



Práctica artesanal y políticas culturales

Procesos de diferenciación del artesanado en Tlaquepaque, Jalisco

PRÁCTICA ARTESANAL Y POLÍTICAS CULTURALES

Procesos de diferenciación del artesanado en
Tlaquepaque, Jalisco

JOSÉ LUIS MARISCAL OROZCO

PRÁCTICA ARTESANAL Y POLÍTICAS CULTURALES

Procesos de diferenciación del artesanado en
Tlaquepaque, Jalisco

México
2015

JALISCO
GOBIERNO DEL ESTADO



Secretaría de Cultura
GOBIERNO DEL ESTADO DE JALISCO



UNIVERSIDAD DE
GUADALAJARA
Red Universitaria de Jalisco

UBGVIRTUAL®



Mtro. Itzcóatl Tonatiuh Bravo Padilla
Rector General

Dr. Miguel Ángel Navarro Navarro
Vicerrector Ejecutivo

Mtro. José Alfredo Peña Ramos
Secretario General

Mtro. Manuel Moreno Castañeda
Rector de UDGVirtual

Dra. María del Socorro Pérez Alcalá
Directora Académica de UDGVirtual

Lic. Angelina Vallín Gallegos
*Coordinadora de Recursos Informativos
de UDGVirtual*



Mtro. Jorge Aristóteles Sandoval Díaz
Gobernador Constitucional del Estado de Jalisco

Lic. Roberto López Lara
Secretario General de Gobierno

Dra. Myriam Vachez Plagnol
Secretaria de Cultura

Dr. Tomás Eduardo Orendain Verduzco
Director General de Patrimonio Cultural

Lic. Samuel Gómez Luna Cortés
Director de Investigaciones y Publicaciones

Colección: Análisis y gestión cultural.

Primera edición, 2015

ISBN 978-607-742-238-9
D.R. © 2015, Universidad de Guadalajara
Sistema de Universidad Virtual
Av. de la Paz 2453, Col. Arcos Sur
C.P. 44140 Guadalajara, Jalisco
Tel. 3134-2222 / 3134-2200 / Ext. 18801
www.udgvirtual.udg.mx

ISBN 978-607-734-042-3
D.R. © 2015, Secretaría de Cultura
Gobierno de Jalisco
Av. La Paz 875, colonia Centro
CP 44100, Guadalajara, Jalisco

Se prohíbe la reproducción total o parcial de esta publicación, su tratamiento informático, la transmisión de cualquier forma o por cualquier medio, ya sea electrónico, mecánico, por fotocopia, por registro u otros medios, sin el permiso expreso del titular del copyright.

Impreso y hecho en México
Printed and made in Mexico

*A mis hijos
Mariana,
Ximena
y Fernando*

Cipriano Algor se quedó algunos minutos mirando cómo dibujaba la hija, después salió a la alfarería. Iba a medirse con el barro, a levantar los pesos y las halteras de un aprender nuevo, rehacer la mano entorpecida, modelar unas cuantas figuras de ensayo que no sean, declaradamente, ni bufones, ni payasos, ni esquimales, ni enfermeras, ni asirios, ni mandarines, figuras de las que cualquier persona, hombre o mujer, joven o vieja, mirándolas, pudiese decir, Se parece a mí. Y quizá una de esas personas, mujer u hombre, vieja o joven, por el gusto y tal vez la vanidad de llevarse a casa una representación más fiel de la imagen que de sí misma tiene, venga a la alfarería y pregunte a Cipriano Algor cuánto cuesta esa figura de allí, y Cipriano Algor dirá que ésa no está en venta, y la persona le preguntará por qué, y él responderá, Porque soy yo.

José Saramago (2002:36).

ÍNDICE

PRÓLOGO	11
INTRODUCCIÓN	15
Práctica, clase e identidad en el artesanado	18
De la conformación de la obra y sus alcances	23
CAPÍTULO 1. ANÁLISIS DE LAS PRÁCTICAS ARTESANALES	27
Debates en el análisis de la cultura popular	27
Orientaciones en el estudio de los objetos y las prácticas artesanales	34
Propuesta metodológica para el estudio de la práctica artesanal	40
CAPÍTULO 2. GÉNESIS DE LA PRÁCTICA ARTESANAL EN SAN PEDRO TLAQUEPAQUE	49
Los inicios de una práctica artesanal	50
El fortalecimiento de la práctica artesanal	55
CAPÍTULO 3. CONFORMACIÓN DEL CAMPO ARTESANAL DE SAN PEDRO TLAQUEPAQUE	71
Patrimonialización de los objetos y las prácticas artesanales	72
Establecimiento de talleres manufactureros en San Pedro	76
Transformaciones regionales y composición del campo artesanal	87
CAPÍTULO 4. ORGANIZACIÓN DE LA PRODUCCIÓN ARTESANAL	103
Secuencias técnicas de la producción artesanal	105
Estrategias de producción de los talleres artesanales semiindustriales	111
Estrategias de producción de los talleres familiares	113
Diferenciación del artesanado en los procesos de producción material	118

CAPÍTULO 5. COMERCIALIZACIÓN E INTERMEDIACIÓN ECONÓMICA Y POLÍTICA	141
La comercialización de los objetos artesanales	143
Organizaciones de artesanos e intermediación política	156
Organizaciones de comerciantes e intermediación económica	168
Diferenciación del artesanado en los procesos de comercialización	172
CAPÍTULO 6. POLÍTICAS CULTURALES Y NUEVOS SENTIDOS DE LA PRÁCTICA ARTESANAL	187
Políticas culturales para el sector artesanal	188
Las políticas artesanales en Tlaquepaque, Jalisco	204
Artesanado y nuevos capitales para el acceso a mercados.....	217
CAPÍTULO 7. PRÁCTICA ARTESANAL Y DIFERENCIACIÓN DEL ARTESANADO. CONCLUSIONES	227
FUENTES CONSULTADAS	237

Prólogo

La historia de la producción artesanal en México es compleja y muy antigua y su reconocimiento siempre ha estado presente en la sociedad mexicana; la obra de José Luis Mariscal, de manera sucinta y retrospectiva, trae a colación la controversia de enfoques que subsiste en los estudios sobre las artesanías y sus creadores. Revisa las aportaciones y limitantes de los enfoques para ubicar el suyo propio en esta aportación en torno al origen y el desarrollo del género escultórico cerámico de hacer figuras de barro, “moneros”,¹ de San Pedro Tlaquepaque en Jalisco.

Para lograrlo, el autor retoma la discusión sobre el concepto de cultura popular *versus* clase hegemónica desde la vertiente *gramsciana* y adecuando sus aportaciones a la situación contemporánea de este gremio artesano. Mariscal muestra las implicaciones culturales y políticas del complejo devenir productivo y comercial de los artesanos de este rubro cerámico desde tres procesos interrelacionados.

En el primero de ellos, el proceso de producción material, el autor señala la importancia que tienen ciertas prácticas culturales relativas al parentesco,

¹ Estas figuras se denominan “monos”, de ahí que a sus productores se les llame “moneros”. Las piezas representan diversos personajes de la historia local de Tlaquepaque y de Jalisco, e incluso héroes de la historia nacional. Complementan estas representaciones aquellas figuras alusivas al pasado rural de una sociedad de campesinos y arrieros que caracterizó a esta entidad.

como la descendencia patrilineal, la residencia patrilocal y el principio agnaticio, en la adquisición del oficio, la socialización del sujeto como artesano y su atesoramiento intergeneracional. En un segundo plano de este mismo proceso, el autor aborda los indicadores que dan cuenta del avance de relaciones capitalistas en el ámbito productivo de estas figuras y abarca desde la conservación hasta la innovación de herramientas de trabajo, materias primas, formas comerciales de suministro de éstas y, desde luego, estrategias productivas en torno a la organización del trabajo, tales como la contratación de mano de obra extrafamiliar especializada, fragmentación del proceso productivo y rotación laboral, entre otras.

Mariscal sintetiza estos cambios en una tipología que comprende desde el taller familiar a la usanza tradicional hasta innovadoras formas de organización laboral; ejemplifica cada uno de estos tipos en estudios de caso, en los cuales, mediante la técnica de investigación de historia de vida, muestra el apego cultural ocupacional que observan los artesanos de este rubro cerámico. Sin pasar por alto detalles técnicos y organizativos, Mariscal logra urdir el complejo entramado de relaciones sociales en la toma de decisiones productivas y comerciales en las que los artesanos se ven inmersos para salvaguardar su especialización productiva.

A continuación, el autor aborda el segundo proceso de esta práctica cultural y centra su interés en la comercialización y el consumo de las figuras, en los cuales pone de relieve el papel que desempeñan las representaciones sociales que subyacen en las elecciones simbólicas –culturales y económicas– de los consumidores por estas figuras escultóricas. Mariscal concluye que en todas estas elecciones existe la necesidad de atribuir un valor estético a las piezas que está mediatizado por relaciones diádicas entre productor, comerciante y consumidor.

Respecto al tercer proceso, la reproducción de la fuerza de trabajo, Mariscal subraya la importancia de la convergencia de tres instancias, a saber: la familia, la unidad doméstica y la unidad de producción material familiar. En estos planos toma lugar la transferencia de diversos capitales –cultural, económico, social y simbólico– en torno a la herencia familiar del oficio alfarero, la socialización del sujeto como alfarero a lo largo del ciclo vital reproductivo, y el reconocimiento de toda aquella representación social que hace alusión al

proceso de autoadscripción de los sujetos al oficio. Esta representación social puede manifestarse de distintas maneras culturales según el contexto y todas fungen como atributo cultural identitario, relativo al campo laboral, en distintos niveles socioculturales: personal, familiar, de linaje, de barrio, de pueblo, de gremio, etcétera.

Identificar y analizar la convergencia de estos procesos inmersos en la práctica cultural del artesanado encabezado por los “moneros” de San Pedro Tlaquepaque ejemplifica el ingenio del autor para explicar la complejidad productiva y comercial que observa esta legendaria tradición alfarera. Para lograrlo, el autor realizó un considerable rescate de textos y un esfuerzo hermenéutico de interpretar el papel de la alfarería en la historia cultural de esta entidad. Asimismo, la traza de genealogías en torno a la historia familiar ocupacional, así como toda la información sobre la presencia de políticas culturales en la promoción de este género cerámico son, entre muchas otras, aportaciones por las cuales este trabajo será una obra de consulta obligada para interesados y estudiosos de los oficios artesanos en México y sus múltiples transiciones.

PATRICIA MOCTEZUMA YANO
Cuernavaca, Morelos

Introducción

Si caminamos por la calle Independencia de San Pedro Tlaquepaque, podemos observar tiendas en las que se venden productos artesanales de diversos tipos y lugares: árboles de la vida de Metepec, máscaras de Santa Cruz de las Huertas o un jarrón de barro negro oaxaqueño. Al avanzar en nuestro recorrido hacia El Parián, encontramos vidrio soplado, textiles, joyas de plata, chamarras de cuero y un sinnúmero de mercancías apreciados por los turistas nacionales e internacionales.

La publicidad difundida por el gobierno local, mediante carteles, folletos, libros y videos, reitera a los visitantes que “Tlaquepaque es el alma de México” y que tiene una “vocación artesanal que es orgullo de todos los mexicanos”. Estos mensajes son acompañados por fotografías de piezas de cerámica, vidrio y hierro que son atractivas a la vista del espectador.

A pesar de estos mensajes y de la gran variedad de tiendas y aparadores, no es fácil encontrar a la venta productos elaborados por los talleres artesanales familiares locales, sobre todo las figurillas de arcilla que han sido consideradas como patrimonio cultural del municipio. Esta ausencia en el mercado local daría la idea, desde una visión romántica folclorista, de que están desapareciendo y sólo pueden ser apreciadas en los museos de San Pedro.¹

¹ El Museo Regional de la Cerámica, dependiente del Instituto de la Artesanía Jalisciense, y el Museo del Premio Nacional de la Cerámica Pantaleón Panduro del Ayuntamiento de Tlaquepaque.

No obstante, dentro de las casas de la localidad hay un gran número de talleres familiares que continúan produciendo y que, además, han ido cambiando con el tiempo.

Según fuentes históricas, la producción artesanal en el Valle de Atemajac jugó un papel revelante en el comercio regional desde el siglo XVIII, y que logró consolidarse como actividad económica importante a finales del siglo XIX y principios del XX.

En el transcurso del siglo XX se han registrado cambios significativos sólo en la forma de producir y comercializar los objetos artesanales, sino también en los sentidos que los artesanos le dan a ello. Esto nos lleva entonces a identificar que en San Pedro Tlaquepaque se ha venido construyendo social e históricamente una práctica artesanal que se ha modelado a partir de las estrategias de producción, comercialización y reproducción que los talleres artesanales familiares llevan a cabo para hacer frente a las transformaciones sociales, económicas y políticas de la región.

Estas estrategias se dan en un campo artesanal, donde los artesanos sostienen relaciones de intermediación y dominación con otros agentes, las cuales han tenido una función significativa en la diferenciación social del artesanado actual.

El interés principal de esta obra² es describir y explicar cómo se ha ido conformando, a través del siglo XX, una práctica artesanal³ en San Pedro Tlaquepaque. Hay un interés peculiar en analizar los cambios que ha experimentado dicha práctica, ya que éstos no se presentan de manera mecánica o por una “inspiración individual”; más bien se dan en relación con un campo artesanal en donde las relaciones de intermediación entre los diversos agentes influyen en la forma en que se produce, comercializa y reproduce la práctica.

Para el análisis, identificamos tres procesos⁴ que constituyen la práctica artesanal: el primero es el de producción, que contiene las estrategias de pro-

² Esta obra presenta algunos resultados de un proyecto de investigación realizado entre 2003 y 2010 como parte de mi formación en el doctorado en Antropología Social de El Colegio de Michoacán. La delimitación temporal del estudio correspondió al periodo 1940-2005 en el municipio de Tlaquepaque, Jalisco.

³ El paradigma de la teoría de la práctica entiende como práctica artesanal las acciones del artesanado (como sujeto histórico y social) en cuanto a la actividad productiva material y los sentidos que los sujetos les imprimen a éstas.

⁴ Estos procesos se expondrán con más detalle en el capítulo uno.

ducción y el establecimiento de relaciones de intercambio y apropiación entre los talleres familiares y semiindustriales; el segundo es el de comercialización y consumo, que comprende las estrategias y formas de organización para la comercialización y creación de relaciones de intermediación económica y dominación con otros agentes del campo artesanal; y el tercero es el de reproducción, concerniente a la reproducción de la fuerza laboral, la transmisión de capitales (culturales, económicos, sociales y simbólicos) y las visiones de los artesanos sobre su práctica.

Estos tres procesos están íntimamente relacionados; sin embargo, el de reproducción es transversal a los otros dos, pues en la medida en que los artesanos van tomando conciencia y decisiones sobre su práctica y el sentido que le dan a ésta, efectúan cambios al interior de las unidades domésticas que impactan, a su vez, en las estrategias de producción y comercialización de los talleres artesanales familiares.

El sujeto antropológico del estudio se centró en los artesanos alfareros, sobre todo los productores de la figurilla de arcilla denominados popularmente como “moneros”. Su importancia radica al menos en tres circunstancias. La primera es la larga trayectoria, en San Pedro, de la producción y comercialización de “monos” (ya sea tipos mexicanos o nacimientos), lo cual nos brindó la oportunidad de hacer un seguimiento histórico de su práctica a través de tres generaciones.

La segunda es que estos productores son los más representativos del artesanado en San Pedro. Según el censo de 2000 del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), la cabecera municipal de Tlaquepaque tenía 58 659 habitantes y su población económicamente activa era de 21 072 (48% de la población); 5 008 personas trabajaban por su propia cuenta y de éstas, según los censos consultados,⁵ 512 se dedicaban a la producción artesanal (10% de la población). En la actualidad, el Instituto de la Artesanía Jalisciense (IAJ) tiene registrados 752 talleres artesanales en Tlaquepaque, cuya gran

⁵ Los tres censos son: Casas, 1997; Casa del Artesano de Tlaquepaque, 2003; y Dirección de Promoción Económica, 2001. Los tres tienen grandes carencias de información; sin embargo, fueron considerados como una fuente de información al no existir otras que la contengan. Por eso se decidió retomar los tres, cotejarlos y a partir de ahí procesar la información como aquí se presenta.

mayoría están ubicados en la cabecera municipal: 46% son talleres alfareros, 8% tienen producción variada (más de dos tipos de artículos) y 45% se dedican a otras ramas artesanales.⁶ De acuerdo con nuestras fuentes y el análisis de tres censos previos, los moneros representan 80% de los alfareros y el otro 20% son productores de macetas y objetos decorativos. De los moneros, 90% tienen una producción elevada de nacimientos, 8% de tipos mexicanos y sólo 2% de monos contemporáneos.⁷

La tercera circunstancia es la capacidad de organización de los alfareros (desde inicios del siglo XX), quienes formaron agrupaciones que han tenido un papel importante en las relaciones de intermediación política y económica con otros agentes del campo artesanal, como los comerciantes y las instituciones gubernamentales.

PRÁCTICA, CLASE E IDENTIDAD EN EL ARTESANADO

En la literatura antropológica no es ajena la utilización del concepto de clase y existen diversos estudios con diferentes abordajes y casos empíricos. Sin embargo, por lo regular, los estudios empíricos sobre clases están vinculados a la clase obrera, o bien, al artesanado, pero visto éste como parte de un proceso de proletarización. Por su parte, la historia social sí ha puesto atención en el artesanado generalmente relacionado con los gremios establecidos en la colonia o a partir de enfrentamientos con otras clases en los siglos XVIII y XIX.

Para Marx, los artesanos estaban ligados con el gremio, los cuales eran instituciones que servían no sólo para la reproducción del oficio y sus sentidos, sino también “para hacer frente a la nobleza rapaz y asociada; la necesidad de disponer de locales en el mercado comunes” (Marx y Engels, 1976, p. 19). Además del artesanado gremial, se encontraba el artesanado libre, el cual era

⁶ De acuerdo con los censos mencionados, la composición de los talleres no alfareros es: 26% se dedican a los metales (herrera, repujado, hebillas); 21%, a las maderas (muebles, tallado); 9%, al vidrio (soplado, vitrales); 9%, a la pintura (óleo, murales); 5%, a la platería, papel, piel y textiles; 4%, a la hoja de maíz; 2%, a las velas; y 13%, a otros tipos, como lapidaría y cestería.

⁷ El término “moderno” o “contemporáneo” es utilizado por los artesanos para hacer referencia a las figurillas de arcilla de media o alta temperatura cuya composición estética difiere de las formas tradicionales.

visto “... como una clase media en la que en algunos casos llega a ser pequeño burgués en una constante contradicción entre desaparecer o convertirse en industrial” (Illades, 2001, p. 23).

Como algunos autores lo mencionan (Harnecker, 1971, p. 165; Illades, 2001, p. 11), Marx murió antes de escribir el capítulo dedicado a las clases sociales de *El capital*. Sin embargo, en la definición de clase a partir de su obra se puede resumir como “grupos sociales antagónicos en que uno se apropia del trabajo de otro a causa del lugar diferente que ocupan en la estructura económica [...] lugar que está determinado fundamentalmente por la forma específica en que se relaciona con los medios de producción” (Harnecker, 1971, p. 168).

Weber argumenta que, más que considerar a la clase como comunidades construidas de manera a priori, hay que verlas en términos de una representación de la distribución del poder que estará condicionado por la estructura de la organización económica existente y la distribución de los bienes (Weber, 1977, p. 685). Así pues, “todo grupo humano que no está determinado por las probabilidades de valorizar en el mercado sus bienes o su trabajo, no constituye en el sentido técnico una clase” (Weber, 1977, p. 684). Así, los individuos que ocupan una misma posición en el mercado comparten intereses económicos y, en algunos casos, una socialización y acción comunitaria (Weber, 1977, p. 685).

Tanto para Marx como para Weber está presente la premisa de que las clases están determinadas por el sistema económico y que sus miembros tienen intereses en común. Sin embargo, este determinismo económico deja de lado la reproducción cultural de la clase; si bien es cierto que está sujeto a condiciones sociales, la formación y reproducción no se dan de manera mecánica. Para superar este problema, Thompson propone definir la clase como una categoría histórica:

La clase aparece cuando algunos hombres, como resultado de experiencias comunes (heredadas o compartidas), sienten y articulan la identidad de sus intereses entre ellos y contra otros hombres cuyos intereses son diferentes (y corrientemente opuestos) a los suyos. [...]. La conciencia de clase es como se traducen estas experiencias a términos culturales, encarnándose en tradiciones, sistemas de valores, ideas y formas institucionales (Thompson, 1977, p. 8).

Según Thompson (1979), esta definición está relacionada con la noción de lucha de clases, ya que, en el encuentro de éstas en un campo de fuerzas, los individuos comienzan a tener conciencia de intereses y prácticas en común:

Las gentes se encuentran en una sociedad estructurada en modos determinados, experimentan la explotación, identifican puntos de interés antagónico, comienzan a luchar por estas cuestiones y en el proceso de lucha se descubren como clase y llegan a conocer este descubrimiento como conciencia de clase (Thompson, 1979, p. 37).

En este sentido, las clases no deben tratarse como comunidades culturales construidas a priori por el investigador, sino vistas en un constante proceso de construcción que puede ser observado a partir de la lucha entre ellas. Por eso, la identidad de una clase va a estar relacionada con ese proceso, por lo que conceptos como el de “falsa conciencia” carecen de sentido, ya que “... una clase no puede existir sin alguna forma de conciencia de sí, sino no es aún una clase: es decir, aún no es algo, no tiene ninguna especie de identidad histórica” (Thompson, 1991, p. 31).

Rosberry critica esta metáfora al argumentar que, en un campo de fuerza magnético, los segmentos de hierro son simétricos y crean una bipolaridad, por lo que no puede utilizarse para explicar las situaciones sociales, en virtud de que éstas son complejas y tienen “... múltiples instancias de dominación o múltiples formas y elementos de la experiencia popular...” (2002, p. 215). El autor propone que, para el estudio de las clases, se debe agregar el concepto de hegemonía,⁸ pero concebida ésta como un proceso social e histórico y que la imposición de la ideología debe verse con base en ciertas determinaciones;⁹

⁸ Kurtz comenta que los antropólogos han utilizado el concepto de hegemonía en diversos contextos y casos empíricos; sin embargo, ha sido retomado por diferentes interpretaciones sin considerar la fuente primaria (en la obra *Cuadernos de la cárcel*); la reinterpretación de Raymond Williams es la más influyente en la literatura antropológica (1996, p. 108).

⁹ Determinaciones en el sentido que comenta Raymond Williams; para él, una de las críticas que le hacen al marxismo es que es una teoría reductiva y determinista, ya que toda actividad es reducida a una expresión directa o indirecta de un contenido económico o político. Sin embargo, Williams hace hincapié en que el término “determinar” debe ser visto como fijación de términos o de límites y como un ejercicio de presiones: “... las determinaciones pueden ser experimentadas como

en este sentido, los grupos hegemónicos imponen su ideología, pero a partir de ciertos límites, porque es en estos límites donde el subordinado actúa de manera heterogénea.

Así, la hegemonía no nos ayuda a conocer el consenso, sino más bien a entender las luchas entre las clases hegemónicas y los dominados, ya que “no construye una ideología compartida, sino un marco común material y significativo para vivir a través de los órdenes sociales caracterizados por la dominación, hablar de ellos y actuar sobre ellos” (Roseberry, 2002, p. 220).

De esta manera, no es una formación ideológica acabada y monolítica, sino un proceso político de dominación y lucha problemático y debatido (Roseberry, 2002, p. 216). Este proceso está en constante construcción, reproducción e innovación, ya que “... la hegemonía es un complejo efectivo de experiencias, relaciones y actividades que tiene límites y presiones específicas y cambiantes y no se da de modo pasivo como una forma de dominación” (Williams, 1980, p. 134). El proceso de construcción de la hegemonía “moldea las palabras, las imágenes, los símbolos, las formas, las organizaciones, las instituciones y los movimientos utilizados por las poblaciones subalternas para hablar de la dominación, confrontarla, entenderla, acomodarse o resistir a ella” (Roseberry, 2002, p. 220).

Los trabajos de Thompson contribuyen a superar, en cierta forma, la determinación economicista de la noción de clase, y las aportaciones de Williams y Roseberry sobre la hegemonía nos dan una idea del proceso de reproducción de una clase en términos de una lucha por la legitimidad cultural vista como un proceso.

En esta obra, definimos al artesanado tlaquepaquense como una clase, pero referida como una herramienta heurística (acorde con Thompson), que tiene determinaciones económicas y culturales, que debe ser vinculada a una lucha de clases en un campo, y que el concepto de hegemonía sirve para entender cómo se da el proceso de esta lucha en marcos sociales generales y

individuales, sin embargo son actos sociales y formaciones sociales específicas. Así pues, la sociedad es un proceso constitutivo con presiones muy poderosas que se expresan en las formaciones culturales, económicas y políticas y que, para asumir la verdadera dimensión de lo constitutivo son internalizadas y convertidas en voluntades individuales. Así pues, el proceso social es una experiencia histórica activa y consciente así como una experiencia histórica pasiva y objetivada...” (Williams, 2002, p. 107).

específicos. Sin embargo, aún queda pendiente explicar cuál es la dinámica que se da en ese campo de lucha por la legitimidad. Para ello, retomaremos las nociones de clase, espacio y campo social de Bourdieu.

De acuerdo con dicho autor, el mundo social es un espacio multidimensional diferenciado socialmente a partir de la distribución de las formas de capital (económico, social, cultural y simbólico) (2000, p. 106). En este espacio, los agentes están acomodados en tres dimensiones: según su volumen, composición del capital y trayectoria en el espacio social.

Los agentes están definidos por su posición relativa cuyas coordenadas corresponden a los valores de diversas variables. Así, la clase es un conjunto de ocupantes de la misma posición en el espacio social, los cuales son afectados intrínseca y relacionalmente (Bourdieu, 2000, p. 109), y dado que comparten condiciones semejantes, “... tienen probabilidades de tener disposiciones e intereses semejantes y de producir prácticas y toma de posición semejante” (Bourdieu, 1990, p. 284).

En ese sentido, la práctica artesanal está conformada por las acciones y el *habitus*¹⁰ que comparte el artesanado como clase por tener una posición semejante en el espacio social (sometidos en condicionamientos similares). Sin embargo, no debe verse como un producto construido y acabado a manera de un repertorio de acciones y conocimientos del artesanado adquiridos a través del tiempo,¹¹ ya que está en permanente construcción:

... es el habitus el que asegura la presencia activa de las experiencias pasadas, que registradas en cada organismo bajo la forma de esquemas de percepción, de pensamientos y de acción, tienden con más seguridad que todas las reglas formales y todas las normas

¹⁰ El habitus, según Bourdieu, puede ser entendido como “sistemas de disposiciones duraderas y transferibles, estructuras predispuestas a funcionar como estructuras estructurantes, es decir, como principios generadores y organizadores de las prácticas y de representaciones que pueden ser objetivamente adaptadas a su meta sin suponer el propósito consciente de ciertos fines ni el dominio expreso de las operaciones necesarias para alcanzarlos objetivamente...” (2001, p. 87).

¹¹ Estas visiones imperan en el campo artesanal de Tlaquepaque y son la base de políticas patrimonialistas, cuestión que revisaremos en el estudio que aquí presentamos.

explícitas, a garantizar la conformidad de la práctica y su constancia a través del tiempo. Pasado que sobrevive en lo actual y que tiende a perpetuarse en el porvenir actualizándose en prácticas estructuradas según sus principios (Bourdieu, 2000, pp. 88 y 89).

Esta práctica artesanal se da en un campo construido social e históricamente en donde los agentes están en una constante lucha por los capitales e imponer la jerarquía favorable a sus intereses. Para ello, los artesanos van generando estrategias de identificación y diferenciación con otros agentes dentro del campo artesanal. Aquí toma relevancia el concepto de identidad¹² y para su definición recurrimos a Giménez, quien la define como un “conjunto de repertorios culturales interiorizados (representaciones, valores, símbolos), a través de los cuales los actores sociales (individuales o colectivos) demarcan sus fronteras y se distinguen de los demás actores de una situación determinada, todo ello dentro de un espacio históricamente específico y socialmente estructurado” (2002, p. 38).

No debemos perder de vista que el artesanado, aun cuando comparte una práctica, no puede ser visto como un grupo homogéneo; al contrario, el acceso que se tenga a los diversos circuitos artesanales, que es un factor importante en la diferenciación del artesanado,¹³ depende de las estrategias de producción, comercialización y reproducción que implementen los talleres familiares durante el ciclo de vida de las unidades domésticas.

DE LA CONFORMACIÓN DE LA OBRA Y SUS ALCANCES

Aunque la información y las fuentes etnográficas son centrales en este estudio, el análisis bibliográfico, hemerográfico y documental tiene un peso importante en la exposición del argumento etnográfico. La relevancia del aspecto histórico es la necesidad de observar cómo se ha construido el campo social del artesanado para entender las relaciones de intermediación y dominación y, de esa manera, responder a las preguntas: ¿cómo la organización de intermediarios ha

¹² En el capítulo uno, examinaremos con más detalle el papel del concepto de identidad en el análisis de la práctica artesanal.

¹³ Esta diferenciación es en términos de acceso y uso de los capitales, cuestión que abordaremos en los capítulos cuatro y cinco.

logrado controlar el mercado local?, ¿por qué algunos artesanos tienen acceso a ciertos circuitos artesanales y a otros no? y ¿por qué hay una gran circulación de mano de obra entre los talleres familiares y los semiindustriales?

Este estudio contribuye a ampliar y debatir cuatro cuestiones en la literatura de los objetos y las prácticas artesanales:

- Es una crítica a los estudios idealistas del arte popular que centran su atención sólo en los objetos artesanales y dejan de lado la organización social que los produce. Este tipo de estudios explica los cambios en términos de racionalidad, sea ésta económica o creativa; esto es, que los cambios en la producción artesanal dependen de las decisiones que toman los artesanos para “mejorar” o “continuar” con la “calidad” estética y material, ya sea porque las piezas se cotizan más alto en el mercado o porque han desarrollado habilidades de expresión plástica.
- Complementa la bibliografía existente sobre las unidades domésticas de producción y el sistema capitalista; este tipo de estudios sólo se han centrado en las prácticas de la producción y comercialización y han dejado de lado el sentido y, sobre todo, la doble valoración de los objetos artesanales.
- En el aspecto etnográfico, aporta elementos para una historia cultural de Tlaquepaque,¹⁴ sobre todo porque existe poca bibliografía resultado de una investigación sistemática.¹⁵
- En el orden metodológico, propone una forma distinta de analizar los objetos artesanales. Si bien retoma gran parte de las aportaciones de otros autores que consideran el estudio de la organización social del artesanado, este documento ofrece elementos para identificar los mecanismos ideológicos que se van generando dentro del campo social y que facilitan la reproducción y los cambios en las prácticas artesanales.¹⁶

¹⁴ El caso contrario es Tonalá, que cuenta con una gran diversidad de estudios académicos.

¹⁵ Entre los pocos estudios destacan los de Álvarez (1960), Morán (1987), Aceves (1997 y 2007), Mercado (2004), Cuevas (2006) y Briseño (2006).

¹⁶ Esta cuestión se verá con mayor detalle en los capítulos uno y seis.

Esta obra se compone de siete capítulos; en el primero, analizamos de manera crítica algunos supuestos epistemológicos de los estudios de la cultura popular, a fin de determinar cómo operan estos supuestos en las orientaciones en el estudio de los objetos y las prácticas artesanales; posteriormente, definimos nuestra propuesta conceptual y metodológica.

Los capítulos dos y tres son un acercamiento histórico para analizar y describir las condiciones sociales, económicas y culturales que permitieron la conformación de la práctica artesanal de San Pedro Tlaquepaque. En el dos, describimos el surgimiento y fortalecimiento de la práctica artesanal a partir de la revisión documental y bibliográfica. Observamos un proceso de consolidación de la práctica artesanal como una ocupación laboral primaria y de reconocimiento regional y nacional. En el tres, analizamos la composición histórica del campo social artesanal de San Pedro Tlaquepaque. A partir de fuentes documentales, orales y hemerográficas, examinamos los mecanismos y factores que influyeron en la expansión de la práctica artesanal en la primera mitad del siglo XX. En un contexto de transformaciones regionales se fue estableciendo una organización local articulada para la producción y comercialización de productos artesanales en mercados regionales y nacionales. Esta cuestión es de sumo interés en el artesanado tlaquepaquense actual, ya que en este periodo se construyeron las bases de lo que es el campo artesanal, sus agentes (intermediarios, consumidores y artesanos) y sus relaciones de intermediación y explotación.

En los capítulos cuatro y cinco, abordamos la consolidación de Tlaquepaque y Tonalá como un distrito artesanal. En el cuatro, estudiamos la organización de la producción artesanal en San Pedro Tlaquepaque: la articulación de estrategias de producción (de intercambio y apropiación) de los talleres manufactureros, los talleres familiares y los proveedores de materias primas, así como las estrategias de reproducción de la fuerza laboral. Por medio del análisis contextual y etnográfico, damos cuenta de las condiciones y los procesos de diferenciación del artesanado en la producción material. En el capítulo cinco, examinamos los procesos de comercialización y consumo a través del surgimiento de agrupaciones formalmente organizadas tanto de artesanos como de comerciantes y de las relaciones de intermediación económica y política para el acceso a los mercados y programas de apoyo gubernamental.

En el capítulo seis, presentamos los supuestos conceptuales, el diseño y las formas de operar de las políticas artesanales y cómo éstas crean las condiciones para la diferenciación económica, política y cultural del artesanado. En el último capítulo, concluimos cómo este proceso de diferenciación ha generado la conformación de los circuitos artesanales.

Nuestro agradecimiento, por sus observaciones y recomendaciones, a Patricia Moctezuma Yano, Ana Josefina Cuevas, Marco Calderón, Salvador Maldonado y Carmen Castañeda. También, a mis informantes, por su importante contribución y su tiempo, experiencias y reflexiones sobre su práctica artesanal; en especial, a Pilar Núñez, Florencio Reyes, Margarito Núñez, Mario Reyes, Carlos Bustos, Rodolfo Padilla, Elías Anguiano, Ildefonso Goche, Pablo Paredes, Zenón Martínez, Salvador López y César Núñez. Asimismo, la valiosa colaboración de Jorge Arturo Becerra Angulo, Nicolás López, María Elena Ramos, Ernesto Briseño Hernández, Inocencia de Jesús Sánchez y demás amigos del Museo Pantaleón Panduro, quienes compartieron la información que ellos generaron y nos brindaron un espacio en su agenda para presentarnos a diversos artesanos.

Capítulo 1

Análisis de las prácticas artesanales

La cultura popular ha sido uno de los objetos de estudio más recurrentes por la antropología mexicana, y en ella las artesanías, el folclor y el indigenismo han sido los temas de mayor atención (Bonfil, 2002, p. 12). En la gran variedad de literatura existente, encontramos diversos tratamientos y enfoques que privilegian ciertos elementos de análisis acordes con diferentes marcos conceptuales y metodológicos; sin embargo, la delimitación y aplicación de dichos marcos encierra un posicionamiento epistemológico y político que en muy pocas ocasiones se hace explícito.

El propósito de este primer capítulo es formular una propuesta conceptual metodológica para el estudio de la práctica artesanal. Para ello, analizaremos de manera crítica algunos supuestos epistemológicos de los estudios de la cultura popular y, posteriormente, revisaremos cómo estos supuestos operan en las orientaciones adoptadas en el estudio de los objetos y las prácticas artesanales.¹⁷

DEBATES EN EL ANÁLISIS DE LA CULTURA POPULAR

El análisis de los objetos y las prácticas artesanales está determinado, en gran parte, por el modo en que se define y aborda a la cultura popular. Cada uno de

¹⁷ En diversas ocasiones durante este capítulo, haremos la distinción entre objetos y prácticas artesanales, ya que gran parte de los estudios se han enfocado a estudiar los objetos y no tanto la práctica artesanal. No obstante, desde la posición de este estudio, dicha práctica incluye a los objetos.

ellos privilegia ciertos elementos de investigación y hace hincapié en la observación de algunas relaciones. La forma de conceptualizar la cultura popular y de abordarla tiene implícita o explícitamente tres debates generales:

- Debate de la definición: la cultura popular como universo autónomo frente a la cultura popular como lucha por la legitimación cultural.
- Debate del objeto de análisis: el estudio de las identificaciones frente al estudio de la organización social de la cultura.
- Debate del papel de la historia: la utilización de la historia como contexto frente a la historia para el análisis del proceso de formación.

El debate de la definición

Este debate ya ha sido abordado por otros autores (Passeron, 1992; Chartier, 1995; García, 2002; entre otros) y sostiene que existen dos grandes modelos de descripción e interpretación de la cultura popular. Los estudios con una visión de la cultura popular como universo autónomo la conciben como un sistema simbólico coherente y autónomo (Chartier, 1995, p.121) que se autorreproduce por medio de la tradición y su producción cultural es una expresión “del espíritu de cada pueblo” sin influencias externas; por lo tanto, éstas son vistas como una aculturación que se da a partir del contacto con otras culturas.

Esta visión folclorista tiene su antecedente en el siglo XVI, cuando algunos sacerdotes en Europa comenzaron a registrar la cultura popular desde una visión normalista, y recopilaron información sobre supersticiones y prácticas populares (Ortiz, 1985, p. 3). Algo similar podemos encontrar en América con las crónicas escritas por algunos clérigos que recopilaban de fuentes orales parte de las creencias, prácticas y formas de organización de los pueblos recién conquistados.

A finales del siglo XVIII y comienzos del XIX, diversos grupos de intelectuales de clase acomodada impulsaron el movimiento del primitivismo cultural, el cual se caracterizó por estudiar las expresiones culturales que consideraban “naturales del ser humano” contrarias a las artes de su época y que eran vistas como obras “pulidas y artificiales” (Burke, 1996, p. 44). Con ideas evolucionistas de fondo, estos grupos intelectuales de países colonizadores co-

menzaron a interesarse por la cultura de los países colonizados comúnmente llamados “primitivos”. Sin embargo, también descubrieron que dentro de sus propios países existían ciertos “elementos primitivos” y que aún se seguían reproduciendo entre los campesinos y artesanos. De esta manera, el “recolectar” información de la cultura popular (interna o externa) se convirtió en trabajo de anticuarios, quienes “hacían pocas referencias a los asuntos políticos o aun a los cambios sociales” (Burke, 1996, p. 109).

Al ser la cultura popular un vestigio del pasado, la preocupación de esos primeros estudiosos¹⁸ era documentarla ampliamente; tenían la idea de que estaban en vías de extinción y debía recuperarse todo ese acervo antes de que fuera demasiado tarde (Burke, 1996, p. 52). A finales del siglo XVIII, el concepto de cultura estaba vinculado al arte, la literatura y la música; por ello, no es raro que gran parte de los estudios de los folcloristas fueran dirigidos a buscar sus equivalentes populares (Burke, 1996, p. 25). Éstos realizaron recopilaciones (la mayoría de ellas de modo indirecto) sobre diversas canciones y cuentos populares, los cuales tendían a comparar las expresiones artísticas populares con las académicas de la cultura elitista.

El concepto tayloriano de cultura publicado en 1871 brindó una visión de la cultura que va más allá de las artes y la filosofía; como consecuencia, favoreció el desarrollo de nuevas metodologías para el estudio de las expresiones culturales populares. Con el paso del tiempo y el fortalecimiento de los estados nacionales, algunas manifestaciones de la cultura popular comenzaron a ser vistas como elementos de la cultura nacional. Así, por ejemplo, buscando objetos y prácticas que fueran característicos de cada nación, surgió en Europa el concepto de arte popular, el cual se da “en el contexto de los procesos de unificación nacional en un esfuerzo por sustentar el vínculo de la cultura provinciana con el centro y de buscar un pasado u origen nacional propio, justo en el momento cuando, por cambios económicos y políticos, muchos aspectos de la tradición local empiezan a transformarse” (Cordero, 1992, p. 238).

¹⁸ Hay que hacer una distinción entre aquellas personas que recolectaron información de la cultura popular con un fin jurídico normativo (como los sacerdotes o los jueces) y quienes lo hicieron con el propósito de estudiarla y comprenderla, y con base en la teoría evolucionista, ubicarla en un estadio evolutivo.

Es probable que, de la misma manera que sucedió en Europa, en México se haya dado un fenómeno similar. Con el establecimiento del gobierno posrevolucionario, se comenzaron a “descubrir” las expresiones culturales populares y a ser valoradas estéticamente; se les dieron adjetivos como “puro, primitivo, comunal”, etcétera. Con una visión nacionalista, surgieron estudios sobre la cultura popular, que se centraron en el análisis estético de los productos culturales más que en los creadores y sus relaciones sociales. En ese contexto, se formaron grupos de estudio, como el Seminario de Cultura Mexicana, y revistas especializadas en el tema, como la *Mexican Folk Ways*, editada entre las décadas de los veinte y treinta del siglo XX por Frances Toor, además de exposiciones museográficas, catálogos y salas de exposiciones impulsadas por el gobierno.

La contraparte de la visión del universo autónomo es la que ve a la cultura popular en términos de una lucha por la legitimidad cultural, influida en gran medida por las ideas de Gramsci, quien argumenta que el folclor ha sido estudiado como un elemento pintoresco de los pueblos, por lo que él propone estudiarlo como “concepción del mundo y de la vida, implícita en gran medida en determinados estratos (determinados en el tiempo y en el espacio) de la sociedad, en contraposición con las concepciones del mundo oficiales” (2000, p. 203).

Gramsci identifica la existencia de un conflicto que los folcloristas no podían ver. El autor hace hincapié en la existencia de una oposición entre una cultura dominante (hegemónica) y una dominada (subalterna). Para entender el mecanismo de dominación, hace uso del concepto de hegemonía que, en términos generales, es entendida como la capacidad que tiene un determinado grupo social de dirección política, espiritual y moral.

Esta idea no debe verse sólo en términos políticos formales, sino más bien como una cuestión cultural, ya que implica el establecimiento de una concepción del mundo. Por ello, la hegemonía, más que verse como un consenso entre dominantes y dominados (Scott, 2000), sirve para “... entender la lucha, las maneras en que el propio proceso de dominación moldea las palabras, las imágenes, los símbolos, las formas, las organizaciones, las instituciones y los movimientos utilizados por las poblaciones subalternas para hablar de la dominación, confrontarla, entenderla, acomodarse o resistir a ella” (Roseberry, 2002, p. 220).

