

## Artesanías indígenas mexicanas: funciones económicas y culturales

Por *Alma Patricia BARBOSA SÁNCHEZ\**

POR SUS CONNOTACIONES HISTÓRICAS, estéticas, identitarias y económicas, la actividad artesanal de las comunidades indígenas de México constituye un campo de estudio sumamente relevante, a la vez, que complejo y diverso por las significaciones culturales que asume en su producción, distribución y consumo: tres momentos fundamentales de la *dinámica artesanal* indígena que constituyen una vía para su estudio y caracterización. La hipótesis de trabajo plantea que el objeto artesanal, a partir de su incesante comercialización, detenta significados simbólicos y funciones culturales distintas a las asignadas en su contexto de producción, al insertarse en otros ámbitos culturales no indígenas. Esto es, que si en su contexto cultural y original de producción connota la identidad, la estética y la cosmovisión comunitaria, al salir de su nicho natural, opera bajo la lógica de la economía mercantil y se le atribuyen otros valores y funciones culturales propios de los sectores sociales no indígenas que lo consumen, ya sean los estratos urbanos, el circuito turístico, los coleccionistas o las políticas gubernamentales, por ejemplo. Portanto, a diferencia del objeto artístico —que supone un circuito de producción, distribución y consumo que no trasciende los sectores populares—, las artesanías están sujetas a las apropiaciones económicas, culturales y de intercambio simbólico de diversos sectores sociales no indígenas. Si en el primer eje de análisis, el objeto artesanal remite al contexto geográfico cultural en que se ha producido, a sus funciones utilitarias, ornamentales, rituales, así como a su significación histórica, identitaria y estética dentro de la comunidad indígena, a partir del segundo eje, esto es de su distribución o comercialización, se transforma en una mercancía que sustenta las ganancias económicas de pequeños y grandes revendedores, para dar paso, en el tercer eje de consumo, a las diversas valoraciones culturales, así sea como un objeto que alude a los sectores rurales, el folklore y el “exotismo indígena”, a un bien de colección y catalogación dentro del arte popular o a una marca dentro de las políticas y propaganda nacionalistas; así, las significaciones culturales que se atribuyen a las artesanías

\* Profesora de la Universidad Autónoma del Estado de Morelos, México; e-mail: <lunatzin@yahoo.com>.

dependen de la función que cumplen en las distintas relaciones sociales donde se inserten.

El examen de las artesanías a través de su definición conceptual, las condiciones de su producción, distribución y consumo, así como las funciones económicas y culturales que cumplen tanto en las comunidades indígenas como en los ámbitos no indígenas, se fundamenta en los estudios de Victoria Novelo, Marta Traba, Marta Turok, Guillermo Bonfil Batalla y Mario Pedrosa; y en los textos sobre la dinámica cultural de Pierre Bourdieu, Rita Eder, Mirko Laufer y Néstor García Canclini, primordiales para abordar las distintas valoraciones culturales, identitarias y estéticas de los productos artesanales. Particularmente, en su conspicua investigación *Artesanías y capitalismo en México*, Victoria Novelo plantea y examina con sumo acierto los principales aspectos de la problemática artesanal.<sup>1</sup>

Es patente que la producción artesanal indígena remite al contexto histórico cultural que le da origen y justifica tanto los objetos como las funciones utilitarias, ornamentales, simbólicas, religiosas, estéticas e identitarias que cumplen dentro de la colectividad. Al operar con determinadas implicaciones culturales dentro de este contexto de producción y de uso, las artesanías asumen y representan valores históricos, territoriales, étnicos y estéticos. Así, por ejemplo, la diversidad y especialización de los objetos artesanales exponen el valor histórico y la trayectoria de la creatividad y diseño indígena, así como el acervo de conocimientos y técnicas precolombinas;<sup>2</sup> la selección y utilización de diversos materiales connota un valor territorial al acusar el contexto geográfico que las provee; la estética artesanal expone valores simbólicos ligados a la visión filosófica nahua, representativa del universo cultural de la comunidad, donde se expresan plenamente los parámetros de su identidad social. En tanto, la funcionalidad de los objetos enuncia la pragmática o hábitos<sup>3</sup> cotidianos de los usuarios vinculados a su modo de vida rural (instrumentos agrícolas, vestimenta, gastronomía, rituales etc.). Si las artesanías denotan un particular saber y hacer, su lectura cultural no se limita a sus funciones utilitarias y ornamentales, dado que constituye un artefacto cultural que deviene significativa de la

<sup>1</sup> Victoria Novelo, *Artesanías y capitalismo en México*, México, SEP-INAH, 1976.

<sup>2</sup> Guillermo Bonfil Batalla, *México profundo: una civilización negada*, México, Grijalbo, 2003.

<sup>3</sup> Pierre Bourdieu, *La distinción: criterio y bases sociales del gusto*, México, Taurus, 2002.

cosmovisión indígena.<sup>4</sup> 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 y geográfico cuyos atributos socioculturales 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. 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.<sup>5</sup>

Otros conceptos que, como características propias, se asocian generalmente a la definición de las artesanías son *tradición* y *popular*. Sin embargo, García Canclini considera que lo tradicional no constituye el rasgo esencial de las artesanías y prefiere el término *cultura popular* para explicarlas: “A la vez, considerar a las culturas como populares y no como tradicionales ha permitido superar la visión de las artesanías y de costumbres antiguas como ‘atrasos’ o ‘supervivencias’ equivocadas del siglo”.<sup>6</sup> Asimismo, distingue una segunda acepción de lo popular: “entendida como *popularidad*, o sea la que prevalece en los últimos veinte años, está ligada a la industrialización de la cultura y su difusión”.<sup>7</sup> Ciertamente las artesanías forman parte de la cultura popular como todo producto que al pueblo “le resulta accesible, le gusta, merece su adhesión o usa con frecuencia”.<sup>8</sup> No obstante, es pertinente delimitar que el campo artesanal, esto es, donde se producen objetos de manera manual, está constituido por distintos géneros de producción; además de las artesanías indígenas, también incluye una serie de productos confeccionados por los sectores urbanos de escasos ingre-

<sup>4</sup> 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, CNCA-FCE, 2001.

