnica y racial que padecen los artesanos indígenas de México es concomitante a la valoración cultural de sus productos. La venta de las artesanías por debajo de su costo de producción y el plagio de sus diseños por parte de las industrias culturales obedece a la posición de subordinación cultural de las comunidades artesanales.

Si bien las prácticas racistas y clasistas de la sociedad mexicana delatan la precariedad de su cultura¹ democrática y los atavismos de su pasado colonial, asimismo constituyen el fundamento de la subestimación cultural de las comunidades artesanales y de la apropiación de los valores económicos y estéticos de sus productos. Además, hasta la fecha, las instituciones gubernamentales han ignorado la defensa legal y cultural de la producción artesanal que contribuye de manera relevante a la actividad económica del sector cultural, aportando 18.6% del PIB, por encima de lo generado en otros rubros como el diseño y servicios creativos, artes escénicas y espectáculos, artes visuales y plásticas, y la actividad editorial, según informa el Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática.²

La subordinación social de la población indígena tiene un fundamento cultural: el colonialismo interno. Concepto sustentado por varios estudiosos como C. Wright Mills, Pablo González Casanova,³ Rodolfo Stavenhagen, Gui-

llermo Bonfil Batalla y Luis Villoro, que definen las relaciones culturales de dominación colonialista, donde impera la discriminación racial y clasista hacia la población indígena. Francisco López Bárcenas ilustra:

Cuando se dio la Independencia y comenzó a formarse el Estado mexicano, los pueblos sufrieron otra conquista, más profunda que la ejercida por los españoles. Ahora los colonizadores eran los criollos, pasamos del dominio de un pueblo sobre otro al dominio de una clase sobre otra, con características muy específicas: las clases sociales se integraban por etnias que pertenecían al mismo Estado. Este fenómeno dio origen a lo que se conoce como colonialismo interno [...] la situación de exclusión y discriminación que los pueblos padecen no se debe a que sean indígenas, sino a que los criollos han establecido relaciones de dominación coloniales con ellos.⁴

Las relaciones sociales discriminatorias de la condición de clase, étnica y racial operan con la lógica binaria y jerárquica: superioridad, inferioridad cultural. Pablo González Casanova precisa: "En general los colonizados en el interior de un Estado-Nación pertenecen a una 'raza' distinta a la que domina en el gobierno nacional y que es considerada 'inferior'".⁵ Con esta premisa discriminatoria opera la subestimación cultural del ser y hacer de las comunidades artesanales y la indefensión económica y jurídica de su actividad económica. Destaca que en las representaciones sociales y culturales de la sociedad mexicana, está presente la condición de inferioridad de la otredad indígena. Contradictoriamente, las obras artesanales suscitan el asombro y el aprecio estético, mientras que los artesanos están sujetos al maltrato económico y étnico, obedeciendo a la representación cultural de su inferioridad. Por ende, se valoran las obras, pero se desvaloriza al artesano. Victoria Novelo explica:

1. Desde la perspectiva de Clifford Geertz: "la cultura denota un esquema históricamente transmitido de significaciones representadas en símbolos, un sistema de concepciones heredadas y expresadas en formas simbólicas con las cuales los hombres comunican, perpetúan y desarrollan su conocimiento y sus actitudes frente a la vida", en *La interpretación de las culturas*, Barcelona, Editorial Gedisa, 2003, p. 88.

2. Véase Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI). En www.beta.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2018/StmaCnnaNal/CSCltura2018_11.pdf (Consultado el 01/05/2019).

3. Concepto acuñado por Pablo González Casanova, véase: "Sociedad plural, colonialismo interno y desarrollo", en *América Latina*, año 6, núm. 3, Centro Latinoamericano de Investigaciones en Ciencias Sociales, Río de Janeiro, 1963, pp. 15-32. Véase el concepto de colonialidad acuñado por Aníbal Quijano: "raza e identidad racial fueron establecidas como instrumentos de clasificación social básica de la población", en "Colonialidad del poder, eurocentrismo y América Latina", en *Cuestiones y horizontes: de la dependencia histórico-estructural a la colonialidad/descolonialidad del poder*, Buenos Aires, CLACSO, 2014, p. 202.

4. Francisco López Bárcenas, "Los colonizadores y sus herederos", México, *La Jornada*, 9 de abril de 2019, p. 16.

5. Pablo González Casanova, "Colonialismo interno (una redefinición)", en *Conceptos y fenómenos fundamentales de nuestro tiempo*, México, UNAM, Instituto de Investigaciones Sociales, 2003, p. 3.

Para otros sectores de la sociedad, las artesanías populares resultan ridículas. Para la burguesía con la mirada y los ahorros situados en Estados Unidos, la razón es obvia, y para los miembros de las clases populares urbanas, lo indio, lo campesino, se ubica en los últimos escalones de la jerarquía social. El indio como signo de oprobio o como causa de la inferioridad del país, tienen más de cuatro siglos de antigüedad; el indio como ciudadano y artista es una concepción apenas en pañales.⁶

Aun en los círculos académicos, la reflexión teórica referida a la valoración cultural de las artesanías indígenas participa de la lógica binaria y jerárquica: arte “culto” y arte “popular”. Dicotomía que define y diferencia dos tipos de producción estética originadas en sectores sociales antagónicos. El primero, remite a las prácticas estéticas de la élite ilustrada; el segundo, a las del pueblo. Cada una de estas prácticas estéticas es objeto de valoración social dentro de una división clasista de la producción cultural. Incluso el consumo de bienes estéticos connota las diferencias sociales, esto es, la *relación de distinción* (con la intención consciente o no de distinguirse de lo común) que involucra la posesión de determinados instrumentos de apropiación económicos y culturales.⁷ Por ende, las elecciones en el consumo estético están estructuradas para reafirmar las diferencias entre las clases sociales. De ahí, la distinción entre arte “culto” y arte “popular”.