No obstante, esta hegemonía debe ser vista en términos relativos y más amplios y no de manera mecánica. Es importante considerar factores como la conformación y las estrategias tanto de las culturas hegemónicas como de las subalternas; por ejemplo, para Bonfil, “... el mundo subalterno en México, no puede entenderse sólo en términos de clases sociales, sino que debe incorporar la problemática de los pueblos colonizados, con toda la complejidad que implica la relación entre etnia y clase” (2002, p. 16). En ese sentido, para García Canclini, “las culturas populares son el resultado de la apropiación desigual del capital cultural, la elaboración propia de sus condiciones de vida y la interacción conflictiva entre los sectores hegemónicos” (2002, p. 51).

El debate del objeto de análisis

Este debate pone su interés sobre el objeto privilegiado de análisis; esto es, los que centran su estudio en las identificaciones¹⁹ y los que estudian la organización social de la cultura. Al enfocar el análisis a las identificaciones, se cae en una visión idealista de la cultura popular, en la cual la estética determina el valor de la expresión cultural popular. Algunos autores mencionan, por ejemplo, que el arte popular se distingue de otros objetos por el hecho de que tiene un propósito creativo y estético, además de que produce mayores efectos en el contemplador: suscita el fenómeno estético y produce una conmoción que eleva al contemplador a “otros planos del espíritu humano” (Ramírez, 2003, p. 179).

Este tipo de análisis da poca o nula importancia a quién las produce, cómo las produce y sus condiciones de reproducción e innovación. Por lo tanto, se ve a la cultura como un producto, se concentra sólo en los significados comunicativos y no en los actores que los crean; sin embargo, la cultura debe ser vista como producción y no únicamente como producto (Roseberry, 1991, p. 19).

La contraparte de esta interpretación es la que privilegia la organización social de la cultura; es decir, no sólo las identificaciones, sino también

¹⁹ Identificaciones definidas, de acuerdo con Williams, como las obras propiamente dichas (1997, p. 112). Sin embargo, éstas van más allá de simplemente una obra artística, por lo que son también todas las expresiones culturales populares (tangibles e intangibles), sean etiquetadas como “artísticas” o no por los agentes, como lo puede ser un ritual, una fiesta o una historieta.

las instituciones, los medios de producción, las formas de reproducción y los diferentes grupos sociales que están participando en la producción, distribución y consumo de la cultura popular. Esta posición se basa en los siguientes supuestos: que las identificaciones tienen un proceso de producción material; que existen ciertos grupos sociales que sostienen relaciones (horizontales y verticales) que influirán en la producción, circulación y consumo de las identificaciones; y que la valoración, reproducción e innovación de las prácticas y productos culturales populares están determinadas por un campo social.

Por lo tanto, las relaciones de dominación simbólica se materializan en un campo socialmente construido, entendido como una red de relaciones entre posiciones objetivas que hay en él; los ocupantes de las posiciones pueden ser individuos, grupos o instituciones que están en constante lucha por imponer un principio de jerarquización que sea más favorable para sus propios productos, esto es, hay una lucha por un capital económico, cultural y simbólico.

Las expresiones culturales populares se encuentran inmersas en campos socialmente construidos donde los agentes les asignan un valor de acuerdo con el habitus y sus intereses (por lo tanto, de manera desigual con las de la cultura hegemónica); esto contribuye a un proceso de diferenciación al acceso de los capitales que están en juego.

El habitus son sistemas de disposiciones duraderas, estructuras estructuradas predispuestas para funcionar como estructuras estructurantes (Bourdieu, 1991), de tal forma que el sujeto internaliza las condiciones objetivas y crea un esquema de percepción, de concepción y acción comunes a los miembros de una clase social, entendida ésta como el “conjunto de ocupantes de la misma posición en un espacio, los cuales son afectados por condiciones correspondientes a su posición definida intrínsecamente (condiciones materiales, experiencias primarias en el mundo social, etc.) y relacionalmente (en sus relaciones con otras posiciones, arriba, abajo o en medio)” (Bourdieu, 2000, p. 109). Desde esta visión, los agentes que ocupan posiciones vecinas dentro del campo social comparten condiciones parecidas y están sujetos a factores condicionantes similares; esto crea las posibilidades de que dichos agentes tengan posiciones, intereses, prácticas y representaciones semejantes (Bourdieu, 2000, p. 108).

Los estudios con esta concepción consideran la interacción entre cultura dominante y culturas subalternas y ponen atención en las relaciones de producción y consumo, la valoración de los objetos y las diferentes formas de apropiación de los elementos del capitalismo por parte de las culturas populares, así como sus estrategias de supervivencia. Se observa a la cultura popular de manera relacional, lo que permite incluir otros elementos para el análisis (desde una visión de la complejidad), ya que se toman en cuenta los objetos enmarcadas en las relaciones de producción y el modo en que se construye y reproduce el discurso hegemónico.

El debate del papel de la historia en el análisis de los objetos y las prácticas artesanales

Este debate se da entre los que usan la historia como un contexto y los que se valen de ella para el análisis de la formación de las prácticas culturales populares. ¿Cuántos escritos hemos leído que tienen un apartado de “contexto histórico”? Éste es utilizado como un telón de fondo cuyo propósito es brindar al lector un recuento de sucesos históricos que ayuden a entender qué había antes del objeto analizado; sin embargo, en el desarrollo del tema aparece desfasado el estudio de lo actual con el “contexto histórico”. Regularmente, es elaborado a partir de la historia oficial, sin considerar muchas veces que el objeto de estudio es una construcción social e histórica. No basta con privilegiar fuentes oficiales o de la tradición oral, “... tenemos que estudiar lo oral a través de lo escrito, y lo popular a través de lo erudito” (Burke, 1982, p. 120).

La otra posición implica estudiar la cultura como un proceso de formación y, por lo tanto, sujeto a condiciones sociales que influyen en su reproducción e innovación. Este tipo de enfoque debe partir de un diálogo entre los datos empíricos y los conceptos teóricos (Illades, 1997, p. 12); de esta manera, se pueden explicar comportamientos concretos y cambiantes en función del tiempo y las circunstancias (Illades, 1997, p. 16). La historia debe explicar y analizar el contexto y, sobre todo, el proceso, ya que “todo significado es un significado en contexto, y cuando las estructuras cambian las formas antiguas pueden expresar funciones nuevas y las funciones antiguas pueden encontrar su expresión en formas nuevas” (Thompson, 1997, p. 66).

Al analizar de manera sincrónica el artesanado y sus prácticas, se pierde de vista que la práctica, sus objetos y significados van cambiando con los años y se tiende a observarlas como permanencias que van desde “tiempos prehispánicos o coloniales” hasta la actualidad, como si éstas no cambiaran. Por ello, consideramos de suma importancia el estudio de la práctica artesanal a partir del análisis de su proceso de formación a través del tiempo en el campo artesanal. Esto permite explicar cómo se han dado los cambios, cómo se va construyendo la diferenciación y cómo se van forjando; de este modo, vemos las prácticas artesanales como una producción (en constante cambio) y no como un producto.

ORIENTACIONES EN EL ESTUDIO DE LOS OBJETOS Y LAS PRÁCTICAS ARTESANALES

Desde las primeras décadas del siglo XX hasta la fecha se han realizado en México una serie de estudios sobre los objetos y las prácticas artesanales a partir de diferentes ciencias y disciplinas, como la estética, la antropología, la sociología, la historia y la economía, entre otras. De la diversidad de metodologías, teorías y objetivos con los cuales se han estudiado, podríamos identificar cinco orientaciones: nacionalista, clasificación, historia del objeto y persistencia de la producción artesanal.²⁰

Orientación nacionalista

Esta orientación se desarrolló con los primeros estudios del arte popular en México después de la revolución. En ellos “... se destaca el valor estético y tradicional de la artesanía, a la cual se considera como un símbolo de identidad

²⁰ Para la agrupación que aquí se presenta, retomamos algunas ideas del texto introductorio de Morett y Mastache (1997), quienes hacen una breve revisión de lo que ellas llaman “enfoques en el abordaje de las artesanías”. Sin embargo, desde nuestra perspectiva, más que tipos de abordaje más bien son orientaciones de análisis, ya que no pueden definirse como escuelas ni como corrientes. Además, este agrupamiento debe verse de manera relacional; su propósito es sólo analítico para hacer explícitas diversas visiones y tratamiento del objeto de estudio; por ello, no pretendemos formular una clasificación exhaustiva con fines de análisis metateórico.

nacional” (Morett, 1997, p. 15), por lo cual todo cambio o elemento “extraño a la tradición” se convierte en una amenaza o “contaminación de lo puro”.

Para ello,

... se intenta, mediante el rescate de los “modelos originales”, revivir técnicas y diseños perdidos, lo que significa concebir a las artesanías como manifestaciones estáticas e inmutables. Situadas fuera de su contexto histórico y de su realidad actual, reducidas a símbolos románticos y mistificados que sirven para exaltar lo pintoresco, lo folclórico, lo que nos une a todos los mexicanos (Morett, 1997, p. 15).

A esta orientación se le pueden adscribir las publicaciones de Gerardo Murillo, el Dr. Atl (1921), Frances Toor (1939) y José Guadalupe Zuno (1969). Su característica medular es que son estudios descriptivos con clasificaciones extensas; algunos se basan en la función que desempeñan (juguetes, por ejemplo) y otros en las materias primas (objetos de madera, mimbre). Se centran en el análisis del objeto artesanal sin considerar otros aspectos, como quién lo produce, quién lo comercializa y quién lo consume.

Orientación de estudios de clasificación

Este tipo de estudios responde a la necesidad de clasificar y especificar los objetos artesanales para “darles un orden”. Elaboran clasificaciones que consideran como criterio diversos factores: los usos, los materiales, su origen rural o urbano, por procesos de producción, así como diversas razones específicas.

En este enfoque es importante la caracterización e interpretación estética de los objetos que brinda “principios universales”, como el estilo general, los medios de expresión, la línea, colorido, forma o textura (Rubín de la Borbolla, 1974, pp. 16-17). Algunos de estos estudios corresponden a los trabajos de Álvarez (1960), Espejel (1970), Franco (1972), Marín (1974), De la Borbolla (1974), Martínez (1975, 1981 y 1988), Kaplan (1980), Ortiz (1990 y 1992), López (1990), entre otros autores.

Los estudios de clasificación se basan en los objetos, aunque ocasionalmente consideran al consumidor y al Estado como actores relevantes en la valoración del objeto. Sin embargo, el análisis de la construcción de la valora-

ción no es crítico y da por hecho que el valor estético lo tiene por naturaleza, ya sea porque forma parte de una cultura local, por el proceso técnico de elaboración o por la persona que lo manufacturó.

Orientación de historia del objeto

Esta orientación tiene una visión histórica y pretende dar seguimiento a cómo se ha desarrollado históricamente un objeto artesanal. En la literatura, encontramos ejemplos de este enfoque en los estudios de D'harnoncourt (1930), Carlos (1997), Aceves (1997), Villegas (1970), Arana (1988), Graham (1997), Morales (1997), Camacho (2000), Abascal (2000), entre otros. Suelen considerar los cambios y continuidades a través de la historia del objeto artesanal, pero pierden de vista a los productores y las modificaciones no sólo en las representaciones como ellos lo muestran, sino también en los procesos de producción material y comercialización.

Persistencia de la producción artesanal

Su interés primordial es analizar cómo han persistido (en algunos casos utilizan la palabra “sobrevivido”) las formas de producción artesanal ante la expansión del capitalismo moderno. Este tipo de estudios considera (aunque con diferentes matices según su autor) a los artesanos y su contexto social; hace hincapié en los procesos de producción y comercialización, así como los motivos ideológicos y económicos del Estado para promover “la artesanía nacional”.

Diversos estudios con esta orientación coinciden en que lejos de que el sistema capitalista los elimine, los talleres tienden a servir como proveedores de otros sistemas de producción (como el industrial) y en el caso del artesano (y, en algunos estudios, el campesinado) la unidad doméstica logra tener un ingreso extra gracias al trabajo asalariado de algunos hijos que laboran en el sector industrial (la gran mayoría como obreros). Podemos encontrar esta idea o parte de ella en los trabajos de Novelo (1976), Santos (1985), Vallarta y Ejea (1985), Sánchez (1987), Morán (1987), Narotzky (1988), García (1989 y 2002), Meie (1996), Marett y Mastache (1997), Huitrón (1999), Moctezuma (2002), Mercado (2004), Cuevas (2006), entre otros.

Esta clase de estudios surgió en la década de los sesenta y, tal vez, es Novelo, en su libro *Artesanías y capitalismo en México*, quien le imprime un giro diferente a las investigaciones sobre los productos artesanales, ya que las deficiencias de las orientaciones antes descritas se deben, principalmente, al tratamiento que le dan al tema: “La diversidad de criterios para definir a las artesanías se debe a que se habla de ellas como resultado y no como proceso” (1976, p. 7).

El ejercicio crítico de analizar la artesanía como proceso implica centrarse no sólo en los productos, sino también en el proceso de producción material y las relaciones sociales de producción. A partir del estudio de diversas unidades de producción, se logra establecer una clasificación de talleres (familiar, individual, capitalista y manufactura) de acuerdo con criterios analíticos, más que descriptivos.

Con base en esta orientación, Morán (1987) aborda la producción de una familia alfarera de Tlaquepaque, Jalisco. Su obra describe de manera monográfica el municipio y la producción artesanal: los procesos y el volumen de producción, las estrategias de financiamiento y la comercialización de los productos. Para el análisis de las condiciones sociales de la reproducción de los alfareros, toma en cuenta factores políticos y económicos; sin embargo, sus conclusiones son muy limitadas: “El artesanado crea en el espacio y en el tiempo, él plasma en el objeto los estímulos externos y lo que le dicta su propio espíritu artístico. Por eso las artesanías son testigos de su tiempo” (Morán, 1987, p. 53). Morán ve los objetos artesanales como meros reflejos de la estructura social, pero creados con base en una cuestión esencialista.²¹

En general, los estudios con esta orientación logran abrir la mirada más allá del objeto al considerar el proceso de producción material; no obstante, la construcción de la valoración de los objetos es vista a partir del Estado y del mercado²² sin abundar en la existencia de ciertas relaciones de dominación entre diversos agentes y los artesanos que juegan también un papel importante en dicha valoración.

²¹ ¿A qué se referirá con dictado del espíritu? Como si la práctica artesanal dependiera de elementos metafísicos o esotéricos y no de internalización del habitus mediante la práctica.

²² En un trabajo posterior, Victoria Novelo (2002) hace un análisis interesante sobre la construcción social en un contexto de dominación cultural, lo cual viene a complementar su enfoque centrado en el proceso de producción material.

García Canclini (2002) argumenta que la configuración de las culturas populares se da a partir de un proceso de apropiación desigual de los bienes (materiales y culturales) entre las culturas subalternas y las hegemónicas, y cómo diferentes elementos de éstas se “refuncionalizan” en distintos espacios (como la fiesta patronal, un museo o una galería) y momentos. Esta idea nos brinda un elemento más al considerar la interacción entre cultura dominante y culturas subalternas, ya que pone atención no sólo en los modos de producción, sino también en el establecimiento de relaciones de producción y consumo, la valoración de los objetos por parte de los agentes y las formas de apropiación de los elementos del capitalismo por parte de las culturas populares, así como sus estrategias de supervivencia.

En cierto modo, nuestro estudio se puede ubicar en esta orientación, con la peculiaridad de que no se ocupa del dilema de la supervivencia, adaptación o simbiosis de las unidades domésticas de producción al sistema capitalista; esto, porque los estudios mencionados dejan en segundo término una cuestión significativa de los objetos artesanales: son mercancías con una valoración económica y cultural (estética e identitaria). Esto nos lleva a centrar un debate que va más allá de la simple producción y comercialización, ya que debemos considerar también el proceso de construcción de un campo social en donde los agentes sociales, en un periodo, van construyendo relaciones de intermediación, elemento clave en la valoración (estética, económica y cultural) de los objetos artesanales y también de su práctica artesanal.

Las orientaciones en el análisis tridimensional de la cultura popular

A partir de los debates identificados en la primera parte de este capítulo, podremos decir que el abordaje de la cultura popular debe ser entendido de manera tridimensional. El debate de la definición puede ser comprendido como un eje X; el debate del objeto de análisis es Y; y por último, el debate de la historia puede ser considerado Z. Si observamos la figura 1, podemos identificar diferentes ángulos de acuerdo con el abordaje de la cultura popular.

Así pues, los estudios académicos de los objetos y las prácticas artesanales se pueden ubicar en alguna parte de este plano tridimensional; por ejemplo, los enfoques nacionalista y de clasificación abordan el arte popular

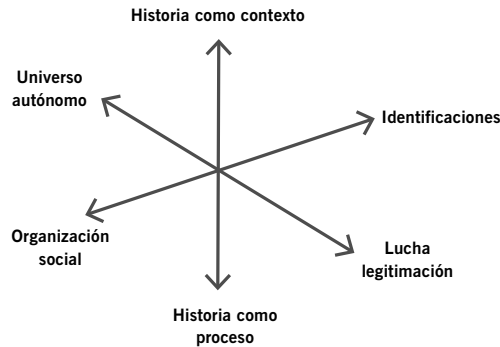


Figura 1. Análisis tridimensional de los abordajes de la cultura popular

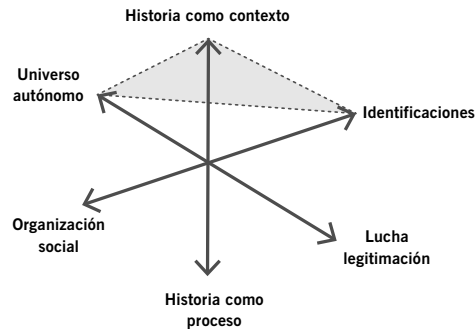


Figura 2. Ubicación de los estudios folclóricos en el análisis tridimensional

como parte de una cultura autónoma, teniendo como objeto de análisis las identificaciones y usando la historia como contexto.

A partir de lo expuesto, la pregunta obligada sería ¿cómo podemos definir y abordar entonces los objetos y las prácticas artesanales? La mayoría de los estudios descritos se centran en el análisis del objeto o en la organización para la producción material del objeto, o bien, en el desarrollo histórico del producto. Sin embargo, habrá que ir más allá y centrarse en el sujeto antropológico que hace los objetos artesanales, esto es, analizar el artesanado a partir de las condiciones sociales de la producción y reproducción de la práctica artesanal, no solamente en términos materiales, sino también desde la esfera simbólica de la representación social de lo que es “ser artesano”, tanto para ellos como

para otros agentes del campo artesanal, ya que esto jugará un papel importante (como se verá en los próximos capítulos) en la diferenciación del artesanado.

De esta manera, podremos abordar el estudio de las condiciones sociales del artesanado de una forma tridimensional que privilegia el estudio de la organización social de la cultura, observa una lucha por la legitimidad cultural y toma a la historia como un proceso de formación.

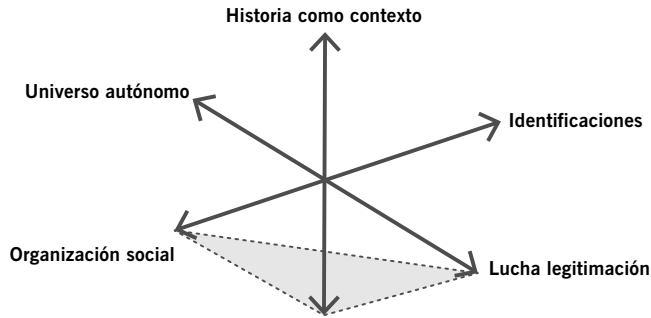


Figura 3. Propuesta de abordaje tridimensional de las condiciones sociales del artesanado

El análisis del proceso de formación nos brinda explicaciones de las continuidades y los cambios de la práctica artesanal; el considerar la organización social del artesanado nos da una visión completa de cómo se organizan para la producción, circulación y el consumo tomando en cuenta la construcción de la hegemonía; y el considerar la lucha por la legitimación permite observar diferentes ámbitos en donde hay una disputa por el capital económico, cultural y simbólico entre los diferentes actores involucrados.

PROPUESTA METODOLÓGICA PARA EL ESTUDIO DE LA PRÁCTICA ARTESANAL

Como mencionamos, la práctica artesanal implica no sólo las acciones concernientes al ámbito productivo, sino también el aspecto simbólico de dichas acciones. Considerando los elementos epistemológicos y conceptuales expuestos, en el estudio de la práctica artesanal en San Pedro Tlaquepaque, incluimos el análisis de tres procesos íntimamente relacionados: el de producción material; el de comercialización y consumo; y el de reproducción de la práctica.



Figura 4. Elementos de análisis de los procesos de la práctica artesanal

El proceso de producción material

De acuerdo con Novelo (1976), uno de los errores principales del estudio de los objetos artesanales basado en la clasificación de éstos es no considerar el proceso de producción material. Al respecto, García Canclini comenta:

Puesto que el arte no es sólo representación, idealidad; puesto que incluye una organización material propia, ésta debe de ser examinada en su funcionamiento específico. Tiene poco valor explicativo afirmaciones tales como que el arte es mercancía o está sometido a las leyes del sistema capitalista mientras no precisemos las formas en que esas leyes adoptan para producir las obras artísticas con medios y relaciones de producción singulares (2001, p. 72).

Todo objeto artesanal, por lo tanto, da cuenta de formas de organización del trabajo para su producción. A grandes rasgos, podemos identificar tres regímenes: artesanal, cuya organización está centrada en la producción a pequeña escala de manera manual con apoyo de ciertas herramientas de trabajo; semiindustrial, cuya organización tiene la capacidad para producción a mediana escala a través de la mecanización de algunas fases de la producción y en otras requiere el trabajo manual; e industrial, cuya organización tiene la capacidad para la producción a gran escala por medio de la mecanización (y en algunos casos automatización) de todas sus fases con el uso de maquinarias.

En San Pedro Tlaquepaque, la gran mayoría de los talleres tienen un régimen artesanal y sólo algunos uno semiindustrial. Con base en la información generada en campo, podemos distinguir cinco tipos de talleres:

- Talleres individuales: una sola persona participa en todos los procesos de elaboración.
- Talleres familiares con proceso fraccionado: el jefe o jefa de familia participa en todo el proceso de elaboración, pero con ayuda de uno o más parientes en una parte del proceso (por lo regular, pintar o desmoldar).
- Talleres familiares con proceso compartido: el jefe o jefa de familia participa en una parte del proceso de producción con la participación de varias personas (no necesariamente parentela) en dos partes del proceso.
- Talleres manufactureros pequeños: el dueño o dueña del taller participa en todo el proceso con la colaboración de varias personas en diversas partes de éste.
- Talleres manufactureros medianos: el dueño o dueña del taller participa en alguna parte del proceso y dirige diferentes áreas con la intervención de más de seis personas especializadas en la tarea que elaboran.
- Talleres manufactureros grandes o semiindustriales: funcionan a partir de diferentes departamentos (diseño, administración, producción y ventas); el dueño o dueña no interviene en el proceso de producción; sólo en la administración.

Estos talleres son unidades de producción básica, entendidas éstas como “el espacio donde unas relaciones organizadas de producción dan como resultado la producción de un producto (*output*) deseado” (Narotzky, 2004, p. 56). En los talleres se llevan a cabo los procesos de elaboración de los objetos artesanales; aquí, debemos considerar tres elementos importantes:

- Los medios de producción: espacio –inmueble y mueble–, tecnología –herramientas, maquinaria, hornos, etcétera– y fuentes de energía –materias primas y fuerza de trabajo– utilizados para obtener un resultado o producto específico (Narotzky, 2004, p. 50).

- El plan organizativo de la producción: distribución de las tareas (tiempos, productos y secuencias técnicas²³) entre los agentes de la unidad productiva. Abarca diferentes etapas que varían dependiendo del tipo de objeto y sus técnicas para producirlo.
- Las relaciones de producción: que sostienen los agentes involucrados en la unidad de producción, ya sea una relación obrero-patrón de tipo salarial (con un pago explícito por la fuerza de trabajo) o en los talleres familiares, una relación de “obligación-colaboración”, en la que no hay un pago por su fuerza de trabajo; más bien se considera como una aportación para la reproducción de la unidad doméstica a la que pertenecen: “Las relaciones familiares se consideran la base sobre la que reposa la producción” (Narotzky, 1988, p. 36).²⁴

Nuestra investigación se centró en el análisis de los talleres familiares (tanto de proceso fraccionado como compartido)²⁵ porque: son unidades de producción identificables y más o menos perdurables en el tiempo; son unidades de reproducción de la práctica artesanal; los cambios en la práctica se pueden observar en las generaciones que heredan el oficio; y su organización laboral y productiva se basa en la unidad doméstica, la cual da elementos para su comparación en distintos momentos históricos y condiciones sociales.

El proceso de comercialización y consumo

En este proceso se determina parte del valor estético, económico y cultural. Los estudios idealistas pierden de vista la complejidad de este proceso; lo reducen a un “modelo fetichista”, pues determinan que el valor estético de los

²³ La secuencia técnica son numerosas acciones técnicas coordinadas para alcanzar un resultado cualitativo en vías de la producción de un objeto (Narotzky, 2004, p. 37).

²⁴ Algunos autores, retomando a Chayanov (1974), han concebido este tipo de relación como una forma de autoexplotación doméstica en los talleres artesanales.

²⁵ Aunque en campo se documentó información sobre los talleres manufactureros, esta obra se centra en los familiares, lo que no implica que se dejen de ver, sino más bien que son agentes secundarios en la investigación a los cuales se dará referencia conforme la lógica de argumentación lo vaya requiriendo.

objetos artísticos dependerá de que éstos produzcan “mayores efectos en el espectador” y que eleven “al contemplador a otros planos del espíritu humano” (Ramírez, 2003, p. 179). En esta tónica, el valor económico de una obra estará relacionado con el valor estético de cada una.

La sociología de la cultura ha puesto sobre la mesa una serie de planteamientos que hacen evidente la importancia de las relaciones sociales entre los agentes de un campo social sobre los procesos de producción material, comercialización y consumo. La apreciación y valoración (estética, económica y cultural) de los objetos artesanales se construye social e históricamente a través de las relaciones de explotación e intermediación económica y política entre los agentes del campo social.

Las relaciones de intermediación económica y política entre productor-comerciante-consumidor desempeñan un papel sustancial no sólo en las representaciones del arte popular, sino también en el establecimiento de jerarquías sociales y económicas que tienen un peso significativo en el diseño y la ejecución de las políticas culturales del Estado. Así, por ejemplo, podemos observar la participación de organizaciones de comerciantes en la formulación de políticas gubernamentales más acordes con sus intereses. De ahí la necesidad de identificar las formas en que se organizan los artesanos para la comercialización de sus productos, ya que el acceso a los circuitos artesanales dependerá de sus estrategias y las relaciones de intermediación económica y política que sostienen con otros agentes.

Por su parte, el consumo está asociado a la comercialización y construcción del sentido. Estudios como los de Bourdieu (1997, 2002, 2004) hacen evidente que el consumo de algunas ofertas o productos culturales está vinculado socialmente a ciertos *habitus* de clase; algunas personas los consumen para exteriorizar que poseen ese *habitus*. En este sentido, habrá que ver el consumo de los objetos artesanales más allá de un modelo naturalista de satisfacción de necesidades y observar este consumo cultural como un conjunto de procesos de apropiación y usos del arte popular en los que el valor simbólico prevalece sobre los valores de uso y de cambio, en donde al menos se configuran subordinados a la dimensión simbólica (García, 1993).

El consumo de objetos artesanales es diferenciado económica, cultural y simbólicamente de acuerdo con los procesos de apropiación simbólica de los diversos

grupos sociales.²⁶ Todas estas cuestiones concernientes al proceso de comercialización y consumo llevaron a considerar la observación y el análisis de las estrategias de comercialización de los talleres artesanales, la caracterización de los espacios de comercialización, así como el surgimiento y fortalecimiento de relaciones de intermediación económica y política entre los agentes (artesanos, comerciantes, instituciones gubernamentales, proveedores de materias primas, entre otros) y sus luchas por el establecimiento de jerarquías y relaciones de poder.

El proceso de reproducción de la práctica

El análisis de este proceso permite identificar la forma en que se reproduce la práctica artesanal mediante la reproducción de la fuerza laboral; la transmisión de los capitales cultural, económico, social y simbólico, así como de la identidad y representaciones sociales del artesanado. Es un proceso transversal a los otros dos procesos expuestos, ya que puede ser observado sólo través de ellos; por lo tanto, es una variable dependiente de la producción material, la comercialización y el consumo.

Sin embargo, para analizar este proceso, debemos tener en claro la característica peculiar del contexto inmediato donde se da la reproducción de la práctica, que es el taller artesanal familiar; éste es la unidad básica en la que se lleva a cabo la producción material, pero también existen otros factores importantes en el proceso de reproducción: la familia y la unidad doméstica. En la realidad, los tres elementos se encuentran articulados; sin embargo, para fines analíticos, es necesario tener una definición de cada uno de ellos.

Como lo comenta Narotzki, el concepto de familia ha tenido una transformación histórica que va desde su definición como una unidad de reproducción y control político administrativo hasta las definiciones cuya base son las relaciones de sangre y de ley (1988, p. 27). En este estudio, consideramos a la familia como una unidad de reproducción (social, de fuerza de trabajo y biológica) compuesta principalmente por individuos con lazos de parentesco que pueden o no tener una co-residencia (Narotzki, 1988, pp. 32-34).

²⁶ Un estudio interesante sobre el consumo de objetos artesanales desde diversos grupos (y apropiaciones) se encuentra en el libro *Las culturas populares en el capitalismo*, de García Canclini (2002).

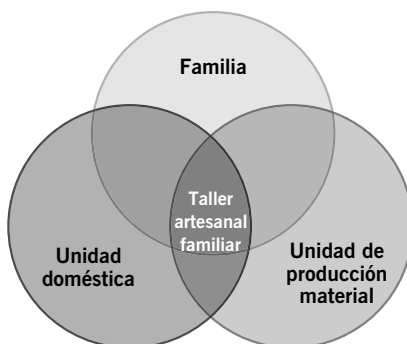


Figura 5. Elementos de intersección del taller artesanal familiar

Otro elemento significativo en el proceso de reproducción de la práctica es la transmisión de una generación a otra de los capitales cultural, social, económico y simbólico, que son trabajo acumulado, ya sea como materia (por ejemplo, el taller, las herramientas y los moldes) o de modo interiorizado o incorporado.

El artesano comienza su formación técnica desde muy temprana edad en el taller familiar, y se le introduce al conocimiento y uso de los materiales a partir de diversas estrategias de aprendizaje basadas en la práctica. Como aprendiz, participa en algunas partes del proceso de producción y luego se le enseña a imitar las obras de las personas que ya manejan la técnica (por lo regular, los padres, hermanos mayores o algún familiar cercano).

Con el paso del tiempo y de la constante práctica, el artesano logra desarrollar las competencias (conocimientos, habilidades y valores) para reproducir con cierto grado de exactitud lo que sus mayores hacen; también, en algunas ocasiones, llega a innovar los objetos o la forma de producirlos y comercializarlos.

Los artesanos heredan el oficio, el taller, así como las relaciones y espacios de comercialización que van adquiriendo sus padres. Incluso, como veremos más adelante, el “prestigio del apellido” o de “la tradición familiar” es un capital simbólico trascendente en su posicionamiento ante otros agentes del campo artesanal.

En la reproducción de la fuerza laboral y la transmisión de capitales se va interiorizando la identidad y las representaciones sociales del artesanado. Para Bourdieu, esta interiorización es una “cultura de clase”, entendida ésta como la interiorización por el individuo de las condiciones objetivas –a la vez sociales y

culturales— de su existencia en forma de esquemas inconscientes de percepción, concepción y acción comunes a todos los miembros de una misma clase social.

Sin embargo, estos “esquemas” podríamos definirlos en términos de representaciones sociales, que el artesanado construye relacionamente en oposición a otros agentes. De acuerdo con Abric (2001), las representaciones sociales desempeñan un papel fundamental en las prácticas y en las dinámicas sociales porque responden a cuatro funciones esenciales:

- Funciones de saber: hacen posible entender y explicar la realidad a partir de la adquisición de conocimientos integrados en un marco asimilable y comprensible coherente con sus valores. Este sentido común les permite el intercambio social y la transmisión del saber propio.
- Funciones identitarias: facilitan la definición de la identidad con base en la comparación social y permiten la salvaguarda de la especificidad de las características del grupo.
- Funciones de orientación: sirven como guía para la acción mediante un sistema de anticipaciones y expectativas.²⁷
- Funciones justificadoras: ayudan a los agentes a explicar y justificar las acciones en una situación o en consideración con sus iguales; también, “perpetuar y justificar la diferenciación social, puede —como los estereotipos— pretender la discriminación o mantener una distancia social entre los grupos respectivos” (Abric, 2001, p. 17).

Las representaciones sociales de lo que es (o debe ser) “artesano”, “artesanía”, “arte popular” y “tradicción” se transmiten de generación en generación e influyen sobre los procesos de producción y comercialización del artesanado.

Estas representaciones conforman la identidad del artesanado que se construye “a partir de la apropiación, por parte de los actores sociales, de determinados repertorios culturales considerados simultáneamente como di-

²⁷ Al respecto, Rodríguez (2003) argumenta que, si bien las prácticas se dan de acuerdo con las representaciones, también las personas cambian en función de sus comportamientos y prácticas, ya que la práctica es parte integral de la representación y no debe ser vista de manera vinculada o determinada por la representación.

ferenciadores (hacia afuera) y definidores de la propia unidad y especificidad (hacia adentro)” (Giménez, 2005, p. 5). Entonces,

... la identidad no es más que la representación que tienen los agentes (individuos o grupos) de su posición (distintiva) en el espacio social y de su relación con otros agentes (individuos o grupos) que ocupan la misma posición o posiciones diferenciadas en el mismo espacio. Por eso, el conjunto de representaciones que –a través de las relaciones de pertenencia– definen la identidad de un determinado agente nunca desborda o transgrede los límites de compatibilidad definidos por el lugar que ocupa en el espacio social (Giménez, 1997, p. 23).

Así pues, los procesos de producción material, reproducción y comercialización y consumo deben analizarse durante un tiempo histórico y un espacio social en dos direcciones: a nivel vertical, es decir, a través de dos o tres generaciones con el propósito de describir continuidades y cambios en la práctica y organización artesanal en las diferentes unidades domésticas y sus ciclos de vida; y a nivel horizontal, entendidas en función de cohortes generacionales que permitan analizar las experiencias y condiciones sociales que comparten históricamente los miembros de la misma familia o empleados de un taller no familiar. Esta estrategia proporciona elementos de análisis para describir cómo el campo se construye en lo social (por cohortes) e histórico (por generaciones).

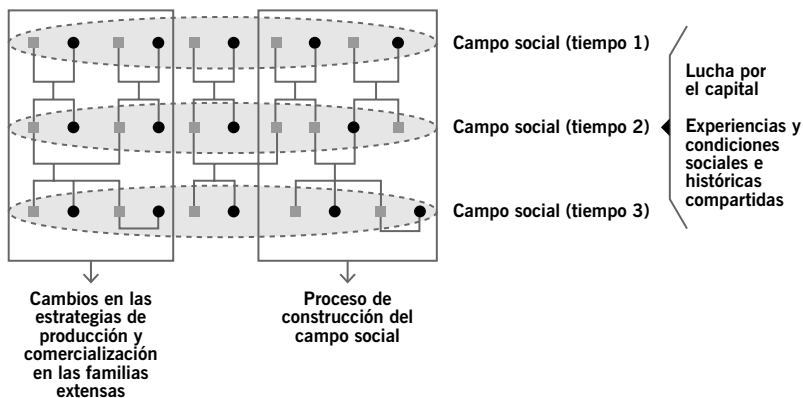


Figura 6. Estrategia metodológica de análisis generacional y por diferentes tiempos del campo social

Capítulo 2

Génesis de la práctica artesanal en San Pedro Tlaquepaque

En el capítulo anterior, definimos las bases conceptuales y metodológicas del estudio, las cuales ayudan a ver la práctica artesanal como una construcción social e histórica y, por lo tanto, sujeta a los diversos cambios hacia el interior del campo social y a las transformaciones regionales. Por ello, en este capítulo, describimos y analizamos las condiciones sociales, culturales y económicas que permitieron el surgimiento y fortalecimiento de la práctica artesanal de San Pedro Tlaquepaque, en especial en el siglo XIX y principios del XX. Hay que aclarar que es sólo un acercamiento a las fuentes históricas para entender las formas de organización de la producción en sus distintos momentos.

Las fuentes consultadas provienen de archivos históricos, orales y, sobre todo, bibliografía; algunas son investigaciones académicas y otras más, relatos de administradores, periodistas y viajeros que hacen mención de su estancia o tránsito por San Pedro Tlaquepaque. Gran parte de estas narraciones, en particular las referentes al siglo XIX, tienen una visión romántica de la práctica artesanal en San Pedro, esto es, las descripciones de los autores poseen una orientación folclorista y, por lo tanto, idealizada.

Se toman estos registros como evidencia etnográfica para acercarnos a la comprensión del surgimiento y fortalecimiento de la práctica artesanal en San Pedro Tlaquepaque²⁸ y las visiones de los agentes del campo social del

²⁸ El acercamiento histórico de la práctica artesanal en Tlaquepaque implica

artesanado durante ese periodo. Este análisis de la formación histórica de la práctica artesanal se realiza a partir de las condiciones (sociales, culturales y económicas) y acciones de los agentes.

LOS INICIOS DE UNA PRÁCTICA ARTESANAL

Según Gerhard (1996, p. 194), al momento del contacto entre españoles y tonaltecas, Tlaquepaque era un señorío autónomo que formaba parte de la región de influencia de Tonalá. A la llegada de Nuño Beltrán de Guzmán a tierras tonaltecas, el cacique de Tlaquepaque, junto con los de Tlolutlán, Coyula, Zalatitán, Atemaxac y Tetlán, acordó dar obediencia al conquistador (De la Mota y Padilla, 1920, p. 55).

Para Briseño (1998), el pueblo prehispánico con el que hicieron contacto los españoles y sus aliados se llamaba Aquepaque, que en náhuatl significa “lugar donde brota el agua” y que los invasores llamaron Tlápac (“sobre las lomas”), por lo cual la palabra Tlaquepaque “es una degeneración fonética de Tlápac, nombre que se consignaba todavía en el siglo XVI en toda documentación alusiva a esta población” (Briseño, 1998, p. 7).

El primer obispo de la Nueva Galicia, Pedro Gómez de Maraver, fray Antonio de Segovia y autoridades civiles de Guadalajara fundaron en las cercanías de Tlápac, y con indígenas que en él habitaban, un pueblo con una traza cuadrículada al que le dieron el nombre de San Pedro, el 20 de abril de 1548 (Briseño, 1998, p. 7). Una vez constituido, a partir de 1549, la audiencia de la Nueva Galicia le asignó un corregidor, puesto que pasó a manos de la Corona (Gerhard, 1996, p. 195).

Desde los años treinta del siglo XVII, la jurisdicción de Tonalá comprendía los pueblos de Tonalá, Analco y San Pedro; sin embargo, en 1667 Analco pasó a Guadalajara, y Tonalá y San Pedro tuvieron un solo corregidor (Gerhard, 1996, p. 196). En lo que se refiere a la doctrina, fueron los franciscanos responsables

tener presente las relaciones con Guadalajara, Tonalá y otras poblaciones alfareras como Zalatitán, El Rosario, Tateposco y Santa Cruz de las Huertas. Sin embargo, la exposición tiene como centro San Pedro Tlaquepaque, con el único fin de hacer una reconstrucción desde lo local, ya que gran parte de la bibliografía sobre la historia de la práctica artesanal se centra en Tonalá (véase Olveda, 1999; Briseño, 2006; Arana, 1993; Abascal y Tejeda, 1994; López, 1990, entre otros) y deja de lado a Tlaquepaque.

de la evangelización en San Pedro (De la Mota y Escobar, 1940, p. 116) quienes viajaban constantemente de Guadalajara a Tlaquepaque proporcionando servicios religiosos (Rueda, 1996).

Sin embargo, De la Mota Padilla señalaba, en 1742, que los franciscanos cedieron la administración de varios pueblos que tenían y que desde Guadalajara administraban otros tantos que le quedaban, “excepto el de San Pedro, que tiene su vicario, con dos iglesias muy decentes, como también las tienen otros pueblos, con sus cofradías y hospitales” (De la Mota y Padilla, 1920, p. 64).

San Pedro Tlaquepaque no tiene antecedentes prehispánicos de producción alfarera importante,²⁹ o al menos no se han encontrado documentos que den testimonio de ello; según lo comenta Briseño (2002, p. 5), los narradores de fechas previas a 1748 sólo mencionaban a San Pedro como productor agrícola.

De la Mota y Escobar comentaba que San Pedro era un lugar donde “dansen fruta de Castilla y todo género de verdura; beben los indios de pozos, porque no hay otra agua” (De la Mota y Escobar, 1940, p. 116). Cuando se refería a Tonalá, tampoco mencionaba la producción artesanal; sólo se concretaba a decir que se daban frutas de castilla y se sembraba maíz, chile y frijol (De la Mota y Escobar, 1940, p. 117). En cambio, cuando aludía a Tlacotlán, hacía hincapié en la importancia de la producción alfarera: “La principal granjería de estos indios es hacer loza vidriada para muchos menesteres, la cual pasa y se vende por todo este reino de la [Nueva] Galicia y más adelante” (De la Mota y Escobar, 1940, p. 127). Por su parte, Matías de la Mota y Padilla, en su escrito de 1742, dedicaba unos párrafos ilustrativos para exaltar la producción alfarera tonalteca:

Tiene Tonalá [en 1745] minas de un barro tan especial, que en todo el mundo no lo hay semejante y por eso todo el es muy estimados sus búcaros, tinajas, cántaros, alcarrazas, tibores, picheles y diversas figuras de animales, grandes y pequeños, tan pulidos y perfectos, que en muchas partes de la Europa, las señoras las traen por dijes, tan suaves al olfato y al gusto, que se aplican por lo común las mujeres a comer dicho barro, que en

²⁹ Briseño (2006) argumenta que la producción alfarera tlaquepaquense adquiere mayor importancia a partir del siglo XIX y que incluso Tonalá no contaba con una producción alfarera destacada durante el siglo XVII como lo aseguran otros autores.

polvo suelen cargar en cajuelas, por lo que aún quebrada la loza, la venden por arrobas en Jalapa, Veracruz y Acapulco; estimase más que el cristal, loza de China, de Pantaba, y más que los búcaros de Alcorza, esto es, que los muy delicados; sólo en Guadalajara se gozan... (De la Mota y Padilla, 1920, p. 64).