<sup>5</sup> Victoria Novelo, *Las artesanías en México*, Tuxtla Gutiérrez, Gobierno del Estado de Chiapas / Instituto Chiapaneco de Cultura, 1993, p. 46.

<sup>6</sup> Néstor García Canclini, *Culturas populares en el capitalismo*, México, Grijalbo, 2002, p. 30.

<sup>7</sup> *Ibid.*, p. 33.

<sup>8</sup> *Ibid.*, p. 34.

sos como la joyería que venden jóvenes que deambulan, o bien aquellos que se producen para ornamento con materiales industrializados, los emergentes como los denominados “alebrijes”<sup>9</sup> elaborados por iniciativa de la familia Linares o los confeccionados por los diseñadores, entre otros. Cada uno de estos géneros de artesanía, ya sea indígena, urbana popular o de la élite de los diseñadores, constituye una representación del ámbito cultural y social que lo produce con distintos fines y funciones.

Particularmente, las artesanías indígenas conforman un género dentro del campo artesanal y de la cultura popular que sustenta su especificidad en la significación cultural, simbólica y comunicativa anclada en la cosmovisión, identidad e historicidad de la comunidad; atributos que difícilmente se aplican a la contingencia de los productos urbanos populares. A diferencia de éstos, las artesanías evidencian las ancestrales prácticas culturales de las comunidades indígenas, mismas que han garantizado su continuidad histórica en el marco de una 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.<sup>10</sup>

Múltiples son las funciones que cumple la producción artesanal en esta dinámica de autosuficiencia económica pues opera con otra lógica de

<sup>9</sup> El término *alebrijes* designa los productos artesanales creados por Pedro Linares (en el barrio La Merced, en la Ciudad de México). Durante una penosa enfermedad que lo postró en cama, este artesano en cartonería visualizó en sueños un lugar donde habitaban animales desconocidos, por ejemplo, un burro con alas de mariposa, un gallo con cuernos de toro, un león con cabeza de águila etc., mismos que le gritaban ruidosamente una sola palabra: “alebrijes”. Al recuperarse, decidió súbitamente reproducir en cartonería, para el conocimiento de sus familiares y allegados, la extraña y colorida fauna que en sus sueños lo atormentaba. Sus productos artesanales alcanzaron el éxito entre consumidores nacionales y extranjeros, a tal punto que fue invitado a exhibir sus creaciones en Estados Unidos y Europa. Actualmente, en el barrio de La Merced, sus descendientes perpetúan la elaboración de estos objetos artesanales producto de la iniciativa e imaginación de Pedro Linares, fallecido en 1992 a la edad de 82 años.

<sup>10</sup> Bonfil Batalla, *México profundo* [n. 2], p. 57.

consumo y de mercado: en primera instancia, abastecer objetos utilitarios, ceremoniales y ornamentales cuya demanda se debe a sus precios accesibles y a que forman parte de los hábitos cotidianos, festivos y rituales dentro de una larga tradición generacional y cultural de la colectividad; y en un segundo momento, ejercer una función dentro de la cultura del trueque, ya que en el tianguis las comunidades intercambian sus excedentes productivos, como apunta Bonfil Batalla:

Pero la gente de las comunidades no acude al mercado semanal sólo como comprador o sólo como vendedor: va a intercambiar, aunque lo haga con la intervención momentánea del dinero, una pequeña cantidad de sus propios productos agrícolas o artesanales, por objetos que requiriere y no produce.<sup>11</sup>

Aún entre las comunidades de productores artesanales se acostumbra practicar el trueque, como ocurre con los alfareros de Tlayacapan, en el estado de Morelos, que intercambian sus productos y materias primas, como describe Guillermo Helbling:

Digo, ellos [alfareros de Tlayacapan] tienen un gran mercado de alfarería, donde llega alfarería desde San Andrés que está a cuatro kilómetros, cinco kilómetros más abajo, hasta de Metepec, que está en el Estado de México, y de cuantos sitios recojan piezas. Y, generalmente, lo hacen por trueque; ellos mandan una camionada de equis cosas, seleccionan allá, y viene una camionada de otras cosas, no corre el dinero ahí. El dinero lo paga el cliente final.<sup>12</sup>

Por último, la producción artesanal opera como fuente de ingresos adicionales al constituir una actividad complementaria a las labores agrícolas, en tanto que para las comunidades indígenas representa un recurso laboral para hacer frente al desempleo y la depauperización económica, aunque no logre impedir la deserción de esta actividad. García Canclini apunta que: “el trabajo artesanal reduce el desempleo y la migración, y por eso las artesanías son reactivadas —o reinventadas— en zonas agredidas por la desindustrialización y el empobrecimiento rural urbano que propician las políticas neoliberales”.<sup>13</sup> No obstante que el trabajo artesanal constituye un paliativo económico, los

<sup>11</sup> *Ibid.*, p. 62.

<sup>12</sup> Entrevista personal a Guillermo Helbling, Cuernavaca, 2003; véase su estudio sobre las artesanías titulado *Morelos hecho a mano*, Cuernavaca, Instituto de Cultura de Morelos, 2000.