En el caso de América Latina, históricamente, el arte ha constituido un parámetro de distinción cultural a partir de su contraste y oposición con la producción estética de los sectores populares. A diferencia del contexto europeo, donde el arte representó un medio de diferenciación cultural entre la aristocracia y la burguesía —promotora de la ciencia como fundamento de la idea de progreso histórico—, en América Latina la clase dominante no estuvo representada por “burgueses en el sentido europeo de la palabra”,

sino por los sectores ilustrados (terratenientes y burócratas) identificados con el sistema colonial, de ahí que el “pueblo” sea su principal punto de referencia y de diferenciación cultural. Como señalan Rita Eder y Mirko Lauer:

Entonces el concepto mismo de arte no se define originalmente entre nosotros por la diferenciación con las actividades científicas, sino por diferenciación respecto de la plástica de los sectores y de las culturas dominados en las sociedades. Un hecho importante en esta particular constitución de lo artístico es que no se da sobre la desaparición de lo preartístico (artesanal) en la historia, como sucede en Europa, sino con base en una diferenciación-articulación con lo artesanal.⁸

En esta perspectiva, para los sectores sociales hegemónicos, la estética artesanal cumple la función de exaltar socialmente la superioridad cultural del arte. Adicionalmente, la infraestructura e instituciones culturales: museos, galerías, certámenes, catalogación e investigación, se encuentra al servicio de la producción artística.

Sin embargo, en su contexto social de origen, la estética artesanal adopta su legítima valoración cultural dentro de los parámetros de afirmación de la identidad histórica de las comunidades indígenas. Expone valores simbólicos ligados a la cosmovisión mesoamericana, representativa del universo cultural de la comunidad, donde se expresan plenamente los parámetros de su identidad social. Mientras que la diversidad y especialización de los objetos artesanales representan la trayectoria de la creatividad y diseño indígenas, así como el acervo de conocimientos y técnicas precolombinas.⁹ En tanto que la funcionalidad de los objetos enuncia la pragmática o hábitos cotidianos de los usuarios vinculados a su modo de vida rural (instrumentos agrícolas, vestimenta, gastronomía, rituales, etcétera), a la vez que la selección y utilización de diversos materiales acusa el contexto territorial que los provee.

6. Victoria Novelo, *Las artesanías en México*, Tuxtla Gutiérrez, Chiapas, Gobierno del Estado de Chiapas, Instituto Chiapaneco de Cultura, 1993, p. 47.

7. Pierre Bourdieu, *La distinción. Criterios y bases sociales del gusto*, México, Taurus, 2002, p. 223.

8. Rita Eder y Mirko Lauer, *Teoría social del arte. Bibliografía comentada*, México, UNAM, 1986, p. 34.

9. Guillermo Bonfil Batalla, *México profundo*, México, Editorial Grijalbo, 2003.



Figura 1. Cerámica ritual "Juego de aire" de la artesana Felipa Hernández, Tlayacapan, Morelos. Fotografía: Román Saavedra.

Si las artesanías denotan un particular saber y hacer, su lectura cultural no se limita a sus funciones utilitarias y ornamentales, dado que constituyen un artefacto cultural que deviene en significante de la cosmovisión indígena.¹⁰ Esto es, constituyen un medio de representación de múltiples significados simbólicos acordes a los parámetros culturales y usos del destinatario o intérprete comunitario. Por tanto, el significado de las artesanías es aquí la representación de un hecho económico, identitario, estético, histórico, tecnológico, geográfico y son sus atributos socioculturales los que definen y otorgan sentido a la producción artesanal.

En esta perspectiva Victoria Novelo, pionera y especialista en el estudio de las artesanías indígenas mexicanas, plantea:

En su definición como artesanías, entran a jugar elementos de clase, de estética, de tradicionalidad. (...) Los objetos deben contener un estilo identificable con lo indio o que reflejen tradiciones de vida campesinas o ambos; y cuanto más antiguas, también tanto mejor.

10. Johanna Broda, "La etnografía de la fiesta de la Santa Cruz: una perspectiva histórica", en *Cosmovisión, ritual e identidad de los pueblos indígenas de México*, México, Conaculta, FCE, 2001.

La valoración estética atendiendo cualidades de originalidad, por su factura manual, también se vincula a las materias primas usadas y se privilegian aquellas que nacieron antes de la civilización industrial.¹¹

Los productos artesanales informan de las ancestrales prácticas culturales de las comunidades indígenas dentro de la lógica de la economía de autosuficiencia y de aprovechamiento de los recursos naturales (fibras, arcilla, madera, entre otros), como precisa Bonfil Batalla:

¿Qué ofrece en cambio la economía indígena orientada hacia la autosuficiencia? Ante todo, una seguridad básica, un margen más amplio para subsistir, así sea sólo con lo indispensable, aun en años difíciles. Cultivos diversos, unidos a recolección, caza, pesca y crianza de animales domésticos entreverado todo con alguna forma de producción artesanal (alfarería, tejidos, cestería y muchos más productos) y una capacidad generalizada para realizar otras tareas (de construcción, de reparación), ofrecen un amplio espectro de posibilidades que se pueden combinar o alternar, según las circunstancias.¹²

11. Victoria Novelo, *op. cit.*, p. 46.

12. Guillermo Bonfil Batalla, *op. cit.*, p. 57.

Múltiples son las funciones que cumple la producción artesanal, en esta dinámica de autosuficiencia económica que opera con otra lógica de consumo y de mercado; en primera instancia, proveer objetos utilitarios, ceremoniales y ornamentales que son demandados por sus precios accesibles y por formar parte de los hábitos cotidianos, festivos y rituales dentro de una larga tradición generacional y cultural de la colectividad.