En el siglo XVIII, San Pedro adquirió el estatus de cabecera (Gerhard, 1996) y para la segunda mitad de ese siglo, Tlaquepaque ya era considerado como un lugar de recreo para algunas familias tapatías (Menéndez, 1980, p. 122). En 1748, Joseph Antonio de Villaseñor dio la primera noticia de la práctica alfarera en San Pedro Tlaquepaque, al comentar que el principal comercio de Tonalá era “la fábrica de mucha loza” y en San Pedro “viven ochenta y tres familias de indios del mismo ejercicio [*sic*] que los antecedentes” (citado en Briseño, 2006, p. 49).

Esta producción artesanal fue registrada también en el *Mapa del pueblo de Tonalá y su jurisdicción*, de Agapito Martínez, elaborado en 1772. En él se muestra a Tonalá y pueblos circunvecinos y se describen las actividades de sus habitantes. En el caso de San Pedro, se asienta: “... tiene 347 tributarios y 32 familias de razón fabrican loza vidriada y ladrillos”, mientras que Tonalá “... tiene 449 tributarios y 37 familias de razón, hacen loza vidriada y jarros que llaman de Guadalajara” (Calderón, 1984, p. 318).

A finales del siglo XVIII, José Menéndez refería que en San Pedro hay “956 indios de ambos sexos, empleados en fabricar ladrillos y loza ordinaria” (1984, p. 121). Sin embargo, aún se hablaba de producción de loza ordinaria y esto se puede contrastar con lo que el mismo visitador comentó sobre su visita a Santa Cruz: “Al poniente de Tonalá, con 102 indios ocupados en hacer loza fina y otras curiosidades” y Tonalá: “... habitado por 5 españoles y 380 indios destinados a la fabricación de loza que es muy fina, y de la que se comercia en el año como 30,000 pesos [...] la industria en que se ocupan estas gentes es la fábrica de loza que es la mejor que se hace en el reino, vendiéndola ya en el lugar de su fábrica, ya sacándola fuera con más estimación” (1984, p. 121).

A inicios del siglo XIX, Victoriano Roa, en su estudio estadístico, mencionaba que “... los moradores de Tonalá, están exclusivamente dedicados a la fabricación de loza, tan conocida dentro de la república por loza de Guadalajara” (1981, p. 27). Fue tanta su admiración por la producción alfarera tonalteca

que le dedicó un espacio en su obra para describir la forma en que la fabricaban. Roa también comentaba que, además del barro bruñido, se elaboraban figurillas de arcilla: “... vemos de continuo la figura de caballo, del toro, de la vaca, del venado y de toda especie de animales, tan primorosamente labrados, como si hubiesen salido de las manos del escultor más diestro. En las figuras del hombre saben guardar con perfección las medidas del cuerpo humano, e imitan el traje de ciudad y del campo, con la misma destreza con que fingen los dobleces y arrugas de la ropa...” (1981, p. 28).

Algunas de las figuras mencionadas por Roa las podemos encontrar en colecciones privadas y de museos; ejemplo de éstas es la figura 7.



Figura 7. Pieza de Tonalá. Ca. del S. XIX. Col. MNCT. Foto: JLMO.

Esta pieza fue elaborada a mediados del siglo XIX, forjada por molde, cocida a baja temperatura y policromada en frío con anilinas; además de representar un juego muy común en las comunidades agrícolas (montar toros), es a la vez un silbato utilizado como juguete. Se trata de representaciones de personajes y actividades populares que ahora conocemos como “tipos mexicanos” (de escenas costumbristas) que, junto con la loza, se comercializaban; tenían como mercado principal la ciudad de Guadalajara.

Por su parte, en San Pedro se fabricaban ladrillos y loza corriente, aunque la agricultura continuó siendo su actividad económica principal: "... se cultivan árboles frutales de todas clases [...] la mayor parte de los habitantes de este departamento se dedican a la labor del campo, y muy pocos al hilado de algodón, alfarería y herrería" (Roa, 1981, p. 19).

Diversas fuentes hacen referencia que, a inicios del siglo XIX, los alfareros de Tonalá contaban con una producción alfarera diversificada que incluía figuras de arcilla, loza corriente, etcétera, y que en Tlaquepaque se hacían ladrillos y loza corriente, pero que su principal actividad económica era la agricultura. No obstante, algunos relatos de viajeros extranjeros que visitaban Guadalajara y su región aseguraban que para ese entonces la producción artesanal era importante tanto en Tlaquepaque como en Tonalá; entre ellos se encuentra Francis Lyon, quien al pasar por Guadalajara, en 1826, observó que en esta ciudad se vendía "... loza de Tonalá y San Pedro donde sus habitantes no tienen otra ocupación" (citado en Muriá, 1992, p. 113). Además, en "... Tonalá, cuyos habitantes (indígenas puros) son celebrados por la manufactura de todos los tipos de alfarería; algunos de los cuales casi son iguales a los de los etruscos en ligereza y elegancia en sus formas. Sus juguetes, máscaras, figuras grotescas y ornamentos, son muy merecidamente admirados ..." (Muriá, 1992, p. 116).

Por su parte, Henry George Ward, en 1827, durante su visita a Guadalajara, hacía referencia a la producción alfarera de la región:

Son buenos herreros, carpinteros, orfebres y sombrereros, y famosos por su habilidad en el trabajo de la piel como en la fabricación de una especie de loza de barro porosa, de la que abastecen no únicamente a todo México sino a las naciones vecinas sobre el pacífico. Esa loza se hace en parte en Guadalajara y en parte en las dos villas de San Pedro y Tonalá, donde los habitantes no tienen otra ocupación (citado en Muriá, 1992, p. 133; Álvarez, 1979, p. 30).

Una característica primordial de San Pedro en el siglo XIX, a la que aluden las fuentes históricas, es que era un lugar de veraneo para los tapatíos.³⁰

³⁰ Ya en el siglo XVIII se hablaba del establecimiento de tapatíos acaudalados en San Pedro, según Juan Menéndez; sin embargo, en el XIX se extienden estos asentamientos.

Según Ibarra, en 1844, San Pedro no era un pueblo de indios, sino más bien “el lugar de recreo de los habitantes de Guadalajara. En la temporada de veraneo hay bailes en 60 días continuos pero una vez terminada, como en noviembre, el resto del año las calles están desiertas (citado en Iguíniz, 1959, p. 222). Por su parte, Ernest Vigneaux, en 1854, describía San Pedro como “... un bonito pueblo de algunos centenares de lamas, punto de reunión y de recreo los días de fiesta para la gente de Guadalajara. La plaza inmensa, sombreada por árboles nuevos y las casas adyacentes están pintadas con medias tintas y adornos blancos” (citado en Iguíniz, 1959, p. 248).

En 1842, Guadalajara contaba con 45 544 habitantes (Iguíniz, 1959, p. 216) y, en gran parte gracias a la apertura comercial del puerto de San Blas, la capital de Jalisco acumuló “... una cantidad enorme de riquezas, que girando en una circulación rapidísima, produjeron en aquellos días una prosperidad y ventura nunca antes vista y que después no ha tenido nada que se le parezca...” (citado en Muriá, 1992, p. 173).

La circulación de mercancías comenzó a darse desde y hasta lugares antes distantes, lo que permitió el comercio no sólo con Guadalajara, sino con otras regiones circunvecinas, como Nayarit, Colima, los Altos y el Bajío. La cerámica también entró en esa dinámica; si bien es cierto que la cerámica tonalteca ya era apreciada a finales de la colonia, fue en este tiempo cuando se comenzó a dar referencia de ésta con mayor hincapié. Al respecto, Mariano Otero escribió: “... Tonalán, pueblo pequeño situado a tres leguas y media al Este de Guadalajara, [es] muy conocido por los famosos búcaros que trabajaban sus naturales [los cuales] se exportan para el resto de la república y aún para el extranjero” (citado en Iguíniz, 1959, p. 42).

EL FORTALECIMIENTO DE LA PRÁCTICA ARTESANAL

Las fuentes históricas presentadas hasta ahora refieren que desde finales del siglo XVIII hasta principios del XIX la producción alfarera tlaquepaquense era una actividad alterna a la agricultura y dedicada a la producción de loza corriente. No fue sino hasta la segunda mitad del siglo XIX cuando se dio un fortalecimiento de la práctica artesanal y fabricación de monos en San Pedro Tlaquepaque. Precisamente, ese periodo es rico en fuentes documentales que mencionan los objetos artesanales y sus productores.

Rodríguez (2003) comenta que en la Primera Exposición de París, en 1855, se registraron y enviaron monitos y animalitos de barro de Tonalá y Tlaquepaque; existen evidencias de ello, como una carta del ministro de Fomento en la que explica al gobierno del estado que se habían roto piezas en el trayecto a Veracruz y que era necesario reponerlas. El mismo Rodríguez agrega que muchas de estas figuras no llegaron a París y que sólo quedó sin fracturar una figura pequeña de guajolote. Este dato es de suma importancia, ya que se menciona por primera vez la producción de la figurilla de arcilla en Tlaquepaque; dos relatos posteriores sólo hacen alusión a los tonaltecas como productores de esas figuras.

El primero es de Albert S. Evans, quien describe la venta de figurillas en la plaza de toros de Guadalajara y que en dicha ciudad se hacía alarde de dos especialidades indígenas: una eran los bordados y

... la otra especialidad son las estatuillas, floreros y otras cosas de barro, moldeadas a mano por hombres y mujeres que no pueden leer ni escribir, y, de hecho, no tienen ninguna escolaridad. Este trabajo lo hacen en un pequeño pueblo llamado Tonalá y lo venden en las calles. Esta fue la sede de los reyes aztecas de Jalisco en la época de Cortés. Está como a quince millas de la ciudad. Hay un lugar en la Plaza de Toros donde tienen carretas llenas de estas piezas de barro de todo tipo, desde una taza de juguete hasta un florero de tres pies de alto, para vender. Las venden más caras que en el pueblo donde las hacen, pero aún así son muy baratas. Tienen estatuillas de todos los hombres famosos del país y del mundo antiguo y moderno, desde una pulgada hasta dos pies de alto,³¹ todas trabajadas y pintadas con mucho detalle y muchas bañadas en oro. Pueden hacerle a uno su estatuilla, un perfecto facsímil de sí mismo, con dos días de aviso. Hay centenares de especímenes de estatuillas burlescas de personajes locales que en algún tiempo fueron celebridades, son maravillosas... (citado en Muriá, 1992, p. 247).

Evans continúa describiendo las figurillas de arcilla:

... hay un personaje famoso que casi siempre lo representan con el diablo llevándose lo al infierno. Un sujeto común para este estilo es el general Rojas, un bandido de Tepic y uno de los asesinos más sangrientos que maldijo al mundo con su presencia y que

³¹ 61 centímetros.

ejecutaron en Sayula hace años. Compré un grupo representándolo en traje completo y siendo cargado sobre los hombros del diablo. Las figuras eran de 12 pulgadas de alto [30.5 cm] y las compré en un dólar 25 centavos. Me dijeron que pagué el doble de lo que normalmente cuestan... (citado en Muriá, 1992, p. 248).

El segundo relato es de Rose Kingsley, en 1872, quien se mostraba sorprendida de la loza que producían en Tonalá y que era vendida en los portales de Guadalajara. En cuanto a los monos, decía:

...hacen figuras de barro excelentes, y gracias de nuevo a la amabilidad de uno de mis anfitriones, nos llevamos una muy buena de *Typos del país* [sic], o sea de nativos en vestido regional. Son de seis a 10 pulgadas de alto y muy bien hechos, vestidos exactamente como las distintas clases de gente, cada uno con su traje regional. Uno que conseguí es un retrato de un conocido "alcalde", de uno de los pueblos cerca de Guadalajara, y según quien lo conoce, dicen que es un excelente retrato de cómo se para él con el cigarro en la boca y fósforo en la mano lentamente ardiendo, listo para encenderlo. Esta cerámica se envía a toda la república desde Guadalajara (citado en Muriá, 1992, pp. 280-281).

Otro dato revelador que proporciona Rodríguez es la existencia de un periódico fechado en 1874, en el que se informa sobre los preparativos para las fiestas de Semana Santa en San Pedro: "... las fondas improvisadas tenían gran consumo de pepián y era la muestra del progreso de las artes de aquel pueblo presentándonos multitud de monos de barro" (2003). A partir de la segunda mitad del siglo XIX, ya hay referencias de la producción de figurillas de arcilla en San Pedro Tlaquepaque.

Otras fuentes que nos brindan información de esa época son los relatos de viajeros que, durante su visita a Guadalajara, decidieron conocer San Pedro y escribir al respecto. Un ejemplo es Cora Hayward Crawford, quien en 1889, en su libro *La tierra de los Montezumas*, decía:

Aquí [en San Pedro] como en la Plaza de Toros [de Guadalajara] y en muchos establecimientos en la ciudad [de Guadalajara], se pueden encontrar, de venta, carretadas de estos artefactos, de todos tamaños y de diversas clases. [...] Aquí también se fabrican bustos y estatuillas que representan a todos los hombres notables del país, pasados y

presentes y figuras de barro que copian con fidelidad a los nativos en las diversas escalas de la vida (citado en Gibbon, 1967, p. 79).

El crítico de arte Eduardo Gibbon, de visita en San Pedro en 1893, llegó al taller de Ruiz Velasco y se sorprendió de la habilidad de un artesano; después, escribió: “Sobre una tabla varias bolas de barro plástico muy suave y de diversos colores [...] En aquella mesa, y en manos del alfarero, no había más que unas imperfectas espátulas, unos clavillos viejos, un no sé qué hecho de hueso...” (Gibbon, 1967, p. 80).

En esas fechas, fue citado en diversos documentos históricos un alfarero destacado, cuya obra, con el tiempo, sería apreciada; su descendencia es una referencia en la producción alfarera de San Pedro Tlaquepaque, su nombre es Pantaleón Panduro Martínez, quien nació el 27 de julio de 1847 en San Pedro; fue hijo de Francisco Panduro Casillas y Juana Martínez Ríos (Carlos, 1997, p. 10; Aceves, 1997, p. 96). La primera noticia que se tiene como modelista data de 1878, cuando en un periódico apareció:

... bien recibido lo fue en la capital de la república un trabajo de escultura en arcilla hecho por el natural de Tonalá, don Pantaleón Panduro Martínez, representa el busto del ciudadano presidente Porfirio Díaz en cuyo señor se ha encontrado el ameritado escultor, la protección y el estímulo que merece el mérito. Nosotros añadiremos lo justo y conveniente de establecer cátedra de escultura y dibujo en aquel pueblo para aprovechar la buena disposición que tienen sus habitantes (Rodríguez, 2003).

Cuatro años más tarde, José Villa Gordo, en su *Guía y álbum de Guadaluajara para los viajeros*, comentaba que Pantaleón “ya era conocido en toda la república por su habilidad” (Álvarez, 1979, p. 36). En una guía para visitantes extranjeros de 1891 se leía: “Ustedes conocerán Juanacatlán nuestras cataratas del Niágara, pero sobre todo van a conocer al pueblo pintoresco de San Pedro y busquen al célebre Panduro, el indio escultor quien trabaja de manera prodigiosa con las herramientas más primitivas y sin ningún principio de estatuaria. Panduro es el Fidias de nuestros indígenas” (Rodríguez, 2003).

También Gibbon habló de su obra, aunque no lo conoció en persona; al visitar su taller y observar las piezas que elaboraba, describió:

... pasaron por mis manos, tantos y diversos objetos, obra de ese alfarero, que empresa de romanos sería decir a cuál de ellos debería dar supremacía. Estatuitas de toreros españoles [...] tipos variados de indígenas en sus múltiples actitudes y faenas, bustos de admirable parecido de hombres notables contemporáneos; rurales a caballo lanzando o coleando, y por fin, toda la historia de un borracho de levita y sombrero de copa, con la figura en tan diversas posturas, que ya en la última, caído por tierra, aplastando el sombrero y maltratando la ropa (Gibbon, 1967, p. 84).

En 1898, en el libro *México y sus capitales*, de Adalberto Cardona, se comentaba: “Aquí se encuentra el taller de figuras y retratos de barro de don Pantaleón Panduro, tan conocido en todo el país y fuera de él por el indisputable mérito de las obras que ejecuta”. Dos años después, el español Manuel H. Pastor, en una columna del periódico *La Voz de Guipúzcoa*, escribió:

Una de las personas más visitadas, sobre todo por los extranjeros, es un indio llamado Panduro, que sin estudio alguno ha resultado un escultor de gran mérito, pues sus bustos en barro cocido son una maravilla de arte, siendo imposible que haya quien le exceda en la reproducción en ese material de los parecidos humanos. Nadie le enseñó, nació artista y si hubiese ido a Roma sin género alguno de duda hubiera sido uno de los primeros escultores de este siglo (citado en Álvarez, 1979, p. 39).

Incluso, hasta el último año de su vida, Philip Terry, en 1909, comentaba: “Un escultor local, un tal Pan Duro [*sic*], es muy versado en captar expresiones faciales, uno puede tener un buen parecido de la propia cara en media hora. Los precios varían y se regatean si es necesario” (citado en Muriá, 1992, p. 144).

Por último, es de llamar la atención que, desde la academia, se hacía alusión a Panduro de manera despectiva, como la crítica de Jesús Villalpando sobre la obra de Enrique Guerra, que desacreditó así: “Muchas cosas que de él están allí, parecen muñecos de Panduro” (Navarro, 2003, p. 492).

Las fuentes históricas de la segunda mitad del siglo XIX hacen una mayor referencia a la producción y comercialización artesanal y muestran un cambio cualitativo y cuantitativo: cualitativo, en el sentido de que San Pedro Tlaquepaque era productor de loza, pero, a partir de la segunda mitad del siglo XIX, empieza a elaborar figurillas de arcilla y bustos con fines comerciales; cuan-

titativo, porque los padrones revelan un aumento de personas dedicadas a la alfarería. Veamos a continuación un análisis de tres de ellos.

En 1842, el gobierno local de Tlaquepaque creó un padrón de habitantes, en el que se especificaba el número y oficio de cada uno, y se dividía la entonces Villa de San Pedro en cuatro cuarteles. El total de población registrada fue de 2 441 personas (incluyendo menores de edad). Según este padrón, en San Pedro Tlaquepaque, en 1842, se anotaron 327 personas dedicadas a la producción de loza (Baeza, 1997, pp. 29, 59-63), que representaban 13.3% de la población. Sin embargo, la alfarería era una actividad alternativa ligada con el temporal, así lo afirma Manuel López Cotilla: "... la industria principal [de San Pedro], es en el verano la fábrica de Loza y Ladrillo, y en el temporal de aguas la siembra de maíz y frijol, [...] las indias concurren todo el año al mercado de la capital con frutas y verduras" (López en Briseño, 2006, p. 56).

Otro padrón,³² realizado treinta y dos años después, en octubre de 1877, dio cuenta de un significativo aumento de población; incluyendo a menores de edad, se registró un total de 6 301 habitantes. De acuerdo con la tabla 1, el número de habitantes creció, así como también la proporción dedicada a la alfarería. En 1877, en la Villa de San Pedro había 1 443 personas que dependían directamente de la producción alfarera,³³ esto es, tres de cada diez habitantes eran alfareros.

De acuerdo con esta información estadística, de 1842 a 1877 se registró un crecimiento que va de 327 productores de loza (13.3% de la población) a 1 443 (22.9% de la población) en tan sólo treinta y dos años. Finalmente, en el tercer padrón se hace referencia que, al iniciar el siglo XX, San Pedro contaba con una población de 10 415 habitantes, de los cuales 4 167 estaban relacionados con la producción artesanal (Cuevas, 2006, p. 57), esto es, en 1900, 40% de la población de San Pedro vivía de la elaboración y comercialización de objetos artesanales y sólo 160 personas (1.6% de la población) se dedicaban a actividades económicas ligadas a la agricultura.

³² Padrón general de los habitantes de la municipalidad de San Pedro, hecho en los meses de agosto, septiembre y octubre del año 1877. ES-4-877 [Tle]/62. Archivo Histórico del Estado de Jalisco.

³³ Lo comentamos de esta manera, porque en ese número van incluidos también menores de edad; de acuerdo con la organización de la producción artesanal, los niños participan en las actividades de producción como parte de sus "deberes" familiares.

Tabla 1. Distribución por cuarteles de loceros (alfareros) de San Pedro Tlaquepaque según censos del siglo XIX

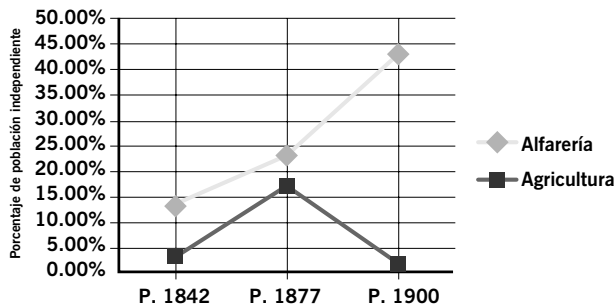
Cuartel	Censo de 1842			Censo de 1877		
	Habitantes	Loceros	% de loceros	Habitantes	Loceros	% de loceros
Primero	689	92	13.3	1 608	356	15.9
Segundo	701	110	15.6	1 576	278	17.6
Tercero	580	56	9.6	1 522	279	18.3
Cuarto	471	69	14.6	1 595	530	33.22
Total	2 441	327	13.3	6 301	1 443	22.9

Fuente: Elaboración propia con base en padrones de 1842 y 1877.

El análisis comparativo de los datos proporcionados por estos padrones nos muestra que hubo un aumento constante de la población dependiente de la alfarería y, a la par, una disminución de la población dedicada exclusivamente a las labores agrícolas (ver tabla 2 y figura 8).

Tabla 2. Comparación de porcentaje de población dedicada a labores de alfarería y agricultura en tres padrones en San Pedro

Padrón	Alfarería	% de la población	Agricultura	% de la población
1842	327	13.3	79	3.2
1877	143	22.9	1 064	16.8
1900	4 167	40	160	1.6

**Figura 8.** Tendencia del porcentaje de personas dependientes económicamente de la agricultura y la alfarería en San Pedro Tlaquepaque en el siglo XIX

Aun con las fuentes que tenemos, es difícil exponer de manera más extensa el porqué y cómo surgieron estos cambios cualitativos y cuantitativos en la producción de los monos en Tlaquepaque durante el siglo XIX.³⁴ Sin embargo, un acercamiento a las condiciones sociales en que surge y se fortalece la práctica contribuirá a explicar este proceso de fortalecimiento de la práctica artesanal; para ello, identificamos tres elementos importantes: la influencia del proyecto cultural liberal, las políticas estatales de fomento a la manufactura, y la demanda y el consumo de la producción ceramista.

La influencia del proyecto cultural liberal

El primer elemento a considerar en el proceso de fortalecimiento de la práctica artesanal es el proyecto cultural liberal mexicano que buscaba la creación de imágenes y alegorías que expresaran la unidad y los valores nacionales (Florescano, 2005).

De acuerdo con Anderson (1997), en el proceso de construcción de los estados liberales, en la definición del nacionalismo por parte de una clase particular, utilizaron artefactos culturales que permitieron la conformación de las naciones en términos de una comunidad políticamente imaginada, la cual tiene cuatro características. La primera es que es imaginada: los miembros en su totalidad nunca se podrán reunir y convivir cara a cara en un mismo espacio y tiempo, pero en cada uno de ellos existe la imagen de su comunión. La segunda es la limitación: si bien las fronteras nacionales son en cierto punto elásticas, también tienen su límite en relación con otras naciones. La tercera corresponde a la idea liberal de soberanía en cuanto a libertad y autodeterminación; y la última, su característica de comunidad “porque, independientemente de la desigualdad y la explotación que en efecto puedan prevalecer en cada caso, la nación se concibe siempre como un compañerismo profundo horizontal” (Anderson, 1997, p. 24).

En el caso de México, se elaboraron una serie de manifestaciones (gráficas y musicales) que se definirían como “símbolos patrios”, cuyos elementos

³⁴ Esto se debe a que nuestra investigación estaba centrada sólo a partir de la segunda mitad del siglo XX, por lo que estos interrogantes podrían ser un objeto de estudio pendiente.

constitutivos representarían una amalgama entre los ideales del proyecto político liberal y la visión del pasado, presente y porvenir del país. Sin embargo, no sólo en los círculos de poder se generaron estos artefactos, sino que también entre algunos artistas, intelectuales y clases populares se crearon una serie de imágenes que representarían la mexicanidad y es aquí donde tuvo un papel importante el arte figurativo de la estampa.

Una vez lograda la independencia, en la primera mitad del siglo XIX, arribaron a México diversos extranjeros (italianos, alemanes, ingleses, estadounidenses y franceses) interesados en las opciones de negocios que podrían establecer. Varios de ellos³⁵ plasmaron en relatos, en la pintura y la litografía escenas costumbristas y paisajes de México (Florescano, 2005, p. 164). En la segunda mitad del siglo XIX, los artistas mexicanos siguieron esta corriente plástica costumbrista desde dos vertientes:

Por una parte continuaron imprimiendo obras dedicadas a recoger el paisaje, los monumentos, las ciudades y la indumentaria, y por otro lado la manía de retratar a los personajes populares se fundió con la compulsión de manifestar su mexicanidad. Es decir, no sólo perduró el hábito de pintar personajes idiosincrásicos, sino que se adoptó la costumbre de presentarlos inmersos en el pasaje considerado típico de México, o acompañarlos con los símbolos que identificaban lo mexicano, como el nopal, los volcanes, la bandera o el baile de jarabe (Florescano, 2005, p. 174).

Entre estos artistas se encuentran los fotógrafos Antonio Cruces y Luis Campa, quienes lograron reunir, en 1885, una colección de “tipos mexicanos”, que consistía en fotografías de personajes urbanos y rurales, como el leñador, el aguador, la china poblana, entre otros, a quienes les diseñaban una ambientación acorde con cada personaje (Barros y Buenrostro, 2003, p. 19).

Sin embargo, esta corriente no sólo se reproducía en los espacios académicos (como la Academia de Bellas Artes de San Carlos), sino en el arte popular, sobre todo en Jalisco, Michoacán, Guanajuato, Durango, Puebla

³⁵ Entre ellos podemos citar los trabajos de Juan Moritz Rugendaz, Carlos Nebel, Frederich Catherwood, Johan Friedrich vom Waldeck, Eduard Pingret, Caludio Linati, Casimiro Castro y William Bullock (Florescano, 2005; Hernández, 1947; Aceves, 1997).

y Veracruz (Moysén, 1960, p. 13); por ejemplo, en la pintura popular se encuentran los múltiples exvotos ofrecidos a las imágenes religiosas por favores recibidos,³⁶ principalmente a las vírgenes de Zapopan, Talpa y San Juan de los Lagos, en Jalisco (González, 2000); también, los murales de escenas típicas en algunas haciendas, como la de Vista Hermosa y La Moreña en La Barca (Moysén, 1960, p. 22), así como la pintura de caballete tanto de retratos de personajes como de escenas campiranas y urbanas. En lo que se refiere a la escultura, las imágenes costumbristas también llamadas “tipos mexicanos” fueron elaboradas en cera en Guanajuato, Michoacán y Puebla y en cerámica en Puebla y, sobre todo, en Jalisco (McMenamin, 1996, pp. 91 y 183).

La construcción del Estado nación con un proyecto liberal propició que el arte figurativo que exalta lo mexicano se desarrollara en instituciones académicas y en las prácticas artesanales populares como las de San Pedro Tlaquepaque. Una evidencia la encontramos en diversas colecciones de bustos y figuras de arcilla tipo mexicano, como las del Museo Regional de Guadalajara, el Museo Nacional de la Cerámica y el Museo Regional de la Cerámica de Tlaquepaque.³⁷

Las políticas estatales de fomento a la manufactura

El segundo elemento a considerar en el contexto social del fortalecimiento de la práctica artesanal en San Pedro Tlaquepaque es el desarrollo económico de la región y las políticas de incentivos fiscales del gobierno de Jalisco.

³⁶ De acuerdo con Giffords (2001), el exvoto mexicano tuvo un mayor auge en la segunda mitad del siglo XIX entre las clases populares, debido a las condiciones sociales y económicas de la época.

³⁷ Faltaría hacer un estudio detallado sobre las representaciones estéticas, técnicas y de contexto social de estas figurillas para darnos más luz sobre los cambios que han tenido en el transcurso del tiempo, sus usos, procesos de elaboración y espacios de comercialización, ya que esta investigación no se centró en un análisis en este sentido; sin embargo, hacemos referencia de este contexto porque en este periodo se comienza a definir este canon que los alfareros actuales aún siguen en algunas de sus obras. Estudios que hacen un acercamiento a este tipo de análisis son los de Álvarez, 1960; McMenamin, 1996; Aceves, 1997; Camacho, 2000; Abascal, 2000 y 2007; y Aaron, 2007.

Después de la guerra de independencia, Guadalajara se consolidó como centro político y comercial del occidente de México. La ciudad resultaba atractiva no solamente para campesinos que migraban a ella, sino también para profesionales y artesanos calificados de entre quince y veintinueve años que buscaban mejores oportunidades laborales y de ascenso social (Becerra, 1997, p. 50).

La *pax* porfiriana y su proyecto de modernización generó en Jalisco las condiciones propicias para la instalación de manufactureras con inversión de la burguesía local, que compraba tecnología de punta y contrataba mano de obra barata (por lo regular inmigrante) para la producción de puros, hilos, conservas alimenticias, cerillos, entre otros (Martínez, 1992a, p. 117; Arias, 1985, p. 79; y Becerra, 1997, p. 64). El gobierno del estado, por su parte, apoyó la industria liberándolos de contribuciones y permitió la libre circulación de mercancías por toda la entidad (Martínez, 1992a, p. 131); con esto, logró superar la crisis que había traído el periodo de guerras de reforma (Martínez, 1992a, p. 117). Los molinos de grano y las fábricas de loza y vidrio fueron las más beneficiadas (Martínez, 1992a, p. 130), las cuales con el tiempo fueron desplazando o captando la producción alfarera local de manera paulatina.

El aumento de las manufactureras, junto con los problemas de propiedad y tenencia que tenían los trabajadores agrícolas de Jalisco, propició que muchos peones de campo se dirigieran a Guadalajara en búsqueda de nuevas oportunidades de trabajo, principalmente en las artesanías, manufactureras o en el comercio (Riojas, 2003, p. 176).

Vale la pena destacar que gran parte de las actividades industriales económicas del estado se relacionaban con la producción artesanal: “Resaltaba el lugar ocupado por los tejedores, zapateros, obreros, de establecimientos industriales, carpinteros y alfareros cuya participación fue muy equilibrada, este conjunto sumó más de 46% de las principales manufactureras de la entidad” (Riojas, 2003, p. 176); por ejemplo, en el cantón de Guadalajara (al que pertenecía San Pedro Tlaquepaque), en 1895, había 20 959 personas cuya ocupación laboral estaba relacionada con la manufactura, de las cuales 2 543 eran alfareros, esto es, a finales del siglo XIX, 12% de la población del cantón de Guadalajara se dedicaba a la alfarería (Riojas, 2003, p. 81).

La demanda y el consumo de la producción ceramista

El tercer elemento a considerar en el fortalecimiento de la práctica artesanal es la demanda de los objetos cerámicos, sobre todo de Tonalá y Tlaquepaque. La producción artesanal de la región tenía como mercado la ciudad de Guadalajara, la cual demandaba tanto productos utilitarios para la vida cotidiana como productos decorativos, dado el crecimiento demográfico constante registrado durante el porfiriato. A finales del siglo XIX, el número de habitantes creció 83%, de los cuales 93% lo constituían jóvenes inmigrantes (Becerra, 1997, p. 36).

La construcción de la red ferroviaria facilitó el traslado de mercancías y también de “turistas” con fines recreativos³⁸ y de empresarios que llegaban a la ciudad con el propósito de concertar transacciones comerciales con empresarios locales,³⁹ lo cual fortaleció los medios para la exportación de la producción artesanal a otras ciudades del país y del extranjero, actividad que ya se venía realizando desde finales del siglo XVIII y principios del XIX.⁴⁰

A finales del siglo XIX, San Pedro Tlaquepaque era una villa cercana a la capital del estado, muy visitada por la burguesía tapatía, tanto para recorridos dominicales como estancias de verano. Algunas de las familias acaudaladas de Guadalajara tenían grandes casas de veraneo, con huertas y varias habitaciones. En ellas se hacían reuniones y fiestas. La visión de Philip Terry, un turista de la época, era la siguiente:

³⁸ Diversos viajeros de esa época dejaron testimonio de la importancia en la región de la comercialización de los productos artesanales de Tonalá y Tlaquepaque (véase Muriá, 1992; Gibbon, 1967; Iguíniz, 1959; y Álvarez, 1979).

³⁹ De hecho, a partir de 1882 entró en función la ruta de tranvías Guadalajara-San Pedro con capital de empresarios mexicanos, franceses, españoles y alemanes que estaban interesados en unir la capital del estado con la villa alfarera (Valerio, 2002, p. 134).

⁴⁰ Antes de la llegada de la vía ferroviaria, la transportación de mercancías se realizaba a través de un sistema de arrieros que cubrían diversas rutas hacia el norte, el Pacífico y el puerto de Veracruz, vía el Bajío y la ciudad de México. Al ser la cerámica un producto frágil, gran parte de la carga se dañaba, por lo que el ferrocarril garantizó una gran movilidad de la mercancía, y también la seguridad de llegar completa a su destino.

... Durante el verano San Pedro está lleno de gente feliz en vacaciones. A través de las puertas abiertas de las casas uno vislumbra patios relucientes, fuentes tintineantes, árboles repletos de granadas maduras, y abundancia de flores tropicales. Meriendas al aire libre, fiestas, bailes y serenatas están a la orden del día, y la pomposa y rígida etiqueta de Guadalajara se deja atrás (citado en Muriá, 1992, p. 344).

Del mismo modo, Adalberto de Cardona dejó evidencia de la dinámica social en San Pedro como centro turístico de la época:

... La pintoresca villa de San Pedro, es elegida por las familias acomodadas de Guadalajara, para su recreo durante la temporada de aguas comenzando a fines de junio y terminando a mediados de octubre. Durante ese tiempo, la Villa se vuelve toda animación: los días de campo, los bailes, las tertulias y serenatas se suceden unas a otras, las relaciones entre familias se estrechan y no pocos matrimonios se conciertan durante aquel corto pero encantados en este periodo del año (citado en Iguíniz, 1959, p. 54).

San Pedro se fue constituyendo, a finales del siglo XIX, como un enclave turístico en el que los paseantes demandaban y consumían objetos decorativos, como tibores, figurillas de arcilla y retratos en barro que producían los talleres familiares durante el verano.

Esta producción ceramista poco a poco fue encontrando mercados más allá de la región, lo cual creó las condiciones para que, a finales del siglo XIX y principios del XX, se instalaran en San Pedro Tlaquepaque algunos talleres artesanales manufactureros, los que influyeron en el fortalecimiento de la práctica artesanal y, en general, de la organización para la producción y comercialización de objetos artesanales en la localidad. Un par de ejemplos son las “alfarerías” de las familias Ruiz Velasco y Farías.

Prudencio Ruiz Velasco aparecía empadronado en 1877 como comerciante;⁴¹ su taller se ubicaba frente al ahora Parián, a un costado de la Presidencia municipal. Uno de los relatos más significativos es el de Gibbon, ya que este personaje llegó a su taller en 1893 y escribió detalles sobre las obras que en él se elaboraban:

⁴¹ Tercer cuartel, núm. 18 en Padrón general de los habitantes de la municipalidad de San Pedro...

... en busca de la bien reputada alfarería de Salvador Ruiz Velasco. [...] llegamos a una modesta casa, frente al parían, habitación y taller almacén del mencionado alfarero,⁴² tan modesto, como inteligente en su arte. Ya en México había visto varios trabajos de su mano; había admirado en ellos, la expresión sorprendente de las figuras, el tratamiento bien comprendido del ropaje, la postura natural en todas ellas [...]; [Los trabajos de Ruiz Velasco] no sólo han alcanzado premios en la Exposición de Guadalajara de 1888, sino en el gran Certamen Internacional de París en 1890, en donde obtuvo dos medallas de bronce... (Iguíniz, 1959, p. 81).

Hay que comentar que en esa exposición de París no sólo participó Ruiz Velasco, sino también Heraclio Farías y otros alfareros más, entre ellos Pantaleón Panduro (Rodríguez, 2003).

Por su parte, Heraclio Farías era un empresario tapatío con una gran visión para los negocios. En 1877, estableció en Guadalajara la tabaquería “La Concha”, cuyos productos fueron de gran aceptación en la capital jalisciense e incluso, más adelante, instaló el primer teléfono en Jalisco, que iba desde su fábrica hasta su despacho (Gallo, 1986, p. 81). En 1886, comenzó con su alfarería en Tlaquepaque, situada en la esquina de Francisco I. Madero e Independencia. En 1889, viajó a la exposición de París, donde

asimiló las tendencias artísticas en boga, e incluso, otras tecnologías, al punto que inventó, entre otras cosas, nuevas fórmulas para tintes y procesos especiales para cerámica. Mismos que a su regreso de Europa, después de una estancia de cinco años, estableció una industria de alfarería en San Pedro Tlaquepaque en donde empezó a ensayar y a aplicar tales procesos, aunque sabemos que tuvo otra en esta ciudad (López, 1993, p. 29).

Gibbon brinda un relato sobre su visita al taller de Heraclio Farías:

En mi visita al taller del Sr. Farías, noté con sumo gusto mucho adelanto en varios ramos de su industria cerámica, y hablé con él sobre la importancia de dar a su ma-

⁴² Gibbon lo llama alfarero, pero en el padrón se registra como comerciante, ya que sólo paga mano de obra para la producción de cerámica. Una situación similar se puede observar actualmente en los talleres manufactureros, en los cuales diversas personas se encargan del proceso de producción (diseño, modelado, decorado y horneado) y el dueño del taller las firma como propias.

nufactura un sello inequívoco de arte nacional, que pudiera tener la apreciación que ya va teniendo en los Estados Unidos y en Europa la industria alfarera jalisciense. En corroboración de semejante aserto, diré que en Chicago (no a mucho), un americano, hizo un pequeño capital con diversos objetos de terracota importados de Guadalajara. Y que yo he visto en Londres exhibirse en un establecimiento de la bellísima Calle del Regente, algunos trabajos de los humildes alfareros de San Pedro, que se han vendido todos a las 24 horas de haber sido expuestos a la pública expectación (1967, p. 66).

En esta alfarería se producía una gran variedad de piezas que van desde bustos y figurillas de arcilla (Gibbon, 1967, p. 32) hasta tibores chinos y mace-tones (Gibbon, 1967, p. 224) que se exportaban a todo el país y al extranjero, principalmente a la ciudad de México, Veracruz, Tampico y El Paso, Texas (López, 1993, p. 31).

Capítulo 3

Conformación del campo artesanal de San Pedro Tlaquepaque

En el capítulo anterior, describimos cómo surgió y se consolidó la alfarería en San Pedro Tlaquepaque, la cual, a inicios del siglo XX, era alternada con la agricultura. El establecimiento de talleres manufactureros y el crecimiento de tiendas dedicadas a la venta y consolidación de San Pedro como centro turístico generaron una mayor producción y comercialización de productos artesanales. Estos talleres, que localmente eran llamados “alfarerías”, introdujeron nuevas técnicas de elaboración y ayudaron a crear las condiciones para la expansión de esta práctica.

A la par del crecimiento del comercio y la producción artesanal en San Pedro, en Guadalajara y sus pueblos aledaños (Tlaquepaque, Tonalá y Zapopan) se fue dando un proceso de industrialización que los convirtió en un polo de atracción económico, lo que trajo consigo un aumento de su población y del espacio urbano, que provocó el cambio de uso de suelo; esto facilitó la desaparición de las tierras de San Pedro dedicadas a la siembra y también de los espacios de extracción de materias primas.

El reparto agrario fue muy precario: de los 297 individuos aptos para recibir tierras, sólo 93 recibieron 754 hectáreas, que constituyeron el ejido Tlaquepaque hasta 1956, año en que éste desapareció y los ejidatarios cambiaron sus tierras por lotes urbanos (Carlos, 1994, p. 153). De esta manera, la actividad económica tlaquepaquense se transformó y, a mediados del siglo XX, las principales ocupaciones fueron la producción y comercialización ar-

tesanal y el trabajo de obrero en las industrias que recientemente se habían establecido en la región.

Aunado a ello, durante la primera mitad del siglo XX el Estado mexicano implementó una política cultural que fomentaba la patrimonialización de los objetos artesanales, lo cual favoreció su valoración simbólica y económica y el fortalecimiento de los mercados regionales y del nacional.

En este capítulo, analizamos estas condiciones sociales del artesanado y su relación con la expansión y reproducción de la práctica artesanal y el inicio del establecimiento de las relaciones de intermediación entre los diferentes agentes del campo.

PATRIMONIALIZACIÓN DE LOS OBJETOS Y LAS PRÁCTICAS ARTESANALES

Consumado el movimiento armado revolucionario de 1910, los grupos políticos que llegaron al poder fueron instituyendo instrumentos de control político mediante la implantación de una ideología que permitiera una integración social en términos de la definición de una “cultura nacional” como símbolo de la identidad mexicana (Novelo, 1976).

Los intelectuales mexicanos de principios del siglo XX

... proponían la integración de los conceptos estéticos de diversos grupos sociales al arte nacional como parte de un proyecto más global de integración política y social del país. Su intención fue forjar una nueva unidad política y cultural en el contexto del caudillismo regional, pluralismo cultural y desigualdad económica que emerge de la lucha armada, y en este programa de manipulación de los intereses e imagen de las clases populares [estas] tenían un papel determinante (Cordero, 1992, p. 239).