<sup>13</sup> García Canclini, *Culturas populares en el capitalismo* [n. 6], p. 20.

artesanos se enfrentan a condiciones de producción desfavorables, ya sea por no contar con medios para mejorar su infraestructura ni con estímulos para desarrollar su creatividad en circunstancias adecuadas o por la desvalorización económica de su trabajo que le impone el circuito comercial. Novelo sintetiza la condición de marginalidad social de los artesanos como sigue:

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.<sup>14</sup>

En general, la estructura de la producción artesanal indígena se rige por la colaboración familiar como unidad de producción en la que se transmite el oficio de generación en generación. La organización, división y especialización del trabajo toma en cuenta la edad, el género y la experiencia. En algunos casos, los productos son elaborados exclusivamente por mujeres, como ocurre con los bordados y los textiles confeccionados en telar de cintura. Novelo precisa sobre el régimen familiar y laboral: “se basa en una división primaria del trabajo, sexual y por edades, lo cual no está reñido con el despliegue de habilidades muy calificadas en algunas ocasiones y a estilos locales o regionales fácilmente identificables por los buenos observadores y los consumidores habituales”.<sup>15</sup> La evidencia histórica del saber mesoamericano se constata, por una parte, en las creencias animistas del artesano frente a sus materiales y actividad y por otra, en el acervo de instrumentos, técnicas y métodos de trabajo; ejemplo de ello es el atípico uso de plantas acuáticas para la preparación, y cocción mediante hornos de leña, del barro cerámico (en Morelos y Estado de México), o la laboriosa preparación del papel amate. En la práctica, la producción artesanal indígena constituye una actividad económica estrictamente informal y socialmente subordinada, dada la desvalorización económica de su trabajo y la ausencia de garantías jurídicas y de seguridad laboral, así como de remuneración justa, jubilación, servicio médico etc. Los antecedentes históricos de tal situación se encuentran en la Constitución de 1857 y en la de 1917, ya que, como señala Rodolfo Becerril Traffon, omitieron una legislación destinada a amparar a los gremios y los artesanos.<sup>16</sup>

<sup>14</sup> Novelo, *Artesanías y capitalismo en México* [n. 1], p. 73.

<sup>15</sup> *Ibid.*, p. 56.

<sup>16</sup> Rodolfo Becerril Traffon, “Las artesanías: la necesidad de una perspectiva económica”, en *Textos sobre arte popular. antología*, México, FONART-FONAPAS, 1982, pp. 285-319.

Si bien la vigencia de las relaciones sociales en las comunidades indígenas otorga un sentido a la demanda y consumo de productos artesanales dado que, como apunta Novelo, la “fábrica no puede producir objetos que desempeñan un papel simbólico en las costumbres y rituales de las relaciones sociales de los sectores subalternos de la sociedad”,<sup>17</sup> también la continuidad histórica de la producción artesanal obedece al hecho de que este modo de producción, al subordinarse y articularse al capitalismo, cumple ciertas funciones económicas y culturales. En el primer caso, permite las ganancias de una diversidad de revendedores que en el circuito comercial se apropian de una gran parte del trabajo artesanal. No son pocos los artesanos que manifiestan su reclamo ante esta situación:

Artesanos del poblado de San José Texopa de esta localidad [Estado de México], 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 5 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.<sup>18</sup>

En este panorama, funcionarios del Programa de Apoyo al Desarrollo Artesanal (PROADA), a cargo del Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (CNCA), corroboran:

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.<sup>19</sup>

Con la figura del intermediario público y privado, la producción artesanal se articula al mercado capitalista y se subordina a través de la retribu-

<sup>17</sup> Novelo, *Artesanías y capitalismo en México* [n. 1], p. 27.

<sup>18</sup> “Piden artesanos de San José Texopa terminar con el intermediarismo”, *Unomásuno* (México), 29-II-04, p. 30.

<sup>19</sup> 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”, *La Jornada* (México), 27-III-04, p. 2.

ción del trabajo por debajo de su valor. A la vez, la producción artesanal ha constituido una fórmula poco eficaz aplicada por el Estado para abatir estructuralmente la pobreza en el mundo rural, donde la población indígena es la que padece el mayor rezago. Hasta la fecha, ninguna política gubernamental ha logrado mejorar las condiciones de producción de los artesanos, aunque sí ha fomentado la expansión del circuito de comercialización nacional e internacional. Así, por ejemplo, en el año 2001 el Fondo Nacional para el Fomento de las Artesanías, (FONART) generó el concepto de franquicias “100% México hecho a mano” para impulsar su comercialización en mercados nacionales y extranjeros. De las 20 tiendas FONART en el país y en el extranjero, 11 son franquicias.<sup>20</sup> En la lógica estatal estos centros de consumo artesanal devienen prioritarios dentro de una estrategia de promoción turística del país. Actualmente las instituciones gubernamentales intervienen en la producción artesanal a través de programas de capacitación técnica y de otorgamiento de créditos para exhibición, venta y adaptación de los objetos a los contextos culturales de los consumidores, ya sean urbanos, turísticos o intelectuales. Estos programas se centran en la promoción comercial y no inciden en el mejoramiento de las condiciones de producción de los artesanos ni estimulan la creatividad indígena desde sus parámetros culturales. Así se constata en los rubros de las actividades de la Secretaría de Desarrollo Social y de FONART, donde se establece: *a)* la adquisición de artesanías; *b)* la organización de concursos; *c)* el otorgamiento de créditos, que pueden ser de 2 mil hasta un máximo de 10 mil pesos a pagar en tres meses, con intereses de 0.5% y 1% mensual o intereses moratorios, en su caso; y *d)* la capacitación y asesoría técnica. En este último programa la producción artesanal se concibe subordinada a las necesidades del mercado turístico o, implícitamente, a las de los sectores no indígenas, al destinar la capacitación técnica a “mejorar la calidad y el diseño de la producción artesanal para adaptarla a las necesidades y requerimientos del consumidor”; por esta razón, se promueve la vinculación entre artesanos y diseñadores para el “reforzamiento de la creatividad y el perfeccionamiento del diseño con apoyo de profesionistas en el área”. Es improbable que la intervención y diseñadores tenga la finalidad de ofrecer a los consumidores indígenas nuevos formatos artesanales a partir de la exploración de su identidad y universo cultural. En todo caso, la necesidad de adaptar la producción artesanal a los consumidores urbanos y

<sup>20</sup> Ciudad de México, tres en Acapulco, Villahermosa y Cozumel; y en el extranjero: Santa Ana (California), Washington, D. C., Miami (Florida), Ronda (España) y Villefranche (Francia).



turísticos a través de diseños novedosos y adecuados a su contexto social, es la que dicta la colaboración de artesanos y diseñadores bajo el patrocinio institucional. De hecho, constituye una reelaboración de los tradicionales formatos artesanales, interviniendo en la dinámica de la producción indígena.