Cabe destacar que la creatividad artesanal desmiente el prejuicio que plantea que las culturas indígenas son conservadoras y rechazan el cambio. Si bien los diseños y formato de las piezas poseen una continuidad histórica, la productividad artesanal también asume una dinámica de innovación y de apropiación de influencias culturales de cada periodo histórico. Así por ejemplo, durante el periodo colonial los artesanos adoptaron el vidriado sobre arcilla y el torno, en la actividad cerámica; el telar, en la confección de textiles; o el violín, entre rarámuris, huicholes, otomíes y chamulas, principalmente. Este último caso llama la atención, por la asimilación cultural de este instrumento musical —utilizado en las ceremonias rituales—, a través de sus modificaciones en una interesante variedad de formatos y diseños sorprendentes, así como su ornamentación pictórica y el tallado con motivos zoomorfos. Un caso excepcional es la producción cerámica iniciada, en la década de los años setenta, por Juan Quezada Celado, en la población de Mata Ortiz, en el municipio de Casas Grandes, Chihuahua. Gracias a su iniciativa por emular estéticamente las piezas de la antigua cultura Mogollón, asentada en Paquimé, Quezada Celado desarrolló su propia técnica para realizar piezas cerámicas que rápidamente encontraron mercado entre los estadounidenses. El antropólogo Spencer MacCallum (1931, Nueva York), deslumbrado por los diseños cerámicos, se convirtió en activo promotor de la valorización cultural y venta de las obras en varias galerías y museos del país del norte. El testimonio de Quezada ilustra:

Desde que tenía siete u ocho años me gustaba hacer cosas con mis manos, una pintura o una escultura. Cuando cumplí 14 años tenía que trabajar en algo, entonces me fui a la montaña para cargar leña y encontré mis primeras piezas en unas cuevas. Las examiné y vi que

eran obras de arte, al menos para mí. Empecé a realizar algunas piezas similares, pero las mandé a Estados Unidos porque aquí en México no gustaban. Regalé algunas piezas a comerciantes y las vendieron con éxito, comenzaron a pedirme más y más. En una ocasión llegó el antropólogo Spencer MacCallum, a quien le habían impactado las obras. Preguntó quién las hacía y dónde, y le respondieron que únicamente sabían que era alguien de México.¹³

El ejemplo de la actividad cerámica de Juan Quezada fue seguido por los miembros de su comunidad hasta constituir la principal actividad económica. Actualmente, la población recibe cuantiosos ingresos por la venta de sus productos, sobre todo en el mercado internacional. Sin duda, los diseños geométricos y zoomorfos de las obras cerámicas poseen un nivel de excelencia y creatividad artística excepcionales. En 1999, Juan Quezada Celado recibió el Premio Nacional de Ciencias y Artes en el rubro de Artes y Tradiciones Populares. Este caso ejemplifica cómo la comunidad artesanal hace propios elementos culturales ajenos, para modificarlos y adaptarlos a las necesidades de su contexto cultural. Como señala Bonfil Batalla: “Para que se dé la apropiación es necesario que el grupo adquiera el control sobre esos elementos culturales ajenos y entonces pueda ponerlos al servicio de sus propios propósitos”.¹⁴

Por su carácter anónimo y colectivo, la innovación de los diseños artesanales es socializada inmediatamente por la comunidad de productores. Cuando un objeto novedoso prueba tener demanda en el mercado, es reproducido sin obstáculos. De ahí que el conocimiento artesanal y sus transformaciones constituyan un patrimonio colectivo. Ejemplo de esto son los productos de “barro negro” de San Bartolo, Coyotepec, Oaxaca, resultado de la innovación técnica de doña Rosa Real del Nieto, al pulir con piedras de cuarzo sus piezas recubiertas con monóxido de carbono.

13. Patricia Velázquez Yebra, “Da la vuelta al mundo el arte en barro de Juan Quezada”, México, *El Universal*, 11 de diciembre de 1999. En <http://archivo.eluniversal.com.mx/cultura/2327.html> (Consultado el 15/04/2019).

14. Guillermo Bonfil Batalla, *op. cit.*, p. 195.

El bruñido sobre la pátina de carbono produce una apariencia negra brillante, de ahí que se denomine "barro negro". Sin embargo, es de origen precolombino el procedimiento de preparación y modelación de las piezas, a través de dos platos cóncavos de barro, uno hacia abajo soportando el otro. Actualmente, son diversos los artesanos de San Bartolo, Coyotepec, que dan continuidad a este procedimiento artesanal que identifica a su comunidad. Otro caso, son las imágenes pictóricas sobre papel amate, con temas representativos del entorno natural, de la cotidianidad e identidad de los miembros de las comunidades indígenas del estado de Guerrero. Desde su gestación, en la década de los años sesenta y hasta la actualidad, la iconografía sobre papel amate sigue vigente proporcionando recursos económicos a una diversidad de poblaciones regionales.

Estas innovaciones técnicas y estéticas son representativas de la constante creatividad artesanal desde la perspectiva cultural e identitaria de la colectividad. Aun en los casos donde la producción de objetos no está destinada al consumo de la propia comunidad sino a sectores urbanos, se manifiestan las potencialidades de la innovación indígena, al adaptar sus habilidades y acervo cultural a las necesidades del diseño de objetos utilitarios y ornamentales contemporáneos. Un ejemplo es la producción cerámica de figuras esqueléticas conocidas como "catrinas" que reproducen la figura gráfica concebida por el artista decimonónico José Guadalupe Posada.