Se fue forjando un nacionalismo que se centraba en las manifestaciones culturales de las clases populares, las cuales se consideraban herederas de un pasado indígena glorioso, “ganadoras” de una lucha armada que buscaba la justicia social. En el ámbito nacional, se implementaron y coexistieron, en la primera mitad del siglo XX, dos paradigmas de políticas culturales: el estatismo populista y el tradicionalismo patrimonialista. En el primer caso, el Estado apareció “como el lugar en que se condensaron los valores nacionales, el orden que reúne las par-

tes de la sociedad y regula sus conflictos” (García, 1987, p. 35), de tal manera que se concebía la cultura nacional como una de preservación del Estado:

Lo nacional reside en el Estado y no en el pueblo, porque este es aludido como destinatario de la acción del gobierno, convocado a adherirse a ella, pero no reconocido efectivamente como fuente y justificación de esos actos al punto de someterlos a su libre aprobación o rectificación. Por el contrario, se exige a las iniciativas populares que se subordinen a “los intereses de la nación” (fijados por el Estado) y se descalifican los intentos de organización independiente de las masas. También suele recurrirse al origen étnico o al orgullo histórico para reforzar la afirmación nacional, por lo cual esta corriente prolonga en parte la anterior; pero el ejercicio y el control de la identidad nacional no se derivan mecánicamente del pasado sino de la cohesión presente tal como el Estado la representa (García, 1987, p. 35).

Por otro lado, aunque no por ello excluyente, la política cultural tradicional patrimonialista suponía que la nación era “un conjunto de individuos unidos por lazos naturales –el espacio geográfico, la raza– e irracionales –el amor a una misma tierra, la religión–, sin tomar en cuenta las diferencias sociales entre los miembros de cada nación” (García, 1987, p. 31). Desde esta posición, la “cultura nacional” estaba conformada por elementos “típicamente mexicanos”. En general, eran manifestaciones de comunidades agrícolas con raíces indígenas y, sobre todo, mestizas; el mestizaje era visto como un hilo conductor hacia la “verdadera mexicanidad ya que integraba diversos elementos culturales étnicos y que además eran invariables, inamovibles y estratificados” (Azuela, 2005, p. 74).

Este paradigma de política cultural privilegiaba la patrimonialización de la cultura, que pretendía “perpetuar la transmisión de una particularidad, de una especificidad considerada propia, identificadora, y permite por tanto a un colectivo determinado seguir viéndose por un lado idéntico a sí mismo y por el otro diferenciable de otros, a pesar de todas las transformaciones que puedan producirse en la colectividad” (Espeitx, 2004, p. 3).

El Estado define el patrimonio a partir de elementos preexistentes, seleccionados con base en determinados criterios y razones (Espeitx, 2004, p. 3) que responden a los siguientes factores:

- Cada época rescata el pasado y selecciona, dentro de éste, ciertos bienes y testimonios que identifica con su noción de patrimonio e identidad cultural del presente con el pasado.
- En general, la selección de los bienes y testimonios culturales es realizada por los grupos dominantes y, por lo regular, relacionada con la construcción del Estado nación.
- El Estado nación especifica su patrimonio cultural en oposición a un patrimonio universal.
- Al construirse socialmente a partir de contraposiciones, su uso también está determinado por las diferencias sociales de cada sociedad (Florescano, 2004, pp. 15-18).

La posición patrimonialista de los gobiernos posrevolucionarios fue fundamental para visualizar los objetos artesanales como depositarios y generadores de identidad nacional y, por lo tanto, sujetos a acciones gubernamentales que exaltaran y protegieran los valores culturales de los productos artesanales populares (Novelo, 1976).

En este contexto se comenzó a generalizar en México el término de “arte popular”, utilizado tanto por artistas de vanguardia como antropólogos europeos de la época (Azuela, 2005, p. 91). Desde una visión romántica folclorista, el arte popular fue considerado como una manifestación colectiva auténtica del pueblo cuya genialidad artística era nata y se fortalecía con procesos de endoculturación, razón por la cual eran expresiones únicas y particulares del país que, en sí mismas, marcaban diferencias con otras naciones. En este sentido, al ser las artes populares una herencia cultural, se convirtieron en patrimonio cultural de toda la nación.

Se pensaba que “el arte popular está a punto de extinción” (Dr. Atl, 1921) por la creciente industrialización del mundo; por ello, era función del Estado documentar, promover, difundir y preservar estos objetos y prácticas artesanales, pero también se consideró como un compromiso por parte de algunos grupos de artistas e intelectuales académicos (Martínez, 1988). Los primeros estudios de “artes e industrias populares” de esta época se realizaron en el Departamento de Arqueología, Historia y Etnografía de la Secretaría de Educación Pública, que tomó como objeto

de estudio la producción artesanal de Michoacán y Puebla (Florescano, 2005, p. 316).

La investigación se extendió a otros estados de la república donde se documentó y recolectaron objetos artesanales de diversa índole para ser publicados en libros, como el de Gerardo Murillo (1921) y Frances Toor (1939); en revistas, como las de *Mexican Folk Ways* y *Nuestro México* (Novelo, 1976, p. 35); o bien, en exposiciones en la ciudad de México, en 1921; en Los Ángeles, en 1922; en el Centro de las Artes de Nueva York, en 1928; en el Museo Metropolitano de Arte de Nueva York, en 1930 (la cual fue itinerante en otras trece ciudades de Estados Unidos); y en el Museo de Arte Moderno de Nueva York, en 1940 (McMenamin, 1996, p. 11).

En ese proceso de “estudiar y promover” al arte popular se dio una mutua apropiación de elementos entre los artistas populares y los académicos. Se tienen registradas las constantes visitas de Diego Rivera, José Clemente Orozco y el Dr. Atl a Tonalá, quienes “deseaban aprender los motivos y las técnicas decorativas empleadas por la alfarería, pero al mismo tiempo buscaban persuadir a éstos de que emplearan las grecas⁴³ y otros símbolos aztecas tan difundidos por el Estado en aquellos momentos, en la pretendida búsqueda de la identidad nacional” (Romo, 1990, p. 34).

También Vasconcelos, convencido de que la educación y el arte eran factores determinantes en el desarrollo del pensamiento, en 1922 fomentó la pintura de mural en la que se resaltaban las cualidades y funciones de los líderes intelectuales utilizando motivos inspirados en el arte popular; esto, con el fin de educar la sensibilidad de las mayorías valiéndose de las manifestaciones artísticas que les eran familiares (Azuela, 2005, p. 61).

Esta política cultural, al definir las expresiones culturales populares como la esencia de la cultura e identidad mexicana, permitió la valoración simbólica de los objetos artesanales, y también su participación constante en los mercados regionales y nacionales. En el orden nacional se dio una “explosión nacionalista que ocurrió a lo largo del país. Canciones y bailes

⁴³ Entre ellas destaca la técnica utilizada en el petatillo de Tonalá, el cual se deriva del “... Sistema Best de dibujo, adoptado en las escuelas [de arte] públicas del Distrito Federal por el año 1922 bajo el nombre genérico de dibujo mexicano” (López, 1990, p. 21).

mexicanos se pusieron de moda, y en cada casa había piezas de arte popular, un guaje de Olinalá o una vasija de Tonalá (Cosío, en Aaron, 2007, p. 16). En tanto que en el ámbito internacional se fueron abriendo tiendas que importaban y comercializaban grandes cantidades de productos artesanales mexicanos, principalmente en algunas ciudades de Estados Unidos, como Nueva York, Pittsburgh, Chicago, San Antonio y El Paso (McMenamin, 1996; Aaron, 2007). De igual forma, los turistas estadounidenses comenzaron a frecuentar las comunidades productoras de objetos artesanales, "... algunos turistas creían que la industrialización estadounidense pronto se extendería allende la frontera, y que era momento de escapar a unas vacaciones exóticas. Deseaban adquirir a precio de ganga objetos hechos a mano en un lugar extraño por personas vestidas justo como aparecían en los folletos turísticos" (Aaron, 2007, pp. 16-17).

La participación de los productos artesanales tlaquepaquenses en esos mercados nacionales e internacionales se dio, en su mayoría, a través de talleres manufactureros que, con el paso del tiempo, fueron configurando las formas de producir y comercializar los productos artesanales en San Pedro Tlaquepaque. A continuación, expondremos cómo eran esos talleres y por qué fueron importantes en el proceso de expansión de la práctica artesanal.

ESTABLECIMIENTO DE TALLERES MANUFACTUREROS EN SAN PEDRO

Terminado el movimiento armado de 1910, en un ambiente posrevolucionario, nuevos grupos de poder se fueron reconfigurando política y económicamente. Debido a la inestabilidad durante la etapa del movimiento armado, diversas familias tapatías optaron por salir de la ciudad y dejar en abandono sus casas de campo que tenían en Tlaquepaque. Algunos años después, Gerónimo Sahagún, comerciante que vendía tabaco y alquilaba mesas de billar,⁴⁴ llegó a la Presidencia de Tlaquepaque⁴⁵ y facilitó la instalación de talleres manufactureros o tiendas de productos artesanales en las casas abandonadas cuya ubicación y extensión facilitaban la producción y comercialización artesanal.

⁴⁴ Libro mayor de ingresos de la Tesorería Municipal de Tlaquepaque 1918-1919. Archivo Histórico Municipal de Tlaquepaque, p. 29.

⁴⁵ Estuvo en la Presidencia en cinco ocasiones: 1914, 1921, 1930, 1933 y 1953.

Entre las décadas de los veinte y los cincuenta, San Pedro se convirtió en un centro de producción y comercialización artesanal atractivo para inversionistas. Esto se debió en gran parte a la demanda de productos artesanales que tenían los intermediarios locales, nacionales e internacionales, los cuales buscaban mayores cantidades, mejor calidad y precios bajos. En ese entonces, las alfarerías de los Farías y Ruiz Velasco desaparecieron, pero se instalaron otros talleres capitalistas financiados por algunos comerciantes de cerámica; un ejemplo de ello es el de la familia Aldana.

Los miembros de la familia Aldana eran arrieros que comercializaban cerámica de Guanajuato, Oaxaca, Puebla y Jalisco; tenían un local en el mercado de San Juan de Dios en Guadalajara. Cuando se incendió el mercado, el gobierno, al igual que a los demás comerciantes, les dio a elegir entre una indemnización económica o la reconstrucción de su local; optaron por el dinero y con ese capital, y las facilidades otorgadas por Sahagún, instalaron en San Pedro una tienda que le compraba a los talleres familiares su producción. Con el tiempo, consideraron establecer su propio taller manufacturero y contratar mano de obra especializada.

Otro caso es el de los hermanos Lazcano, también arrieros, quienes, con la indemnización del mercado de San Juan de Dios, establecieron su tienda en San Pedro; uno se dedicó a la comercialización de cerámica entre Guanajuato y Jalisco, y otro, a la comercialización de materia prima en ambos estados (que después se extendió a todo el occidente de México).

Otros talleres fueron los de Josefina Arias de Pedretti, viuda de Humberto Pedretti⁴⁶ (McMenamin, 1996, p. 16), uno de los escultores italianos que trabajaron con Heraclio Farías. Esta alfarería estuvo abierta entre las décadas veinte y cincuenta. También surgieron comercios que no tenían espacios de producción y sólo servían de intermediarios entre los artesanos y los consumidores, principalmente visitantes de San Pedro, tanto nacionales como

⁴⁶ Humberto Pedretti (1879-1937) fue un escultor italiano que, en 1902, llegó a trabajar a la alfarería de Heraclio Farías como director artístico (López, 1993, p. 29). Vivió en Guadalajara de 1902 a 1919 (Muriá, 1995); trabajó en Estados Unidos durante quince años y regresó a Guadalajara en 1935; contrajo nupcias en dos ocasiones con mujeres tapatías, entre ellas Josefina Arias (Martínez, 1992b, p. 57).

extranjeros; en esta categoría podemos citar las tiendas de Pedro Montero y Esteban Arias (hermano de Josefina Arias).

Entre los años treinta y cuarenta, se crearon más talleres manufactureros, como el de José Palacios Norman, con su alfarería Arte Tonalteca, así como las alfarerías Zavala (de Lauro Zavala), José Beltrán, María J. Origel, México Típico (de los hermanos Valdivia), Alfarería Artística (del matrimonio Sahagún, que compró los moldes de la fábrica de Heraclio Farías), Alfarería Xóchitl (de Óscar Álvarez), Alfarería Rodríguez (de Salvador Rodríguez), Arte Indio (de Roberto Palacios Norman, quien compró la tienda de Josefina Arias), entre otros.

Estos talleres, llamados en aquel entonces alfarerías, eran unidades de producción que, a la vez, representaban un punto de venta directa a los compradores, ya sea turistas o intermediarios que vendían a otras tiendas del país o del extranjero. El dueño del taller era el responsable de la inversión económica para el pago de renta o compra del local, compra de materias primas y, por supuesto, mano de obra calificada. El proceso de elaboración de las piezas regularmente era fraccionado, esto es, algunos artesanos se dedicaban a una o varias partes del proceso: preparación de materias primas, forja, horneado y decorado. En algunos casos, cada trabajador se encargaba casi de todo el proceso (excepto la preparación de materias primas).

La mano de obra la constituían alfareros; la mayoría de ellos conformada por hijos de alfareros que ya dominaban el oficio. Estos artesanos eran de San Pedro Tlaquepaque y de otras comunidades de la región, como Tonalá y Zalatitán. Esto se debe a que la producción y comercialización de estos talleres ocasionaron una baja en la venta de cerámica en Tonalá, por lo que muchos alfareros tuvieron que integrarse al modelo impuesto por los intermediarios de Tlaquepaque (Aceves, 2007, p. 24).

De acuerdo con José María García (en Páez, 2007, p. 34), el taller de Josefina Arias fue de los primeros en importar artesanos de Tonalá, en 1923. Muchos de ellos iban y volvían; otros más se quedaban por temporadas, y otros, como la familia Lucano, decidieron establecerse definitivamente en San Pedro, ya que ofrecía mejores condiciones para la venta de sus productos (Aceves, 2007; Cuevas, 2006). Estaban ubicados en la cabecera municipal de Tlaquepaque, por lo general en casonas (que se utilizaban como casas de

verano); contaban con espacios dedicados a la producción (forjado, quema y decorado), los cuales eran el patio y algunos pasillos; además, había áreas de exhibición y venta. Los compradores tenían acceso a estos sitios, y podían observar el proceso de elaboración, además de tocar y comprar los productos finales.

Cada una de estas alfarerías contaba con promotores que llevaban a los turistas hasta el establecimiento a cambio de una comisión. A estos personajes se les conocía como “tarjeteros”, y se podían distinguir por su uniforme: cachucha, camisa blanca, pantalón y una corbata del color que identificaba el taller en el que trabajaba (García en Páez, 2007, p. 34).

Otra vía de difusión eran los medios impresos, como periódicos, revistas o guías para turistas. Las figuras mostradas a continuación son parte de una “guía de turismo y negocios” de inicios del siglo XIX.

Estos talleres artesanales manufactureros, fundados con capital tapatío a principios del siglo XX, fueron muy importantes en la configuración de la producción y comercialización artesanal en San Pedro Tlaquepaque, en virtud de que implementaron nueva tecnología, contribuyeron a consolidar la mano de obra calificada y delinearon un modelo de producción-comercialización que favoreció las relaciones de intermediación.



Figura 9. Promocionales de las alfarerías. Tomado de Rojas, 1945.



Figura 10. Promocionales de la alfarería México Típico. Tomado de Rojas, 1945.

La implementación de nueva tecnología

Los talleres artesanales manufactureros introdujeron nuevas tecnologías y materiales que contribuyeron a la modificación de los procesos de elaboración (para tener una mayor producción) y en los objetos artesanales mismos (para contar con más diseños).

Gerardo Murillo (Dr. Atl) criticó los cambios en la producción de tipos mexicanos en Santa Cruz y en San Pedro debido a estas alfarerías:

La influencia de los muñecos de porcelana extranjeros y la cursilería de los monopolizadores del comercio de la alfarería han convertido este ramo del Arte Popular en una desviación híbrida del buen gusto indígena [...] Antiguamente los muñecos que se fabricaban en San Pedro y en Santa Cruz eran más mexicanos, más sobrios, y tenían mucho más carácter que los actuales (1921, p. 89).

Ixca Farías documentó la influencia de Heraclio Farías en la modificación de técnicas en la producción artesanal:

El trabajo de nuestros alfareros, antes de usar el torno de pié, como ahora lo usan, y que fue introducido por el señor H. Farías, por 1887, era de lo más rudimentario. Por ejemplo, colaban sobre una piedra a determinada altura, un pedazo de barro ya preparado; tenían una cazuela con agua, un pedazo de cuero curtido como de 20 centímetros por lado y una hoja-lata en forma cuadrilonga de 5x15 centímetros más o menos, humedecían el barro y la piel y girando ellos hacia atrás en rededor de la piedra y siempre con el cuero en la mano, daba la forma a sus piezas, ya fuera una maceta, un botellón, una cazuela, etc. (Farías, 1938, p. 6).

Acerca del cambio en la forma de pulverizar el barro, “... se usa el llamado barro blanco que es un sílice compacto e insoluble que se muele con grandes mazos de madera golpeándolo; ya que actualmente se usan molinos” (Farías, 1938, p. 7).

La introducción de nuevas materias primas y tecnología se debe a la necesidad de una mayor producción y de diseños que respondieran a las demandas del mercado (Cuevas, 2006; Aaron, 2007). Así, se comenzaron a elaborar dos

tipos de productos: “los de lujo” y “los comerciales”. El primer tipo eran piezas policromadas en frío (como monos) o engretadas (como floreros, platos o vasijas) que requerían un trabajo más detallado; estaba dirigido al mercado extranjero y a coleccionistas. En cambio, los productos “comerciales” eran platos con motivos de gallinas y guajolotes, saleros y pimenteros en forma de gallos, cactus, indios dormidos, así como ceniceros y recipientes para palillos con motivos de tehuanas y burros (Aaron, 2007, p. 17). En los dos casos, los talleres manufactureros introdujeron nuevos elementos estéticos:

Las indicaciones de Ixca [Fariás] hacían que las piezas se vieran bien, aunque los fondos no estuvieran completamente llenos. El decía: “conviene que pinten primero un burro aquí, un maguey allá”; luego, como veía que quedaban muchos claros, les decía a los artesanos: “ponle unos tres puntitos juntos aquí, y otros allá, para rellenar”. A esos tres puntitos los artesanos le comenzaron a llamar granillo, que es diferente que al punteado, que son muy juntos colocados al azar para llenar la superficie. El mismo Ixca les decía: “píntale unos zopilotitos”, porque así le decían ellos al trazo que simula un ave colando en el cielo (García, en Páez, 2007, p. 34).

Contribución a la mano de obra calificada

Estos talleres permitieron consolidar la reproducción de la mano de obra calificada. Gran parte de los artesanos inician su enseñanza del oficio en el taller familiar como ayudantes de su padre o madre. Su proceso de aprendizaje se da con la repetición de las técnicas utilizadas por los padres. Una vez que las dominan, algunos jóvenes artesanos se van a trabajar a los talleres manufactureros, en los que reciben un pago por su trabajo.

Ya como trabajadores, aprenden nuevas técnicas de elaboración o a perfeccionar las aprendidas en el seno familiar. Luego, una vez que dominan esta nueva habilidad, los artesanos instalan su propio taller individual o familiar, según sea la situación personal. Esta dinámica, efectuada desde inicios del siglo XX, ha permitido una reproducción de la práctica artesanal en el artesariado de Tlaquepaque. Un ejemplo es el monero Ildefonso Goche, cuyo abuelo se dedicaba a elaborar macetones en el taller de Heraclio Fariás; sin embargo, su tío y su padre trabajaron con un italiano llamado Gorge:

... le explicaba yo de ese señor del italiano Giorge, era solo [vivía solo], una persona sola, mi papá fue con él a trabajar a enseñarse, pero ya sabía mucho con un tal Miguel Zúñiga era una eminencia en hacer sus figuras de artesanía, [elaboraba] retratos de Maximiliano y Carlota y luego [hacía retratos de] don Porfirio Díaz a Juárez, un retrato de los de aquí ni que esperanzas que se parezcan a los de Miguel Zúñiga, y mi padre ya fue con él y lo aceptó: “Sí esto está muy bien” y era sordomudo ese señor y además diestro, entonces todo lo que hacía mi padre de plano lo aceptaba y era su maestro, pero primero fue ese tal Giorge...⁴⁷

La pintura de aceite que traigo yo, se enseñó mi tío Saturnino en Guadalajara con unos señores italianos en la calle Maestranza, era un paradero de tranvías y ahí en la otra cuadra existe una cantina muy grande, parece que se llama “Los Panchos”, y ahí mi tío iba a tomar. [...] ahí hizo amistad con unos italianos y le dijeron que se viniera [a Guadalajara] para que aprendiera a pintar con [pintura] de aceite [...] ya mi tío Saturnino pintaba [con pintura de aceite] y ya todo el pueblo empezaba a echar [pintura de] aceite, de eso ya hace muchísimos años, yo todavía aún no nacía.⁴⁸

En el relato de Eduardo Gibbon, de 1893, se advierte su admiración por un modelista en el taller de Ruiz Velasco; podríamos pensar que se trataba de Miguel Zúñiga:

Deseoso de otorgar todos mis plácemes y alabanzas al indígena artista, me encontré con que era sordomudo, y en fuerza de ademanes, por fin me comprendió, mostrando su gratitud con señas y risas. ¡Pobre hombre! La naturaleza le negó el habla y el oído; pero en cambio le dio inteligencia, ese don preciosísimo con que se eleva el hombre, y se forma la civilización (Gibbon, 1967, p. 81).

También un directorio de 1907 lo menciona como vecino de la calle Florida número 20, dedicado a la alfarería y al modelaje en barro (Carlos, 1994, p. 24). Así pues, entre las familias de artesanos tlaquepaquenses se da la trans-

⁴⁷ Entrevista a Ildefonso Goche Muñoz, 8 de marzo de 2003.

⁴⁸ Entrevista a Ildefonso Goche Muñoz, 2 de septiembre de 2003. Goche nació en 1930.

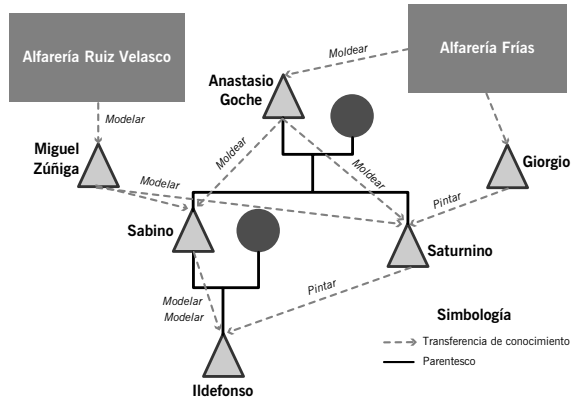


Figura 11. Transmisión de la técnica en tres generaciones de artesanos

misión del oficio, el cual es enriquecido por las experiencias de algunos de sus miembros en los talleres manufactureros. En el caso de la familia Goche fue así: Anastasio Goche trabajó en el taller de Heraclio Farías; después, puso su propio taller y enseñó el oficio a sus hijos Sabino y Saturnino, quienes en su juventud aprendieron a modelar con Miguel Zúñiga, que había trabajado en el taller de los Ruiz Velasco.

Saturnino se enseñó a decorar con pintura de aceite con Giorge, que trabajó con Heraclio Farías. Sabino tuvo varios hijos, entre ellos Ildelfonso, quien aprendió la técnica de forjado por modelaje de su padre y la de decorado con pintura de aceite poscocción con su tío Saturnino. En la figura 11 mostramos las vías en que se va transmitiendo el conocimiento de las técnicas en el caso descrito. Ello nos da evidencias de la importancia de estos talleres en la expansión y conocimiento de las técnicas que han permitido la reproducción de la mano de obra calificada de los artesanos de Tlaquepaque.

Establecimiento de un modelo de producción-comercialización

Este modelo consistía en la explotación de la mano de obra y el trabajo intelectual de los alfareros por parte de los dueños de los talleres manufactureros, así como de la monopolización de la venta de objetos artesanales en la localidad y la intermediación comercial para la distribución de productos en el país y el

extranjero. En cuanto a la producción, estas alfarerías obtenían las mercancías a través de seis formas (en algunos casos no son excluyentes):

- Tenían su propio taller. Traían materias primas y tecnología de otros lugares y enseñaban a los alfareros a utilizarlas. El pago era por tiempo trabajado.
- Contrataban a alfareros y les proporcionaban materias primas locales, moldes y un espacio para laborar. El pago era a destajo.
- Contrataban a alfareros especializados y les proporcionaban materias primas locales, herramientas, y un espacio para laborar. Los modelos eran propios del artesano. El pago era a destajo.
- Hacían tratos con talleres familiares sobre un tipo y número determinado de mercancías; daban un adelanto regularmente de cincuenta por ciento y establecían un calendario de entrega. El pago era por la cantidad de productos (con un descuento de alrededor de cuarenta por ciento por “comprar a mayoreo”).
- Algunos dueños de talleres acordaban “tratos especiales” con alfareros y hacían un intercambio de “bienes por producto”; por ejemplo, les daban una casa o materia prima y a cambio los artesanos estaban obligados a entregar semanal o quincenalmente una cantidad de “monos” durante un tiempo ya pactado.
- Los alfareros llegaban a las tiendas a ofrecerles su producción y el dueño podía pagar por ella en ese momento, o bien, se dejaba a consignación.

En cuanto a la comercialización de los productos, en las “alfarerías” se daban las siguientes prácticas:

- Venta directa en la tienda al consumidor final, quien se llevaba la mercancía en ese momento.
- Venta directa en la tienda a un consumidor foráneo, cuya mercancía sería entregada vía paquetería hasta su lugar de origen.⁴⁹

⁴⁹ Varios artesanos han comentado que esta práctica era muy conflictiva en algunas ocasiones, ya que el comerciante vendía hasta tres o cuatro veces las mismas piezas, por lo que tenía que “mandarla a hacer” nuevamente con los

- Venta vía catálogo a otros comerciantes en otras ciudades nacionales y extranjeras.
- Establecimiento de “sucursales” en otras ciudades del país, principalmente en la frontera norte, donde se vendía en forma directa al consumidor final.

Estas artesanías, a inicios del siglo XX, fueron marcando la pauta de la producción y comercialización de los productos artesanales en San Pedro Tlaquepaque; la venta directa entre los talleres artesanales familiares y el consumidor final muy pocas veces se llevaba a cabo.⁵⁰

Caso de la familia Núñez Panduro

Para poder observar etnográficamente cómo el establecimiento de los talleres manufactureros influyó en la configuración del citado modelo de producción-comercialización, revisaremos el caso de la familia Núñez Panduro, cuyo taller familiar, como muchos de San Pedro de esa época, mantenía una gran dependencia de los talleres manufactureros y las tiendas que comercializaban exclusivamente la producción artesanal local. La base de esta familia fue Encarnación Núñez y Amaura Panduro. Encarnación era un campesino y artesano que se casó con Amaura (hija de Pantaleón Panduro). Concibieron cuatro hijos: Margarito, Zenaida, Isabel e Isaac.

En la primera década del siglo XX, el joven matrimonio alternaba la alfarería con la agricultura; entre los meses de abril y junio, la familia Núñez Panduro se dedicaba a sembrar maíz y frijol en un pequeño terreno que tenían en las inmediaciones de San Pedro. En septiembre, cosechaban y entre octubre y febrero se dedicaban a producir pequeños tibores de diez centímetros de largo, así como macetas y angelitos para los nacimientos. Amaura vendía

alfareros, pero en muchos casos esa pieza era modelada y no salía igual, o bien, la cantidad solicitada por el comerciante no se podía elaborar en el tiempo que él necesitaba para enviarla a su cliente.

⁵⁰ Los talleres que vendían directamente al consumidor final lo hacían de manera ocasional, pero los ingresos más fuertes procedían del trabajo que se hacía para un taller artesanal manufacturero.

quesos y panelas para completar el ingreso necesario para hacer frente a los gastos familiares. En su gran mayoría, las piezas que producían en el taller las vendían a las alfarerías de Zavala, de Heraclio Farías y, en algunas ocasiones, a la tienda de Pedro Montero, en aquel entonces muy concurridas por los visitantes que llegaban a San Pedro.

Todos participaban en la producción artesanal y en las labores del campo. No obstante, Margarito no sólo aprendió el oficio de su padre, sino que también asimiló algunas técnicas de su abuelo Pantaleón Panduro:

De chico él iba a su casa que vivía en Porvenir veinticinco, ahí estaba el taller de su abuelo. Cuando él iba a la escuela, también iba con él porque también le gustó aprender la artesanía, el oficio del barro y él me platica [*sic*] que llegaba con él y veía como hacían los retratos [...] y él se fue fijando al grado que hizo una figura de barro grandecita como unos diez centímetros o menos, y entonces mi abuelo le dijo a mi papá que si esa figura la había hecho él. Y le dijo que entonces fuera delante de él para ver si tú lo hiciste. Y ya lo hizo delante de él y le comenzó a causar impresión a mi abuelo Pantaleón Pandero, de cómo hizo la figura y dijo, oye pues está muy bien, creo que eres igual a mí para trabajar. Y ya vio que tenía interés en hacer cosas típicas y en hacer personajes de México y ya le dijo, pues no tengo palabras para decirte que aprendiste bien.⁵¹

Con los años, la familia vendió parte de los terrenos de siembra y le dedicaron más tiempo a la producción artesanal. Siendo ya un joven, Margarito diseñó nuevos modelos y elaboró moldes para que su papá trabajara con ellos y así diversificara su producción. Además de figuras de tipos mexicanos, Margarito confeccionó una colección de bustos de presidentes mexicanos, la cual comenzó con Juárez y fue agregándole nuevos personajes conforme llegaba un nuevo mandatario al gobierno del país. Entonces, la mayoría de sus nuevos modelos los vendía a las tiendas y talleres de San Pedro, sobre todo a José Beltrán, Esteban y Josefina Arias.

Cuando Margarito se casó con Rosa Martínez, su padre, Encarnación, fraccionó una parte de su casa y se la regaló para que construyera la suya y en ella montara su propio taller alfarero y se dedicara de tiempo completo

⁵¹ Entrevista a Margarito Núñez Martínez, 23 de abril de 2004.

a esta actividad. Como podemos apreciar en las figuras 19, 20, 21 y 22, su obra se fue especializando en tipos mexicanos y retratos; fue dominando la técnica del modelado y la policromía en frío, lo que favoreció que sus compradores le pagaran sus piezas a un mejor precio y le hicieran “encargos” de manera recurrente.

En la década de los cuarenta, había aumentado su cartera de clientes, entre los que se encontraban las tiendas de Roberto Palacios, José Palacios y Lauro Zavala. También, numerosas personas iban a buscar a Margarito para que les hiciera su retrato en barro, sobre todo artistas del cine y radio, toreros, entre otros. Todos ellos llegaban hasta el taller familiar, lo veían trabajar y le compraban las escasas piezas que en ese momento tenía disponibles, ya que la mayor parte de la producción eran pedidos de las tiendas.

Como observamos, de una generación a otra hay un cambio en la ocupación laboral: mientras que para los padres la alfarería era alternada con la agricultura, para los hijos (en especial para Margarito) fue su única ocupación laboral; esto, en gran parte por la demanda de objetos artesanales del mercado local y nacional, y también por la mejora en la producción gracias al dominio de la técnica del modelado y la policromía en frío de figuras de arcilla y retratos. No obstante este cambio cualitativo, también es de anotar que, en el caso de los Núñez Panduro, las relaciones de intermediación fueron determinantes en los ingresos familiares, ya que las alfarerías o tiendas captaban la mayor parte de su producción; esta situación, aunque los hizo dependientes de esa relación comercial, también les brindó certidumbre y constancia en las ventas.

TRANSFORMACIONES REGIONALES Y COMPOSICIÓN DEL CAMPO ARTESANAL

En comparación con otros estados, Jalisco no tuvo grandes niveles de mortalidad a causa de la revolución; sin embargo, la violencia en las zonas rurales provocó movimientos migratorios de la región occidente hacia Guadalajara (Alba y Kruijt, 1988, pp. 51-52) en busca de seguridad y nuevas oportunidades de empleo.

Con el reparto agrario, los grandes terratenientes voltearon su mirada a Guadalajara y trataron de canalizar “sus inversiones hacia el medio urbano: comprando casas, fincas, lotes y terrenos en la capital del estado y sus inmediaciones” (Arias, 1985, p. 84).

Tras la primera guerra mundial, el gobierno estadounidense flexibilizó su política migratoria y recibió trabajadores agrícolas mexicanos (entre ellos jaliscienses) para hacer frente al problema del abastecimiento de alimentos. Una vez terminada la guerra, dicho gobierno fue cerrando su frontera, lo que provocó una disminución de migraciones legales hacia el Norte. “En este contexto internacional y ante las presiones de una población en constante expansión, Cárdenas encontró una base social de presión y de apoyo para emprender su reforma agraria en forma ampliada” (Alba y Kruijt, 1988, p. 56); esto permitió un aumento de diez por ciento de la población rural y moderar las migraciones hacia zonas urbanas (Alba y Kruijt, 1988, p. 54).

Tiempo después, con la incursión de Estados Unidos en otra guerra, el Programa Bracero dio cabida a la participación de mexicanos a las labores agrícolas norteamericanas de manera legal. Nuevamente, los movimientos migratorios de las zonas rurales jaliscienses hacia el Norte se fueron incrementando, en gran parte por la constante expansión de la población y la disminución del ritmo del reparto agrario después del cardenismo (Alba y Kruijt, 1988, p. 62).

Al término de la segunda guerra mundial, se volvieron a negar permisos para el trabajo legal; muchos de los trabajadores agrícolas fueron deportados a sus lugares de origen y gran parte de ellos no pudieron restablecerse ante la falta de oportunidades laborales en el campo, por lo que se acomodaron en las diferentes ciudades del país; Guadalajara se convirtió en un centro de atracción en la región occidente (Alba y Kruijt, 1988, p. 62).

En la década de los cuarenta, el Estado desarrolló una serie de políticas de promoción industrial para fortalecer el sistema financiero creando leyes y permitiendo el ingreso de capital foráneo (Rivero, 1990). A partir de entonces, se implementó el modelo desarrollista de sustitución de importaciones con las siguientes características:

- Un acelerado crecimiento de algunos centros de producción y consumo urbanos. Fuertes inversiones y apoyos para infraestructura en el sector industrial, comercial y de servicios.
- Apoyo y canalización diferencial y desigual de recursos a determinados sectores y regiones agrícolas, en beneficio de las

zonas propicias a la irrigación, con lo cual se transformó el patrón tradicional de la agricultura y se promovió la producción de cultivos comerciales, agroindustriales, de exportación y de consumo humano.

- El impulso a la industria y a la urbanización con base en la extracción o transferencia de excedentes agrícolas y rurales en beneficio de los primeros profundizó las diferencias entre los niveles de vida de la población rural y los de la urbana.
- A partir de los cincuenta, esta política de industrialización se vio favorecida por medio del sacrificio de los ingresos de la población asalariada del país, como un mecanismo para acrecentar los beneficios y la acumulación del capital (Luna, 1988, p. 24).

El gobierno de Jalisco también fomentó una serie de acciones encaminadas al desarrollo industrial y al fortalecimiento de Guadalajara (Arias, 1985, p. 105) al invertir en ella, más que en otras regiones, en servicios urbanos para continuar con el ciclo de acumulación de capital, crecimiento de negocios y de población (Arrollo, 1988, p. 319); esto provocó grandes desigualdades en las demás regiones de la entidad.

Entre las décadas de los cuarenta y setenta se dio un proceso de industrialización en Jalisco, en el cual se concentró 84.3% de las empresas en la región de Guadalajara, comprendida por los municipios de Zapopan, Tlaquepaque y Guadalajara (Zatarain, 1990, p. 60). Su consolidación como centro industrial se dio a la par del crecimiento demográfico y urbano de la ciudad. La tasa de crecimiento de la capital del estado fue más o menos constante entre 1913 y 1940. Sin embargo, como observamos en la tabla 3, entre 1941 y 1960 se presentaron cambios importantes con un aumento constante de la tasa de crecimiento.

Por la cercanía con Guadalajara, los pueblos alfareros de Tlaquepaque y Tonalá experimentaron cambios demográficos. En el caso del primero, llama la atención que, en el censo de 1913, se registraron 4 707 habitantes y ocho años después, en 1921, 12 152 habitantes, lo cual significa una tasa de crecimiento poblacional de 4.7. A partir de 1930, dicha tasa ha ido subiendo gradualmente de 3.4 a 4.0 hasta 1970.

Tabla 3. Comparación de tasas de crecimiento poblacional entre los municipios de Guadalajara, Tlaquepaque y Tonalá, 1913-2000

Año	Guadalajara	Tasa	Tlaquepaque	Tasa	Tonalá	Tasa
1900	101 208		10 415		7 166	
1900-1913	119 468	4.3	4 707	2.6	2 740	2.5
1913-1921	147 575	4.4	12 152	4.7	6 569	4.6
1921-1930	184 826	4.4	14 847	3.4	7 901	3.4
1930-1940	236 557	4.4	20 672	3.6	9 146	3.3
1940-1950	380 226	4.8	33 187	3.8	11 486	3.4
1950-1960	740 394	5.1	56 199	3.9	15 830	3.5
1960-1970	1 191 391	4.8	100 945	4.0	24 648	3.7
1970-1980	1 626 152	4.5	177 324	3.9	52 158	4.3
1980-1990	1 850 205	4.3	339 649	4.1	168 555	5.4
1990-2000	1 646 319	4.1	474 178	3.6	337 149	4.2

Fuente: elaboración propia con base en la Secretaría de Fomento, Colonización e Industria, 1905 y 1913; Secretaría de Economía Nacional, 1921, 1943, 1952 y 1963; Secretaría de Industria y Comercio, 1971; INEGI, 1984, 1991, 2001 y 2005.

Por su parte, Tonalá tenía, en 1900, una población total de 7 166 habitantes, y en 1913 se redujo a 2 740, pero en 1921 aumentó a 6 569. En años posteriores a 1930, su tasa de crecimiento poblacional fue más o menos constante hasta 1980, cuando se registró un alza de 4.3, que en 1990 alcanzó 5.4, debido tal vez al surgimiento de nuevas colonias que unieron Tonalá a la zona metropolitana e integraron diversos pueblos a la mancha urbana.

Este proceso de conurbanización de los pueblos cercanos a Guadalajara dio lugar a la formación de la zona metropolitana, compuesta por los municipios de Tlaquepaque, Guadalajara, Tonalá y Zapopan. Gran parte de los migrantes que llegaban a la ciudad tenían dos opciones: alquilar una casa o cuarto en el centro de la ciudad, o bien, asentarse en los terrenos de la periferia sin el equipamiento urbano necesario. En este contexto, el gobierno del estado tuvo que atender la necesidad de vivienda y servicios de una creciente población. Así, a partir de 1940 se comenzaron a formular leyes para regular

y fomentar el desarrollo de fraccionamientos en la capital del estado y sus alrededores.⁵²

El desarrollo urbanístico durante este periodo de crecimiento se enfocó a la construcción de redes de vialidad (internas y externas que permitieran la conexión con otros centros habitacionales), infraestructura para la instalación de industrias, fraccionamientos de casas habitación y espacios para uso comercial (Solana, 2003; González, 1988; Vázquez, 1989 y 1985).

De 1940 a 1980, la mancha urbana fue integrando a los diferentes poblados y barrios de sus alrededores; la población de Guadalajara se duplicó en diez ocasiones durante ese lapso y la superficie urbana, once veces: pasó de las 900 hectáreas que tenía en los años cuarenta a 13 000 en los ochenta (Vázquez, 1989, p. 52). Esta expansión se desarrolló sobre propiedad privada y gracias al cambio de suelo de los escasos ejidos⁵³ localizados en la periferia de Guadalajara, Tlaquepaque y Zapopan.

El proceso de industrialización y urbanización de la región se pudo dar por “la expansión demográfica, la violencia social y el deterioro en las condiciones de vida en el campo, la modernización de las comunicaciones, la reforma agraria, la concentración de servicios en Guadalajara” (Alba, 1990, p. 450).

No obstante, este proceso creó las condiciones para la desaparición de la agricultura como actividad económica principal en San Pedro, de tal modo que las familias de artesanos ya no podían alternar la alfarería con la agricultura; las nuevas unidades domésticas de mediados del siglo XX fueron configurando una estrategia de reproducción en la que algunos miembros se dedicaban exclusivamente a la alfarería, mientras otros laboraban como obreros en alguna fábrica; esto permitió el sostenimiento de los gastos y su participación en la

⁵² Entre éstas se encuentran la Ley de Urbanización, en 1940; la Ley de Estabilización de Rentas y Fincas Urbanas, en 1942; la creación del Consejo de Colaboración Municipal de Guadalajara, en 1943; la Ley de Habitación Popular, en 1947; la Ley de Fraccionamientos Urbanos, en 1953; la Ley de Planeación y Urbanización del Estado de Jalisco, en 1959; y la Ley Estatal de Fraccionamientos Urbanos, en 1961 (Solana, 2003, p. 106).

⁵³ Vázquez menciona que el reparto agrario en la región de Guadalajara fue muy restringido, ya que gran parte de los solicitantes de tierras vivían en zonas consideradas urbanas u obreras, o no pudieron presentar pruebas del rastro legal de las propiedades; esto, aunado a la posterior política de desarrollo urbanístico del gobierno del estado (1989, pp. 115-117).

organización de la producción artesanal, cuestión que analizaremos con más detenimiento en el siguiente capítulo.

Por otro lado, la integración de San Pedro Tlaquepaque y Tonalá a la zona conurbana trajo consigo la desaparición progresiva de las minas de arcilla que proveían a los talleres artesanales hasta los años cuarenta del siglo XX. Antes de esta década, el propio alfarero recolectaba las materias primas para poder trabajar con ellas. Sin embargo, cada vez fue siendo más difícil para los artesanos encontrar minas en las inmediaciones de San Pedro, por lo que fue necesario buscarlas más allá de la localidad y transportarlas a los talleres artesanales. Ante esa situación, a mediados del siglo XX fue surgiendo y consolidándose un nuevo agente en el campo social del artesanado, especializado en detectar y explotar nuevos espacios de extracción: los proveedores de materias primas.