Son representativos los casos de funcionarios del FONART que han impulsado la creación de determinados productos: uno es el reconocido árbol de la vida de Metepec, Estado de México, concebido por Daniel Rubín de la Borbolla, según señala el artesano Mónico Soteno,<sup>21</sup> y otro el de Ocumicho, Michoacán, donde solicitaron se elaboraran colchas para camas aprovechando la habilidad de las tejedoras del telar de cintura de Cuanajo, Michoacán.<sup>22</sup> A partir de estos antecedentes, la producción artesanal se ha diversificado mediante la elaboración de productos que interpretan la demanda de sectores no indígenas.

El acceso a nuevos consumidores ha propiciado una dinámica de innovación de formatos y diseños artesanales utilitarios o decorativos, que lleva a los artesanos a adaptar sus habilidades e infraestructura a las exigencias del mercado. De esta manera, elaboran objetos no tradicionales en su contexto cultural como, por ejemplo, portaplanos y viseras tejidas en fibras vegetales, fuentes cerámicas de mediano formato con dispositivos eléctricos y recipientes para plantas bonsai, entre otros. La diversificación ha impulsado un género de productos que se podría denominar “neoartesanía” y que no sustituye a los objetos que la comunidad indígena tradicionalmente consume, como molcajetes,<sup>23</sup> cazuelas, braceros, sahumeros, sombreros, rebozos, cesterías etc., ya que éstos corresponden a un estilo de vida restringido al ámbito indígena. Por tanto, la producción artesanal al articularse al mercado capitalista, se diversifica para satisfacer las necesidades de usuarios de los ámbitos urbano, popular, turístico e intelectual. Si bien este escenario potencia la expansión comercial de la producción artesanal, ofreciendo nuevas posibilidades de ingreso económico a las comunidades artesanales, el bajísimo costo de los objetos —dado que el artesano no cobra el valor real de su trabajo ni mucho menos participa en la dinámica de valorización económica de sus productos en el mercado—, no permite que los productores se beneficien de las ganancias comerciales que se generan en estos nuevos espacios de consumo.

<sup>21</sup> Novelo, *Artesanías y capitalismo en México* [n. 1], p. 81.

<sup>22</sup> *Ibid*

<sup>23</sup> *Molcajete* designa un recipiente a la manera de mortero elaborado tanto en piedra como en cerámica; su utilización se remonta a la época mesoamericana y sigue vigente en las comunidades rurales del país.

Aunado a esto, se presenta el hecho de que los artesanos no pueden satisfacer los grandes volúmenes de producción que demandan los intermediarios nacionales y extranjeros ya que su infraestructura está concebida para abastecer un mercado local y regional. De esta manera, los artesanos se enfrentan a las contradicciones que les plantea el mercado capitalista, tanto en su capacidad productiva sustentada en la unidad familiar como en la desvalorización económica de su trabajo que se caracteriza por ser especializado, arduo y minucioso en todos los rubros, ya sea en los textiles, la cerámica, la cestería etc., como se puede constatar en las investigaciones de Victoria Novelo y Martha Turok. Cabe mencionar que la desproporción entre los costos de producción y de comercialización de las artesanías no sólo se explica por el peso de los intermediarios, sino también por los prejuicios culturales que operan en contra de una real cotización económica de los objetos artesanales, éste es el caso del factor étnico señalado por Canclini: “Aun dando ingresos menores que en otros trabajos, desvalorizadas por su connotación étnica y su realización precaria, porque se asocia con lo pobre y discriminado, las artesanías ayudan a sobrevivir a millones de familias en América Latina”.<sup>24</sup> Por tanto, las funciones económicas de la producción artesanal están íntimamente ligadas a factores culturales que justifican su articulación y subordinación al sistema capitalista.

No menos importantes son las funciones culturales, ideológicas y simbólicas que cumple la producción artesanal para la ideología dominante. Durante el siglo xx, en diversos periodos históricos, las artesanías han sido materia de valoraciones culturales por parte del Estado y de los sectores intelectuales con propósitos distintos. En el periodo posterior a la Revolución Mexicana, las connotaciones históricas, estéticas y potencialidades económicas de las artesanías permitieron su articulación a las políticas culturales de legitimación histórica e ideológica del Estado-nación; esto es, a un sistema de símbolos, iconos y discursos sobre la sociedad mexicana (mestiza, homogénea, nacionalista), tendiente a consolidar la hegemonía gubernamental. Asimismo, en el ámbito intelectual y artístico, se gesta el coleccionismo, la exhibición museográfica y la reflexión teórica sobre el objeto artesanal desde la perspectiva del arte (caracterización, estatus plástico, clasificación, jerarquía cultural etcétera).

En el discurso e ideología gubernamentales las artesanías han significado una fuente de legitimación histórica para apuntalar la noción de

<sup>24</sup> García Canclini, *Culturas populares en el capitalismo* [n. 6], p. 20.

identidad nacional, asimilada a través del reconocimiento del mestizaje y, contradictoria e implícitamente, en la negación de lo indígena. Ante el antagonismo histórico de las civilizaciones mesoamericana y occidental —cuyas perspectivas del mundo social y cultural son radicalmente distintas y que, hasta la actualidad, inevitablemente coexisten en la población mayoritaria de ascendencia indígena y en la minoritaria que rige los destinos políticos y no se identifica con lo indio— el *mestizaje* es un concepto que pretende, falazmente, reconciliarlas ideológicamente. Se registra que la civilización mesoamericana da origen a la historia del país; pero a partir de su destrucción e imposición de la cultura colonial, se la considera oficialmente extinta y, por lo tanto, confinada en museos nacionales. Así, el mestizaje se convierte en el concepto protagónico de la cultura de unidad nacional, no como fusión, interacción o retroalimentación de dos raíces culturales, sino como la supresión de la matriz originaria que se concibe como un obstáculo al desarrollo nacional o como un pasado muerto. Bonfil Batalla concluye: “Los proyectos de unificación cultural nunca han propuesto la unidad a partir de la creación de una nueva civilización que sea síntesis de las anteriores, sino a partir de la eliminación de una de las existentes (la mesoamericana, por supuesto) y la generalización de la otra”.<sup>25</sup>