La creatividad artesanal no sólo se manifiesta en la invención, sino también en los dictados de los sueños, como ejemplifica la concepción de las figuras conocidas como alebrijes, concebidas por Pedro Linares (1906, barrio de La Merced, Ciudad de México). A través de una penosa enfermedad que lo postró en cama, este artesano en cartonería visualizó en sueños un lugar donde habitaban diversos animales desconocidos, por ejemplo, un burro con alas de mariposa, un gallo con cuernos de toro, un león con cabeza de águila, entre otros; mismos que le gritaban ruidosamente una sola palabra: "alebrijes". Al recuperar su salud, Pedro Linares decidió reproducir, en cartonería, la extraña y colorida fauna que en sus sueños lo atormentaba, para el conocimiento de sus familiares y allegados. Hasta la actualidad, los alebrijes resultan sumamente exitosos entre consumidores nacionales y extranjeros,



Figura 2. Fotografía: Pamela Aguilar.



Figura 3. Fotografía: Pamela Aguilar.

donde gozan de merecida fama y aprecio cultural. En su momento, Pedro Linares fue invitado a exhibir sus obras en escenarios estadounidenses y europeos. Después de su fallecimiento en 1992, a la edad de 82 años, sus descendientes han perpetuado la elaboración de estos objetos artesanales en el barrio de La Merced.

Otro caso asombroso es el de Pedro de Haro, autoridad ritual o *marakame* de la población huichol, que concibió en el sueño el logotipo de los Juegos Olímpicos de México, en 1968. Adriana Malvido relata:

¿Cómo llegó este hombre a las figuras que darían pie al diseño definitivo? Por el camino que permite a los grandes sabios ver soluciones: el sueño. Sí, el origen del logotipo México68 que el arquitecto Ramírez Vázquez atribuye a manos huicholas según la grabación que dio pie a esta serie, tuvo lugar en el sueño del principal curador de la sala del Gran Nayar en el Museo Nacional de Antropología e Historia. Cuando el presidente del Comité Organizador de los Juegos de la XIX Olimpiada y el museógrafo Alfonso Soto Soria recurrieron a él para pedirle una propuesta, don Pedro de Haro, el chamán cantador, se durmió aquella noche preguntando cómo lograr un símbolo que fuera recordado en el tiempo. Y el venado, guía sagrado de los wixáritari, lo llevó a ver las figuras durante el sueño, que es un ritual visionario de los iniciados. Al día siguiente, en cuanto abrió los ojos, buscó a un grupo de artesanos huicholes de Santa Catarina que trabajaban en el mercado de la Ciudadela y les dio instrucciones: "Escriban México68 con esos hilos. Ellos dibujaron los elementos sobre varias tablas, las untaron con cera y pegaron los estambres de múltiples colores con las letras, los números, los aros olímpicos, además de aves, caracoles, conejos... El arquitecto quedó fascinado con el concepto huichol y entregó las tablas a los diseñadores."¹⁵

De esta manera, la producción artesanal indígena no se agota en la preservación de sus diseños estéticos ancestra-

les. Toda vez que la continuidad cultural de la producción artesanal obedece a su capacidad de adaptación a las distintas circunstancias históricas y sociales, ya sea a través de la apropiación de elementos culturales foráneos a su contexto cultural o por la dinámica de invención y renovación estética y utilitaria de sus productos, que se ven enriquecidos con la diversidad de comunidades indígenas que aportan a su creatividad particular. El antropólogo Carlos Mordó concluye:

Si sobrevivieron las artes populares en nuestro continente, y no pudieron ser destruidas durante 500 años, es por su diversidad; reflejan la multiplicidad de culturas, enormes, trascendentes. La artesanía refleja la identidad de nuestros pueblos.¹⁶

Es evidente que mejorar las condiciones sociales de producción de los artesanos indígenas plantea la justa valoración económica de su trabajo, la constitución de espacios de enseñanza colectiva dentro de las comunidades, donde se profundicen y transmitan los conocimientos artesanales a las nuevas generaciones, la documentación de los oficios, el acceso directo de los productores al circuito de distribución comercial, minimizando el peso de los intermediarios. En suma, promover que los productores posean el control de sus condiciones de trabajo y de comercialización de sus productos. Si bien los apoyos institucionales y privados a las artesanías son pertinentes, ignoran fortalecer la iniciativa y toma de decisiones de los productores. Por el contrario, se empeñan en tutelarlos con una visión paternalista que, en la práctica, les resta la autonomía necesaria para beneficiarse directamente de las potencialidades económicas y culturales de la producción artesanal en el mercado nacional e internacional. Aún no se concibe la producción artesanal como una industria cultural de alto rendimiento económico e impacto social en beneficio de las comunidades indígenas. En este sentido, la estudiosa Lourdes Arizpe concluye:

15. Adriana Malvido, "México 68, la versión huichol y Pedro de Haro", en *El Universal*, México, 6 de diciembre de 2017, Cultura, p. E 12.

16. Arturo Cruz Bárcena, "Los planes oficiales tratan el arte popular como el cesto donde tirar la pobreza: Mordó", en *La Jornada*, México, 12 de noviembre de 2003, Sección Cultura, p. 9.

Con la creatividad cultural, las artesanías, las festividades que siguen creando las comunidades indígenas, se podría haber construido una industria nacional cultural de gran impacto, inclusive internacional, como lo hacen otros países. El problema aquí es la discriminación y la idea obsoleta de que las culturas se tienen que llevar a las comunidades.¹⁷