Actualmente, estos proveedores han llegado a constituir extensas redes de comercialización en la región; se encargan de ligar⁵⁴ y vender el barro a los alfareros, o bien, importar arcillas y pinturas industrializadas de otros estados de la república. Algunos de ellos influyen sobre la producción e intentan convencer a los alfareros de cambiar la tecnología y materias primas tradicionales por las que ellos mismos venden. En general, esto contribuye a un aumento en el precio de los productos artesanales, en la modificación de los procesos de elaboración, así como en el diseño y la calidad.

Para sustentar este argumento, describiremos cómo se han dado los cambios en los espacios de extracción de arcillas, y daremos cuenta, con un estudio de caso, del surgimiento y consolidación del proveedor de materias primas como agente de intermediación económica y política del artesanado tlaquepaquense. Antes, debemos exponer cómo se han ido transformando los espacios de extracción en el Valle de Atemajac.

Una de las materias primas principales de los talleres de San Pedro son las arcillas, también llamadas “barros”. Para que físicamente puedan existir minas o “vetas” de arcilla se tienen que considerar varios factores geológi-

⁵⁴ Ligar es el nombre que le dan los alfareros de la región al proceso de mezclar el barro negro (arcilla plástica) con el blanco (arcilla poco plástica). Esta combinación es importante porque sólo mezclando ambos barros es posible obtener una maleabilidad adecuada para la alfarería. Por otro lado, no siempre en todos los espacios de extracción se encuentran ambos tipos de barro.

cos, entre los que destacan dos: la existencia de piedra cuyas características físico-químicas permiten el deslave de su capa superior que, con el tiempo, se convierte en arcilla, y el flujo más o menos continuo de corrientes de agua que provoquen ese deslave.

De acuerdo con las características geográficas de la región, los espacios más propicios para la generación de arcillas se localizan al oeste y suroeste del Valle de Atemajac; pueden encontrarse por separado en diversas minas o en una misma con diferentes decantaciones (este tipo es cada vez más escaso por las características geológicas de la región).

Estos espacios de extracción han ido cambiando con el tiempo a causa del crecimiento de la mancha urbana. Algunos que eran utilizados en décadas pasadas para la explotación, hoy son colonias. Sólo en ciertos casos se convirtieron en molinos: se trae el barro de otros lugares, después se muele y se liga, para finalmente venderlo en costales a los alfareros de la región.

De acuerdo con nuestras fuentes escritas y orales, podemos ubicar en el tiempo (cerca de cien años) y en el espacio diecisiete zonas de extracción que han sido utilizadas por los artesanos de San Pedro. En el mapa 1, observamos que quince de ellas se sitúan al sureste de la zona metropolitana:

- Cerro de la Reina: a los pies del cerro localizado a un costado de la cabecera municipal de Tonalá se ha extraído engobe, empleado sobre todo en la decoración de las piezas. Actualmente, se sigue haciendo, aunque en menor cantidad, debido a la creación de un fraccionamiento construido sobre las minas.
- Tetlán: con múltiples referencias, este lugar constituía una gran veta de barro blanco muy importante, ya que era de las pocas que existían en su momento (las demás eran de barro negro). Operó hasta la década de los cincuenta.
- Las Piedrotas: actualmente el sitio está rodeado de un fraccionamiento con el mismo nombre; era una veta de barro negro hasta la década de los ochenta.
- El Rosario: el único espacio de la región de donde se extraía matiz (engobe para la decoración); en nuestros días, ya no hay vetas; el matiz que se comercializa es el que algunos distribuidores alma-

cenaron hasta la década de los noventa; por ello, muchos alfareros ya no lo usan. En esta población surgió el primer molino en los años noventa.

- Zalatitisán: otro espacio importante de extracción de barro blanco que desapareció casi a la par de la alfarería en la década de los ochenta (Abascal, 1994), aunque ahora una pequeña veta llamada “de los Manguitos” se explota muy poco por algunos alfareros que han vuelto a producir a partir del año 2000. El barro que se extrae es sobre todo matiz.
- San Rafael: delimitado por el parque San Rafael, era un espacio donde se obtenía barro negro hasta los años cincuenta.
- Parque González Gallo: conocido también como “la Arboleda”, en este espacio se extraía barro negro hasta la década de los cuarenta.
- San Pedro: carece de minas de arcilla; sólo tenía una pequeña veta de barro negro en donde se ubica el cerro El Tapatío.
- Santa Cruz de las Huertas: se extraía barro blanco y aceite betus hasta la década de los noventa. Actualmente, sólo hay un molino que trae la arcilla desde otras partes.
- San Gaspar de las Flores: antes se obtenía barro negro; hoy sólo hay molino.
- Coyula: espacio cercano a San Gaspar, en donde también se extrae barro negro y matiz; hoy también existe un molino de arcillas.
- San Pedrito: localidad dependiente de Tlaquepaque, en donde se sacaba barro negro hasta la década de los ochenta. En la actualidad, la veta es muy pequeña y ya no es aprovechada.
- La ladrillera: a un costado de Tateposco; ahí se explota una veta de barro negro encontrada en los ochenta.
- El Verde: en las laderas del cerro se explotan vetas de barro negro desde los ochenta.
- El Vado: una gran mina encontrada en los ochenta y de gran importancia porque es de barro blanco, la única después de que Zalatitisán quedara sin minas.
- San Martín: es una gran mina de la que se surten los molinos desde los años noventa.

- El Cajón: desde el 2000 es la mina más grande que se explota; se extrae barro negro y blanco para llevarlo a la zona metropolitana de Guadalajara y a Chapala. También hay numerosos molinos.

A principios del siglo XX, los artesanos iban directamente a la mina para extraer el barro que necesitaban; bastaba con pagarle al dueño del terreno una cantidad determinada por costal.⁵⁵ Conforme crecía la ciudad y las minas de arcilla iban desapareciendo, algunas personas comenzaron a dedicarse a la búsqueda de vetas: escarbaban, hacían bultos y los vendían a los artesanos. En la década de los cuarenta, los artesanos ya reconocían al proveedor de materias primas como una persona especializada en extraer, moler y mezclar el barro para llevarlo hasta la puerta de los talleres.

Lo mismo pasó con el combustible: la leña empezó a ser vendida directamente a los talleres que la solicitaban con anticipación y el carbón era comercializado en expendios llamados “carbonerías”; éstas variaban en cuanto a tamaño: iban desde una casa donde sólo se vendían algunas bolsas hasta “bodegas grandes en donde llegaban camionetas a descargar cerros de carbón”.⁵⁶ La provisión de pigmentos ha variado de acuerdo con las secuencias técnicas utilizadas para el decorado de las piezas. Cuando decoraban con “tintas naturales”, éstas eran extraídas por el mismo alfarero de diferentes minas de arcilla y árboles (como el guayabo), las cuales “ligaban” con huevo y goma de mezquite.⁵⁷

En la década de los treinta, eran comunes las pinturas industrializadas (por lo regular, en polvo), las cuales mezclaban con aceite de betus.⁵⁸ Este tipo de pinturas se vendían en las tlapalerías de San Pedro. Después, los artesanos incorporaron la pintura vinílica para aplicarla directamente sobre la pieza.

En épocas pasadas, el proveedor de materias primas viajaba a las minas y tomaba el barro con palas y costales. Pagaba al dueño del predio por cargamento y lo transportaba en animales de carga hasta San Pedro. Con el tiempo, algunos proveedores decidieron establecer espacios de almacenamiento del

⁵⁵ Entrevista a Nicasio Pajarito, 15 de septiembre de 2003.

⁵⁶ Entrevista a Pilar Núñez, 14 de mayo de 2004.

⁵⁷ Entrevista a Idelfonso Goche, 2 de septiembre de 2003.

⁵⁸ Aceite extraído de la resina del mezquite o del pino.

barro, ya sea en una mina en desuso o en el patio de su casa (sobre todo en San Pedro y Tonalá). Compraron camionetas y se hicieron de una cartera de clientes a quienes les vendían materiales cada quince días, o bien, surtían lo que los artesanos mandaban pedir.

Cuando las minas eran alcanzadas por la urbanización, el proveedor de materias primas se daba a la tarea de buscar otra. En la mayoría de los casos, compraba el terreno donde estaba la veta y usaba ese mismo lugar para el empaque y la venta de mercancía. En Santa Cruz y El Rosario, entre otros, una vez terminada la veta, el espacio de extracción se convirtió en un “molino”; esto es, un sitio donde se reciben las arcillas provenientes de diversas minas para almacenarlas, triturarlas, pulverizarlas, ligarlas, envasarlas y venderlas. El primer molino o “barrera” lo estableció Francisco Villa en El Rosario, en Tonalá, a finales de los ochenta, precisamente en la época en que este pequeño pueblo alfarero empezaba a integrarse a la zona metropolitana de Guadalajara.

En la actualidad, estos molinos (ver figuras 12, 13, 14 y 15) cuentan con trituradoras y pulverizadoras mecánicas y proveen de arcilla a los alfareros de la región. En su gran mayoría, están ubicados en el municipio de Tonalá (El Rosario, Santa Cruz, Coyula y Tonalá) y Zapotlanejo (los ranchos La Punta y El Cajón).

En el mapa 2, mostramos el proceso de crecimiento de la mancha urbana, el surgimiento y la desaparición de los espacios de extracción de arcillas, así como el establecimiento de molinos.

En la actualidad, existen al menos dos generaciones de proveedores de materias primas que han traspasado el negocio a sus descendientes. En algunos casos, el negocio no ha crecido y no es rentable, ya que los ingresos económicos que brindan a los dueños sólo alcanzan para sobrevivir. Es el caso del molino de Santa Cruz llamado Barrera “el Canelito”, ubicado en una antigua veta de barro, ahora ya dentro de la zona metropolitana. En 1994, Ramón Rosales instaló maquinaria y en su camioneta se dedicó a buscar vetas; después, llegó a un acuerdo con los dueños del terreno para explotar la mina hasta que ésta se agotara. Cinco años después murió Ramón, y sus hijos y viuda quedaron al frente del negocio; sin embargo, la poca experiencia de ellos trajo consigo el declive. Años después, Carlos, el hermano de Ramón, se hizo



Figura 12. Molino rancho de La Punta.



Figura 13. Molino de Coyula.



Figura 14. Molino de Santa Cruz.



Figura 15. Mina en Coyula.

cargo del molino y desde entonces está en funcionamiento y atiende pedidos de artesanos, principalmente de Santa Cruz y San Pedro. En él laboran cuatro personas y todas se dedican a explotar las minas, moler y preparar el barro, además de entregarlo en los talleres.

Varios artesanos suelen tener constantes quejas con sus proveedores de materias primas, ya que, en ocasiones, tanto los barros como el ligado no tienen la calidad que ellos necesitan:

En muchas ocasiones te traen los costales de barro y pues así a miradas se ve normal, pero una vez que lo sacas [el barro] para trabajar, pues te das cuenta de que no, de que tiene piedras, de que no está bien molido, en una ocasión hasta ramas encontré, como que usan trascabos y lo agarran por parejo. Pues esto nos perjudica porque tenemos que buscar de otros lados con otros materiales industriales para que ya funcione, porque si no luego se rompen las piezas apenas las sacamos del horno y eso es mal negocio, una vez me pasó eso y perdí todo un pedido.

Por más que uno le busca y le busca, es difícil encontrar uno bueno [proveedor], porque apenas encuentras uno y uno dice, ándele, este sí, pero a las tres o cuatro entregas te encuentras con que hacen lo mismo que los otros, y pues por más que uno les reclama está de más, así que mejor yo prefiero comprar y después arreglarlo y ya me quito de problemas, lo pongo a mi gusto pues.⁵⁹

Hay otra clase de proveedores que han diversificado su mercancía y han estado influyendo en la forma de producir de los artesanos tlaquepaquenses. La trayectoria laboral de la familia Lazcano nos ayudará a observarlos.

A inicios del siglo XX, Ana María Lazcano y su padre producían cerámica en Silao, Guanajuato, en la cooperativa San Luisito. Cuando inició el movimiento armado, decidieron establecerse en Guadalajara y, junto con sus hijos Antonio y Vicente Lazcano, abrieron un puesto de venta de cerámica en el mercado de San Juan de Dios. En 1920, la familia compraba y vendía objetos artesanales entre los estados de Guanajuato, Jalisco y Oaxaca, que trasladaban por ferrocarril. En los años treinta, Ana María murió; por ese tiempo, los hermanos Lazcano fueron indemnizados por el gobierno municipal debido a la remodelación del mercado donde tenían su tienda, hecho que ya hemos comentado. Motivados por los hermanos Pascual y Juan Aldana (arrieros y comercializadores de cerámica tonalteca), decidieron abrir una tienda en San Pedro aprovechando el crecimiento comercial de la cerámica en la cabecera municipal de Tlaquepaque.

Cuando inició la segunda guerra mundial, comenzaron a escasear⁶⁰ los pigmentos industrializados europeos que utilizaban los alfareros y, por lo tanto, la producción de los talleres alfareros (familiares y manufactureros) era poca y de mala calidad. Ante esta situación, Vicente Lazcano decidió buscar alternativas de materias primas para surtir de pigmentos a los alfareros a fin de que éstos pudieran elaborar y venderle cerámica de calidad, tal como sus clientes estaban acostumbrados.

Vicente encontró algunas opciones de empresas estadounidenses, pero la mercancía que vendían era de mala calidad. Tiempo después, encontró una

⁵⁹ Entrevista a Ramón López, 23 de julio de 2006.

⁶⁰ De acuerdo con nuestros informantes, en ese tiempo sólo existían dos tlapalerías en San Pedro que distribuían pigmentos.

empresa en Monterrey llamada Pyosa⁶¹ y se convirtió en el distribuidor oficial de la zona 3, que estaba compuesta por los estados de Jalisco, Colima, Guanajuato, Nayarit y Michoacán. Esta asociación fue muy provechosa para los hermanos Lazcano, ya que pudieron proveer materias primas no sólo a los alfareros tlaquepaquenses, sino también a artesanos del occidente de México; llegó a comercializar, en la década de los cincuenta, entre ochenta y ciento veinte toneladas mensuales de materias primas destinadas a la alfarería.⁶²

El negocio familiar de distribución de materias primas se dio a la par de la comercialización de cerámica de la región, ya que establecían tratos “especiales” con algunos alfareros, como los de Guanajuato, que consistían en hacer los pagos en especie; así, los talleres podían pagar las materias primas con piezas de cerámica, cuestión que aprovechaban los hermanos Lazcano al utilizar el mismo camión en que llevaban las materias primas para trasladar la cerámica guanajuatense a Tlaquepaque para su venta.

El crecimiento de la empresa fue constante, por lo que decidieron separarse y crear dos empresas con razones sociales diferentes. Antonio se quedó con la comercialización de cerámica y se mudó a Guanajuato y Vicente se quedó en San Pedro con la distribución de las materias primas.

El declive del negocio de Vicente se dio a partir de que surgieron diferentes empresas en la región dedicadas a producir pigmentos especialmente para la alfarería, así como al aumento de distribuidores por el occidente de México, lo que redujo su área de comercialización sólo al estado de Jalisco.

En la actualidad, cuatro hijos de Vicente trabajan en el negocio, entre ellos Vicente Lazcano hijo, quien estudió Ingeniería Química. Él se ha dedicado, en la última década, a buscar nuevos espacios de extracción de barro y, sobre todo, a experimentar con nuevas arcillas industrializadas y tecnología para su uso. Para Vicente, estas “materias primas mejoradas” pueden ser la solución al problema de la calidad de muchos alfareros, ya que las arcillas que vende “son superiores al barro que hay en la región”. Por ello, constantemente invita a los artesanos a cambiar las materias primas que utilizan, ya que, según

⁶¹ Es una empresa mexicana que compra piedras de óxidos a la industria Peñoles para después molerlas, pulverizarlas, empacarlas en sacos y venderlas para uso artesanal.

⁶² Entrevista a Vicente Lazcano, 11 de junio de 2004.

les explica, sus materiales están hechos con base en la “tecnología ceramista” y no en la “tradición basada en el empirismo”.

Aunque logró convencer a varios alfareros, muchos de ellos se resisten al cambio argumentando que los materiales de los Lazcano son muy caros (en algunos casos, es necesario cambiar su tecnología para el uso de estos nuevos materiales), o bien, no los convencen las promesas del proveedor, ya que “siempre han utilizado los barro de la región”.⁶³ En cambio, para Vicente Lazcano el problema es la “ignorancia” del artesano:

Ayer me pasó que un artesano de Tonalá me comentó que le robó a uno de mis clientes un material [que vendo], el ciento seis, que es un mejorador de barro, y me preguntó cuánto valía, yo le dije que setenta pesos el costal y él dijo que estaba caro, pero que ya lo había calado y que le gustó. Si ese artesano no se roba el material de otro artesano que me costó mucho que lo use, no lo usa, aunque se lo hubiera regalado. Es la desgracia del empirismo, es espantoso, la ignorancia es lo peor, es la oscuridad y el artesano es un empírico, no es un técnico, no tiene un conocimiento dialéctico de los materiales, [ya que] tiene un conocimiento sentimental de los materiales⁶⁴

Los proveedores de materias primas van influyendo en el proceso de producción al venderle al alfarero determinados barro⁶⁵ y, como el caso de Lazcano, induciéndolos a la utilización de nuevas materias primas y tecnología para su uso; no obstante, esta imposición se da con base en una crítica a los conocimientos y técnicas tradicionales de los artesanos, a los que definen como “ignorancia” o “empirismo”. Este tipo de etiquetas dadas por algunos agentes del campo social del artesanado (comerciantes, “especialistas”, funcionarios y proveedores de materias primas) se insertarán en los discursos que sustentan las políticas culturales dirigidas al campo artesanal.

⁶³ Entrevista a Arturo Becerra, 20 de febrero de 2006.

⁶⁴ Entrevista a Vicente Lazcano, 11 de junio de 2004.

⁶⁵ En el caso de los molinos, por ejemplo, ellos hacen las mezclas de barro; de tal manera que determinan la calidad de la materia prima y, por lo tanto, la forma en que el artesano tiene que producir, ya que, en algunas ocasiones, es necesario hacer combinación de otros materiales (como los de Vicente Lazcano) o cambiar su modo de fabricar sus piezas o quemarlas.

Capítulo 4

Organización de la producción artesanal

En el capítulo anterior, explicamos cómo la transformación social, económica, política y ambiental en la primera mitad del siglo XX creó las condiciones para el establecimiento y la consolidación de los talleres artesanales, tanto familiares como capitalistas, que fueron delineando las formas de organización de la producción y la comercialización.

La concentración de talleres artesanales en la región de Tlaquepaque y Tonalá, a mediados del siglo XX, originó una diversificación de productos y secuencias técnicas. Los productores desarrollaron una serie de estrategias que formaron parte de una organización de la producción artesanal, en la que los talleres familiares tuvieron un papel importante como proveedores de mercancías o de mano de obra calificada. Esto fue posible debido a las estrategias de reproducción de las unidades domésticas de los artesanos, ya que algunos hijos(as) trabajaron como obreros en empresas o fábricas que se establecieron en esas fechas, lo que ayudó a que las unidades domésticas obtuvieran un ingreso económico permanente, mientras otros hijos continuaron laborando en los talleres familiares para hacer frente a la demanda cada vez mayor del mercado local y regional.

Esta organización de la producción se puede describir en términos generales de la siguiente manera. La mayor parte de los objetos artesanales se elaboran en los talleres familiares y en los manufactureros; entre estos dos tipos de unidades de producción se da un intenso intercambio de apropiaciones. Los talleres familiares proporcionan a los manufactureros (pequeños,

medianos y semiindustriales) productos y mano de obra calificada que ha sido formada en la práctica artesanal como parte de la dinámica de las unidades domésticas. Estos conocimientos tradicionales y habilidades son apropiados por los talleres manufactureros a través del trabajo manual e intelectual también, con vías a la generación de modelos y productos que combinan los estilos locales con las nuevas técnicas ceramistas.

Por su parte, los talleres familiares obtienen un ingreso más o menos permanente gracias al salario del miembro que labora en el taller manufacturero, lo cual les permite completar el ingreso familiar. Asimismo, estos trabajadores aprenden nuevas técnicas, que apropian y adecuan para la producción artesanal. Ambos tipos de talleres dependen de proveedores de materias primas (tanto locales como foráneos) que van influyendo en la producción artesanal por el tipo de materiales y la calidad de éstos.

En este capítulo, abordaremos las secuencias técnicas de la producción artesanal de San Pedro Tlaquepaque, la articulación de estrategias de producción (de intercambio y apropiación) de los talleres manufactureros, así como las estrategias de reproducción de la fuerza laboral. Por medio del análisis contextual y etnográfico, daremos cuenta de las condiciones y los procesos de diferenciación del artesanado a partir de la producción material.



Figura 16. Organización de la producción artesanal tlaquepaquense

SECUENCIAS TÉCNICAS DE LA PRODUCCIÓN ARTESANAL

Para explicar en qué consiste y cómo se configuró el sistema de producción artesanal de San Pedro Tlaquepaque, es necesario analizar antes un elemento básico del proceso de producción material: las técnicas y las secuencias técnicas para la elaboración de los objetos artesanales. Su importancia no sólo es de índole económica en términos de producción de bienes, sino también, al menos en el contexto de San Pedro Tlaquepaque, representan parte del capital cultural, social y simbólico heredado de una generación a otra, cuestión que es de gran peso en la diferenciación del artesanado tlaquepaquense actual. Describiremos las materias primas y herramientas de trabajo, así como las técnicas de forjado, decoración y cocción que utilizan de manera común los alfareros tlaquepaquenses.

De acuerdo con Becerra (2008), todo objeto cerámico está compuesto por tres cuerpos que forman materialmente la totalidad de la pieza: el primario, que constituye la estructura general y puede estar forjado mediante alguna técnica de moldeo, modelado o torneado; el secundario, que decora la pieza y puede ser de dos tipos: precocción, decorado antes de hornear, o poscocción, después de hornear; y el terciario, que brinda el lustre de la pieza y puede ser también pre- o poscocción.

En cuanto al proceso de elaboración de la pieza, el orden de aplicación de cada uno de estos cuerpos dependerá de la temperatura a la que el objeto se horneará y, por supuesto, de los materiales.

Los artesanos de San Pedro Tlaquepaque, en su mayoría, hornear las piezas a una temperatura menor de 800°C; por ello, el proceso de elaboración implica la realización de diversas tareas, las cuales podemos agrupar en cuatro fases:⁶⁶

Fase uno: la preparación de las materias primas

Los artesanos tlaquepaquenses utilizan cuatro tipos de arcillas (Becerra, 2008):⁶⁷

⁶⁶ La descripción presentada en estas fases es la sistematización de la información proporcionada por nuestros informantes durante las temporadas de campo.

⁶⁷ Consideramos solamente la producción de piezas de baja y mediana

- Arcilla plástica: denominada por los artesanos como barro negro, chicloso o pegajoso; es una arcilla cuyas moléculas tienen poca cohesión y, por ello, una propiedad plástica sumamente maleable en la forja de los objetos cerámicos.
- Arcilla ocre: también nombrada barro blanco o blando; tiene un nivel de plasticidad menor, por lo que es mezclada con la arcilla plástica para darle mayor firmeza; sirve de base para el forjado de los objetos cerámicos.
- Arcilla ferruginosa: llamada por los alfareros barro rojo o colorado; cuenta con fuertes contenidos de óxido de hierro y es utilizado como colorante para decorar piezas y, en algunos casos, como complemento al barro negro y al blanco para dar mayor cohesión a la masa.
- Matiz: es una arcilla plástica decantada naturalmente y que sirve para la decoración de las piezas.

Estas arcillas se extraen de minas cercanas a la zona metropolitana de Guadalajara. Esta materia prima es pulverizada de forma manual o mecánica. En el primer caso, los artesanos extienden los terrones de barro y los aplastan con una piedra, que puede ser oval grande (a la que llaman piedra bola) para los terrones o una piedra chica semiplana (piedra de “anachar”) para las tierras y colorantes. Algunos artesanos, a mediados del siglo XX, comenzaron a utilizar un cilindro de cemento al que denominaban “pisón de rueda”; éste rodaba de manera circular sobre la arcilla extendida alrededor de un árbol desde el cual se sujetaba el cilindro. A partir de la década de los noventa, fue costumbre pulverizar los barros con ayuda de un molino, que tritura y pulveriza los terrones mediante engranes y aspas impulsados por motores de gasolina o eléctricos.

Una vez que se tiene la arcilla pulverizada, se cierne para obtener un polvo más fino; para ello, se utilizan cernidores elaborados muchas veces por ellos mismos con mallas de mimbre, tamiz o de “mosquitero”. En algunos casos, sobre todo para las arcillas que sirven de colorantes, se emplean cernidores industrializados que se usan comúnmente en la cocina; éstos son preferidos por los artesanos, ya que pueden tener un mayor control y precisión en el cernido.

temperatura, las cuales son las de mayor recurrencia entre los talleres familiares.

El siguiente paso es “ligar” los barros, que consiste en mezclar dos o más tipos de arcilla aplicando presión en todas las superficies para obtener la consistencia y firmeza necesaria para elaborar la pieza. Los porcentajes de cada arcilla dependerán de las características de la pieza o piezas que se desean elaborar (tamaño, uso que tendrá, temperatura de horneado y tipo de decorado). Ahora, algunos artesanos no sólo ligan los barros extraídos en la región como lo hacían sus padres y abuelos, sino que también le agregan arcilla cerámica procesada industrialmente para obtener una pasta más maleable, una pieza más resistente y con una cualidad refractaria. Para lograr que el “ligue” sea bueno, los alfareros deben “amasarlo”, esto es, mezclar las arcillas hasta conseguir una masa más o menos homogénea utilizando para ello los pies (para grandes cantidades) o las manos (para pequeñas porciones).

En los talleres familiares estudiados, esta primera fase de la preparación de materias primas por lo general la llevan a cabo los hijos e hijas de los artesanos de entre siete y diez años; se considera una tarea doméstica que deben hacer a diario los infantes. No obstante, en la actualidad son pocos los artesanos que pulverizan y ciernen su propio barro, ya que los proveedores de arcillas venden costales empaquetados de arcilla molida, cernida y ligada lista para ser usada.

Fase dos: la conformación del cuerpo primario

El cuerpo primario de la pieza se obtiene a través del forjado, el cual puede ser de tres formas:

- Forjado por modelado: consiste en darle forma a la masa de arcilla a partir de la constante presión con los dedos y las palmas de las manos y el uso concurrente de cuchillas de corte, así como estiques y alisadores de madera o plástico que los propios artesanos elaboran.
- Forjado por moldeado: el cuerpo primario se obtiene a partir de la adición de arcilla por medio de compresión (interna o externa) a un molde previamente elaborado en yeso cerámico, o bien, por “vaciado”, esto es, verter el material cerámico (en un estado más líquido que pastoso) en el molde y permitir que las paredes de éste lo retengan formando una capa en su interior.

- Forjado por torno: se utiliza un torno impulsado por fuerza humana o eléctrica en el cual se pone la masa de arcilla al centro y, conforme va girando, el artesano le va dando forma con sus manos o con el uso de alguna cuchilla o estique.

Los artesanos con quienes trabajamos, en su mayoría, utilizan una técnica mixta: moldes para la conformación estructural de la pieza (por ejemplo, el tronco de una figura humana) y el modelado para generar algunos elementos que requieren detalles particulares (un rostro, una mano o un brazo) o para crear nuevos diseños que luego servirán de base para la elaboración de moldes.

Fase tres: secado y horneado

Una vez que se tienen las piezas elaboradas en crudo, los artesanos las dejan secar tres días a la sombra y uno a sol directo. Cuando han perdido el exceso de humedad, las figuras se colocan en un horno, que puede ser cualquiera de los siguientes cinco tipos:⁶⁸

- Braseró: es una pieza metálica cuadrada y honda con un borde en la parte superior más amplio que su base. Sobre ésta se coloca una cama de trozos de carbón seguida por las piezas de barro que se desean cocer; sobre éstas se pone más carbón y, para que se conserve el calor, se cubre todo con tejas o fragmentos de cerámica cocida (que los artesanos llaman “tepalcate”). Las piezas que se cuecen con esta técnica de horneado son pequeñas (no mayores de treinta centímetros), de baja temperatura (200 a 350°C) y en cantidades reducidas (entre una y veinticinco piezas). El proceso de horneado puede durar entre tres y cuatro horas. Este tipo de horno es usado para hornear alguna pieza original de la cual se elaborará un molde, o bien, por artesanos cuya producción es pequeña.

⁶⁸ Los tipos de hornos expuestos son los que observamos en el trabajo de campo en San Pedro Tlaquepaque, aunque eso no implica que sean los únicos que existan para producir cerámica.

- Horno de leña a cielo abierto: lo utilizan sobre todo alfareros que tienen casa propia. Es alimentado por leña en la parte inferior y en la superior son colocados una reja, ladrillos o pedazos de piezas quemadas, las piezas que se desean hornear y, por último, todo es cubierto por una lámina metálica. El proceso de quema comienza con un fuego lento y poco a poco se va aumentando la cantidad de leña para alcanzar temperaturas hasta de 650°C. El número de piezas varía por el tamaño del horno y las dimensiones de las piezas, pero pueden ser en promedio entre cincuenta y sesenta objetos.⁶⁹ El tiempo de horneado es más extenso, ya que requiere una hora de precalentamiento, tres de cocción y un día de enfriamiento.⁷⁰
- Horno de gas para pruebas: se emplea, como su nombre lo indica, para quemar algunas piezas de prueba, aunque también es utilizado por alfareros que no tienen una casa propia y que, por lo tanto, requieren moverse temporalmente.⁷¹ Está elaborado con un bote de metal forrado con materiales cerámicos y cuenta con un chacuaco que permite la salida del humo y un calentador en la parte inferior alimentado con gas licuado.
- Horno refractario: es elaborado con materiales cerámicos, fibra refractaria y de dos a cuatro quemadores que se alimentan de gas, diesel y, en algunas ocasiones, de electricidad. Estos hornos se cierran de manera hermética y cuentan con dispositivos electrónicos de medición y control de la temperatura, como el pirómetro y la flecha termopar. En ellos se queman piezas que contienen arcillas cerámicas elaboradas industrialmente, así como algunos metales y óxidos

⁶⁹ Teniendo como referencia las figurillas de arcilla de los nacimientos de 28 centímetros y un horno de 1.60 metros.

⁷⁰ Algunos talleres familiares contratan a una persona ajena al taller para que haga el trabajo de horneado; por lo regular, estas personas tienen una amplia experiencia y se han especializado en esta fase del proceso; sin embargo, una cuestión importante al contratar a una persona externa es el cuidado de la salud, ya que el trabajo de forjado requiere estar constantemente en contacto con el agua (lo que ocasiona un enfriamiento del cuerpo) y resulta dañino el cambio brusco de temperatura.

⁷¹ Aunque algunos prefieren tener este tipo de hornos, hay quienes optan por llevar sus piezas a quemar a otros hornos (de leña o de gas).

que se usan como parte de la decoración. Alcanzan una temperatura de 900 a 1 050°C y requieren cerca de seis horas de calentamiento constante. Este tipo de horno no es muy utilizado por los talleres familiares, ya que son pocos los que aplican materiales cerámicos industrializados en sus piezas, además de los costos que implican su elaboración y uso. No obstante, nuevas generaciones de artesanos eligen esta tecnología para obtener la calidad que demandan ciertos objetos artesanales que les solicitan sus clientes.

- Horno refractario semiindustrial: lo manejan sobre todo los talleres semiindustriales que elaboran piezas manufacturadas, en su gran mayoría, en moldeado por la técnica de vaciado. En este tipo de horno se queman las piezas que están compuestas por materiales cerámicos industrializados (óxidos, silicatos, metales, etcétera) y, por lo tanto, requieren altas temperaturas que oscilan entre los 1 250 y los 1 400°C para su cocción. En ellas se hornean grandes cantidades de piezas (entre cuatrocientas y quinientas, dependiendo del número de camas que le agreguen) y son necesarias catorce horas de calor constante, el cual es medido y controlado por un dispositivo llamado como pirométrico.

Fase cuatro: decorado

Esta última fase puede ser movable de acuerdo con el tipo de cerámica; esto es, si son piezas de bajas temperaturas, el decorado se realiza después del horneado (poscocción); si son medianas y altas temperaturas, se aplica antes de meterlas al horno (precocción).

El decorado poscocción es al que más recurren los talleres artesanales familiares de San Pedro Tlaquepaque, debido a las características de sus piezas (de baja temperatura). Una vez que está fría la pieza, es decorada con pinturas vinílicas, acrílicas o anilinas naturales, según la pieza. Para ello, echan mano de pinceles de fabricación industrial o casera (como los pinceles de pelo de gato o perro). Finalmente, algunos artesanos aplican un lustre que sirve para darle mayor brillo y como protección de la pintura, compuesto por esmaltes o resinas naturales.

En términos generales, estas secuencias técnicas son utilizadas por los artesanos de Tlaquepaque; no obstante, la mayoría de éstos y diversos académicos y folcloristas definen de un modo genérico como “técnicas” el estilo de decoración del cuerpo terciario, de ahí la definición de “barro petatillo”, “barro bandera”, “barro betus”, entre otras. Aun cuando estas definiciones son usadas por los agentes del campo artesanal como distinciones, para los fines de este estudio decidimos centrar la mirada en el proceso de elaboración de los objetos artesanales para identificar, a través de él, los cambios en las formas de producción y los agentes que intervienen indirecta o directamente, de manera más o menos transversal, en los talleres familiares.

ESTRATEGIAS DE PRODUCCIÓN DE LOS TALLERES ARTESANALES SEMIINDUSTRIALES

En la década de los cincuenta, Tlaquepaque y Tonalá constituían un distrito comercial de productos artesanales en el orden nacional e internacional cuya actividad económica no sólo permitió a sus habitantes el sostenimiento y la reproducción de la fuerza de trabajo, sino que también sirvió como polo de atracción para nuevos agentes comerciales y semiindustriales para invertir en la producción y comercialización artesanal (Mercado, 2004).

Un ejemplo de ello son los talleres semiindustriales de Loza Fina, SA de CV (1948) y El Palomar (1967), en los cuales se producía cerámica de alta temperatura; su proceso de producción estaba fragmentado y la mano de obra era asalariada, por lo regular hijos de artesanos tradicionales. Al igual que a inicios del siglo XX, estos talleres introdujeron nuevas técnicas y secuencias de producción ceramista, como la tecnología de la alta temperatura, que se aplicó en productos que integraban los estilos y conocimientos tradicionales de Tlaquepaque y Tonalá.

Algunos de los talleres semiindustriales retomaron las prácticas de contratación de los talleres manufactureros pequeños y medianos; esto es, contrataron mano de obra calificada preferentemente de alfareros tradicionales con cierta experiencia. El contrato laboral podía ser de dos tipos: con pago a destajo por productos elaborados (como se viene haciendo desde finales del siglo XIX) o con un salario fijo. Esta última opción cada vez es más común de-

bido a las normativas e implicaciones fiscales y legales a las que se ven sujetos, dado el carácter formal de este tipo de talleres.

Al sujetarse a un régimen de salarios, los artesanos ven este trabajo como una posibilidad de ingreso económico permanente. No obstante, esta oferta laboral debe ser atractiva para los artesanos jóvenes por tres motivos: primero, como asalariados, pueden contribuir económicamente a los ingresos familiares de manera constante; segundo, en muchas ocasiones los pequeños “excedentes” sirven de ahorro para que los jóvenes alfareros puedan después costear su boda y los gastos de una nueva familia o para establecer su propio taller separado del de su padre y madre; y tercero, en su estancia en el taller semiindustrial, van conociendo y dominando nuevas tecnologías de producción (que en el taller familiar no tienen); esto les permite luego implementarlas en sus talleres en la elaboración de nuevos modelos y productos “utilitarios” o “artísticos”, como la producción de tipos mexicanos y nacimientos “contemporáneos” cuyo canon sigue siendo figurativo, pero ahora son elaborados en alta temperatura y con nuevos elementos estéticos.

Los artesanos no son los únicos que se apropian de los conocimientos; también lo hacen los talleres semiindustriales, ya que éstos no sólo se apoderan de la fuerza de trabajo, sino del trabajo intelectual. Un ejemplo es el taller de Mario González Villegas, proveniente de una familia dedicada a vender a°utomóviles. Él estudió la licenciatura en Administración de Empresas y entró a trabajar con Sergio Bustamante como administrador; ahí se dio cuenta de que la artesanía es una actividad lucrativa y decidió abrir su propio taller y contratar mano de obra de artesanos especializados. Actualmente, tiene una persona que diseña modelos y otras más que modelan, decoran y hornean. Arturo Becerra trabajó tres años en el taller de Mario diseñando modelos; nos comenta sobre la apropiación intelectual:

... a mí [Mario González] me ponía a dibujar y me decía: hazme una pieza como de mariposa, yo se las hacía y pues ésas eran ideas mías, pero como yo andaba de borracho, pues nunca me decía nada, yo no lo entendía, ahora lo entiendo, porque me pagaba poco por un diseño que después él firmaba y lo vendía en miles [de pesos] [...] una vez, en una feria artesanal se presentaron piezas ganadoras de un concurso y ganó uno de

mis diseños, pero quien se llevó el premio fue él, porque estaba su firma, él la presentó como suya...⁷²

ESTRATEGIAS DE PRODUCCIÓN DE LOS TALLERES FAMILIARES

Las formas de organización del trabajo para la producción artesanal de los talleres familiares tiende a variar según el ciclo de vida de las unidades domésticas; dependiendo de la composición de éstas, es la demanda de ingresos económicos para hacer frente a los gastos y la capacidad de producción de objetos artesanales. Podemos identificar cinco etapas en el ciclo de vida-producción de los talleres familiares tlaquepaquenses:⁷³

La primera etapa comienza cuando una pareja contrae matrimonio. Antes de la boda, el hombre y la mujer se emplean como asalariados (ya sea en algún taller manufacturero o como obreros en alguna empresa ajena al ramo), o bien, lo alternan trabajando en el taller paterno o de los suegros. Una vez que se “hacen de un dinero”, contraen matrimonio, y dependiendo del capital que logran acumular, la pareja decide si rentan una casa (casi siempre en el mismo barrio de alguno de los esposos) o se quedan en la casa de alguno de los padres de los cónyuges.⁷⁴

Si el nuevo matrimonio tiene su propio domicilio, el hombre labora en el taller artesanal paterno, pero si viven con los suegros, entonces ambos

⁷² Entrevista a Arturo Becerra, 21 de abril de 2004.

⁷³ Es importante hacer mención que las etapas y el ciclo aquí especificados se basan en el trabajo de campo con las fuentes informativas con quienes tuvimos trato; entendemos que hay una diversidad de casos y experiencias que pueden diferir de lo aquí expuesto; por lo tanto, las etapas descritas no deben tomarse como una “norma” de los talleres artesanales tlaquepaquenses, sino más bien como una herramienta que nos sirva de acercamiento para la observación y comprensión de las dinámicas y estrategias de los talleres familiares.

⁷⁴ Otros estudios etnográficos sobre artesanos hacen referencia a que la nueva pareja se va a la casa de los padres del esposo; sin embargo, en el caso de mis informantes no siempre es así. Esta decisión responde, más que a una costumbre (al menos en la actualidad), a las características y estructura de las unidades domésticas de los padres de los nuevos esposos; esto es, la disponibilidad de espacio en la vivienda o la necesidad que tengan los padres (sobre todo si son artesanos) de que la nueva pareja “les ayude” con los gastos de consumo o “ayuda” en la producción en el taller artesanal.

“ayudan” en el taller. Este acomodo permanece hasta que nace el primero o el segundo de los hijos, y es entonces cuando las parejas de artesanos llevan a cabo la siguiente estrategia: el hombre se va a laborar a un taller artesanal manufacturero o semiindustrial (ya sea de manera exclusiva o lo alterna con el trabajo que ya realizaba en el taller de su padre o su suegro), donde recibe un salario constante y aprende nuevas técnicas de elaboración; en algunos casos, también cultiva nuevas relaciones con comerciantes de productos artesanales, quienes más adelante serán sus clientes. Una vez que considera que tiene el suficiente capital (económico, cultural y social), instala su propio taller artesanal en su casa.⁷⁵

La segunda etapa del ciclo es cuando la unidad doméstica la componen la pareja e hijos, por lo regular infantes entre los ocho y diez años, y ya viven en su propia casa. El padre, y en algunos casos también la madre, dedica buena parte de su tiempo a la producción de objetos artesanales; a los hijos se les asignan ciertas “tareas” o “deberes”,⁷⁶ dependiendo de la edad y de las habilidades manuales que vayan desarrollando en la práctica; por ejemplo, entre los ocho y diez años, los hijos(as) rellenan y desmoldan la pieza y, a veces, preparan el barro; entre los once y catorce años, ya no sólo hacen eso, sino, además, conjuntan las dos partes desmoldadas y realizan algunos detalles, como modelar las extremidades del cuerpo.

A partir de los quince o dieciséis años en adelante, los aprendices de artesanos ejecutan los pasos anteriores y, además, comienzan a diseñar sus primeros modelados y decoraciones, en algunas ocasiones a manera de juego y en otras más como una forma de ir “ayudando” o “mejorando” los diseños de los padres. En la mayoría de los casos, a esta edad también acompañan al

⁷⁵ En este momento, la pareja que vive en casa de alguno de sus padres se va a rentar una casa propia o si alguno de los padres tiene los recursos, le proporciona un espacio para que construya su propia casa (ya sea a un lado de la casa principal o en la segunda planta). Es común que antes de la segunda etapa, la pareja entre en conflicto con los padres-suegros, porque los ingresos provenientes de fuentes externas se diluyen en las necesidades de la unidad doméstica, además de que se van presentando otros requerimientos para cubrir los gastos de escuela y crianza de los hijos y de contar con un espacio propio para instalar su propio taller.