La ideología gubernamental se apropia de los valores históricos y simbólicos de las artesanías para constituir soportes de los discursos de legitimación nacionalista, pero además las resignifica como fundamento del mestizaje, donde la idealización de este concepto se disocia convenientemente de las condiciones de marginación social que se le imponen al productor indígena como protagonista fundamental de esta tradición cultural mesoamericana. Marta Traba describe cómo opera su consumo ideológico:

La compra de objetos artesanales es cada vez mejor vista en nuestras ciudades, no sólo porque resultan más baratos que los objetos industriales, lo cual no hace más que confirmar los niveles de hambre en los que se mantiene al productor de arte popular, sino porque corresponde a la mentalidad unificadora y romántica de la burguesía hacer uso de objetos que recuerden tan inocentemente el *ser nacional* y afirman, sin mayor problema, la identidad que todos desean poseer a bajo costo.<sup>26</sup>

<sup>25</sup> Bonfil Batalla, *México profundo* [n. 2], p. 102.

<sup>26</sup> Marta Traba, “Relaciones actuales entre arte popular y arte culto”, en *La dicotomía arte culto, arte popular. Primer Coloquio de Historia del Arte*, México, IIE-UNAM, 1975, p. 60.

La noción de mestizaje disimula las contradicciones latentes entre el “pueblo” y la minoritaria clase dominante, que se fundamentan no sólo en el poder económico sino en dimensiones étnicas, estilos de vida y hábitos culturales radicalmente distintos, como señala Bonfil Batalla:

Aunque ideológicamente se afirme que se trata de una sociedad mestiza en la que se combinan armónicamente la sangre y la cultura de los dos troncos primigenios, la realidad es otra, porque la mayoría de los sectores y clases populares tienen origen indio, con frecuencia muy próximo y, en consecuencia, han podido mantener muchos más elementos de la cultura mesoamericana; en forma inversa, algunos sectores de las clases altas provienen más o menos directamente de los colonizadores españoles y son proclives a la conservación de formas culturales no indias.<sup>27</sup>

Desde la Revolución Mexicana, el “rescate” de las artesanías dentro de las políticas culturales, le ha permitido al Estado tutelar su producción y comercialización desde una perspectiva paternalista e “integracionista”. Esto es, la “integración” del artesano a los patrones de la modernidad y necesidades del mercado capitalista. Bonfil Batalla precisa que esta visión integracionista ha instrumentado un proceso de conversión de los indios, que los integra al proyecto de modernidad occidental y que equivale a “desindianizarlos”. De ahí, la lógica de los programas de fomento a las artesanías que, por una parte, han impulsado la transformación de las condiciones de producción artesanal, pero no mediante la justa retribución económica del trabajo artesanal, el estímulo a sus capacidades creativas y el respeto a su contexto cultural e identitario, sino a través de modificar sus diseños, sustituir su tecnología o generar circuitos de comercialización nacionales e internacionales, donde el producto alcanza cotizaciones económicas aceptables que benefician, principalmente, a sus distribuidores. En la cultura dominante, las artesanías son sólo objetos decorativos susceptibles de transformarse y de comercializarse para “mejorarse” y adaptarse al gusto de los consumidores masivos, con lo cual, implícitamente, se desindianizan; el consumo, restringido a sus cualidades utilitarias y ornamentales, ignora sus implicaciones culturales en tanto que dejan de representar las relaciones sociales, el capital cultural y las connotaciones simbólicas e identitarias de los productores indígenas.

Entre los sectores intelectuales la revaloración de las artesanías ha estado marcada también por las coyunturas históricas y las funciones culturales que se les asignan de acuerdo con diversas perspectivas ideo-

<sup>27</sup> Bonfil Batalla, *México profundo* [n. 2], p. 76.

lógicas. Así, por ejemplo, en un primer momento, el Estado posrevolucionario convocó a artistas e intelectuales a conformar un acervo de artesanías representativas del país para la Exposición de Arte Popular Mexicano (1921) que conmemoró el centenario de la Independencia. Adolfo Best Maugard, Jorge Enciso, Roberto Montenegro y el Doctor Atl (Gerardo Murillo) se encargaron de llevar a cabo esta labor. Ante el éxito de esta exposición la Secretaría de Industria, Comercio y Trabajo solicitó nuevamente a artistas, historiadores y artesanos<sup>28</sup> ampliar el acopio de artesanías mexicanas para exhibirlas en una segunda exposición que se realizó en la ciudad de Los Ángeles, California. Destaca el hecho de que el Doctor Atl, en *Las artes populares de México*, el texto que elaboró para ilustrar la Exposición de Arte Popular Mexicano, legítima la importancia y cualidades de las artesanías mexicanas, al inscribirlas dentro del concepto de arte popular. Esta catalogación remite a la dicotomía entre la noción de arte “culto” y la de arte “popular” que, hasta la actualidad, es objeto de reflexión teórica para definir y diferenciar dos tipos de producción estética que se originan en sectores sociales antagónicos y son objeto de valoraciones culturales jerárquicas. El primero es producto de la élite ilustrada y el segundo del “pueblo”, y cada uno es valorado dentro de una visión clasista de la producción cultural. Bourdieu señala que el consumo de los bienes culturales expresa las diferencias sociales, esto es una *relación de distinción* (que implica o no la intención consciente de distinguirse de lo común) que exige la posesión de determinados instrumentos de apropiación económicos y culturales.<sup>29</sup> El campo artístico es particularmente representativo de los mecanismos de distinción simbólica entre las clases sociales; es decir, que las elecciones estéticas están estructuradas para reafirmar las diferencias entre las clases sociales. De esta manera, la burguesía consagra y valora un tipo de producción artística, de artistas y de obras, a la vez que genera un modo de percepción, como una forma de diferenciarse social y culturalmente, y así al monopolizar el poder de consagración engendra al mismo tiempo el valor de las obras y la creencia en ese valor. En esta perspectiva, valorar la artesanía dentro del concepto de arte popular acentúa y representa las diferencias entre el consumo cultural del pueblo y el de la clase social hegemónica en lo económico y cultural.