Si no se fortalece la industria artesanal al servicio de sus productores, es debido a que la marginalidad y la discriminación racista y clasista de la población indígena beneficia las ganancias de los intermediarios comerciales. En contraste, Mario Pedrosa ejemplifica que, durante el gobierno de Salvador Allende, se erradicaron las políticas estatales que se aplicaban a las artesanías a través del Cocema (Cooperativa Centro de Madres), ya que: “la función de esta institución era fundamentalmente comercial. De hecho, servía de intermediaria entre el artesano y el cliente, centralizando en la capital la venta de los productos”.¹⁸ Con una perspectiva diferente, el gobierno de Allende impulsó pequeñas cooperativas de producción artesanal que generaron empleo, promovieron el mercado interno, la venta directa a los consumidores, modificaron la condición social de la mujer, diversificaron la producción de objetos (tradicionales y contemporáneos) y revalorizaron culturalmente las artesanías entre diversos sectores sociales. Este caso ilustra políticas públicas que favorecen la producción y justa valoración de la producción artesanal. Si en México no prosperan es por falta de voluntad política y la división social que impone dos lógicas culturales distintas en la valoración de la estética artesanal. Toda vez que en el contexto social de los sectores indígenas afirma diferencias étnicas, raciales y de clase social, a la vez que es objeto de subestimación cultural y explotación económica, mientras en el ámbito de las

17. Fabiola Palapa Quijas, “Estamos dejando que se pierda lo mejor de la cultura del país”, en *La Jornada*, México, 23 de febrero, Sección Cultura, 2005, p. 4^a.

18. Mario Pedrosa, “Arte culto y arte popular”, en *La dicotomía arte culto, arte popular (Primer Coloquio de Historia del Arte)*, México, UNAM, Instituto de Investigaciones Estéticas, 1975, p. 98.



Figura 4. Cerámica de Tlayacapan, Morelos. Fotografía: Román Saavedra.

comunidades indígenas constituye un recurso histórico de afirmación de la identidad cultural y de la creatividad colectiva. Como señala Carlos Monsiváis:

A fines del siglo XX, el arte popular mexicano, no obstante penurias y desplomos de mercado, pese a la errática conducta gubernamental y a la falta de promoción, sigue deslumbrándonos con sus poderes de representación, fantasías y gozo formal.¹⁹

APROPIACIÓN DEL VALOR ECONÓMICO ARTESANAL

La subestimación cultural de los artesanos indígenas constituye una condición de la apropiación de una parte del valor económico del trabajo invertido en la elaboración de sus productos, principalmente a través de la figura del intermediario, ya sea particular o público. En el primer

19. Carlos Monsiváis, “Arte popular: lo invisible, lo siempre redescubierto, lo perdurable”, en *La Jornada de Morelos*, Cuernavaca, Morelos, México, 20 de febrero de 2005, Sección Cultura, p. 12.



Figura 5. Fotografía: Pamela Aguilar.

caso, destacan los pequeños comerciantes que en los distintos centros de producción compran a un bajo costo los objetos artesanales, para revenderlos a un mayor precio en localidades ajenas. De esta manera, el comerciante se apropia de una parte del valor económico del trabajo artesanal. Aprovecha el aislamiento y exclusión social de las comunidades artesanales que carecen de las oportunidades necesarias para participar directamente en el mercado de sus productos. Veamos las siguientes experiencias:

Las mujeres artesanas no están acostumbradas a salir de la comunidad y se convierten en presa fácil de intermediarios, que llegan a las comunidades y compran a precios bajísimos. Ellas, para tener por lo menos esos pesos, muchas veces no recuperan ni el costo del material, y como la expresión artesanal la llevan en el alma, aunque no ganen, igual la siguen haciendo.²⁰

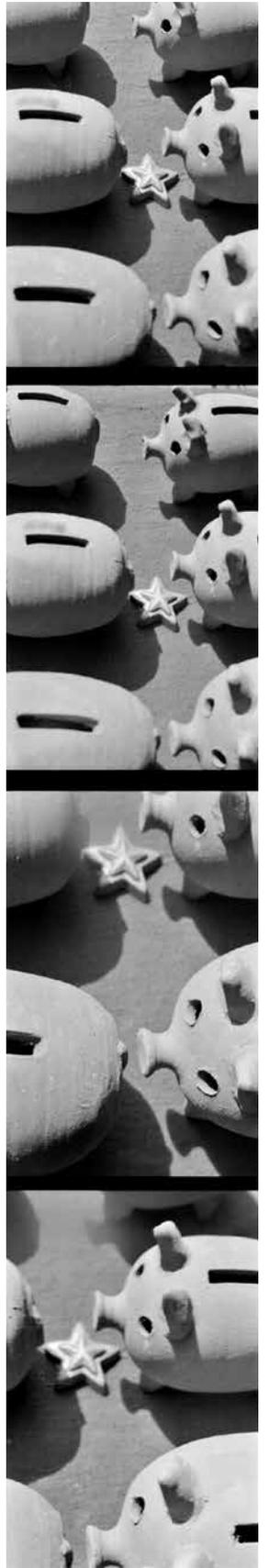
20. Carlos Paul, "Paulatina pérdida de saberes ancestrales de la artesanía. La situación económica del país degrada esa actividad, alerta la coordinadora de Proada. Intermediarismo y migración, factores que agravan la problemática de ese patrimonio cultural", en *La Jornada*, México, 27 de marzo de 2004, Sección Cultura, p. 2.

En Tenango de Doria, Hidalgo, los artesanos fueron estafados con la promesa de comercializar en Cuba sus bordados conocidos como "tenangos":

El 19 de septiembre [2017], el día del sismo, a Eustoquia Marcelo y a su cuñada Cristina Guzmán un hombre les pidió mil pesos con la ilusión de llevárselas a Cuba para vender allá sus productos. Con esa cantidad les prometió tramitar los pasaportes; otros artesanos le pagaron en especie. A los pocos días desapareció. "Me siento culpable por eso", se lamenta Eustoquia.²¹

No son pocos los artesanos que manifiestan su reclamo, no sólo ante el abuso económico de los intermediarios, sino también ante la falta de intervención de los funcionarios gubernamentales que contribuya a defender su actividad. El caso de los artesanos de San José Texopa (Estado de México) es un ejemplo:

21. Abida Ventura, "Demandan a Nestlé por piratear obra de artesanos", en *El Universal*, México, 23 de octubre de 2017, p. E9.