⁷⁶ Esta asignación de tareas se da en la cotidianidad familiar y es considerada como “natural” entre los artesanos.

padre o a la madre a vender en la localidad o en algunas plazas o ferias regionales y nacionales.

En esta etapa del ciclo de vida de las unidades domésticas, y una de las más importantes para la reproducción de la práctica artesanal, durante la vida cotidiana los hijos e hijas, ahora convertidos en aprendices de artesano, van conociendo, incorporando y desarrollando saberes, habilidades y valores de la práctica artesanal. En el caso de los moneros, destaca la observación constante del cuerpo humano para poder modelar; por ejemplo, Zenón Martínez recuerda lo siguiente:

*... mi papá me decía: el cuerpo necesitamos medirlo, fíjate lo que mide, son siete caras y media las que tenemos, ahora este de aquí del hombro al cuello, es una cara la que tenemos, tenemos tres ojos, yo le decía *¿cómo vamos a tener tres ojos?, sí tres ojos, dice: lo que mide el ojo este y este, pues tiene que medir el lagrimal a lagrimal, por eso se llama tres ojos...**⁷⁷

No basta con la reproducción realista de la anatomía humana; los hijos tienen que aprender a observar actitudes para poder dar personalidad a sus figuras. Margarito Núñez, creador de la colección de presidentes de México, le decía a su hija Pilar: “Hay que ver desde el parado de la persona, hay que darle la posición, cómo caminaba cada presidente, cómo se paraba, qué le gustaba usar, uno tiene que ver de dónde está más largo, si tiene la boca chica o la boca grande...”⁷⁸

Así, los aprendices de alfareros van internalizando cotidianamente las secuencias técnicas de producción y las formas adecuadas para comercializar. Carlos Bustos, creador de monos contemporáneos, comenta:

Cuando tenía doce años elaboraba piezas y mi papá las llevaba a la frontera, llega a la frontera y se las compran y le dicen: los anaqueles no están aquí están en Guadalajara, en Fonart. Entonces viene a Fonart y le dicen: ¿quién hace este trabajo? Y contestó: pues es mi hijo. Y entonces comenzó el problema ahí, porque pensaban [los otros al-

⁷⁷ Entrevista a Zenón Martínez, 30 de junio de 1998.

⁷⁸ Entrevista a Margarito Núñez, 23 de abril de 2004.

fareros] que yo estaba buscando la forma de quitarles los clientes y yo bien chavo no sabía ni qué onda, y entonces me empezaban a pedir más y más, y mejor se los llevaba a la señora Rebeca Flores [dueña de un taller].⁷⁹

En la tercera etapa, la unidad doméstica está compuesta por la pareja y los hijos adolescentes, la gran mayoría de ellos estudiantes de secundaria y bachillerato. La mujer en esta fase tiene una mayor participación en la producción artesanal; se convierte en una coordinadora operativa que distribuye las tareas entre los hijos, quienes tienen que negociar constantemente sus tiempos extraescolares y así lograr el equilibrio entre “ayudar en los deberes domésticos” (entre los que se encuentra la producción de objetos artesanales) y dedicarle tiempo a la tareas escolares y a las relaciones sociales con sus amigos y otras actividades recreativas que los adolescentes suelen considerar más atractivas que la producción de cerámica.

El hombre, por otro lado, va dedicando cada vez más tiempo a la comercialización y al diseño de nuevos modelos. En algunos casos, en esta etapa la pareja, o el hombre (dependiendo de los intereses y el acuerdo que tomen), participa más activamente en organizaciones políticas de artesanos o en cursos de capacitación para mejorar su producción y hacerse de mejores formas y espacios para la comercialización de sus productos. Asimismo, algunos talleres suelen contratar mano de obra externa de la unidad doméstica, que pueden ser familiares o amigos cercanos, para poder producir las cantidades necesarias requeridas para la venta directa al consumidor o atender los pedidos de ciertos intermediarios.

En la cuarta etapa, la unidad doméstica está compuesta por la pareja y los hijos adolescentes y jóvenes, algunos de ellos con una profesión, otros obreros en alguna empresa fuera del giro de la artesanía y otros que se dedican exclusivamente a la producción artesanal. En esta fase se dan negociaciones constantes entre los miembros de la familia para redefinir su papel en la unidad doméstica; por ejemplo, los hijos profesionales y los obreros trabajan poco o nada en el taller artesanal. Por un lado, el discurso de los padres es que como hijos están “obligados” a ayudar en el taller, ya que viven bajo el mismo techo y es “lo

⁷⁹ Entrevista a Carlos Bustos, 5 de agosto de 2003.

que les da de comer”, pero, por otro, estos hijos son lo que dan un ingreso económico constante, que, en muchas ocasiones, sirve para sostener los gastos de reproducción de la unidad doméstica e incluso de los del taller familiar.

Algunos padres alcanzan a visualizar esta cuestión y la estrategia que utilizan es que los ingresos de los hijos profesionales son destinados a sufragar gran parte de los gastos familiares (cotidianos y extraordinarios) y los que provienen de la venta de productos artesanales se reinvierten en el taller para capitalizarlo y mejorar la producción y el equipo o para contratar mano de obra externa a la unidad doméstica.

Por su parte, los hijos que se dedican en exclusividad a la práctica artesanal en esta etapa del ciclo (que son los mayores y los menores) tienden a especializarse cada vez más en la producción (tanto de cantidad como calidad) o en el diseño de nuevos modelos. Estos hijos reciben un “sueldo” por su trabajo.

Es interesante observar cómo se define al interior de las familias el momento en que el padre asigna un “sueldo” al hijo artesano,⁸⁰ ya que la producción artesanal en el taller familiar pasa de ser un “deber doméstico” a un “trabajo”. Esto se da cuando el hijo domina gran parte de todo el proceso de producción, que es entre los diecisiete y diecinueve años. A nuestra consideración, esta estrategia la utilizan los padres (el hombre y la mujer) para retener una mano de obra calificada y muy productiva; sin embargo, este incentivo se acompaña de un discurso que resalta la herencia de la tradición artesanal familiar. En algunos casos, estos hijos son los que introducen cambios en el modo de producir (con nuevas técnicas), en lo que se produce (con nuevos diseños), en la comercialización (buscando nuevos mercados y formas) y hasta en el modo de ver la práctica artesanal (como una práctica artística y no sólo laboral).

Si en algún momento los hijos tienen la inquietud de casarse, entonces buscan otro trabajo que pueden alternar o no con el taller artesanal paterno. Por su parte, el padre continúa participando cada vez más en la comercialización y menos en la producción. La mujer en esta etapa tiende a ceder la coordinación

⁸⁰ De acuerdo con nuestras observaciones, esta asignación de sueldo es por igual tanto a mujeres como a hombres, pero en algunos casos encontramos que se privilegiaba el sueldo a los hombres con el argumento de que “pronto se casarían y tendrán que mantener una nueva familia”.

operativa a un hijo mayor (rara vez es a una hija) y se dedica sólo a una parte de la producción. Desde nuestra perspectiva, esta etapa y la anterior son las más importantes para el futuro del taller familiar, ya que las estrategias que se tomen en este punto del ciclo vital van a influir en la continuidad del taller paterno o materno (según quién sea el responsable del taller).

En la quinta etapa, los hijos ya se casaron y se fueron a vivir a otro domicilio (o están en ese proceso); en algunos casos, aún se encuentran los hijos menores jóvenes o adultos. En esta fase, el taller artesanal no sólo va a estar determinado por la composición de la unidad doméstica, sino también por las decisiones que se tomaron en la anterior etapa.

Si el taller familiar se capitalizó con la ayuda de los hijos profesionales y obreros, y además logró consolidar una cartera de clientes locales y foráneos, crecerá e incluso se convertirá en manufacturero (pequeño o mediano) con contratación de manos de obra. En otros casos, a pesar de la inversión, continuarán siendo familiares (con proceso fraccionado o compartido) con la participación de los hijos menores y los casados que no tienen su propio taller. Sin embargo, cuando todos los hijos se van y sólo quedan los padres, se convierte en un taller individual con la única colaboración del hombre o la mujer.

Así pues, la composición y las estrategias de producción de los talleres familiares están íntimamente vinculadas al ciclo vital de la unidad doméstica; como mostramos en la tabla 4, cada etapa tiene sus características, que se relacionan con un tipo de taller.

DIFERENCIACIÓN DEL ARTESANADO EN LOS PROCESOS DE PRODUCCIÓN MATERIAL

Hasta ahora hemos dicho que la organización de la producción artesanal de San Pedro Tlaquepaque obedece a las estrategias de producción y reproducción de los talleres artesanales tanto familiares como manufactureros. Esta configuración social ha propiciado un proceso de diferenciación del artesanado desde el ámbito de la producción; esto es, dependiendo de cómo los artesanos se enfrentan a las condiciones sociales que se les presentan y las estrategias que éstos llevan a cabo para actuar en la organización de la producción, van generando las posiciones de los agentes sociales en el campo artesanal y los capitales (culturales, económicos, simbólicos y sociales) que están en juego.

Tabla 4. Ciclo vital de la unidad doméstica y tipos de taller por etapa

Ciclo vital	Características de la unidad doméstica	Tipo de taller	Características del taller
Primera etapa	Pareja de reciente matrimonio que vive en domicilio de alguno de los padres o en su propia casa. El hombre o ambos trabajan en el taller paterno.	Taller familiar con proceso fraccionado	El jefe de familia participa en todo el proceso de elaboración, pero con ayuda de uno o más parientes (hijos menores y recién casados) en una parte del proceso.
Segunda etapa	Pareja con hijos infantes con domicilio y taller propio.	Taller familiar con proceso fraccionado	El jefe de familia participa en todo el proceso de elaboración, pero con ayuda de su pareja y sus hijos en una parte del proceso.
Tercera etapa	Pareja con domicilio y taller propio con hijos adolescentes.	Taller familiar con proceso fraccionado	El jefe de familia participa en todo el proceso de elaboración, pero con ayuda de su pareja y sus hijos en una parte del proceso. Ocasionalmente, contratan mano de obra de algún pariente en temporada alta (entre septiembre y noviembre).
		Talleres familiares con proceso compartido	El hombre participa en una parte del proceso de producción con apoyo de su esposa, sus hijos y algún otro ayudante (no necesariamente parentela) en dos partes del proceso.
Cuarta etapa	Pareja con hijos adolescentes y adultos. Los hijos profesionales u obreros trabajan fuera del taller paterno y tienen ingresos fijos. Los hijos menores y los mayores (regularmente) participan de manera activa en la producción y comercialización artesanal.	Taller familiar con proceso fraccionado	El jefe de familia participa en todo el proceso de elaboración, pero con ayuda de su pareja y sus hijos en una parte del proceso. Ocasionalmente, contratan mano de obra de algún pariente en temporada alta (entre septiembre y noviembre).
		Talleres familiares con proceso compartido	El hombre participa en una parte del proceso de producción con apoyo de su esposa, sus hijos y algún otro ayudante (no necesariamente parentela) en dos partes del proceso.

Quinta etapa	Pareja con o sin hijos que viven en su casa (y que reinvertieron en el taller en las etapas anteriores).	Talleres familiares con proceso compartido	El hombre participa en una parte del proceso de producción con apoyo de sus hijos y algún otro ayudante (no necesariamente parentela) en dos partes del proceso.
	Pareja con o sin hijos que viven en su casa (y que reinvertieron en el taller en las etapas anteriores).	Talleres manufactureros pequeños	El dueño del taller participa en todo el proceso con la colaboración de varias personas (en su mayoría no parientes) en diversas partes del proceso.
	Pareja con hijos adultos que viven en su casa (en general, recién casados).	Taller familiar con proceso fraccionado	El jefe de familia participa en todo el proceso de elaboración, pero con ayuda de su pareja y sus hijos en una parte del proceso. Ocasionalmente, contratan mano de obra de algún pariente en temporada alta (entre septiembre y noviembre).
	Pareja sin hijos.	Taller individual	Trabaja una sola persona que participa en todos los procesos de elaboración.

Para analizar etnográficamente este proceso de diferenciación del artesano tlaquepaquense, abordaremos cuatro casos y seguiremos la trayectoria de los talleres familiares desde el ámbito de la producción artesanal.

Caso de la familia Reyes

Centraremos nuestra observación en la familia Reyes a lo largo de dos generaciones: los Reyes Núñez y los Reyes Lomelí. La base de la primera familia son Florencio Reyes y Camberos e Isabel Núñez, hija de Encarnación Núñez y Maura Panduro (caso analizado en el capítulo tres). Florencio era un modelador proveniente de San Luis Potosí que llegó a Tlaquepaque en la década de los cuarenta. En esos años, conoció y se casó con Isabel, con quien montó un pequeño taller artesano. Tiempo después, llegaron tres hijos: María, Rigoberto y Eusebio, quienes ayudaron en los “deberes” de la alfarería desde muy temprana edad.

La producción principal del taller familiar eran las figuras de arcilla, a las que les llamaban “colombinas”, las cuales eran réplicas de piezas prehispanicas. También, elaboraban figuras de árabes (usadas para ampliar los personajes de los nacimientos), así como diversos adornos que modelaban a partir de dibujos que veían en libros y revistas, o bien, cuando algunos clientes las mandaban a hacer. Tiempo después, conforme fueron dominando la técnica del modelado, comenzaron a confeccionar moldes de personajes de nacimientos, que vendían a otros artesanos que sólo se dedicaban a moldear.

Al parecer, ésta fue una de las primeras “ventajas” del taller familiar; en comparación con los demás alfareros, ellos no dependían de los diseños que otros hacían; ellos mismos innovaban constantemente sus productos al crear nuevos moldes basados en modelados que elaboraba Florencio. Gran parte de sus ingresos provenían de las piezas que elaboraban para vender (a veces por pedidos explícitos) a algunas alfarerías de San Pedro que exponían en sus aparadores al consumidor final. La repentina muerte de Florencio obligó a sus hijos, ya jóvenes, a hacerse cargo del taller familiar paterno. Tanto Rigoberto como Eusebio comenzaron a reproducir, mediante la técnica de moldeado, los diseños de las figurillas que su papá les había dejado y durante un tiempo conservaron sus mismos clientes.

La necesidad económica de la familia propició que Rigoberto se hiciera cargo del taller familiar y Eusebio se fuera a trabajar al taller manufacturero de Guadalupe Valvaneda. Su contratación, como era común en otros, fue a destajo. Primero, estuvo sometido a un periodo de prueba durante el cual se dedicó exclusivamente a decorar figurillas de arcilla de santos y pastores para los nacimientos. Cuando el dueño observó que tenía habilidades para el modelado, le pidió que hiciera modelos para la producción de nuevas piezas con diferentes diseños, lo cual hizo por algunos años hasta que se fue a trabajar al taller manufacturero de Zavala, donde se dedicó a modelar figuras para nacimientos de cuarenta centímetros, un formato más grande de lo común, considerando que el tamaño estándar era de veinticinco a treinta centímetros.

Cuando Eusebio se casó con Teresa Lomelí, decidió trabajar para el taller de Gerónimo Sahagún, quien le pidió exclusividad de su producción y en un precio único a cambio de una casa. Así, durante casi quince años, Eusebio le producía doce figuras diarias a ocho pesos, que Sahagún vendía en su tienda a veinte.

Eusebio, al igual que otros artesanos de su generación, realizó trabajo domiciliario; el dueño del taller le proporcionaba el barro y él, la mano de obra, las herramientas, el horno y las pinturas. Sin embargo, este trabajo no lo hacía solo; sus hijos varones le ayudaban en el proceso de producción, sobre todo en la fase correspondiente al manejo de las piezas en el horno y su traslado al taller. Una vez que liquidó la deuda que tenía con Sahagún, la exclusividad se terminó (en la década de los cincuenta) y así pudo producir y vender a diferentes clientes, entre ellos a las tiendas de San Pedro, como la de Rosa Vizcaíno. Para ella, comenzó a producir pasajes bíblicos del nuevo testamento: el nacimiento, la presentación, la oración en el huerto, entre otros; llegó a diseñar diez de éstos.

En ese entonces, él ya establecía los precios de sus obras y tenía la opción de venderlas a las tiendas, o bien, a los compradores que llegaban directamente a su taller. Al respecto, su hijo comenta:

Anteriormente trabajando para las tiendas de los dueños [de los talleres manufactureros] las piezas de mi padre eran de precios más bajos, porque ellos ponían los precios, pero una vez que lo hizo por su cuenta las cotizaba mayor. Una vez “independiente”, ya que terminó la deuda con Gerónimo [Sahagún] podía venderles a las personas que lo buscaban directamente a su taller. Él no tuvo la necesidad de ir a vender a las plazas, ya que era muy reconocido por sus modelos y lo buscaban directamente a su taller.⁸¹

Cuando los hijos de Eusebio estaban chicos, la producción se basaba en la producción de piezas modeladas, lo que implicaba un trabajo fino, pero también lento en cuanto a tiempo para producirlos y de pequeña escala. Se levantaba temprano, elaboraba sus figuras, las quemaba, las pintaba y, durante las tardes, las vendía a las tiendas. Todo el proceso en un solo día. La participación de sus hijos en la producción estaba limitada a una parte del proceso (a preparar la materia prima o a decorar), pero cuando llegaron a jóvenes, la organización fue cambiando.

Por su parte, sus hijos Jorge y Pedro trabajaban en el taller paterno con la moldura de su padre. Jorge no era modelador ni tenía las habilidades de su padre y sus hermanos, pero tuvo la capacidad de visualizar nuevos mercados

⁸¹ Entrevista a Florencio Reyes Lomelí, 25 de agosto de 2005.

regionales que necesitaban de una mayor producción: “Jorge era una buena cabeza, no sabía hacer manos, pero sí a echar ojos, más que nada era la inteligencia con la que trabajaba, era vaciador. [...] Agarraba dos o tres ayudantes, ponía dos a vaciar, uno a poner manos y el pagaba para que le hicieran todo y al hacer las ventas conseguía buenos compradores”.⁸²

Con el sistema de forjado por moldeado, Jorge logró aumentar la producción del taller de su padre y se dedicó a buscar clientes en tiendas de San Pedro, Guadalajara, San Juan de los Lagos y Puerto Vallarta. Por su parte, Florencio decidió trabajar en el taller manufacturero de Jesús Méndez para aprender la técnica de moldeado por vaciado. Cuando tenía veintiocho años, se casó con Ana Rosa Rubalcaba y se quedaron a vivir en la casa del padre de Florencio, pero trabajando en el taller de Salvador Ramírez. A partir de ahí, se empleó ocasionalmente como obrero en algunas empresas fuera del ramo de la producción artesanal; sin embargo, para él no fue tan redituable como lo era para otros: “Después de que me casé, me fui a trabajar en la Cervecería Cuauhtémoc durante dos años, pero no me gustó que nos traían como obreros con horarios muy marcados y ganando poco, así que mejor regresé a hacer monos, que aunque no se gana mucho, si sale para comer y uno no está con horarios establecidos. El trabajo de dos meses como obrero, lo saco en una semana en [la producción de] los monos”.⁸³

La muerte de Jorge en una peregrinación a Talpa generó reacomodos en la forma de producir. Florencio se hizo cargo del taller familiar y retomó parte de los clientes y pedidos de su hermano, por lo que tuvo que aumentar la producción; como la demanda de piezas era mayor, contrató a cuatro trabajadores que le ayudaban a elaborar figuras por moldeado. Así, Eusebio se dedicaba a elaborar unas cuantas piezas por modelado, mientras que el mayor ingreso económico de la unidad doméstica provenía de la producción por moldeo. Éste es uno de los elementos que marcaron una diferencia entre una generación y otra: para Eusebio y su padre lo importante era la producción de modelos y figuras por modelado, y para los hijos de Eusebio, era una mayor producción. Florencio recuerda un diálogo con su padre:

⁸² *Ídem.*

⁸³ Entrevista a Florencio Reyes, 21 de mayo de 2004.

Mi jefe nunca se enseñó a sacar piezas de mayoreo, ni mal hechas las figuras, sino que él siempre hacía sus diez o doce piezas, pero muy bien terminadas, un artesano como él, de los antiguos, trabajaba por amor al arte, no por el peso. Yo le decía, mira trabajo más deprisa porque con el peso que te están pagando no es bueno y él me decía, pues yo tengo mis clientes. Le dije ¿cuántas figuras haces al día? ¿Doce? ¿A cómo te las pagan? ¿A dos pesos? Son veinticuatro pesos, yo me aviento cincuenta piezas al día y me las pagan a dos pesos también, en lo que haces doce, yo hago cincuenta, le dije; en lo que tú pintas doce, yo pinto cincuenta, y me decía, sí, pero las tuyas como están, están refeas [sic], y yo le decía, pero me las están pagando igual que a ti, entonces tus figuras deben de valer cuatro o cinco veces más que las mías, pero él nunca las subió, nunca perdió a sus clientes, conservó sus precios.

La participación de los hijos (primero Eusebio y después Florencio) en los talleres manufactureros permitió contar con un ingreso extra a las unidades domésticas y, también, mejorar las técnicas de producción. En el caso de Eusebio, la mejora consistió en perfeccionar el modelado, y en el de Florencio, la afinación de la técnica de moldeo; esto les ayudó a los dos a ampliar y diversificar la producción del taller familiar.

Caso de la familia Anguiano

Centraremos el análisis en dos generaciones: la primera, los Anguiano Estrada, y la segunda, los Anguiano Frey. La familia Anguiano Estrada estaba compuesta por el matrimonio de Martín Anguiano y Josefina Estrada, así como sus hijos Apolonia, María, Maximiliano, Victoria, Adelaida, María Guadalupe, Luis, Elías, Raymundo, Josefina, Efrén y Cecilia.

Tanto Martín como Josefina provenían de familias dedicadas a la producción alfarera. El padre de él, Salvador Anguiano, a inicios del siglo XX, tenía una doble ocupación laboral directamente relacionada con el temporal: en las lluvias, su actividad económica era la agricultura, y en las secas, junto con sus hijos, elaboraba braceros y comales que vendía en San Pedro y Guadalajara.

En los años cincuenta, San Pedro Tlaquepaque se había quedado sin tierras para sembrar, por lo que Salvador y sus hijos dedicaron un mayor tiempo a la alfarería y convirtieron su taller familiar en el principal ingreso

económico de la unidad doméstica. En esas fechas, había un buen mercado local que compraba la mayoría de sus productos; gran parte de su producción se vendía en las alfarerías de la localidad. No obstante, los clientes cada vez demandaban menos alfarería utilitaria (como los braceros y comales que hacían) y cada vez más figuras decorativas. Así, los hijos Salvador, Cornelio e Isidoro comenzaron a elaborar alcancías con forma de animales (puerquitos, gallinas, etcétera), mientras que Juan y Martín, pastores y “misterios” para los nacimientos.

Martín estudiaba música y continuaba confeccionando figuras en el taller de su padre. Una vez que terminó sus estudios, trabajó ocasionalmente tocando el corno inglés en algunos conciertos de la Banda de Música de Jalisco, lo cual le permitió contar con un ingreso extra a los que les proporcionaba el taller. Cuando sus hijos eran pequeños, Martín decidió instalar su propio taller familiar con el apoyo de su esposa, Josefina, quien también participó desde sus inicios en la producción. Elaboraban figurillas de arcilla relacionadas con los personajes del nacimiento. Desde niños, los hijos de Martín tenían asignados “deberes” en el taller; los hombres tenían una mayor responsabilidad de “ayudar” en la manufactura de monos, mientras que las mujeres debían auxiliar a la madre en los quehaceres del hogar.

Sin embargo, el taller artesanal no brindaba los ingresos necesarios que requería la unidad doméstica, por lo que Martín optó por diversificar sus ingresos con varias ocupaciones. Durante las mañanas, ensayaba con la Banda de Música de Jalisco; algunas tardes atendía una peluquería en Guadalajara y otras se dedicaba, junto con sus hijos, a la elaboración de figuras sencillas que no requerían una secuencia técnica muy extensa. Elías comenta:

Nos poníamos a hacer cosas sencillas, de una o dos tapas, había borreguitos, gallinas, gallos, eran moldes de dos tapitas que nada más se le ponían sus alambritos y ya quedaban paraditos los gallos o guajolotitos, en general animales domésticos para los nacimientos. Mi papá, de vez en cuando, sacaba sus propios modelos; se le ocurría sacar un pastor nuevo para sacar un poco de novedad, por ejemplo un pescador, en lugar de estar parados, pues los hacía sentados.⁸⁴

⁸⁴ Entrevista a Elías Anguiano, 6 de septiembre de 2003.

Cuando Maximiliano llegó a la juventud, se fue a trabajar al taller de Sergio Bustamante para aumentar los ingresos de la familia. Su estancia en el taller no sólo le sirvió para satisfacer sus necesidades económicas, sino también para aprender nuevas técnicas de modelado y asimilar ideas de diseños y formas de vender los objetos artesanales. Tiempo después, tanto del taller de Bustamante como de otros le comenzaron a solicitar el diseño de nuevos modelos, por lo que sus hermanos empezaron también a modelar nuevas figuras. Maximiliano enseñó a Elías y a Efrén a calcular proporciones del cuerpo humano para mejorar el realismo de sus figuras, así como a diseñar nuevos productos.

Cuando Martín murió, su esposa se hizo cargo del taller y continuó produciendo figuras de arcilla para nacimientos y de estilo costumbrista. De sus hijos, Maximiliano siguió trabajando parte de su tiempo con Bustamante y otra parte en sus propios diseños con ayuda de Elías y Efrén. Por otro lado, Luis y Raymundo dejaron la producción de monos: el primero se fue a trabajar como cocinero en la penal y el segundo se dedicó a la docencia a nivel secundaria.

Cuando Elías se casó, como lo había hecho su hermano tiempo atrás, ingresó al taller de Sergio Bustamante, donde estuvo laborando durante seis años. Para Elías, esta experiencia fue muy enriquecedora porque le permitió obtener un ingreso fijo para su recién creada familia, y también aprender nuevas técnicas y formas de trabajo que en el taller paterno no tenían. Al respecto, explica:

... ahí [en el taller de Sergio Bustamante] nos exigían que hiciéramos las cosas bien, con más calidad, pues, aunque uno lo hiciera bien [la pieza], lo teníamos que hacer mejor, y eso fue de gran ayuda para uno mismo, porque se acostumbra uno a trabajar sus propias piezas y no quedarse conformes, hay que mejorar la calidad que nos sirva de arma para combatir con los chinos que hacen cosas industriales y no tienen nada de mano de obra...⁸⁵

Su trabajo en el taller consistía en modelar y generar constantemente nuevos diseños y de mejor calidad. Ahí también aprendió la técnica del esmal-

⁸⁵ *Ídem*

tado de doble quemado, que permite que las piezas tengan un mejor acabado en la decoración y mayor fortaleza en la estructura.

Una vez que Elías consideró que ya contaba con los conocimientos necesarios y con varios diseños nuevos de figurillas de arcilla en la mente, decidió instalar su propio taller familiar en su casa con la ayuda de su mujer. Comenzó haciendo el “zoológico”, una colección de figurillas de diferentes animales que servían para completar los nacimientos. Luego, confeccionó un nacimiento con un diseño novedoso y experimentó con nuevos materiales y técnicas para mejorar su calidad. Al principio, su producción sólo la podía vender en el tianguis navideño de Tonalá. Tiempo después, algunos clientes de su hermano Maximiliano le compraban piezas y le mandaban hacer pedidos desde tiendas de Puerto Vallarta, Tijuana, ciudad de México y Mazatlán.

En la actualidad, cuenta con dos tipos de producción: figurillas de arcilla forjadas de manera mixta (parte modelada y parte moldeada), y figuras modeladas directamente. Por el tiempo que se invierte, las segundas son más costosas que las primeras. Ha ganado dos premios (uno nacional y otro estatal) con sus piezas modeladas, lo cual le ha favorecido para encontrar nuevos clientes en el país que le compran nacimientos durante todo el año.

Sin embargo, una buena parte de producción la vende a las tiendas de San Pedro Tlaquepaque a través de grandes comerciantes que determinan el precio y las formas de pago, y que, en muchas ocasiones, establecen condiciones ventajosas para ellos y se retrasan en los pagos.

En esta familia, podemos observar un cambio en la producción artesanal: los abuelos alternaban la agricultura con la elaboración de cerámica utilitaria; los padres alternaban la producción de figuras de arcilla con otros trabajos; y los hijos se dedican de tiempo completo a la producción artesanal y mejoran sus productos y procesos con nuevas técnicas y diseños; esto les permite incursionar en nuevos mercados (ya no sólo local, sino en galerías nacionales) y, en el caso de Elías, ganar un par de premios que le han ayudado a acumular cierto capital simbólico.

Caso de la familia Núñez

Margarito Núñez Martínez es hijo de Margarito Núñez Panduro (caso revisado en el capítulo anterior). Contrajo matrimonio con Guadalupe Hernández y

tuvieron seis hijos: Estela, Eva, Pilar, María Concepción, Óscar y Julio César. Cuando se casaron, se fueron a vivir a la casa paterna de él después de la muerte de Margarito Núñez Panduro, en 1961. Como su padre, Margarito se hizo cargo de los ingresos familiares con el trabajo continuo en su taller alfarero. Su principal producción eran las figuras de arcilla de estilo costumbrista y la colección de bustos de presidentes de la república mexicana. Desde niños, los hijos tenían asignadas tareas en el taller que debían cumplir a la par con sus obligaciones escolares.

El taller se encontraba en la casa de la familia. Tenían un letrero al frente que anunciaba que en ese lugar se elaboraban figuras de barro. Por lo regular, las puertas estaban abiertas para que el visitante pudiera observar cómo trabajaban debajo de un tejaban. La loza grande la secaban en la calle y la chica en el patio. Esto permitía que los visitantes ocasionales pudieran comprar directamente piezas sin tener que encargar pedidos. Esta cuestión cambió en forma radical durante los años setenta, sobre todo en el periodo de Luis Echeverría, ya que la Secretaría de Hacienda comenzó a visitar talleres alfareros y a cobrar impuestos. A partir de entonces, la producción de monos, que antes se realizaba en el patio de la casa, pasó a un espacio más privado, como la recámara,⁸⁶ para que no fuera vista por los funcionarios de Hacienda.⁸⁷ Pilar Núñez recuerda:

Por los inspectores se tuvieron que ir [los alfareros] a los cuartos de las orillas [de la casa]. Porque si nos veían trabajar, llegaban y te preguntaban si estabas registrado ante Hacienda y todo eso. A mí me tocó ver cómo llegaban los inspectores y todo mundo corríamos. Entre los mismos vecinos se mandaban al de Hacienda. Nosotros trabajábamos como tres cuartos de una pieza en el patio, pero llegaban los de Hacienda y entonces tapa todo, cierra todo, quita todo y no hay nada, entonces mi papá mejor se fue a la recámara.⁸⁸

Esta situación provocó que varios alfareros decidieran establecer en Tonalá sus talleres, lugar al que Hacienda no acudía con frecuencia;⁸⁹ esto

⁸⁶ De hecho, algunos de los alfareros tradicionales aún continúan trabajando en su recámara, como es el caso de Margarito Núñez e Ildefonso Goche.

⁸⁷ Entrevista a Pilar Núñez, 16 de julio de 2003.

⁸⁸ *Ídem*.

⁸⁹ Entrevista a Teresa Preciado, 15 de junio de 2004.

también propició la dependencia del artesanado a las relaciones de intermediación de los comerciantes y de los grupos políticos de artesanos. Sobre esta experiencia, Margarito Núñez expone:

... de vez en cuando llegaban inspectores [de Hacienda] porque querían que pagara impuestos. Nos escondíamos. Llegaban, tocaban y entraban al corral y preguntaban: ¿qué haces? [y le contestaba] No pues... trabajo en el campo. Entonces todos los [artesanos] que tenían talleres en el Parián y en sus casas, salieron volando para Tonalá a trabajar. Echeverría fue el que desbarató los talleres, porque llegaban hasta adentro [de los talleres] y decían que traían órdenes de Echeverría que se registren en Hacienda. Muchos se fueron, el taller de [Guillermo] Sahagún que tenía treinta trabajadores y otros [talleres más], yo me fui para mi cuarto. Cuando se iban [los inspectores], yo les decía [a mis hijos] que se vinieran para acá...⁹⁰

Conforme fueron creciendo, cada uno de los hijos de Margarito estudió el bachillerato y luego la universidad; sus tiempos libres los dedicaban a producir monos con su padre. Con el tiempo, la mayoría de ellos dejó de trabajar en el taller familiar y ocuparon puestos relacionados con su carrera; dejaron la producción de piezas sólo a Margarito y a su hijo menor, Julio César. Óscar estudió Turismo y vive en Ciudad Juárez; Concepción estudió Educación Física y Deportes y trabaja en el Club Guadalajara; Eva estudió Trabajo Social; Estela es enfermera del Instituto Mexicano del Seguro Social; y Pilar estudió Ingeniería en Comunicaciones y Electrónica.

Cuando salió de la universidad, Pilar dejó de hacer monos con su papá para emplearse en diferentes empresas de la rama electrónica. Según comenta, estos trabajos le permitían tener un ingreso económico permanente, pero en muchas ocasiones le “enfadaban” las actividades mecánicas que realizaba, por lo que sólo duraba periodos cortos en cada empresa y cada vez que renunciaba, regresaba al taller de su padre, quien decidió pagarle por su mano de obra.

Estos retornos recurrentes al taller familiar “mientras conseguía trabajo”, hicieron que Pilar pudiera apreciar cada vez más el oficio de su padre; la alfarería no sólo le representaba la posibilidad de tener un trabajo con hora-

⁹⁰ Entrevista a Margarito Núñez, 23 de abril de 2004.

rios flexibles, sino que se dio cuenta de que era una actividad económica muy rentable y traía consigo un reconocimiento social:

... un tiempo me quedé dos años con mi papá y después me ofrecieron un trabajo en una empresa que fabricaba maquinitas [de videojuegos], pero no duré mucho porque me enfadé y me salí, y entonces comencé a ver que ya nadie le ayudaba a mi papá, porque todos estábamos saliendo la carrera y trabajando en otra cosa, pero yo veía que lo de mi papá sí tiene futuro, porque mi papá ha trabajado toda su vida en esto y a todos nos dio carrera, y entonces me di cuenta que a mi papá le estaba sucediendo lo que a mi abuelo, que todo [el] mundo lo conocía como el señor Panduro, pero lo confundían con mis parientes, por lo que se quedaba en el anonimato; entonces me puse de meta que mi papá saldría del anonimato, porque todos conocían sus piezas, pero no identificaban a mi papá. Por eso me dediqué a esto [a la alfarería] y logré que a mi padre ya lo reconocieran.⁹¹

Margarito y César se dedican a hacer figuras tipo mexicano y la colección de presidentes de Juárez al actual. Por su parte, Pilar decidió abrir su propio taller artesanal individual y elaborar también figurillas de arcilla de estilo costumbrista; amplió la colección con presidentes anteriores a Juárez. Cuenta con dos tipos de producción: “La mercancía comercial”, que son piezas de forjado mixto, principalmente de figuras tipo, y la “especial para licenciados”, que consiste en piezas modeladas, como bustos y la colección de presidentes. El primer tipo se produce constantemente, mientras que el segundo sólo se hace bajo pedido o para ocasiones especiales, como exposiciones o catálogos.

Pilar se ha dedicado a la promoción y comercialización tanto de sus propias piezas como las del taller de su padre; para ello, ha tenido constantes acercamientos con diversas instituciones gubernamentales locales y estatales para poder acceder a espacios de comercio nacionales e internacionales. También ha buscado en las instituciones gubernamentales el reconocimiento de la obra y trayectoria laboral de su padre, ya que esto “ayuda para cotizar mejor las piezas”;⁹² estos acercamientos son atractivos para Pilar, pero no para su papá: “... mi papá solamente se dedica a trabajar y le choca eso de las instituciones,

⁹¹ Entrevista a Pilar Núñez, 16 de julio de 2003.

⁹² Entrevista a Pilar Núñez, 23 de abril de 2004.

llegaban personas como José María que era del registro [civil] y le dijo: dame tu currículo para meterte al premio nacional de la cerámica y te ganes un premio. Y mi papá contestaba: Sí como no, ven mañana. Y en cuanto salía [José María] nos decía: si viene otra vez díganle que no estoy porque me quita el tiempo”.⁹³

Para Pilar, esta actitud de su padre es casi generalizada en los moneros de su generación: “Mi padre es el estereotipo del artesano; no les interesa lo de afuera, si viene alguien preguntando, le da poca información, y si es un comprador, quiere que le compre y se vaya sin más preguntas [...] mi padre no tiene interés en la proyección; yo soy la que tengo que estarlo promocionando y explicarle a la gente la importancia que tiene su obra y su tradición”.⁹⁴

Es aquí donde se puede observar un cambio generacional no sólo en términos de formas de producción y comercialización, sino también del sentido de la propia práctica artesanal. Tanto Pilar como César Núñez coinciden en que es un orgullo continuar con la tradición artesanal de su padre y abuelo, aunque comentan que es necesario tener un equilibrio entre una visión tradicionalista de la práctica artesanal y una empresarial. Sobre estas diferentes visiones, César lo ilustra de la siguiente manera:

El artesano tradicional es como el campesino, ya que ven su trabajo como una forma de vida, no como un negocio, el artesano [tradicional] ve su trabajo como algo personal, en cambio el empresario ve la cuestión monetaria. [...] El campesino, por ejemplo, se levanta desde temprano y todo el día trabaja en el campo, igual el artesano, desde que se levanta es un artesano y comienza a producir de sol a sol. [Por el contrario] el caso de Sergio Bustamante es un empresario, uno de sus empleados le dice: mira ya saqué una nueva textura, y él contesta: está bien, pero esa va a ser para Japón, entonces él produce pensando a quién se lo va a vender, y mi papá por ejemplo produce y después ve a quién se lo vende. [Por lo tanto] el artesano produce, por producir, el empresario produce para vender.⁹⁵

Este caso de la familia Núñez muestra cómo se ha dado una cierta continuidad en la producción de los talleres (uno de proceso compartido y otro

⁹³ Entrevista a Pilar Núñez, 16 de julio de 2003.

⁹⁴ Entrevista a Pilar Núñez, 23 de abril de 2004.

⁹⁵ Entrevista a César Núñez, 27 de mayo de 2004.

individual); aunque, en general, son el mismo tipo de piezas las que elabora una generación y otra, observamos un cambio de visión sobre los objetos y la misma práctica artesanal: para Pilar, los modelos de su padre son parte de un patrimonio cultural, no sólo de la familia, sino de Tlaquepaque y este “valor” le permite diferenciar sus mercancías de acuerdo con el valor cultural que algunas instituciones gubernamentales (con reconocimientos y exposiciones) y expertos (con publicaciones y conferencias) asignan a las figuras de los Núñez.⁹⁶ El cambio, más que en las secuencias técnicas y en los productos, está en el sentido que le otorgan y en los nichos de mercado que encontraron para comercializar las piezas con el valor agregado que les brinda el capital simbólico de ser “patrimonio cultural”.

Caso de la familia Padilla

Esta familia está compuesta por Francisco, su esposa, Aurora, y sus hijos Juan, Francisco, Rodolfo (nombrado de aquí en adelante como “Rodo”), Aurora y María del Carmen. En los años cincuenta, Francisco trabajaba vacunando reses en Parácuaro, Michoacán, cuando su hermano Rodolfo lo invitó a Tlaquepaque para que instalaran un taller de cerámica. Rodolfo ya tenía algo de experiencia en el ramo porque estuvo trabajando para el taller de Loza Fina, SA de CV. Rodo comenta: “... mi tío le dijo a mi papá: 'oye Paco, en el taller que acabo de poner nunca hay utilidades ni nada; de que me roben ellos a que me robes tú, mejor vente tú'. Así lo platica mi papá porque yo todavía no había nacido, sólo mi hermano mayor Juan; entonces le dijo [mi tío]: 'mira el taller da dinero, pero mejor adminístralo tú y ya aprendes sobre la marcha'”.⁹⁷

Así lo hizo Francisco y comenzó a poner en marcha el taller; sin embargo, a unos cuantos meses de su llegada a Tlaquepaque, repentinamente Rodolfo murió y le heredó el taller y sus relaciones comerciales con proveedores, compradores y un gerente de banco, quienes lo motivaron a continuar con el negocio al darle prestaciones para la adquisición de nuevo equipo y financiamiento.

⁹⁶ Esta cuestión será analizada con más detalle en el capítulo cinco.

⁹⁷ Entrevista a Rodolfo Padilla, 3 de junio de 2004.

A partir de entonces, instaló el taller de piezas que denominó “loza de caolín”, una losa blanca muy parecida a la porcelana y que era una técnica novedosa en San Pedro en esas fechas. Inició con la manufactura de “caras de chinos”, golondrinas, figuras de estilo costumbrista, así como “familias”, las cuales eran un conjunto (regularmente tres) de figuras de animales. Después, cuando este tipo de piezas no se vendían ya, cambió su producción y fabricó diversos suvenires de Guadalajara (llaveros, tazas, ceniceros, etcétera).

Con los ingresos que le proporcionaba el buen funcionamiento del taller, pudo brindarles estudios universitarios a sus hijos: Juan estudió la carrera de Administración; Francisco, Ingeniería Química y ceramista; y Rodolfo, Ingeniería Industrial. Una vez que terminó la universidad, Juan se fue a trabajar a Banxico, mientras que Rodo y Francisco se quedaron en San Pedro acompañando a su padre en el taller. Rodo se fue a estudiar cerámica a Japón y a su regreso, su hermano Francisco y él instalaron un taller paralelo al de su padre para implementar la técnica de la alta temperatura a algunas mercancías, como las tazas y los platos, con un tipo de decoración que denominaban “chorreado”.