<sup>28</sup> Como Javier Guerrero, Jorge Enciso, Roberto Montenegro, Xavier Guerrero, Adolfo Best Maugard, Diego Rivera, Carlos Mérida, Miguel Covarrubias, Vicente Lombardo Toledano, Emilio Amero, Juan Samaniego, Juan Ixca Farias y Salvador Solchaga.

<sup>29</sup> Bourdieu, *La distinción: criterio y bases sociales del gusto* [n. 3], p. 223.

En opinión de Rita Eder y Mirko Lauer, en América Latina la conceptualización del arte se constituye a partir de su contraste con la producción cultural y estética de los sectores dominados. Mientras que en Europa el arte es 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 no sucede de esta manera, ya que la clase dominante no está constituida 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:

Entonces el concepto mismo de *arte* no se define originalmente entre nosotros por 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.<sup>30</sup>

Otra postura teórica que interpretó a las artesanías con funciones ideológicas distintas a las asignadas por el Estado, esto es, reivindicadas con una función social antiburguesa, fue la expuesta en el *Manifiesto del Sindicato de Obreros Técnicos, Pintores y Escultores* (1923) —auspiciado por el Sindicato de Obreros Técnicos, Pintores, Escultores y Grabadores Revolucionarios de México, vinculado al Partido Comunista—, donde Diego Rivera, José Clemente Orozco y David Alfaro Siqueiros exaltaron al pueblo como productor colectivo de un arte contrario al arte culto o burgués:

Para crear belleza: el arte del pueblo mexicano es el más grande y de más sana expresión espiritual que hay en este mundo y su tradición nuestra posesión más grande. Es grande porque siendo del pueblo es colectiva, y esto es el porqué nuestra meta estética es socializar la expresión artística que tiende a borrar totalmente el individualismo, que es burgués.<sup>31</sup>

En este caso, las funciones ideológicas que se le asignan al arte popular son sustituir al arte elitista, individualista y burgués:

<sup>30</sup> Rita Eder y Mirko Lauer, *Teoría social del arte: bibliografía comentada*, México, UNAM, 1986, p. 34.

<sup>31</sup> *Claves del arte de nuestra América* (La Habana, Casa de las Américas), vol. I, núm. 14 (1986), p. 36.

Proclamamos que toda manifestación estética ajena o contraria al sentimiento popular es burguesa y debe desaparecer [...] los creadores de belleza deben esforzarse porque su labor presente un aspecto clave de propaganda ideológica en bien del pueblo, haciendo del arte, que actualmente es una manifestación de masturbación individualista, una finalidad de belleza para todos, de educación y de batalla.<sup>32</sup>

Esta revaloración de la estética popular dentro de los sectores intelectuales, no impidió su estatus de marginalidad, como afirma Carlos Monsiváis: “Entre 1920 y 1950 mucho del arte popular se redescubre, y sin embargo esto no se traduce en museos eficaces, colecciones de importancia y valoración económica de los productos”.<sup>33</sup>

En la década de los sesenta y setenta del siglo xx, las tesis contraculturales planteaban nuevos valores sociales como el pacifismo, la ecología, el anticonvencionalismo en la vida privada, la equidad de género y el respeto a la diversidad sexual, mientras que los movimientos socialistas de América Latina recuperaban para sí la revaloración de los saberes ancestrales, las raíces étnicas y las artesanías como señas de identidad. Durante esas décadas los sectores urbanos e intelectuales constituyeron un sector emergente de consumidores de objetos artesanales que representaban, en este contexto particular, valores culturales críticos de la modernidad y de reivindicación histórica de los movimientos populares. La identificación con el México profundo se proyectó cuando algunos jóvenes adoptaron vestimentas y accesorios indígenas y se generó un mercado informal de artesanías. Por tanto, para este sector social, la valoración cultural de las artesanías asumió un sentido de reivindicación contracultural e indigenista. De acuerdo con el estudio del Fondo Nacional para el Fomento a las Artesanías, (FONART), en 1981 el perfil de 57% de los compradores nacionales corresponde a universitarios, profesores y profesionistas.<sup>34</sup> Con estos antecedentes se ilustra que los sectores no indígenas se apropian simbólicamente de los valores históricos y estéticos del objeto artesanal para sus propios fines políticos, ideológicos o identitarios. Monsiváis concluye sobre este periodo: “sucede lo paradójico, el afán revaloratorio de los veinte es tan extenso que sólo paulatinamente se va asimilando, y mucho de su estudio dependerá de la reconsideración de la cultura popular que se inicia en los años setenta”.<sup>35</sup>

<sup>32</sup> *Ibid.*

<sup>33</sup> Carlos Monsiváis, “Arte popular: lo invisible, lo siempre redescubierto, lo perdurable”, *La Jornada de Morelos* (Cuernavaca), 20-ii-05, p. 12.

<sup>34</sup> Novelo, *Artesanías y capitalismo en México* [n. 1], p. 51.

<sup>35</sup> Monsiváis, “Arte popular: lo invisible, lo siempre redescubierto, lo perdurable” [n. 33], p. 12.

Es patente que la revaloración de las artesanías por parte de los sectores intelectuales y artísticos generó una reflexión teórica —desde la perspectiva del sistema institucional del arte— que le otorgó a estos productos indígenas una posición y un reconocimiento a sus atributos plásticos y conceptuales a través de su clasificación dentro de la noción de arte popular. Concepto, en el que la estética artesanal constituye un ámbito periférico y jerárquicamente inferior en relación con la suma valoración y centralidad que asume el concepto de arte “culto”. Las características y diferencias de las condiciones de producción, distribución y consumo que imperan en estos dos ámbitos confirman el esquema de dominación y subordinación entre clases sociales. Así, por ejemplo, en el mundo del arte se exalta la individualidad del productor y la obra deviene en única e irrepetible, a la vez que documentada y legitimada por la historia del arte, la academia, los museos, las galerías y los coleccionistas y su consumo es sinónimo de prestigio cultural y poder económico. Mientras que en la producción artesanal indígena el productor es colectivo y se rige por el anonimato, la reproducción en serie y el acervo histórico y estético de la tradición mesoamericana; el objeto artesanal no es documentado y su amplio consumo presupone un cierto capital cultural<sup>36</sup> inferior al que se precisa en el consumo del arte. Sin embargo, tanto la obra de arte como la artesanal tienen en común el constituir un hecho histórico, estético, económico y cultural (ideológico e identitario) donde la significación estética de las obras es representativa del universo cultural de la clase o sector social que las produce. De la misma manera, los juicios de valor a los que están sujetas las obras son representativos del contexto histórico y cultural y de la ideología del grupo o clase social que los emite como cánones estéticos.