Figuras 6 y 7. Fotografía: Pamela Aguilar.

Artesanos del poblado de San José Texopa de esta localidad, dedicados a la reproducción de piezas prehispánicas y figuras de soles decorativos, pidieron la intervención de las autoridades federales, estatales y municipales a fin de poder lograr terminar con el intermediarismo y así exportar sus productos, [...] los productos son exportados hacia el exterior de la localidad por intermediarios, los cuales pagan una mínima parte del valor real. Esta situación propicia que cerca de 60 talleres familiares que dan empleo al 75 por ciento de los casi cinco mil ciudadanos de este poblado corran el riesgo de quedarse sin su fuente de empleo, debido a que las pequeñas factorías están en peligro de desaparecer por lo bajo de los costos.²²

Resulta lamentable que el Fondo Nacional para el Fomento de las Artesanías (Fonart, 1974) represente al intermediario institucional. Durante más de cuatro décadas, ha contribuido a la comercialización de los productos artesanales con la misma lógica del pequeño intermediario: comprar a bajo costo los productos artesanales y revenderlos a un precio mayor. De esta manera, también se apropia indebidamente de una parte del trabajo artesanal:

En los mercados populares de artesanías, como en la Ciudadela, una muñeca tradicional otomí de 40 centímetros, con sus vestimentas coloridas y trenzas de hilo, tiene un costo de 100 pesos. En la plataforma digital del Fondo Nacional para el Fomento de las Artesanías (Fonart), una pieza con las mismas características cuesta 311 pesos, obteniendo una ganancia de 200 por ciento, cantidad que no es para los artesanos.²³

En la práctica, Fonart cumple la función de legitimar las políticas públicas que carecen de impacto favorable en las condiciones económicas de la producción artesanal.

22. "Piden artesanos de San José Texopa terminar con el intermediarismo", en *Unomásuno*, México, 29 de febrero de 2004, Sección Estado de México, p. 30.

23. Scarlett Lindero, "Fonart compra barato, vende caro", en *El Heraldo de México*, México, 4 de mayo de 2018. En <https://heraldodemexico.com.mx/artes/fonart-compra-barato-vende-carro/> (Consultado el 12/04/2019).

Además de no ofrecer precios justos, se desentiende de adoptar la normatividad necesaria para regular la justa tasación de los productos artesanales y, menos aún, se involucra en contribuir a la protección jurídica de sus diseños. En todo caso, Fonart sí ha fomentado la expansión de la comercialización nacional e internacional de los productos artesanales, toda vez que representa una actividad económica sumamente relevante de la cual obtiene jugosas ganancias. Por ende, también se beneficia de las circunstancias de marginalidad y pobreza de los artesanos con el fin de apropiarse de una parte del valor del trabajo invertido en la producción artesanal. Novelo sintetiza las difíciles circunstancias que padecen los artesanos en su actividad creativa:

La gran mayoría de los artesanos vive como puede; casi siempre pobres, con poca o nula escuela, en sitios carentes de servicios elementales y sin ninguna protección social; su acceso a las materias primas es anárquico, difícil y hasta prohibitivo; su conocimiento de las técnicas de mercado es escaso y la bota del comercio les aplasta las espaldas.²⁴

Conscientes de que la actuación de Fonart resulta contraria a sus intereses, más de 18 mil artesanos de 23 entidades del país constituyeron la Unión Nacional de Productores Artesanales Coyolxauhqui. Socorro Oropeza, presidenta de esta organización, afirma:

El problema es que el Fonart adquiere [las artesanías] a bajo costo para revenderlas hasta al cuádruple de su precio original y no existe un tabulador de precios para que nuestros artesanos sepan vender sus piezas en un comercio justo.²⁵

Sin duda, Fonart es ajeno a la práctica y emblema del comercio justo, toda vez que no retribuye económicamente el valor real del trabajo de los artesanos mediante las ganancias que obtiene por la reventa de los productos.

24. Victoria Novelo, *op. cit.*, p. 73.

25. Scarlett Lindero, *op. cit.*

Dolosamente, no ofrece parámetros de tasación de los objetos artesanales de común acuerdo con los productores. Por ende, su actuación reproduce el colonialismo interno, al instituir relaciones de desigualdad con los productores artesanales.

Más aún, en su trayectoria histórica Fonart cuenta con antecedentes de funcionarios que han intervenido en la producción artesanal indígena, para fomentar la creación de determinados productos de acuerdo con la lógica del mercado y de los consumidores no indígenas. Así por ejemplo, el reconocido “Árbol de la vida” de Metepec, Estado de México, fue diseñado a solicitud del doctor Daniel Rubín de la Borbolla, según señala el artesano Mónico Soteno.²⁶ Otro caso es el de los funcionarios del Fondo para el Fomento de las Artesanías que, aprovechando la habilidad de las tejedoras del telar de cintura de Cuanajo, Michoacán, solicitaron se elaboraran colchas para camas.²⁷ Es patente que la actuación de los funcionarios no se orienta por los intereses culturales de los productores artesanales, sino por los intereses económicos de la comercialización artesanal, interpretando la demanda de sectores no indígenas. Por ende, han impulsado una dinámica de innovación de formatos y diseños artesanales utilitarios o decorativos, donde los artesanos adaptan sus habilidades e infraestructura a las exigencias del mercado. De esta manera, los artesanos elaboran objetos no tradicionales como, por ejemplo, porta planos y viseras tejidas en fibras vegetales, fuentes cerámicas de mediano formato con dispositivos eléctricos, recipientes para plantas *bonsai*, entre otros. Con su actuación, los funcionarios gubernamentales contribuyen a desvirtuar la naturaleza cultural de las artesanías indígenas; o como señala Bonfil Batalla, las “desindianizan”; además de faltar a su compromiso institucional de preservar la tradición artesanal. En lugar de respetar y promover los intereses de los productores indígenas, los someten a las necesidades del mercado, afirmando su subestimación social.