En 1982, con la crisis económica, bajó la demanda de suvenires, lo cual impactó en las ventas del taller familiar. La producción del taller paterno comenzó a tener problemas de comercialización, mientras que el de Rodo y su hermano experimentó una alta demanda de la loza que producían: Rodo nos comparte:

... nosotros veíamos cómo el taller de mi papá se viene bajando, se viene bajando por situación económica del país y por la situación del diseño del nuestro va subiendo, va subiendo, entonces los incorporamos los dos mejor, el taller de mi papá lo absorbemos nosotros y entonces ya quedamos juntos, porque eran dos talleres diferentes. Ya desde ahí comenzamos a hacer pura alta temperatura porque era más costearable.⁹⁸

Aunque económicamente era más rentable dedicarse sólo a la producción de cerámica de alta temperatura, para el señor Francisco, dejar de lado la fabricación de sus piezas, representaba una gran pérdida; sus hijos tuvieron que convencerlo de que el cambio permitiría la continuidad del taller familiar:

⁹⁸ *Ídem.*

Le demostré a mi papá que lo que estaba haciendo estaba perdiendo dinero y a nosotros nos estaba yendo muy bien [...] mi padre decía: no es que sí da, y yo le hice un estudio económico y se lo mostré, y él lo tuvo que aceptar ya con los números en el cuaderno; yo recuerdo que en aquel tiempo vendíamos una taza en diez pesos, y nos costaba producirla cuatro pesos; un *suvenir* que mi papá vendía en aquel tiempo en cinco pesos, nos costaba fabricarlo cuatro o cinco pesos; y entonces él me dijo que tenía toda la razón y ya comenzamos como familia trabajando juntos haciendo loza de servicio, pero hacíamos también lámparas, tazas, ceniceros y cosas de ese tipo...⁹⁹

Sin embargo, para el señor Francisco Padilla, no sólo era integrar nuevas técnicas a su práctica artesanal, sino también abandonar aquellas que habían sido parte de su vida:

Él no quería por lo romántico de la cosa, decía: cómo esto que nos dio de comer tanto tiempo y ahora no [sirve] y pues yo le decía que los tiempos cambian. Yo me acuerdo [que] cuando teníamos que limpiar [la bodega] porque estaba creciendo la producción, pues teníamos que tirar la moldura y ese fue un momento muy duro para mi papá porque él decía: ¿pero cómo [la vamos a tirar]?, no lo tiren. Nosotros le decíamos: a ver, ¿qué vamos a hacer? ¿Dónde vamos a poner la producción? Necesitamos espacio. Y pues mi papá aceptaba, pero le dolía, a nosotros también nos dolía, pero no tanto como a él porque eso fue su vida por muchos años. [...] Él se sentía que le decíamos que todo lo que había hecho toda su vida ya no servía, digo no era el caso, pero así se sentía; claro que fue excelente: nos dio carrera, nos dio todo, esto de alguna manera nos integró más a él y ahora de alguna manera entiende más las cosas de los diseños nuevos [...] pero todas las cosas tienen que cambiar y tienen que embonar y hay partes que duelen y hay partes que no.¹⁰⁰

Entre 1989 y 1990, Rodo se fue a estudiar a Italia y por accidente se inscribió en un curso de escultura; a su regreso, comenzó a elaborar esculturas como pasatiempo hasta que algunos clientes le solicitaron piezas para comprárselas:

⁹⁹ *Ídem.*

¹⁰⁰ *Ídem.*

Por accidente estoy inscrito [*sic*] en un curso de escultura que no lo había querido yo, pero ya estaba ahí. Ya de regreso a ese curso comencé a tomar la escultura como un *hobby*; hacía mis esculturas por la tarde y se las regalaba a mi familia de cumpleaños o cosas de ese tipo; entonces seguía haciendo piezas, llegaban clientes y les gustaban y entonces compraban. Yo recuerdo que la primera vez dije: ¿y a cómo las vendo?, pues sabe. Así comencé a vender la escultura y después otro cliente también quería y empezó la gente a gustarle y a comprar y es así donde empiezo ya con el tipo de piezas que ahora hago.¹⁰¹

A mediados de los noventa, la producción de figurillas fue creciendo de tal modo que el taller se tuvo que dividir en dos, con razón social diferente: Taller Rodo Padilla, donde se producen figurillas en alta temperatura, y Taller Paco Padilla, donde se elaboran vajillas con “diseños exclusivos”. Para los hermanos Padilla, la continuidad del taller artesanal se debe, en gran parte, a que éste logró adecuarse a las necesidades que el mercado les iba demandando y, también, a las dinámicas al interior de las familias de artesanos. Francisco lo comenta:

... A nivel familiar, los padres deben entender que deben infundirles con cariño a los hijos este trabajo [...] nosotros tuvimos la suerte de tener un padre con educación, pero muchos impresionantemente buenos artesanos hasta explotaban a sus hijos para trabajar; entonces, pues los hijos para pronto en cuanto pudieron se salieron a trabajar en cualquier empresa o chamba y ahí fue donde se cortó todo el talento, hijos de artesanos brillantes trabajando en maquiladoras.¹⁰²

Tanto Rodo como Francisco coinciden en que actualmente producir piezas como las que elaboran conlleva un gran riesgo por lo difícil que es el mercado artesanal; la producción ceramista china que ha entrado a México en la última década ha sido una competencia con la cual no pueden enfrentarse, sobre todo la relacionada con la fabricación de platos y tazas; por lo tanto, la diversificación de la producción les ha permitido complementar los ingresos

¹⁰¹ *Ídem.*

¹⁰² Entrevista a Francisco Padilla, 18 de junio de 2004.

de los talleres: “Las esculturas de los monos petacones es lo que primero hice, antes que los gordos, después me fueron pidiendo para galerías, clientes extranjeros y se va dando la comercialización por el mismo mercado de las tazas; antes íbamos a las expos de regalos a vender tazas y ahora se venden esculturas y de esa manera se van ayudando un área con la otra”.¹⁰³

Ambos hermanos consideran que una de las estrategias de producción más importantes para la continuidad de sus talleres es la innovación de los diseños y la elaboración de piezas más “artísticas y exclusivas”. Rodolfo explica:

Para los artesanos mexicanos, la única salida es hacer las cosas exclusivas de calidad, o te vas al rollo industrial que es ahí donde China te da, o haces artesanía mexicana, innovadora, tradicional o lo que sea siempre y cuando con calidad y creatividad; digo a los chinos no les interesa producir sólo veinte o cincuenta piezas de un diseño que van a experimentar a ver si se vende, los artesanos mexicanos sí lo hacemos.¹⁰⁴

En el mismo sentido, Francisco hace la siguiente observación:

... La invasión de oriente [en el ramo ceramista] ha sido muy fuerte y en el mercado de las vajillas que es muy bueno siempre, ahorita nos están dando duro los ingleses, los italianos, los chinos, los tailandeses y los filipinos. Ellos tienen una producción mucho más industrializada, pero siempre hay personas que quieren y buscan tener piezas un poco más exclusivas en sus casas y pues eso es lo que yo hago; todas las piezas son decoradas a mano tratando de hacer una mezcla con nuestras raíces y algo innovador, con el decorado tradicional de esta región que es el decorado Tonalá.¹⁰⁵

En la familia Padilla se puede observar un cambio no sólo de secuencias técnicas, sino también la diversificación de su producción: una línea de productos de carácter utilitario y otra artística y de “exclusividad”, siempre con una visión internacional de su trabajo y de los nichos de mercado a los que pueden acceder. Otro factor importante ha sido la formación profesional

¹⁰³ Entrevista a Rodolfo Padilla, 3 de junio de 2004.

¹⁰⁴ *Ídem.*

¹⁰⁵ Entrevista a Francisco Padilla, 18 de junio de 2004.

de los hermanos Padilla, que les permitió innovar en su forma de producir y en la misma administración de los talleres convertidos ahora en pequeñas empresas.

En los cuatro casos presentados, observamos cómo hay una interrelación entre las estrategias de reproducción de las unidades domésticas, las estrategias de producción del taller artesanal, y las relaciones de intercambio y apropiación entre los talleres familiares y los manufactureros. No obstante, las dos primeras dependerán de los ciclos de vida de las unidades domésticas, así como de las condiciones sociales en las que los artesanos toman sus decisiones para estudiar, trabajar fuera del taller paterno o producir un nuevo modelo.

La reproducción y los cambios en la práctica artesanal de San Pedro Tlaquepaque no dependerán, como lo indican algunos estudios, sólo de la creatividad y genialidad de los artesanos ni tampoco se da una relación mecánica entre demanda del mercado y producción de objetos artesanales.

Tabla 5. Comparación de los casos revisados en los procesos de producción material y reproducción de la práctica

Familia	Generación	Productos	Técnicas	Clientes	Estrategias de reproducción doméstica	Estrategias de producción artesanal
Reyes	Primera	Modelos de figurilla de arcilla de estilo costumbrista y prehispánica	Forjado por modelado Baja temperatura	Venta de productos a las "alfarerías" locales	Hijo mayor se hace cargo del taller familiar e hijo menor trabaja en un taller manufacturero	Producción y venta de modelos
	Segunda	Nacimientos y pasajes bíblicos	Forjado mixto, modelado y moldeado Baja temperatura	Tiendas de San Pedro, tiendas y ferias artesanales a nivel regional y nacional	Hijos trabajan en el taller paterno diversificando producción. Un hijo trabaja en taller manufacturero	Trabajo domiciliario del taller manufacturero Sistematización de la producción para mayores volúmenes
Anguiano	Primera	Figuras pequeñas de animales para nacimiento	Forjado por moldeado Baja temperatura	Otros artesanos y tiendas locales	Diversificación de ocupaciones laborales. Hijo mayor trabaja en taller manufacturero	Proceso de elaboración de proceso compartido Reproducción de diseños
	Segunda	Nacimientos y figuras tipo	Forjado mixto y modelado Baja y mediana temperatura	Tiendas locales y galerías nacionales	Producción ceramista como único ingreso	Proceso de elaboración fraccionado. Innovación constante de diseños

Núñez	Primera	Figura tipo y colección presidentes	Forjado mixto y modelado	Tiendas de San Pedro y visitantes ocasionales	Hijos menores trabajan en taller e hijos mayores, en otras ramas no artesanales	Proceso de elaboración de proceso compartido Reproducción de diseños de los padres
	Segunda	Figura tipo y colección de presidentes	Forjado mixto y modelado	Galerías a nivel nacional e internacional	Producción ceramista como único ingreso	Producción individual División de producción: corriente y exclusiva
Padilla	Primera	Figuras de caolín y suvenires	Forjado por moldeado Mediana temperatura	Tiendas del mercado San Juan de Dios Turistas de San Pedro	Hijo mayor trabaja fuera del ramo; demás hijos en el taller	Proceso fraccionado y diseños a demanda del mercado turístico
	Segunda	Vajillas de diseño exclusivo y esculturas	Forjado mixto, modelado y moldeado Alta temperatura	Tienda local propia y galerías nacionales e internacionales	Producción ceramista como ingreso predominante	Proceso fraccionado Innovación de diseños y producción de piezas exclusivas

Capítulo 5

Comercialización e intermediación económica y política

Como expusimos en los capítulos anteriores, el establecimiento de los talleres alfareros manufactureros a principios del siglo XX alentó la producción artesanal y sentó las bases para el crecimiento comercial de los artículos artesanales en San Pedro Tlaquepaque y en la región. Por su parte, el proceso de industrialización de Guadalajara, entre 1940 y 1970, estuvo acompañado de un intenso aumento demográfico y del espacio urbano, por lo que se dio un cambio del uso de suelo y la incorporación de diversos pueblos circunvecinos a una zona metropolitana.

Este fenómeno creó las condiciones para que la región de Tlaquepaque y Tonalá se convirtiera en un distrito artesanal y, por consiguiente, se reconfigurara el campo social del artesanado. Una de las cuestiones importantes en este proceso fue la consolidación de una organización de la producción artesanal basada en relaciones de intermediación, intercambio y apropiación entre los talleres familiares, los manufactureros y los proveedores de materias primas.

No obstante, esta dinámica fue posible, en parte, gracias a las estrategias y los reacomodos de las unidades domésticas para su reproducción. Las decisiones que van tomando las familias durante su ciclo de vida con relación a quién trabajará en el taller y quién saldrá a laborar fuera, serán clave en la continuidad o declive de éste.

Los cambios en los talleres familiares en el ámbito de la producción son, en su mayoría, impulsados por las nuevas generaciones; cada generación

trae consigo nuevos productos, técnicas, materiales, estrategias de producción e incluso nuevas visiones de la práctica artesanal; esto les ha servido para competir con otros agentes del campo y buscar una mejor posición en el espacio social.

Sin embargo, la consolidación del distrito artesanal no sólo fue favorecida por los cambios en la producción de los talleres artesanales; hay otros dos elementos relevantes: por un lado, las políticas gubernamentales artesanales y turísticas que definieron la producción artesanal como un patrimonio cultural que representa la “mexicanidad” (además de una ocupación laboral) y promueven la imagen de San Pedro como un “pueblo pintoresco mexicano”; y por otro, la consolidación del distrito creó las condiciones para la generación de un mercado artesanal constante (no temporal) con ventas locales y foráneas, además de acciones por parte del Estado para brindar apoyos a los talleres artesanales. Esto fomentó la creación de grupos de artesanos y comerciantes que hicieron dependientes a los talleres familiares de la intermediación económica y política para el acceso a los mercados.



Figura 17. Elementos de análisis de la consolidación del distrito artesanal en Tlaquepaque

A partir de la segunda mitad del siglo XX, se ha venido construyendo socialmente una diferenciación del artesanado desde los procesos de comercialización y consumo de los objetos artesanales; esto, debido a que los artesanos tienen un acceso y una participación diferenciada en los circuitos artesanales, dependiendo del agente del campo social y los capitales económicos, sociales y simbólicos con los que cuenta.

En este capítulo, analizaremos las características de los espacios y la comercialización del artesanado, así como el surgimiento de agrupaciones formalmente organizadas tanto de artesanos como de comerciantes, y el establecimiento de las relaciones de intermediación económica y política para el acceso a los mercados y programas de apoyo gubernamental.

LA COMERCIALIZACIÓN DE LOS OBJETOS ARTESANALES

Una de las características importantes de los objetos artesanales es su valor como mercancía y, por lo tanto, la viabilidad de su comercialización. No obstante, la distribución y el consumo de los bienes están sujetos a espacios de venta, formas de comercio, relaciones de intermediación entre los agentes del campo social y disposiciones ideológicas sobre cómo definir el valor estético y económico de los objetos. A continuación, describimos y examinamos las dos primeras.

Los espacios de comercialización

Los espacios de comercialización de la producción artesanal tlaquepaquense han variado con el tiempo. Como mencionamos en el capítulo dos, los primeros lugares de venta eran algunas plazas públicas y mercados de Guadalajara, así como en los talleres artesanales de San Pedro y Tonalá. En la actualidad, los artesanos tienen un abanico más amplio de puntos de comercialización de sus productos, pero el acceso a ellos depende, en gran parte, de sus relaciones con otros agentes del campo social. Para abordar estas relaciones, primero es necesario definir dónde están estos espacios de comercialización y cuáles son sus características. De acuerdo con la información recolectada en el trabajo de campo, podríamos identificar a San Pedro Tlaquepaque, Guadalajara, Tonalá, ciudad de México y otras ciudades.

San Pedro Tlaquepaque

Ya comentamos que en el siglo XIX, los talleres artesanales vendían sus productos en el mismo espacio que los producían. Luego, a partir de la década de los treinta, las alfarerías se fueron constituyendo en sitios especializados para la comercialización de los objetos artesanales que elaboraban los talleres familiares y manufactureros. Estas alfarerías empezaron a asentarse en las inmediaciones de El Parián y, en los años cuarenta y cincuenta, el comercio se extendió a calles aledañas, como Independencia y Juárez.

En nuestros días, gran parte de los establecimientos que comercializan objetos artesanales se ubican en un cuadrado que lo componen las calles de Constitución (al norte), Niños Héroe (al poniente), Reforma (al sur) y Obregón (al oriente). Ahora, ya no se les llama “alfarerías”, sino “galerías” o simplemente tiendas¹⁰⁶; la gran mayoría de ellas se dedican a la compra-venta sin invertir en la producción.

De acuerdo con un directorio comercial del Ayuntamiento de Tlaquepaque,¹⁰⁷ en la cabecera municipal existen 74 tiendas de productos artesanales, las cuales representan 19.47% del total de comercios formalmente establecidos;¹⁰⁸ de éstos, 7% son fabricantes.¹⁰⁹ De dichas tiendas, 82% cuentan con artesanías de diferentes materiales, técnicas y orígenes; sólo 18% tienen una especialización de los productos que venden. De estos negocios especializados, 23% venden de manera exclusiva cerámica; 30%, objetos o muebles de madera; 15%, objetos de hierro forjado y el mismo porcentaje, vidrio soplado; por último, 8% se dedican a la venta de artesanías de latón y textiles, respectivamente. De todos ellos, 18% exportan su mercancía.

¹⁰⁶ Este cambio de denominación en parte es propiciado por los grupos de comerciantes y las políticas artesanales que han buscado posicionar a San Pedro como un corredor comercial de artesanías “exclusivas” y de alta calidad, lo que genera una diferenciación con Tonalá, donde se venden artesanías de menor calidad (entrevista a Gustavo Miranda, 1 de agosto de 2003).

¹⁰⁷ Directorio del Centro Histórico de Tlaquepaque. Centro de Información e Investigación Municipal del Ayuntamiento de Tlaquepaque, Jalisco, febrero de 2004.

¹⁰⁸ Rueda de prensa del día. Dirección de Promoción Económica del Ayuntamiento de Tlaquepaque, Jalisco, 22 de abril de 2004.

¹⁰⁹ Esta información, presentada por el gobierno municipal, debe tomarse con mucha reserva, ya que el directorio no toma en cuenta a varios de los comercios identificados en campo.

Otros espacios de comercialización en San Pedro son la Feria de San Pedro Tlaquepaque y la Exposición Nacional de Artículos de Regalo y Decoración Artesanal Mexicana. Hasta antes de los setenta, la Feria de San Pedro era uno de los foros sociales y culturales más esperados por los tlaquepaquenses. Se llevaba a cabo en junio, como una extensión de la fiesta religiosa del santo patrono San Pedro. Iniciaba con un desfile de carros alegóricos tanto de temática religiosa como de la historia del pueblo, en el que participaban grupos de diversa índole. Un ejemplo lo encontramos en la lista de carros que participaron en 1966:

El día 29 se verificará un desfile de carros alegóricos, con las representaciones y patrocinios siguientes: SAN PEDRO, patrocinada por las organizaciones de la CROC; ÚLTIMA CENA, patrocinada por el regidor Alfredo Cárdenas; NEGACIÓN DE LA CRUZ, patrocinada por sector Obrero; SAN PEDRO PESCADOR, patrocinada por Sr. Rafael Panduro; DESESPERACIÓN Y HORCA DE JUDAS, patrocinada por Srita. Elvira Manzano; SACRIFICIO DE CUAUHTÉMOC, Unión de artesanías y PROCESO DE LA INDUSTRIA ALFARERA, Sr. Pablo Morales (López, 1966, p. 8).

Una serie de actividades culturales tenían lugar en el Jardín Hidalgo y se hacían muestras artesanales en las plazas públicas para que los paseantes pudieran observar cómo trabajaban los artesanos y también comprar alguna pieza de cerámica de su agrado. En los ochenta, las actividades de la feria se trasladaron al “núcleo de feria Valentín Gómez Farías”, en las inmediaciones de San Pedro.

Actualmente, la feria se organiza entre abril y mayo.¹¹⁰ A grandes rasgos, el núcleo de feria está dividido en cuatro partes: en una se encuentran espacios de comida y servicios; en otra, los juegos mecánicos; en una más se ubican algunos escenarios para presentaciones artísticas; y en la última, una serie de puestos comerciales. De acuerdo con los informantes, ese espacio era una buena plaza para la venta de sus productos; por ello, la mayoría de los puestos ofrecían cerámica tlaquepaquense y tonalteca. Ahora, es difícil hallar puestos que ofrezcan cerámica de la región; en su lugar se comercializa “artesanía china”, ropa y discos piratas.

¹¹⁰ Esta información, presentada por el gobierno municipal, debe tomarse con mucha reserva, ya que el directorio no toma en cuenta a varios de los comercios identificados en campo.

El otro espacio de comercialización itinerante es la Exposición Nacional de Artesanías (ENART), exposición organizada por la Cámara Nacional de Comercio (Canaco) de Tlaquepaque desde 1989; su sede es el Centro Cultural y de Exposiciones “El Refugio”, cuya administración depende del Ayuntamiento de Tlaquepaque. Se realizaba cada año en agosto, pero desde 1996 se lleva a cabo dos veces al año en los meses de febrero y agosto; participan alrededor de dieciséis mil empresas de 63 países,¹¹¹ las cuales, según sus organizadores, “están certificados y avalados por la Cámara Nacional de Comercio de Tlaquepaque la cual se encarga de seleccionarlos de acuerdo a los máximos estándares de calidad tanto del producto como de la misma empresa”.¹¹²

Sus organizadores afirman que la ENART es una de las exposiciones más importantes de América Latina, que responde a las necesidades actuales de los productores y comercializadores; al respecto, un video promocional divulga:

Las familias de alfareros se han convertido en empresas que buscan modernizarse y que se encuentran en proceso de internacionalización en este sentido, la Cámara Nacional de Comercio de Tlaquepaque forma ENART como instrumento de los empresarios locales, nacionales e internacionales para mostrar su producto, uno de los reconocidos a nivel mundial. Esta filosofía se ve reflejada en la calidad de un producto que ha evolucionado de ser sólo una artesanía para convertirse en una propuesta de decoración tendiente a formar estilos de vida.¹¹³

No obstante esta aseveración, son muy pocos los artesanos que participan como expositores, ya que los precios por localidad son muy elevados; en su gran mayoría, sólo están presentes mediadores que se dedican a la compra-venta de productos artesanales.

¹¹¹ Esta información, proporcionada por el gobierno municipal, debe tomarse con mucha reserva, ya que el directorio no toma en cuenta a varios de los comercios identificados en campo.

¹¹² Cámara Nacional de Comercio de Tlaquepaque. ¿Quiénes somos? Recuperado el 17 de noviembre de 2009 de <http://www.enart.com.mx/contenido/quienessomos.html>

¹¹³ *Ídem.*

Guadalajara

Durante cerca de dos siglos, esta ciudad fue el centro de atracción comercial de productos artesanales de los alfareros de la región. Sus amplias plazas y mercados recibían con regularidad la visita de artesanos que llegaban a vender su cerámica (tanto utilitaria como decorativa) al ras del suelo y al lado de otros vendedores de frutas y verduras.

Hasta la década de los cuarenta, los principales puntos de venta eran el Mercado Alcalde, la plaza de toros Progreso y el Mercado Libertad (mejor conocido como San Juan de Dios); en este último, aún hay un gran número de establecimientos que venden objetos artesanales de toda la región, así como en la Casa de la Artesanía Jalisciense, una institución gubernamental de la cual nos ocuparemos en el próximo capítulo.

Otros puntos de venta itinerante en Guadalajara son los tianguis navideños o “exposiciones artesanales”. En el primer caso, en las tres primeras semanas de diciembre se instala un tianguis en las plazas de los templos Aranzazú y San José de Gracia, cuyos puestos venden una “gran variedad de artículos navideños”, como luces de bengala, heno, juguetes de madera, piñatas, dulces típicos, papel de regalo, ropa y, por supuesto, nacimientos tlaquepaquenses y tonaltecas. En el segundo caso, ocasionalmente, los gobiernos estatales y municipales organizan “ferias artesanales” a las que invitan a artesanos de todo el estado. La institución convocante habilita y acondiciona alguna plaza o edificio público para que se instalen puestos de venta durante una semana más o menos.

Tonalá

El caso de Tonalá es muy diferente al de San Pedro y Guadalajara, ya que en esta localidad existe una gran diversidad de puntos de venta de productos artesanales, como las “tiendas de artesanías” formalmente establecidas distribuidas por todo el centro de la cabecera municipal; además, gran parte de los talleres familiares dedican un espacio de su taller (casi siempre la casa de la unidad doméstica) a la venta de sus productos, debido en gran parte a que en esta localidad el gobierno local estimula esta práctica y la Canaco no tiene interés en que esto cambie (el caso de Tlaquepaque es diferente).

Otro punto importante es, sin duda, el “tianguis artesanal”. Desde inicios del siglo XX, los artesanos llevaban sus mercancías al tianguis dominical que se ubicaba en el centro de Tonalá. En la década de los sesenta, éste se instalaba por la avenida Tonaltecas dos veces por semana: jueves y domingo. Hoy, se coloca entre la avenida Tonaltecas y las calles Juárez, Madero y López Pajar. Convoca a un buen número de compradores de la región y el país; cuenta con cerca de cuatro mil comerciantes¹¹⁴ que ofrecen una gran variedad de mercancías artesanales y gastronómicas. A diferencia de otros tianguis, éste cuenta con amplios espacios de estacionamiento y diversos servicios, como restaurantes, baños, casetas de información turísticas, entre otros.

Este tianguis ha ido modificándose también en cuanto a las mercancías que vende: hasta la década de los setenta, los productos que se vendían eran de cerámica y en las últimas tres décadas se han diversificado (papel, pintura, madera, etcétera).¹¹⁵

A diferencia de San Pedro, en este espacio participan activamente los artesanos; son ellos los que se organizan y determinan el acceso¹¹⁶ y la distribución de los lugares. En el caso de los artesanos tlaquepaquenses, tienen que pagar una cuota anual para tener acceso al tianguis sólo en la “temporada de navidad”, que comprende del 12 de octubre al 20 de diciembre. Otra cuestión importante es que tanto sus organizadores como el municipio lanzan de manera constante campañas publicitarias dirigidas a los visitantes y comerciantes nacionales; sus medios publicitarios hacen referencia a que en este tianguis, a diferencia de San Pedro, se pueden encontrar “las más bellas artesanías a precios realmente increíbles”.¹¹⁷

Ciudad de México

El primer alfarero que viajó para vender nacimientos a la capital del país (lo cual le valió un reconocimiento de las autoridades municipales y de la Unión de Pro-

¹¹⁴ Ayuntamiento de Tonalá. Recuperado el 18 de enero de 2010 de <http://www.tonala.gob.mx/tonala/tianguis.php>

¹¹⁵ Entrevista a Francisco Basulto, 9 de marzo de 2003.

¹¹⁶ Como veremos más adelante, este acceso está condicionado por relaciones de mediación que deben sostener los artesanos con grupos políticos.

¹¹⁷ Ayuntamiento de Tonalá. Recuperado el 18 de enero de 2010 de <http://www.tonala.gob.mx/tonala/tianguis.php>

ductores de Artesanías de Tlaquepaque) fue “Dionisio Martínez Rosales en 1903, quien con apenas 13 años y en compañía de sus abuelos viajaron 17 días en burro hasta la plaza de Santo Domingo en la capital del país” (Carlos, 1997, p. 10).

A partir de 1933 se le unieron al viaje Jesús Ávila, Carmen Martínez, Martín Carrillo, Jesús Núñez, Martiniano Martínez, Leopoldo Martínez y su hijo Zenón Martínez.¹¹⁸ La ciudad de México no fue un mercado fácil de abrir y estuvieron cambiándose constantemente de lugar:

Se vendía en la Alameda en mil novecientos treinta y tres, pero no se vendió nada ese año, tuvimos que cambiar otras cosas por monos. La gente iba a ver los juegos mecánicos y no a ver monos y nosotros ahí nomás viendo. Así que mejor al otro año nos fuimos a la Plaza Ampudia y después al Buen Tono y de ahí nos cambiaron al mercado Abelardo Rodríguez, donde duramos unos seis años, pero ahí ya íbamos muchos [artesanos]. Entonces a las autoridades se les hacía que tirábamos mucha basura, porque la mercancía se empacaba con zacate y el viento lo regaba, así que tuvimos que hacer una comitiva para pedir permiso y la condición [para tener el permiso] era que nos hiciéramos una unión afiliada al PRI.¹¹⁹

Una vez consolidada la unión de artesanos, fue creciendo el número de personas que viajaban a la ciudad de México a vender la producción de todo un año. Actualmente, la venta se realiza en el Deportivo Venustiano Carranza, a un costado del Mercado de la Merced, del 15 de noviembre al 15 de diciembre. Para poder acceder a este espacio, es necesario pertenecer a alguna organización de artesanos (cuestión que se abordará más adelante), la cual gestiona el permiso y, en algunas ocasiones, apoyos para el traslado de la mercancía, pero no sólo basta con estar afiliado a una organización, sino también tener una cantidad suficiente de mercancía: “... para ir para allá [a la ciudad de México], con dos personas llenan un torton, sino no salen los gastos, allá se van trailers completos...”;¹²⁰ algunos alfareros que no alcanzan o no pueden producir grandes cantidades, les venden a otros que necesitan completar su

¹¹⁸ Entrevista a Zenón Martínez, 11 de mayo de 2004.

¹¹⁹ *Ídem*.

¹²⁰ Entrevista a Ramón López, 5 de marzo de 2003.

cargamento. La venta en la ciudad de México puede ser de manera directa al consumidor final, o bien, a intermediarios: “... en los últimos dos años nos han comprado todo lo que llevamos y pues allá ellos se encargan de venderlos”.¹²¹

Otras ciudades

A lo largo del siglo XX, otras ciudades han sido centro de atracción comercial de los artesanos tlaquepaquenses; estas “plazas” están asociadas al tipo de producción y a las redes a las que tienen acceso los talleres familiares: quienes elaboran nacimientos asisten a las ferias de la región, como San Juan de los Lagos, León, Guanajuato y Zamora, entre otras; también, con apoyo del Instituto de la Artesanía Jalisciense, algunos acuden a “ferias artesanales” que organizan los gobiernos municipales de Morelia, Veracruz, Oaxaca y Monterrey.

Por otra parte, están los artesanos que han ganado algún premio o reconocimiento por su trayectoria y han creado vínculos comerciales con dueños de galerías en diversos centros turísticos, como los puertos de Acapulco, Veracruz, Mazatlán y Vallarta, y en ciudades tanto del país (Puebla, Oaxaca y Tijuana) como del extranjero, principalmente en Estados Unidos, Canadá y España.

Las formas de comercialización

Los talleres artesanales tienen varias formas de comercializar sus mercancías que dependen, en buena medida, del tipo de productos y los espacios de comercialización, así como de los capitales que han acumulado, ya sea por herencia (por ejemplo, cuando se heredan los “clientes” o el “prestigio del apellido”) o por haberlos generado ellos mismos a través de sus relaciones con otros agentes en el campo social.

En el trabajo de campo, identificamos cinco formas en que los artesanos hacen llegar su producción al consumidor final. Éstas no deben ser entendidas meramente como canales de distribución o comercialización de mercancías entre un productor y un mercado; algunas comprenden vínculos de intermediación económica y política que, con el tiempo y su recurrencia, se han convertido en relaciones de explotación y dominación.

¹²¹ *Ídem.*

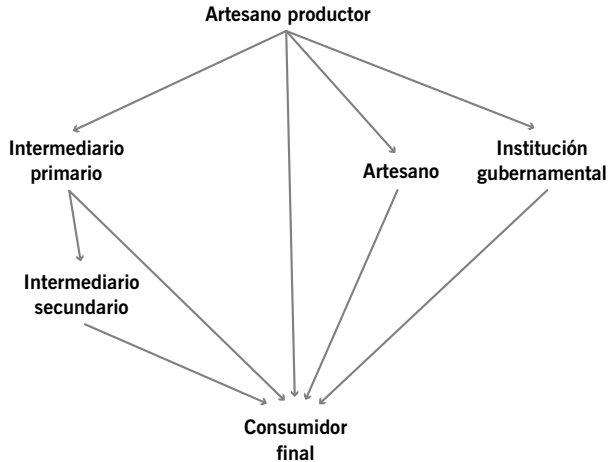


Figura 18. Formas de comercialización de los artesanos tlaquepaquenses

Una primera forma de comercializar se da entre el artesano y el consumidor final en ferias y tianguis navideños, en mayor escala, y en la casa taller del propio artesano, en menor medida. El artesano fija el precio de la mercancía, aunque en ocasiones puede estar sujeto a una negociación llamada “regateo”, mediante la cual el consumidor puede obtener de diez a treinta por ciento de descuento.

A diferencia de otras comunidades artesanales,¹²² en San Pedro la mayoría de los talleres artesanales no están abiertos al visitante para vender su mercancía directamente. Como se comentó en el capítulo anterior, esto se debe, en parte, a que en los años setenta la Secretaría de Hacienda buscaba talleres familiares para cobrarles impuestos, lo que provocó que muchos artesanos cerraran sus puertas para trabajar en sus habitaciones. Actualmente, los agentes de Hacienda ya no los buscan; sin embargo, la nueva generación de artesanos considera sus talleres un espacio íntimo:

... no pues es que es un lugar muy de uno [el taller] como para que cualquier gente que pasa se asome a ver así nomás, si hay alguien que ya sabe lo que

¹²² Como Tonalá en Jalisco, San Bartola Coyotepec en Oaxaca, Santa Clara del Cobre en Michoacán, Metepec en el Estado de México, entre otras.

hago o que alguien le dice que yo vendo nacimientos, pues viene y pregunta, y ya no hay problema, yo con gusto los dejo pasar y les muestro los monos, si tengo en ese momento y quieren pues se los vendo, y ya se van con sus monos, pero no voy a tener todo el día abierta la puerta de mi casa así nomás.¹²³

Son pocos los artesanos de las nuevas generaciones (que tienen los recursos) que instalan el taller fuera de su casa y ahí venden al consumidor, y de éstos, todavía son menos los que tienen un espacio dedicado a la exhibición y venta de obra. Algunos de ellos ya comienzan a organizarse para abrir sus espacios de trabajo en algunos días festivos:

... Estamos formando un grupo cultural para hacer algunas actividades culturales y turísticas; tenemos ya varios proyectos sobre nuestras tradiciones porque se están perdiendo y ya nadie las conoce. Por ejemplo, nos estamos involucrando con la mayordomía de las Fiestas de las Crucitas, para ahora en mayo hacer algún recorrido turístico por diversos talleres en los barrios a manera de promoción, así los turistas pueden conocer de nuestra fiesta, pero también que vean a los artesanos como trabajan y que estando ahí pues le compren piezas, así todos ganan, visitantes y artesanos; pero pues no todos los compañeros [artesanos] están dispuestos a hacerlo [abrir sus talleres al público]; el año pasado hicimos una prueba y nos funcionó muy bien, no se vendió la gran cosa, pero al menos de lo que se trata es de hacer promoción, pero no todos lo ven de esa manera...¹²⁴

Una segunda forma de comercio involucra al artesano y un intermediario; éste, a su vez, se encarga de vender la mercancía directamente al consumidor final. Aquí, puede haber dos maneras de cotizar el valor del objeto artesanal: cuando el intermediario lo determina o cuando lo hace el artesano. Los artesanos suelen ofrecer su producción a una tienda de artesanías (de San Pedro, Tonalá o Guadalajara) y sugieren un precio; por su parte, el intermediario establece la cantidad (por lo general, menor de la que propuso el productor) y la forma de pago (casi siempre las piezas se quedan a consignación).

¹²³ Entrevista a Ramón López, 5 de marzo de 2003.

¹²⁴ Entrevista a Pablo Paredes Goche, 20 de abril de 2004.

Sólo en algunos casos, el intermediario visita al artesano para solicitarle un pedido y le paga cincuenta por ciento del costo total de las mercancías a manera de “adelanto”. Aunque el precio inicial lo propone el alfarero, el final lo determina el intermediario al alegar que la compra es por mayoreo y adelantado. Al respecto, Pilar Núñez comenta:

... recuerdo en diversas ocasiones que llegaban clientes y le preguntaban a mi papá el costo de los monos, él les decía que a doce pesos y le preguntaban: ¿y si le compro cincuenta?, pues a doce pesos, y el cliente insistía: ¿y si le compro cien no me los deja en diez pesos? Y mi padre aceptaba, pero el cliente nuevamente insistía: ¿Y si le pago la mitad ahora me lo puede dejar en ocho pesos? Y mi papá, por no discutir, le dijo que sí.¹²⁵

Uno de los conflictos más frecuentes de este tipo de negociación entre alfarero e intermediario es que los alfareros se gastan el dinero (en deudas, bienes materiales o borracheras) y no cumplen con los tiempos de entrega y calidad pactada.

Cuando el artesano determina el valor, por lo regular cuenta con algún premio o reconocimiento a su trayectoria u obra, además de que este tipo de productores tienen contactos con intermediarios de galerías de distintas ciudades del país o del extranjero. En este caso, el artesano fija el precio y le indica y convence al intermediario sobre el valor artístico y cultural de la pieza que le vende. Es usual que los pedidos sean por teléfono;¹²⁶ el pago se hace por transacción bancaria y la mercancía es enviada por paquetería y va acompañada de algún catálogo o escrito donde se hace constar que el objeto tradicional es patrimonio cultural de México. Estas mercancías tienen como consumidor objetivo a turistas que desean adquirir “algo típico de México”, mexicanos en el extranjero que añoran las costumbres de su país de origen, o bien, coleccionistas de arte popular.¹²⁷

En una tercera forma de comercializar participa el artesano y un intermediario primario, quien, a su vez, le vende a otro intermediario secundario y éste al consumidor final. El intermediario primario hace un trato (casi siem-

¹²⁵ Entrevista a Pilar Núñez, 23 de abril de 2004.

¹²⁶ Hay que aclarar que la primera y segunda compra se hacen en la casa del alfarero; las subsecuentes, a distancia.

¹²⁷ Entrevista a Joane Mireles, 12 de mayo de 2004, y Pilar Núñez, 21 de abril de 2004.

pre verbal) con el artesano sobre la cantidad y el tipo de mercancía. Este intermediario suele ser dueño de alguna galería o taller manufacturero de la región que agrega los objetos comprados a los que él produce y que vende a un comerciante secundario, que se localiza fuera de la región, ya sea en ciudades turísticas o en el extranjero. Se tienen registros¹²⁸ de que, en esta clase de intermediación, era muy frecuente el incumplimiento de tratos por parte del comerciante primario; así nos lo relata Margarito Núñez:

... jineteaban el dinero [los intermediarios], como don Esteban Arias, llegaban clientes de él [a su tienda] y le decían: quiero esto, esto y esto [y Esteban contestaba] muy bien, va a ser tanto. Y entonces se lo pagaban y el cliente se iba contento porque se lo iba a mandar [la mercancía comprada a su ciudad de origen]. Y llegaba otro cliente y le pedía lo mismo que pidió el otro señor y él se los vendía. Después llegaba con nosotros [los artesanos] y nos pedía que hiciéramos lo que ya vendió. Se lo hacíamos y después nos decía: vengan para que les pague después. Nos traía vuelta y vuelta y ya después nos daba el dinero hasta después de mucho tiempo...¹²⁹

Por su parte, los intermediarios suelen tener una serie de quejas hacia los artesanos alegando su incumplimiento como productores, ya sea por la tardanza en la entrega de la mercancía o porque la calidad de las piezas era más baja de lo que se había acordado:

... el problema es que algunos artesanos piden un adelanto, dicen que para comprar materiales y sacar a tiempo la producción, y bueno ahí está su adelanto, y nos vemos en dos meses vengo por la mercancía. [...] el dinero que reciben lo reparten en pagar una deuda aquí, una deuda acá, en tomarse unos alcoholes y ya cuando se acerca la fecha de entrega uno les llama y les pregunta ¿cómo va eso?, entonces los artesanos se acuerdan del compromiso, buscan quién les preste para el barro, hacen las cosas rápidas, algunos piden ayuda con trabajo o con monos a otros artesanos para sacar el compromiso y pues llega el día [pactado para la entrega] y pues nada, o bien, te dan unos monos todos feos malhechos o te dicen que regreses en dos o tres semanas más y

¹²⁸ Melvin McGlochlin, *Queja por incumplimiento de contrato*. AHT: Ramo Presidencia 1976. Caja 71. Expediente 3.

¹²⁹ Entrevista a Margarito Núñez, 23 de abril de 2004.

pues a los clientes, sobre todo a los extranjeros, quieren su mercancía en el tiempo en que quedaste y de la calidad que dijiste, sino se te van y ya no te vuelven a comprar.¹³⁰

Algunos de estos intermediarios primarios han logrado entender las lógicas de los talleres familiares y han sabido crear relaciones comerciales con otros compradores extranjeros. A muchos de estos agentes se les denomina localmente “consolidadores”, los cuales fungen como un eslabón más de la cadena de comercialización, así como traductores de las costumbres y hábitos locales que no son comprendidos por el comprador extranjero, prácticas como la informalidad de los contratos, las formas de negociación y los tipos de pago (Mercado, 2004).

Una cuarta forma de comercio se da entre el artesano y una institución gubernamental. Ésta puede vender de modo directo al consumidor final o a un intermediario. Puede haber dos maneras de acercamiento: la primera es cuando el artesano acude a una institución gubernamental con la intención de que le compre su mercancía aprovechando algún programa de apoyo. La institución, por su parte, puede comprarle la mercancía o dejarla a consignación; por ejemplo, el Instituto de la Artesanía Jalisciense compra la mercancía y la Casa del Artesano de Tlaquepaque (CAT) la recibe a consignación. Aunque ambas instituciones alegan que sólo son intermediarias, observamos que en los espacios de comercialización de dichas instituciones es escasa la información de los artesanos (como su nombre, domicilio y teléfono) para que algún comprador se dirija directamente con ellos.

Otro caso es cuando la institución se acerca al artesano; aquí la finalidad principal es la de montar exposiciones museográficas temporales, cuyas piezas estarán a la venta una vez terminada la exposición. En ellas también se ofrece información sobre la trayectoria del artesano y se difunde la actividad en los medios de comunicación locales; se hace una ceremonia de inauguración con la participación de las autoridades municipales, quienes otorgan un reconocimiento por su obra a los artesanos expositores. Un ejemplo es la Galería del Instituto de la Artesanía Jalisciense y los museos del Premio Nacional de la Cerámica Pantaleón Panduro, de Arte Popular de Jalisco y el Nacional de la Cerámica de Tonalá.

¹³⁰ Entrevista a Teresa Partida, 3 de agosto de 2005.

La última forma de comercializar objetos artesanales que observamos en San Pedro es entre los propios alfareros; entre ellos se pueden vender moldes, piezas cocidas o ya terminadas. Un artesano vende su producción o parte de ésta a otro artesano, quien asiste a una feria o exposición comercial y revende, junto con sus productos, la mercancía comprada. El pago se realiza al regreso de la exposición y es inmediato y en efectivo.

Hay casos, entre los productores de nacimientos, en que se venden piezas no terminadas, esto es, figuras moldeadas y ya quemadas listas para que el artesano que las compra pueda darles el acabado propio de su taller. Hay artesanos modeladores que se dedican a vender moldes de nuevos modelos de figuras de arcilla para que el comprador pueda diversificar sus diseños. En esta forma, el pago es en efectivo y se da en el momento de la compra.