Otro síntoma de la revaloración intelectual de las artesanías fue la conformación de colecciones por parte de artistas e intelectuales como Diego Rivera, Frida Khalo, Carlos Mérida, Rosa y Miguel Covarrubias y Roberto Montenegro, entre otros. Paralelamente, la legitimación cultural del objeto artesanal mediante su exhibición en recintos museográficos, permitió una cierta documentación del mismo. Cabe recordar que en la inauguración del Palacio de Bellas Artes en 1934, se dedicó una sala a la exposición de arte popular; en 1951, se inauguró el Museo Nacional de Artes e Industrias Populares; y en este año 2005, se ha constituido el Museo de Arte Popular. En general, la revaloración

<sup>36</sup> Sobre capital cultural véase Bourdieu, *La distinción: criterio y bases sociales del gusto* [n. 3].



cultural de las artesanías a través de su catalogación dentro del arte popular por el circuito artístico, incrementó su estima social y generó un espacio social de consumo distinto al de su contexto original pero, a la vez, ha sido incapaz de promover la idea de que más que objetos las artesanías representan un patrimonio histórico cultural que debe ser preservado y alentado mediante la valoración social de los productores indígenas más que por el factor étnico y el carácter anónimo y colectivo de su producción. Novelo señala:

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 tiene más de cuatro siglos de antigüedad; el indio como ciudadano y artista es una concepción apenas en pañales.<sup>37</sup>

Si la actual revaloración cultural de las artesanías no alcanza para sustentarlas en un circuito de legitimación institucional, en la retribución justa del trabajo artesanal ni en el reconocimiento a la creatividad de los productores indígenas, se debe a que la cultura dominante les asigna un papel subordinado en lo económico y periférico en relación con el arte “culto”. En este último aspecto, es necesario precisar que tanto la obra artesanal como la artística encarnan y afirman valores estéticos, conceptuales y simbólicos del grupo social que las produce, consume y legitima. Asimismo, son las circunstancias sociohistóricas las que influyen en la revaloración de las artesanías entre los sectores sociales indígenas, ya sea en la subestimación, estima o apropiación simbólica de sus valores históricos, estéticos y económicos, como se puede constatar en la coyuntura posrevolucionaria y la de efervescencia anticapitalista de las décadas de los sesenta y setenta.

Sin duda, la interacción entre la producción artística y artesanal asume un carácter complejo, ya sea porque los artistas incorporan elementos y temas de la cultura popular a su poética visual o porque los artesanos utilizan su saber y habilidades para reproducir, por encargo, obras artísticas reconocidas, así como las propuestas visuales de artistas interesados. En el primer caso, Monsiváis opina que: “En el periodo 1920-1950, más bien, lo que se elogia es la estética popular que influye ampliamente en el arte (Frida Kahlo, María Izquierdo, Antonio Ruiz *el Corcito*, Roberto Montenegro, Chucho Reyes Ferreira)

<sup>37</sup> Novelo, *Artesanías y capitalismo en México* [n. 1], p. 47.

y que, como en el caso paradigmático de Luis Barragán, afecta también a la arquitectura residencial. Se impone lentamente la alabanza del color".<sup>38</sup> Así también, se advierte la colaboración de los artesanos con los artistas, como los de Teotitlán del Valle, Oaxaca, que en 1965 materializaron en tapices las obras de Francisco Toledo. Otro caso similar es la producción de tejidos con cadejos en Xonacatlán, Estado de México, donde se realizan tapices con diseños de artistas como Pablo Picasso, Henri Matisse, Joan Miró, Diego Rivera etc. Asimismo, José Luis Cuevas plasmó sus obras en cerámica mayólica (talavera), en el taller Uriarte de Puebla.

Ante la falsa apreciación de que las culturas indígenas son conservadoras y rechazan el cambio,<sup>39</sup> cabe mencionar que en el campo artesanal, si bien, los diseños y formato de las piezas detentan una continuidad histórica, también se asume una dinámica de innovación y de apropiación de elementos culturales ajenos para adaptarlos a sus propias necesidades en función de las influencias culturales de cada momento histórico. Así por ejemplo, durante el periodo colonial se adoptó el vidriado sobre arcilla y el torno en la actividad cerámica; el telar en la confección de textiles; y el violín entre tarahumaras, huicholes, otomíes y chamulas, principalmente. Este último caso llama la atención por la asimilación de dicho instrumento musical —utilizado en tradicionales 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. De esta manera, a través de su modificación y adaptación a las necesidades de su contexto cultural, la comunidad artesanal hace propios elementos culturales que se le han impuesto. 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".<sup>40</sup>

En la actualidad, los artesanos no están exentos de producir innovaciones que por su carácter anónimo son socializadas inmediatamente por la comunidad de productores. Cuando un objeto novedoso prueba tener demanda, es reproducido sin obstáculos; de esta manera, el conocimiento artesanal y sus transformaciones constituyen un patrimonio colectivo. Ejemplo de esto son las piezas de barro negro producidas en San Bartolo Coyotepec, Oaxaca, donde doña Rosa Real del

<sup>38</sup> Monsiváis, "Arte popular: lo invisible, lo siempre redescubierto, lo perdurable" [n. 33], p. 12.

<sup>39</sup> Bonfil Batalla, *México profundo* [n. 2].

<sup>40</sup> *Ibid.*, p. 195.