Atendiendo la necesidad de legitimar su función institucional, Fonart publica cada año una convocatoria para

premiar económicamente las obras de excelencia producidas por los artesanos. Si bien el reconocimiento institucional resulta pertinente y alienta la productividad y creatividad de los artesanos indígenas, representa un esfuerzo mínimo frente a la gravedad de su problemática.

Hasta la fecha, ninguna política gubernamental ha favorecido las condiciones de este tipo de producción artesanal. En tanto que la gestión de Fonart contribuye activamente a la explotación económica de las artesanías indígenas, sumándose a la cadena de intermediarios que se benefician de las condiciones de indefensión jurídica, subestimación cultural y marginalidad social de los artesanos de México.

APROPIACIÓN DE LA ESTÉTICA ARTESANAL INDÍGENA

La ausencia de una legislación adecuada que proteja la propiedad intelectual de las comunidades artesanales, así como de instituciones gubernamentales que respalden su defensa cultural y legal, ha propiciado que la industria cultural nacional e internacional se apropie de la creatividad indígena mediante el plagio de los diseños artesanales. José Manuel Hermosillo, especialista jurídico, destaca la desatención legal del Instituto Nacional de Derechos de Autor (Indautor) y del Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial (IMPI), ya que no: “están preocupados por hacer esa tarea y no hay una ley específica en defensa del arte popular, la actividad artesanal y el sector”.²⁸

Industrias de la indumentaria, como: Madewell, Mara Hoffman, Nestlé, Nike (estadounidenses), Zara, Intropia, Mango (españolas), Pineda Covalín, Dione (mexicana), y diseñadores extranjeros como Christian Louboutin, Isabel Marant (franceses), Michael Kors (estadounidense), entre otras, han plagiado diseños artesanales concebidos por las comunidades indígenas, los cuales hacen pasar como suyos. De esta manera se consuma el hurto de la propiedad intelectual.

Desde la perspectiva teórica de Adorno y Horkheimer, los intereses económicos de las industrias culturales

26. Victoria Novelo, *op. cit.*, p. 81.

27. *Idem.*

28. Judith Amador Tello, “Defensa del arte popular contra la piratería”, México, *Proceso*, 22 de septiembre de 2018. En www.proceso.com.mx/552053/defensa-del-arte-popular-contra-la-pirateria (Consultado el 20/04/2019).

involucran una lógica de masificación y estandarización de los productos:

La técnica de la industria cultural ha llevado sólo a la estandarización y producción en serie y ha sacrificado aquello por lo cual la lógica de la obra se diferenciaba de la lógica del sistema oficial. Pero ello no se debe atribuir a una ley de desarrollo de la técnica como tal, sino a su función en la economía actual. La necesidad que podría acaso escapar al control central es reprimida ya por el control de la conciencia individual.²⁹

De acuerdo con esta perspectiva, la industria de la vestimenta sacrifica la lógica cultural del producto artesanal para transformarla en productos seriados que uniformizan al consumidor. Por ende, no sólo hurta el diseño artesanal, también lo distorsiona, al despojarlo de la significación cultural que le dio origen. Finalmente, lo somete a la lógica de la economía mercantil, donde se le atribuyen otros valores y funciones culturales propios de los sectores sociales no indígenas que lo consumen. Un ejemplo es la industria Nestlé México que hurtó los diseños plasmados en bordados por los artesanos de Tenango de Doria, Hidalgo, conocidos como “tenangos”. El testimonio de Adalberto Flores Gómez y su esposa Angélica ilustra:

[...] desde septiembre de 2016, estos artesanos originarios de San Pablo el Grande están en litigio con la empresa Nestlé México, a la que acusan de plagiar sus dibujos. En 2015, la transnacional sacó a la venta una colección de tazas de chocolate Abuelita que, dicen, utilizó dibujos similares a los que ellos han producido. “Me di cuenta porque fuimos a Aurrerá y vimos las tazas con chocolates Abuelita; venían dibujos de Chiapas, Oaxaca y nuestros tenangos; una figura que venía ahí era uno de mis dibujos”, relata Adalberto, quien trabaja junto a su esposa y su hija. Entre los diseños que reclaman como suyos están un venado, un colibrí y un armadillo.³⁰

Ante el hurto de Nestlé, se solicitó a la subsecretaría de Participación Social y Fomento Artesanal de Hidalgo intervenir en defensa de los artesanos. Sin embargo, la responsable de la institución, Kenia Montiel, manifestó negligencia y subestimación cultural hacia estos, al manifestar:

[...] que iniciar un proceso judicial contra la empresa será complicado porque ninguna de las artesanas registradas en el padrón de beneficiarios de esa instancia reconoce el diseño. Según la funcionaria, deben ser los propios artesanos los que inicien la querrela, pues no es competencia del gobierno estatal, ni federal, ni municipal, “ya que los diseños no son creaciones del estado (sic), sino de los artesanos”.³¹

Este caso ilustra la incompetencia y arrogancia de los funcionarios gubernamentales que ignoran su obligación de contribuir a la defensa del patrimonio cultural de los artesanos.

Cabe recordar un hurto emblemático consumado hace casi cincuenta años por el diseñador estadounidense Lance Wyman, cuando hace pasar como suyo el diseño del logotipo de los Juegos Olímpicos de 1968, concebido por el *marakame* huichol don Pedro de Haro.³²

Finalmente, es necesario concluir que la valoración cultural y económica de las artesanías indígenas mexicanas no se explica sin considerar la problemática cultural y social de discriminación étnica y racial de los artesanos, que propicia que los agentes gubernamentales, así como los de la industria y el comercio, hurten una parte del trabajo invertido en la producción artesanal; a la par, que los diseños artesanales sean objeto de plagio. Resulta lamentable que el colonialismo interno constituya un recurso atávico de clasismo y racismo que se impone a la conspicua labor de la creatividad indígena, como resultado del atraso democrático de la sociedad mexicana contemporánea.