Nieto creó una técnica cerámica al pulir con piedras de cuarzo sus piezas recubiertas con monóxido de carbono. El bruñido sobre la pátina de carbono produce una apariencia negra brillante, de ahí que se denomine “barro negro”. Sin embargo, el procedimiento de preparación y modelación de las piezas a través de dos platos cóncavos de barro, uno hacia abajo soportando al otro, es de origen precolombino. Actualmente, diversos artesanos de San Bartolo Coyotepec dan continuidad a dicho procedimiento artesanal que identifica a esta población. Otro caso tiene lugar en el estado de Guerrero, donde la elaboración de imágenes pictóricas sobre papel amate con temas representativos del entorno natural, de la cotidianidad e identidad de sus productores, se gestó en la década de los sesenta y sigue vigente hasta la actualidad proporcionando recursos económicos a diferentes poblaciones de la región. Estas innovaciones técnicas y conceptuales son representativas de 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 creatividad indígena al adaptar sus habilidades y acervo cultural a las necesidades del diseño de objetos utilitarios y ornamentales contemporáneos. De esta manera, la producción artesanal indígena no se agota en la preservación de patrones estéticos ancestrales, dado que su continuidad social se debe a la capacidad de adaptación a las distintas circunstancias históricas y culturales, ya sea a través de la apropiación de elementos culturales foráneos a su contexto cultural o a su dinámica de renovación estética y utilitaria. Pero la continuidad se debe también a la diversidad de comunidades indígenas donde cada una enriquece con su trabajo y creatividad el mosaico de la vitalidad artesanal. 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”.<sup>41</sup>

Con estos antecedentes es patente que para mejorar las condiciones sociales de los artesanos necesitamos plantear la justa valorización 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 circui-

<sup>41</sup> Arturo Cruz Bárcena, “Los planes oficiales tratan al arte popular como cesto donde tirar la pobreza: Mordó”, *La Jornada* (México), 12-xi-03, p. 9.

to de distribución comercial minimizando el peso de los intermediarios; en suma, debemos promover que los productores detenten el control tanto de sus condiciones de trabajo como de comercialización de sus productos. Si bien los apoyos institucionales y privados a las artesanías son pertinentes, éstos no se han centrado en fortalecer la iniciativa y toma de decisiones de los productores, sino en tutelarlos con una visión paternalista que en la práctica les resta autonomía para beneficiarse directamente de las potencialidades económicas y culturales de la producción artesanal en el mercado nacional e internacional. Aún no se concibe a las tradiciones artesanales como una industria cultural de alto rendimiento económico e impacto social benéfico. En este sentido, la estudiosa Lourdes Arizpe concluye: “con la creatividad cultural, las artesanías [y] 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”.<sup>42</sup> Mario Pedrosa ejemplifica cómo durante el gobierno de Salvador Allende se modificaron las tradicionales políticas estatales que se aplicaban hacia las artesanías, a través de la Cooperativa Centro de Madres (COCEMA), 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”.<sup>43</sup> Con una perspectiva diferente, se impulsaron pequeñas cooperativas de producción artesanal que, a la vez que promovieron empleo, generaron un mercado de consumo interno y la venta directa a los consumidores; asimismo, modificaron la condición social de la mujer, diversificaron la producción de objetos (tradicionales y contemporáneos) y revalorizaron favorablemente su consumo entre diversos sectores sociales. De ahí la necesidad de revisar las políticas culturales de apoyo a las artesanías indígenas en México, ya que, en opinión de Monsiváis: “a fines del siglo xx, el arte popular mexicano, no obstante penurias y desplomos de mercado, pese a la errátil conducta gubernamental y a la falta de promoción, sigue deslumbrándonos con sus poderes de representación, fantasías y gozo formal”.<sup>44</sup>

<sup>42</sup> Fabiola Palapa Quijas, “Estamos dejando que se pierda lo mejor de la cultura del país”, *La Jornada* (México), 23-11-05, p. 4a.

<sup>43</sup> Mario Pedrosa, “Arte culto y arte popular”, en *La dicotomía arte culto, arte popular* [n. 26], p. 98.

<sup>44</sup> Monsiváis, “Arte popular: lo invisible, lo siempre redescubierto, lo perdurable” [n. 33], p. 12.

## BIBLIOGRAFÍA

- Becerril Traffon, Rodolfo, "Las artesanías: la necesidad de una perspectiva económica", en *Textos sobre arte popular. Antología*, México, FONART-FONAPAS, 1982, pp. 285-319.
- Bonfil Batalla, Guillermo, *México profundo: una civilización negada*, México, Grijalbo, 2003.
- Bourdieu, Pierre, *La distinción: criterio 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, CNCA.FCE, 2001.
- Claves del arte de nuestra América* (La Habana, Casa de las Américas), vol. 1, núm. 14 (1986).
- Eder, Rita y Mirko Lauer, *Teoría social del arte. Bibliografía comentada*, México, UNAM, 1986.
- GarcíaCanclini, Néstor, *Culturas populares en el capitalismo*, México, Grijalbo, 2002.
- Helbling, Guillermo, *Morelos hecho a mano*, Cuernavaca, Instituto de Cultura de Morelos, 2000.
- Martínez Peñaloza, Porfirio, *Arte popular y artesanías artísticas en México*, México, Ediciones del Boletín Bibliográfico de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, 1972.
- Novelo, Victoria, *Artesanías y capitalismo en México*, México, SEP / INAH, 1976.
- , *Las artesanías en México*, Tuxtla Gutiérrez, Gobierno del Estado de Chiapas / Instituto Chiapaneco de Cultura, 1993.
- Pedrosa, Mario, "Arte culto y arte popular", en *La dicotomía arte culto, arte popular. Primer Coloquio de Historia del Arte*, México, IIE-UNAM, 1975, pp. 93-104.
- Traba, Marta, "Relaciones actuales entre arte popular y arte culto", en *La dicotomía arte culto, arte popular. Primer Coloquio de Historia del Arte*, México, IIE-UNAM, 1975, pp. 59-82.
- Turok, Marta, *Cómo acercarse a la artesanía*, México, CONACULTA / Plaza y Valdés, 2001.