29. T. W. Adorno y M. Horkheimer, *Dialéctica de la ilustración*, Madrid, Trotta, 1997, p. 165.

30. Abida Ventura, “Demandan a Nestlé por piratear obra de artesanos”, *El Universal*, en México, 23 de octubre de 2017, p. E9.

31. *Idem*.

32. Véase Adriana Malvido, *El Universal*, 22 de noviembre de 2017. En www.eluniversal.com.mx/columna/adriana-malvido/cultura/el-logo-del-68-plagio-cincuentenario (Consultado el 01/05/2019).

FUENTES CONSULTADAS

- ADORNO, T. W. y M. Horkheimer, *Dialéctica de la ilustración*, Madrid, Trotta, 1997.
- BONFIL BATALLA, Guillermo, *México profundo*, México, Editorial Grijalbo, 2003.
- BOURDIEU, Pierre, *La distinción. Criterios y bases sociales del gusto*, México, Taurus, 2002.
- BRODA, Johanna, "La etnografía de la fiesta de la Santa Cruz: una perspectiva histórica", en *Cosmovisión, ritual e identidad de los pueblos indígenas de México*, México, Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, Fondo de Cultura Económica, 2001.
- CRUZ BÁRCENA, Arturo, "Los planes oficiales tratan el arte popular como el cesto donde tirar la pobreza: Mordó", en *La Jornada*, México, 12 de noviembre de 2003, Sección Cultura.
- EDER, Rita y Mirko Lauer, *Teoría social del arte. Bibliografía comentada*, México, UNAM, 1986.
- GEERTZ, Clifford, *La interpretación de las culturas*, Barcelona, Gedisa, 2003.
- GONZÁLEZ CASANOVA, Pablo, "Colonialismo interno (una redefinición)", en *Conceptos y fenómenos fundamentales de nuestro tiempo*, México, UNAM, Instituto de Investigaciones Sociales, 2003.
- GONZÁLEZ CASANOVA, Pablo, "Sociedad plural, colonialismo interno y desarrollo", en *América Latina*, año 6, núm. 3, Río de Janeiro, Centro Latinoamericano de Investigaciones en Ciencias Sociales, 1963.
- "Piden artesanos de San José Texopa terminar con el intermediarismo", en *Unomásuno*, México, 29 de febrero de 2004, Sección Estado de México.
- LÓPEZ BÁRCENAS, Francisco, "Los colonizadores y sus herederos", en *La Jornada*, México, 9 de abril de 2019.
- MALVIDO, Adriana, "México 68, la versión huichol y Pedro de Haro", en *El Universal*, México, 6 de diciembre de 2017, Cultura.
- MONSIVÁIS, Carlos, "Arte popular: lo invisible, lo siempre redescubierto, lo perdurable", en *La Jornada de Morelos*, Cuernavaca, 20 de febrero de 2005, Sección Cultura.
- NOVELO, Victoria, *Las artesanías en México*, Tuxtla Gutiérrez, Chiapas, Gobierno del Estado de Chiapas, Instituto Chiapaneco de Cultura, 1993.
- PALAPA QUIJAS, Fabiola, "Estamos dejando que se pierda lo mejor de la cultura del país", en *La Jornada*, México, 23 de febrero, Sección Cultura, 2005.
- PAUL, Carlos, "Paulatina pérdida de saberes ancestrales de la artesanía. La situación económica del país degrada esa actividad, alerta la coordinadora de Proada. Intermediarismo y migración, factores que agravan la problemática de ese patrimonio cultural", en *La Jornada*, México, 27 de marzo de 2004, Sección Cultura.
- PEDROSA, Mario, "Arte culto y arte popular", en *La dicotomía arte culto, arte popular*, Primer Coloquio de Historia del Art), México, UNAM, Instituto de Investigaciones Estéticas, 1975.
- QUIJANO, Aníbal, "Colonialidad del poder, eurocentrismo y América Latina", en *Cuestiones y horizontes: de la dependencia histórico-estructural a la colonialidad/descolonialidad del poder*, Buenos Aires, CLACSO, 2014.
- VENTURA, Abida, "Demandan a Nestlé por piratear obra de artesanos", en *El Universal*, México, 23 de octubre de 2017.

Referencias electrónicas

- AMADOR TELLO, Judith, "Defensa del arte popular contra la piratería", *Proceso*, en México, 22 de septiembre de 2018. En www.proceso.com.mx/552053/defensa-del-arte-popular-contra-la-pirateria (Consultado el 20/04/2019).
- Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI). En www.beta.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2018/StmaCnNaI/CSCItura2018_11.pdf (Consultado el 01/05/2019).
- LINDERO, Scarlett, "Fonart compra barato, vende caro", en *El Heraldo de México*, México, 4 de mayo de 2018. En [https://heraldodemexico.com.mx/artes/fonart-compra-barato-vende-carol/](https://heraldodemexico.com.mx/artes/fonart-compra-barato-vende-carol) (Consultado el 12/04/2019).
- MALVIDO, Adriana, "El logo del 68, plagio cincuentenario", en *El Universal*, México, 22 de noviembre de 2017. En www.eluniversal.com.mx/columna/adriana-malvido/cultura/el-logo-del-68-plagio-cincuentenario (Consultado el 01/05/2019).
- VELÁZQUEZ YEBRA, Patricia, "Da la vuelta al mundo el arte en barro de Juan Quezada", en *El Universal*, México, 11 de diciembre de 1999. En <http://archivo.eluniversal.com.mx/cultura/2327.html> (Consultado el 15/04/2019).