No obstante esta diversidad de espacios y de comercialización, el acceso a éstos va a estar condicionado a la pertenencia y participación de los artesanos en uniones, grupos, sindicatos o cualquier tipo de organización de artesanos, los cuales sirven de intermediarios políticos entre los talleres familiares y las plazas para la comercialización de sus productos.

ORGANIZACIONES DE ARTESANOS E INTERMEDIACIÓN POLÍTICA

La amplia literatura sobre la producción artesanal en México hace constantes referencias a la importancia que tenía ésta en la dinámica económica, social y cultural durante la época de la colonia, cuando los gremios tuvieron un papel importante en la producción y comercialización de mercancías, y también en las formas y características de la reproducción del artesanado.

Como lo comenta Illades, la historiografía mexicana se ha centrado en el estudio del gremio desde el supuesto de que es el hábitat natural del artesanado, y ha marginado al artesano libre, al que ve como una figura atípica e híbrida que se puede explicar en términos de un proceso de proletarización (2001, p. 27).

En artesanado de San Pedro Tlaquepaque, desde sus inicios, ha sido libre, sobre todo enfocado en el taller artesanal familiar (y no en los gremios coloniales); en comparación con otras comunidades artesanales (incluyendo Tonalá), su práctica artesanal es reciente y vinculada a las políticas culturales y de promoción económica y turística del estado.

Las organizaciones de los artesanos tlaquepaquenses son recientes (de mediados del siglo XX) y aunque hay documentos sobre la existencia en Guadalajara de gremios creados durante la colonia (Olmedo, 1997, p. 60) y de uniones independientes de artesanos en el siglo XIX (Illades, 1996, p. 171), aún no hay fuentes que confirmen la participación de tlaquepaquenses ni mucho menos se pueden tomar esas agrupaciones como antecedente o continuidad de las actuales.¹³¹

Con este contexto podemos acercarnos al análisis de estas agrupaciones de artesanos formalmente constituidas y que, desde su surgimiento, han sido fundamentales en el establecimiento de relaciones de intermediación económica y política en los procesos de comercialización de los talleres artesanales familiares.

Como en diversas áreas de la vida social y económica del país, gran parte de las organizaciones de trabajadores, a inicios del siglo XX, estaban afiliadas al Partido Revolucionario Institucional (PRI). En el caso del artesanado tlaquepaquense, estas organizaciones comenzaron a jugar un papel de intermediación política para poder acceder a los espacios de comercialización y a los permisos para la producción. Un caso que nos ayuda en nuestra exposición es el del alfarero Zenón Martínez.¹³²

Los abuelos maternos de Zenón se dedicaban a producir macetas y sus abuelos paternos hacían monos que ofrecían en los mercados Alcalde y Libertad (San Juan de Dios) en Guadalajara. Sus padres, Leopoldo y Victoria, producían nacimientos y tipos mexicanos. Además de Zenón, tuvieron otras tres hijas: Guadalupe, Marcelina y Juana, pero sólo Zenón continuó el oficio, el cual aprendió desde niño a partir de la observación del trabajo de su padre. La producción del taller familiar se vendía directamente en Guadalajara a los consumidores finales:

... la venta [de productos artesanales] en el mercado Alcalde se hacía en una plazoleta cada domingo, se vendía lo que se producía en toda la semana. Éra-

¹³¹ Un ejemplo de este error se puede observar en Morán, 1987, p. 75.

¹³² La información que aquí se expone la recabamos por medio de tres entrevistas. La primera el 30 de junio de 1998, la segunda el 23 de julio de 2003 y la tercera el 11 de mayo de 2005.

mos puros de aquí [de San Pedro]. La venta era directa [al consumidor final], pero había dos compradores que siempre adquirían toda la mercancía que no se vendía, uno era Juan Iñiguez [...] Funcionó [la venta en ese lugar] hasta que quitaron el mercado y después lo vendíamos en casas [particulares]. Se vendía muy bien, normalmente [vendía] ciento cincuenta monos por semana.¹³³

A inicios del siglo XX, en ocasiones, algunos artesanos tlaquepaquenses viajaban a la ciudad de México a vender su mercancía, sobre todo la relacionada con las escenas navideñas entre octubre y diciembre. A partir de 1933, un grupo de artesanos se organizó para vender sus productos en la capital del país; entre ellos se encontraban Jesús Ávila, Carmen Martínez, Martín Carrillo, Jesús Núñez, Martiniano Martínez y Leopoldo Martínez (padre de Zenón Martínez).¹³⁴ Años después, en 1955, los artesanos que viajaban a la ciudad de México (entre ellos Zenón) crearon una nueva agrupación con el nombre de Unión Número Uno de Artesanos “Mariano Chávez López”;¹³⁵ fue la primera formalmente constituida y afiliada al PRI. Era referencia obligada para los artesanos que quisieran comercializar en la ciudad de México, ya que esta unión gestionaba el permiso para la venta y, a veces, apoyos para el traslado de la mercancía.

Tiempo después, Zenón entró a trabajar al taller de Pablo Morales, motivado por la mala situación económica que estaba viviendo el taller paterno; de esa manera, podía recibir un sueldo seguro y, además, ayudar a su padre en la producción de monos en sus tiempos libres. Después, se cambió al taller de Salvador Ramírez, hasta que decidió trabajar de tiempo completo en su propio taller, a los cuarenta y cinco años, motivado por un premio que le otorgó la Cervecería Corona por su obra. Se casó con Cecilia Ramírez, con quien procreó cinco hijos: Porfirio, José Luis, Martha, Consuelo y Jorge. A todos ellos, desde niños, les fue transmitiendo muchas de las enseñanzas que su padre le había dado sobre el oficio.

Su producción era básicamente de nacimientos de diez centímetros y tipos mexicanos que vendía en algunas tiendas de Guadalajara, pero su entrada

¹³³ Entrevista a Zenón Martínez, 11 de mayo de 2005.

¹³⁴ *Ídem*.

¹³⁵ El nombre de Mariano Chávez López se debe al diputado que los ayudó a formalizar la unión.

económica de relevancia la constituyeron las ventas en la ciudad de México durante la temporada navideña, situación por la que continuó afiliado a la unión de artesanos.

Cuando sus hijos eran adolescentes, a la par de que estudiaban una carrera técnica, le ayudaban en la elaboración de nacimientos para venderlos en noviembre y diciembre. Sin embargo, hubo un evento que cambió la dinámica de la familia. En 1972, el representante en turno de la Confederación Revolucionaria de Obreros y Campesinos (CROC) le dijo a Zenón que era necesario que se incorporara a dicha organización para poder laborar como taller y, además, que diera de alta a todos sus trabajadores, pero con Zenón sólo laboraban sus hijos y uno que otro aprendiz que se acercaba a la familia esporádicamente. Sobre las presiones de la CROC, Zenón comenta:

... me pusieron una de esas huelgas locas en el setenta y dos, no querían [que tuviera] aprendices ni nada [...] una huelga que me puso la CROC porque querían que yo perteneciera a ella, si yo no tenía taller [manufacturero], yo estaba solo, mis hijos nada más me ayudaban y desde entonces mis hijos se dedicaron a otros trabajo. Yo tenía un amigo licenciado que era secretario de una unión de los que vamos a México [...] entonces fuimos con el licenciado Zuno y le comunicamos el asunto de la huelga [...] tomó el teléfono y le dijo a Pancho Silva:¹³⁶ Pancho, aquí en tal parte tienes una huelga, me debes unos favores, me los quitas o nos entendemos de poder a poder. No pues ya cuando llegué ya no había ni banderas, ni policías en la puerta...¹³⁷

A partir de ese entonces, ninguno de sus hijos siguió trabajando en el taller, ya que buscaron otras ocupaciones. Actualmente, tiene un taller familiar de proceso fraccionado; el menor de sus hijos le ayuda de manera ocasional a pintar; él no modela. Las presiones de una organización política y la decisión de los hijos de dedicarse a otra actividad trajeron consigo el rompimiento de la continuidad del oficio en esta familia.

A partir de la década de los ochenta, las organizaciones de artesanos se fueron multiplicando y teniendo un peso cada vez mayor en la intermediación

¹³⁶ Secretario de la CROC Tlaquepaque en los años setenta.

¹³⁷ Entrevista a Zenón Martínez García, 30 de junio de 1998.

política con instituciones tanto gubernamentales como privadas; regulaban, así, el acceso a los espacios de comercialización y a los apoyos a la producción.

Morán comenta que, en 1986, había cuatro organizaciones de artesanos, todas ellas afiliadas al PRI por medio de alguna central: dos pertenecían a la Confederación Nacional de Organizaciones Populares (CNOP), una a la CROC y otra a la Confederación de Trabajadores de México (CTM) (Morán, 1987, p. 134). Todas ellas tenían relaciones corporativistas con el partido oficial, por lo que sus obligaciones políticas eran:

la asistencia a mítines de apoyo de candidatos oficiales, tomar parte de los desfiles del PRI, votar por candidatos oficiales y, eventualmente, presentar un candidato de su simpatía para puestos oficiales en la Presidencia Municipal de Tlaquepaque.¹³⁸ [...] A cambio, las Uniones [organizaciones] tienen la promesa, por parte de las centrales, de un apoyo permanente ante las autoridades superiores, facilidades en trámites y gestiones de permisos para la Feria Artesanal de cada año [en la ciudad de México] (Morán, 1987, p. 134).

A mediados de los ochenta, una organización no gubernamental llamada Jalisco Desarrollo y Fomento, AC (Jadefo), llevó a cabo un proyecto que, en años posteriores, sería una pieza clave en el surgimiento de nuevas organizaciones.

Jadefo es una “... institución privada sin fines de lucro, políticos o religiosos; fundada en 1974 por iniciativa de empresarios y profesionales jaliscienses que asumieron desde entonces el compromiso de participar en el Desarrollo Rural, mediante la aportación de trabajo, tiempo, talento y recursos económicos”.¹³⁹ Desde 1976, Jadefo desarrolla el programa Grupos Solidarios, que consiste en apoyar a las organizaciones artesanales formalmente constituidas a gestionar préstamos financieros ante las instituciones bancarias, y sirve como aval. A cambio, Jadefo cobra cinco por ciento sobre el monto del crédito bancario obtenido y avalado (Morán, 1987, p. 134). No

¹³⁸ Sin embargo, la historia de los presidentes municipales de Tlaquepaque no registra ninguno que haya sido artesano; sí hubo varios que fueron intermediarios de objetos artesanales.

¹³⁹ Jadefo, “Beneficiarios”, 16 octubre de 1997. Recuperado el 26 agosto 2004 de <http://www.jadefo.org.mx/beneficiarios.html>

obstante, a mediados de los ochenta, esta organización se dio a la tarea de formar una central artesanal, que estaría compuesta al menos por diez grupos de artesanos (Morán, 1987, p. 135). Aunque se dieron varios intentos, no se pudo concretar el proyecto.

En la década de los noventa, comenzaron a surgir pugnas al interior de las organizaciones de artesanos; algunas fracciones no querían seguir perteneciendo al PRI y crearon nuevas agrupaciones de artesanos;¹⁴⁰ para ello, buscaron el apoyo de Jadefo a fin de compensar “la falta del apoyo del gobierno”. Un ejemplo es el Grupo Progreso de Tlaquepaque, formado en 1992 con 85 miembros (hoy cuenta con 70) con el propósito de acceder a los apoyos que ofrecía Jadefo.

Desde sus inicios, sus miembros dejaron en claro que no tendrían relaciones corporativas con el partido oficial, y “si alguien en lo particular quiere, pues que sea solamente su persona y no la organización”.¹⁴¹ Un caso distinto es Tlaquepaque, Nuestra Tierra, AC, que comenzó como un “grupo cultural” que pretendía realizar actividades de promoción, como exposiciones y conferencias, y después se enfocó a la búsqueda de espacios de comercialización y apoyos de Jadefo.¹⁴²

Ante este proceso de fragmentación de las organizaciones artesanales, se sumó un ingrediente más que cambiaría las relaciones entre organizaciones y los gobiernos municipal y estatal: el cambio de partido en el gobierno. En la primera mitad de los años noventa, el Partido Acción Nacional (PAN) se había consolidado como una fuerte oposición electoral al PRI después de las elecciones federales de 1994 (Alonso, 1995, p. 72). En las elecciones estatales a gobernador y municipales, los candidatos panistas tuvieron el respaldo de diversos grupos de trabajadores (taxistas, minibuseros, obreros, tianguistas y, por supuesto, artesanos) que no querían seguir bajo el control de las organizaciones corporativas (Flores, 2001, p. 128). El PAN ganó la gubernatura y 52 de los 124 municipios, entre los que se encuentran los municipios de la zona metropolitana de Guadalajara (Flores, 2001, p. 129).

¹⁴⁰ Según comentan nuestros informantes, muchas de estas organizaciones no tuvieron continuidad y sus miembros volvieron de nueva cuenta a las organizaciones del PRI y algunos se afiliaron a otras nuevas.

¹⁴¹ Entrevista a Yolanda Velázquez, 5 de septiembre de 2003.

¹⁴² Entrevista a Jesús Tavares, 23 de junio de 2004.

Con la llegada de las administraciones municipales panistas en 1995,¹⁴³ los funcionarios del gobierno municipal de Tlaquepaque comenzaron a brindar mayor apoyo a los grupos no afiliados al PRI, cuestión que provocó inconformidades entre los líderes de algunas organizaciones, que llevaron a la ruptura de éstas y diversos intentos por constituir nuevas. También las reglas para obtener los recursos cambiaron: antes, dado que eran pocas organizaciones, el apoyo se brindaba a la que lo solicitara, en las nuevas circunstancias únicamente se darían recursos a las que presentaran un “buen proyecto” (de producción o comercialización).

En este momento, la Casa del Artesano de Tlaquepaque tiene registradas once organizaciones formalmente constituidas:

- Artesanos Unidos de Tlaquepaque. Grupo Huertas
- Grupo de Artesanos Tradicionales de Tlaquepaque
- Grupo de Artesanos Unidos. Grupo Cabañas, AC
- Grupo Progreso de Tlaquepaque
- Grupo Unión Municipal No. 1 Alfareros y Comerciantes de Productos Típicos
- Muestra Artesanal Jardín Hidalgo
- Organización de Artesanos de Tlaquepaque, Jalisco, AC
- Tlaquepaque, Nuestra Tierra, AC
- Unión de Artesanos de Barro de Tlaquepaque
- Unión de Comerciantes y Artesanos Mariano Chávez López
- Unión Municipal No. 1 de Artesanos y Alfareros, AC

Para las administraciones panistas, el gran problema entre los artesanos tlaquepaquenses era que había poca unión entre ellos, lo cual provocaba un predominio del intermediarismo del líder que regularmente tenía una adscripción priista. Al respecto, Marcos Rosas¹⁴⁴ comenta:

¹⁴³ Hubo cuatro administraciones panistas: Marcos Rosas, de 1995 a 1997; José María Robles, de 1998 a 2000; Antonio Álvarez, de 2001 a 2003; y Hernán Cortés, de 2007 a 2009. De 2004 a 2006, la administración estuvo encabezada por el priista Miguel Castro.

¹⁴⁴ Marcos Rosas fue, además de presidente de Tlaquepaque, responsable de la Casa del Artesano de Tlaquepaque en la administración 2000-2003.

No hay una visión clara de cada uno de los líderes de los grupos, son pocos los que tienen una unidad para beneficio de todos, [...] los mismos líderes saben que hay una casa del artesano del gobierno que le da los servicios sin cobrarle nada, pues ellos temen de que su gente se vaya a desunir de su grupo y estén fuera de su control.¹⁴⁵

Por ello, durante un par de administraciones, el gobierno municipal intentó establecer en diversas ocasiones un “consejo artesanal”, que asesoraría al director de la Casa del Artesano de Tlaquepaque a desarrollar de mejor manera los proyectos del gobierno local dirigidos a los artesanos. Sin embargo, los grupos que se formaban no duraban mucho tiempo por conflictos entre ellos; por ejemplo, unos artesanos aseguran que el problema del Consejo es que se favorecía a una organización en particular. Yolanda Velázquez, líder del Grupo Progreso de Tlaquepaque, nos comparte su visión:

... yo estaba en ese consejo [artesanal de la Casa del Artesano de Tlaquepaque] y me salí al ver las porquerías que hacían. Ahí estaba pura gente de Lauro [Labrador, dirigente de la Unión Municipal número uno Alfareros y Comerciantes de Productos Típicos]; no había ningún líder [de otras organizaciones ya constituidas] y tomaban recursos del ayuntamiento sin pedirnos permiso. Así que fuimos con el presidente [municipal] para que nos diera recursos a nosotros también, y cuando por fin nos los dieron, el regidor de artesanías dijo que le iba a meter juicio político [al presidente municipal] por darnos el dinero sin que ellos [el Consejo Artesanal de la Casa del Artesano] lo aprobaran.¹⁴⁶

Para Arturo Becerra, el problema principal es la deshonestidad:

... una causa es el ego que les caracteriza a cada uno [de los artesanos participantes] por querer sobresalir. En la primera ocasión [que se conformó el consejo] pusieron un tesorero, un secretario, una especie de presidente, y el tesorero se fue con la lana [dinero] de las aportaciones. Otro problema es que en esas organizaciones se promueven unos cuantos, como lo que pasa con Frausto, en todas las expos [exposiciones] que van, a España y así, se van ellos nada más, y es que desde la misma gestión se crean individualidades,

¹⁴⁵ Entrevista a Marcos Rosas, 4 de septiembre de 2003.

¹⁴⁶ Entrevista a Yolanda Velázquez, 5 de septiembre de 2003.

pues empiezan a tener problemas entre ellos porque se empiezan a dispersar, por eso la Casa del Artesano no sirve para promover la identidad, sino para promover individuos.¹⁴⁷

Aunque la intención del gobierno municipal era reducir el poder de la mediación del líder, lo único que provocó fue la creación de más organizaciones con más líderes. La visión que los funcionarios de la Casa del Artesano de Tlaquepaque tienen de éstos, en cierta medida, es compartida por varios artesanos. Los líderes son elegidos por periodos determinados por cada organización, que pueden variar entre dos y tres años. La mayoría de los artesanos suelen quejarse a menudo de sus líderes que hacen mal uso de los recursos y utilizan el cargo de presidente de la organización para promover su obra.

Los líderes están en constante comunicación con las instituciones gubernamentales para conocer las ferias y exposiciones¹⁴⁸ que se realizan cada año. Una vez que tienen el calendario anual de espacios de comercio, convocan a todos los miembros de la organización para que asistan y especificarles la cantidad de espacios disponibles (determinada por las instituciones gubernamentales que ofrecieron el apoyo); al no haber espacios para todos, los líderes tienden a negociar con sus agremiados para decidir quién participará, decisión que estará influida por la fidelidad de los miembros de la organización; por lo tanto, quienes se salieron por un tiempo, son “congelados” y no se les dan facilidades para que participen, sino hasta después de un “tiempo prudente” que el líder establece.

Una vez que el líder cuenta con la lista de personas, puede pedir al Instituto de la Artesanía Jalisciense apoyo para el transporte de la mercancía y, en ocasiones, el pago del espacio en donde se comercializará.¹⁴⁹ Una queja constante de los artesanos es que algunos líderes gestionan apoyos para la producción a nombre de la asociación y los recursos son distribuidos entre sus allegados, como el caso que relata Florencio Reyes:

¹⁴⁷ Entrevista a Arturo Becerra, 21 de abril de 2004.

¹⁴⁸ Sin embargo, no a todos los espacios de comercialización puede ir cualquier organización, dependiendo su producción es el mercado al cual podrá acceder; de esto, hablaremos más adelante.

¹⁴⁹ En el siguiente capítulo, revisaremos con más detalle las instituciones y los programas gubernamentales.

En las organizaciones de artesanos, los presidentes [de la asociación] se eligen solos y después se independizan de los demás, gestionan recursos a nombre de todos y se quedan con el dinero y después se van y no regresan. Por ejemplo, Carlos Nuño, cuando era presidente [de la organización Tlaquepaque, Nuestra Tierra, AC, se hizo de apoyos y después la gente le reclamó y él respondió: que a la asociación civil se la lleve la chingada, a mí lo que me importa es nada más la comercialización. Otro ejemplo es Gregorio Aguilar, fue otro dirigente que se hizo de apoyos y los repartió a todos los de su familia y a los demás solamente les dio una parte del cheque, pero a la hora de pagar el préstamo, todos tuvimos que pagar entero el cheque.¹⁵⁰

No obstante, para los líderes su apreciación de la realidad es otra. Algunos afirman que los artesanos a quienes representan son muy “ingratos y no aprecian el trabajo que hacen”, ya que no se atreven a ir a nuevas plazas por el miedo de que no se venda su mercancía y tratan de estar en las más saturadas, donde hay menos espacios para cada organización, debido a la participación de diversas uniones de artesanos. Yolanda Velázquez, dirigente del grupo Progreso, explica:

Cuando fuimos a Oaxaca [a vender en una feria], no querían ir [algunos artesanos de la unión] que porque no se les vendía y solamente iban a gastar [en los viáticos], yo les dije que me dieran su mercancía, me la llevé y la vendí toda; de regreso les di el dinero y les dije: no que no se vendía. Pero aun así no quieren, dicen que mejor nos dan la mercancía, pero después andan diciendo que uno saca negocio de sus piezas.¹⁵¹

Para los líderes, los artesanos tlaquepaquenses son muy desconfiados entre sí, lo que no facilita la unión en las organizaciones. Jesús Tavares, dirigente de Tlaquepaque, Nuestra Tierra, AC, lo ilustra de la siguiente manera:

El problema con la asociación es que no hay unión porque cada quien busca sus propios intereses y eso mismo pasa con todo el gremio. La asociación comenzó con trescientas personas, pero muchos querían ya todo servido, querían que les diéramos todo, que para eso éramos dirigentes. Ahora solamente quedan cincuenta per-

¹⁵⁰ Entrevista a Florencio Reyes, 21 de mayo de 2004.

¹⁵¹ Entrevista a Yolanda Velázquez, 5 de septiembre de 2003.

sonas, muchos de ellos se van a otras asociaciones donde les prometen que sí les darán todo, pero eso es mentira, ya que para tener un recurso del gobierno es necesario tener un proyecto y estar unidos. Después se salen [de la asociación] y los dirigentes [de ese nuevo grupo] se hacen de apoyo [del gobierno], conforman un grupo y después con el tiempo cobran por afiliarse para poder recibir los apoyos.¹⁵²

A pesar de las diferencias de las organizaciones de artesanos, hay algo que las une, y es el reclamo al gobierno local para que realice acciones que ayuden a la producción, comercialización y valoración de los objetos artesanales que elaboran. No obstante, para el ayuntamiento es primordial trabajar únicamente con individuos, o bien, con un solo grupo unido, ya que “el trabajo con muchas organizaciones es muy desgastante y con nadie quedas bien”.¹⁵³ De acuerdo con los artesanos, esto es un mero pretexto:

... cuando las autoridades nos dicen y apelan a que haya unanimidad, es ganas de no querer hacer nada, porque yo le comentaba al presidente municipal pasado¹⁵⁴ que por qué nos ponen como primer requisito [para otorgar apoyos al artesanado] que estemos unidos, cómo quieres que estemos unidos si no hay un proyecto base en el que podamos unirnos, no hay nada. Me dijo: hay una desunión completa aquí en Tlaquepaque. [Y le contesté] Te la voy a voltear un poquito más sencilla, toda unanimidad es sospechosa. Ustedes como partido político, que tienen un hueso que roer y ejercer una autoridad, no están unidos entre ustedes mismos, hay una serie de grupos y desuniones en el partido [Acción Nacional], ¿entonces por qué apelan a que nosotros sí debemos tener uniformidad y unión para que puedan trabajar con nosotros?¹⁵⁵

Las últimas administraciones del ayuntamiento no han querido apoyar la mayoría de las propuestas de las organizaciones, sobre todo las que tienen que ver con comercialización en la cabecera municipal,¹⁵⁶ ya que eso implicaría nego-

¹⁵² Entrevista a Jesús Tavares, 23 de junio de 2004.

¹⁵³ Entrevista a Marcos Rosas, 4 de septiembre de 2003.

¹⁵⁴ Antonio Álvarez, administración 2000-2003.

¹⁵⁵ Entrevista a Pablo Paredes, 7 de mayo de 2004.

¹⁵⁶ El único espacio de comercialización en San Pedro que se otorga es en las tres primeras semanas de diciembre en el estacionamiento de la Unidad Administrativa “Pila Seca”, ubicada en Niños Héroeos y Boulevard Tlaquepaque,

ciar con la Canaco; sus acciones se han centrado en servir como intermediarios políticos, tanto para la venta de piezas como para el acceso a los apoyos federales y estatales. Un ejemplo de ello se ve reflejado en la actitud que tomaron los funcionarios locales ante un proyecto de comercialización que propusieron varias organizaciones. Sobre ese caso, Pablo Paredes comenta:

... en la administración de Toño Álvarez le propusimos por escrito un programa de comercialización en Tlaquepaque [que fuera] digno y de rescate de la artesanía típica del municipio. ¿Dónde? En nuestra casa, en frente de la Presidencia. ¿Cuándo? El día del artesano [8 de marzo], el día de San Pedro [29 de junio] y el día de la navidad, tres eventos. ¿Cómo? Con una serie de presupuestos para no demeritar el área, hacerla meritoria, uniformados, con una buena estructura, con talleres de elaboración de artesanías al público y con una serie de conferencias sobre cada rama artesanal para difundir en los medios de comunicación, y con eso empezamos. Y a todo le ponen trabas, [me dijo el presidente municipal] No, pero no se puede. [Yo le contesté] Pues ahí está, vamos a comenzar a trabajar entre todos [y el presidente respondió] No, pero luego que va a decir la cámara de comercio [Canaco Tlaquepaque], es más, busca negociar con todos ellos y luego vienes y me dices. [Yo le contesté] Pero esa es tu chamba, no es la mía [y terminó diciendo el presidente] pues busca sacar un balance y si logras convencer a todos los demás pues ahí nos vemos. Tiempo después, le senté en una mesa a la cámara de comercio, al clero del municipio, a artesanos, a los diputados federales y locales del área artesanal, al gobierno del estado, entre ellos el instituto [de la Artesanía Jalisciense], a varios empresarios, a gente del ITESO y de la Universidad de Guadalajara. Pero aquel [Antonio Álvarez] se espantó y no hizo nada, escondió la cabeza y siempre daba evasivas y cuando me lo encontré le dije que no era un desaire para los artesanos, sino para la mayoría de los que estábamos ahí.¹⁵⁷

Así pues, las organizaciones de artesanos, para conservar parte de su capital social y promover la permanencia de sus agremiados, suelen buscar espacios de comercialización. El acceso a estas plazas en distintas ciudades del país lo obtuvieron por vía de la negociación con instituciones como el Ins-

pero el espacio es muy pequeño y solamente pueden participar de veinte a treinta artesanos con un puesto de 23x3 metros.

¹⁵⁷ Entrevista a Pablo Paredes, 7 de mayo de 2004.

tituto de la Artesanía Jalisciense, a escala estatal, y el Fondo Nacional para el Fomento de las Artesanías (Fonart), en el ámbito federal. No obstante, los artesanos no han podido generar un mercado de comercio directo en el mismo San Pedro, debido en gran parte a la oposición de los comerciantes de objetos artesanales que se han organizado formalmente y tienen fuertes lazos políticos con los gobiernos municipales.

ORGANIZACIONES DE COMERCIANTES E INTERMEDIACIÓN ECONÓMICA

Las formas de comercialización y el acceso a los mercados de objetos artesanales están condicionados por las relaciones de intermediación económica y política entre los agentes; tanto alfareros como comerciantes están organizados formalmente porque, de esta manera, buscan proteger sus intereses de grupo.

Si las organizaciones de los artesanos se han caracterizado por la diversidad y la pugna entre fracciones para el acceso a los recursos, las de comerciantes lo hacen por su cercanía al poder político y su participación en el diseño y desarrollo de las políticas gubernamentales locales y, en cierta medida, estatales.

Desde la década de los sesenta, tanto la CTM como la CROC, encabezada por Francisco Silva Romero, eran las organizaciones corporativistas con más poder en Tlaquepaque. Incorporaban lo mismo a los alfareros que a comerciantes e intermediarios de productos artesanales; de esta manera, controlaban “más fácilmente a los alfareros y [los intermediarios] gozaban la extensión de los impuestos” (Romo, 1990, pp. 36-37).

A la par, en los años sesenta y setenta, se fueron fortaleciendo dos grupos importantes en la política municipal: el Club de Leones y el Club de Rotarios; ambos, con una bandera de “organizaciones al servicio de la sociedad”, fueron a la vez semilleros y espacios de promoción de los candidatos priistas a la Presidencia municipal.

Tanto en el Club de Leones como en el Rotario militaban intermediarios de productos artesanales y otros profesionales. El intercambio de miembros entre los dos grupos era muy intenso, en gran parte influida por Francisco Silva Romero, quien era una de las personas más influyentes del PRI local. Los clubes solían realizar “obras de beneficencia”, “actividades sociales”, exposiciones artesanales y comerciales, cenas de gala, entre otras actividades, en las que tenían como “invitados de honor” a diversos líderes del PRI Jalisco y a funcionarios estatales.

En el periódico local *El Jon-Ron*, estas organizaciones difundían sus actividades y “mandaban saludar” a los candidatos y dirigentes del PRI locales, estatales y nacionales; o bien, se manifestaban a favor de ciertas decisiones que, para algunos sectores de la población, desaprobaban (campañas, programas o proyectos). Cuando se designaba candidato a presidente municipal (por lo general, miembro de cualquiera de los clubes), los grupos se reconfiguraban conforme a la cercanía del candidato y efectuaban reuniones y publicaban desplegados para apoyarlo.

Asimismo, estas organizaciones participaban activamente en los proyectos de “desarrollo turístico” y, a través de “comités de fomento al turismo”, decidían la forma de aplicación de los recursos federales. Las acciones en estos proyectos estaban encaminadas a la difusión de los “recursos y servicios turísticos” por medios impresos, excursiones y visitas de viajeros a los “comercios de artesanías”, así como a la instalación de exposiciones en el Museo Regional de la Cerámica (García, 1971).

Los miembros de estas organizaciones, comerciantes y profesionistas, fueron ocupando puestos en la Presidencia municipal que iban desde directores de áreas hasta el de presidente, seguido por algunas candidaturas a diputados locales y federales.¹⁵⁸

Estos clubes, poco a poco, se fueron haciendo grupos más cerrados y dejaban fuera a nuevas generaciones que querían participar en la política local por esa vía. Así, surgió uno nuevo que se autodenominó Grupo Porvenir, el cual dio cabida a las personas que no podían acceder a cualquiera de los otros clubes y a la realización de actividades “sociales y culturales” un tanto desligadas de los grupos políticos dominantes.

En la misma época, con miembros de los tres grupos, nació una nueva agrupación con fines explícitamente económicos y políticos: la Canaco de Tlaquepaque. Fundada el 12 de marzo de 1982 por Ricardo Preciado Partida,¹⁵⁹ tiene como misión:

... apoyar de manera tangible al comercio organizado de la zona, mediante la gestión y representación ante las diferentes autoridades administrati-

¹⁵⁸ Ejemplos hay bastantes: Ricardo Preciado, Javier Valdivia, Salvador Casillas Tostado, Simón Sánchez, Roberto Neri, Víctor Badillo, entre otros.

¹⁵⁹ Hijo de los directores del Museo Regional de la Cerámica y comercializador de productos artesanales.

vas que inciden en la actividad de nuestras empresas afiliadas [...] en la Cámara Nacional de Comercio de Tlaquepaque los empresarios encontrarán un aliado eficiente en la defensa de sus intereses, así como una amplia gama de servicios, ofrecidos por la Cámara para ahorrar tiempo a sus agremiados.¹⁶⁰

A mediados de los ochenta, los clubes empezaron a perder fuerza y sus miembros se adhirieron a la Canaco de Tlaquepaque; en ésta se redituán las ganancias económicas y políticas de los comerciantes formales, que acaparan la producción y los espacios de comercialización local. Actualmente, tiene un registro de 409 establecimientos comerciales ubicados en Tlaquepaque y Tonalá, de los cuales 344 están relacionados con la venta de productos artesanales;¹⁶¹ 84% de sus miembros son intermediarios de productos artesanales en distintos niveles y tienen representantes de peso en el Consejo de Planeación Municipal de Tlaquepaque (Coplademun), el Premio Nacional de la Cerámica, la ENART, el Consejo de Colaboración Municipal, Catastro Municipal y el Instituto de la Artesanía Jalisciense, entre otros. En síntesis, ellos forman parte del diseño y la ejecución de las políticas artesanales a escala local y estatal.

La Canaco de Tlaquepaque sostiene relaciones con tres agentes primordiales del campo social del artesanado: los artesanos (relaciones de intermediación económica); las organizaciones de artesanos (relaciones de dominación); y las autoridades gubernamentales (relaciones de cooperación política). La relación con los artesanos se concreta mediante su inserción como socios (cuyo requisito fundamental es contar con un establecimiento comercial), o bien, para venderles un espacio en la ENART, que por lo regular no son accesibles al artesano promedio, tomando en cuenta los altos costos que representa para los artesanos.¹⁶²

Aunque su presidente comenta que los empresarios tienen mala fama por ser vistos como “el enemigo causante de muchos males”,¹⁶³ al parecer dicha sentencia se confirma desde la visión de los artesanos, ya que la Canaco

¹⁶⁰ Cámara Nacional de Comercio de Tlaquepaque, “Información”, julio de 2004. Recuperado el 15 de agosto de 2004 de <http://www.enart.com.mx>

¹⁶¹ Directorio de socios de la Canaco de Tlaquepaque, 2004.

¹⁶² Según nuestros informantes, un estand para exposición del ENART costaba en 2005 entre quince y veinticinco mil pesos.

¹⁶³ Juan Eusebio Plascencia, “Mensaje del presidente”. Recuperado el 15 agosto 2004 de <http://www.canacotlaquepaque.com.mx>

de Tlaquepaque y las diversas organizaciones de artesanos tienen constantes conflictos por el control de los espacios de comercialización en San Pedro.

La Cámara participa activamente en las políticas artesanales; según la Ley de Promoción y Desarrollo Artesanal del Estado de Jalisco, su presidente debe formar parte de la Junta de Gobierno del Instituto de la Artesanía Jalisciense, máximo órgano responsable del diseño y la ejecución de la política artesanal de Jalisco, desde la cual defiende los intereses de sus socios.

También en el ámbito local, su participación en las políticas artesanales llega a ser relevante, sobre todo en los proyectos y programas que tienen que ver con el comercio de los objetos artesanales en el municipio; por ejemplo, algunas organizaciones de artesanos han presentado proyectos de comercialización a las diferentes administraciones municipales para que se les permita vender sus productos en la cabecera municipal de Tlaquepaque. Sin embargo, la Canaco ha ejercido su influencia para impedir que esto suceda; alega que la venta de productos artesanales en la vía pública “hace que Tlaquepaque se vea feo y reduzca la visita del turismo”.¹⁶⁴

Las relaciones de la Canaco de Tlaquepaque con el gobierno municipal son muy cercanas;¹⁶⁵ independientemente de la extracción partidista de la que provenga el presidente municipal, ha logrado fortalecer su control en los espacios de comercialización de productos artesanales en San Pedro en detrimento de los artesanos que explotan.

La ENART es un buen ejemplo de la influencia de la Canaco en los proyectos gubernamentales del ayuntamiento. Se lleva a cabo en el Centro Cultural y de Exposiciones El Refugio, dependiente del gobierno local; dicho centro está dividido en tres partes: en una está el Museo del Premio Nacional de la Cerámica Pantaleón Panduro; en otra, la Escuela de Artes Plásticas y Oficios; y en la tercera, las salas de exposiciones museográficas y las oficinas. Durante la actividad de la ENART se llegan a ocupar las áreas de la escuela y las salas de exposiciones, espacios que la Canaco de Tlaquepaque renta a los expositores, que dan a cambio una “cuota simbólica” al ayuntamiento por el uso del espacio.¹⁶⁶

¹⁶⁴ Entrevista a Yolanda Velázquez, 5 de septiembre de 2003.

¹⁶⁵ De hecho, varios socios han participado como funcionarios públicos en las diferentes administraciones municipales.

¹⁶⁶ Entrevista a Arturo Becerra, 21 de abril de 2004.

En 2001, la entonces Dirección de Educación y Cultura del Ayuntamiento de Tlaquepaque presentó ante el Cabildo la propuesta de crear el Museo de la Cerámica Mexicana, que ocuparía todo el edificio de El Refugio;¹⁶⁷ contaría no sólo con áreas de exposición permanente y temporal, sino también una escuela de artesanos y un laboratorio experimental de cerámica. Sin embargo, a este proyecto se opuso la Canaco porque atentaba contra sus intereses.¹⁶⁸ La propuesta se aprobó y la Dirección de Educación y Cultura se dio a la tarea de conseguir recursos estatales y federales para el proyecto. Una vez conseguidos, era necesario hacer por escrito el convenio con las instancias aportadoras del recurso, pero el Cabildo no logró un acuerdo para otorgar el recurso que le correspondía al ayuntamiento debido a las presiones de los miembros de la Canaco de Tlaquepaque para que no se realizara. El proyecto se quedó congelado y la siguiente administración regresó los recursos a la Federación y dio por terminado el proyecto a causa de “los costos políticos que generaría implementarlo”.¹⁶⁹

Así, la Canaco de Tlaquepaque se ha convertido en la institucionalización de la intermediación económica de los productos artesanales. Ejerce relaciones de dominación hacia al artesanado: controla los espacios de comercialización local y logra que sus intereses de grupo estén presentes en las políticas artesanales estatales y locales. La intermediación económica ha generado relaciones de dominación hacia el artesanado y éstas juegan un papel importante en el campo artesanal, ya que influyen en el proceso de diferenciación del artesanado al controlar e imponer los espacios y formas de comercialización, así como su participación en la construcción social del valor de los objetos artesanales.

DIFERENCIACIÓN DEL ARTESANADO EN LOS PROCESOS DE COMERCIALIZACIÓN

Las formas de comercio de los talleres artesanales familiares de San Pedro Tlaquepaque y el acceso a los espacios de comercialización (local, regional e internacional) están condicionadas por relaciones de

¹⁶⁷ El Refugio comprende una manzana y se ubica en el centro de Tlaquepaque.

¹⁶⁸ Entrevista a María Elena Ramos, 5 de agosto de 2003.

¹⁶⁹ Entrevista a Alejandra Zúñiga, 20 de abril de 2004.

intermediación económica y política entre los talleres familiares y las organizaciones, tanto de artesanos como de comerciantes. Esta cuestión, a lo largo del siglo XX, ha generado un proceso de diferenciación social del artesanado desde el ámbito de la comercialización, ya que las formas de comercio y el acceso a los mercados influirán en los ingresos económicos de los talleres derivados de la venta de mercancías, y contribuirán a la valoración estética y económica que los agentes le dan a los objetos artesanales dentro del campo social.

En este sentido, el valor de los objetos artesanales es importante; algunos artesanos tienen que producir docenas de monos para tener como ganancia una cantidad determinada, mientras que otros pueden adquirir esa misma cantidad con la venta de un par de piezas. Así, el valor estético que los agentes le asignan a un objeto artesanal obedece a una valoración económica, que depende, en buena parte, de la forma y el acceso al mercado que tenga su productor; por ello, la diferenciación que se da desde los procesos de producción se acentúa y consolida en la comercialización.

Para analizar cómo se dan estas relaciones de intermediación económica y política, revisaremos brevemente tres casos que nos muestran una diferenciación del artesanado en los procesos de comercialización.

Caso Ramón López¹⁷⁰

Ramón López tiene cincuenta y dos años y es un artesano alfarero moldeador y pintor de figuras de nacimiento. Es originario de los Altos de Jalisco y tiene veintisiete años dedicándose a la producción y comercio de nacimientos. El oficio no lo heredó de sus padres, sino de la familia de su esposa; cuando se casaron, fue ella quien le enseñó a perfeccionar su trabajo como artesano y desde entonces él se dedica de tiempo completo a ello.

Su unidad doméstica la componen su esposa (Mariana), tres hijos y él. Ella es costurera y trabaja en su casa; el menor de los hijos colabora con él en la producción de monos y sus otros dos hijos se dedican a la venta de “leña” para

¹⁷⁰ La información que aquí presentamos la retomamos de entrevistas *in situ* y de la entrevista a Ramón López, el 5 de marzo de 2003.

los hornos. Estos dos hijos no quisieron seguir el oficio de alfarero porque decidieron dedicarse a proveer de combustible a los moneros, primero con leña y ahora compran aserrín en las madererías y aserraderos para después venderlo.

Como no modela, gran parte de sus diseños dependen de otros alfareros modeladores de Santa Cruz de las Huertas y de algunos tlaquepaquenses que le venden moldes. El barro lo compra en un molino de Santa Cruz: “Yo les llamo y les digo cuántos costales y ellos me lo traen”. Comenta que esto es muy conveniente, pues ya no es necesario ir a las minas por los barros y se lo traen molido y cernido. Hace unos diez años logró comprar una mezcladora mecánica para evitarse el amasado tradicional; esta mezcladora le da una entrada extra de dinero, dado que se ha convertido en uno de los comerciantes de barro amasado (esto es, ya ligada y amasada) listo para usarse; lo vende por “bola”, la cual pesa alrededor de diez kilos y es comprado, en su mayoría, por alfareros del barrio.

Tiene un taller familiar de proceso compartido en la casa habitación donde vive la familia; parte de los pasillos se utilizan para guardar piezas de barro ya cocidas y materias primas. La confección de nacimientos la inician en marzo y en octubre la familia debe contar ya con la producción que se venderá durante la temporada navideña. Los espacios de comercialización a los que han logrado acceder son el tianguis de Tonalá y la ciudad de México.

Para vender en Tonalá fue necesario ser partícipe de la Unión Única de Juan Mundo B. Artesanos y Comerciantes de Tonalá, afiliada al PRI. A cambio de una cuota de 600 pesos por temporada y su respectivo pago de impuesto municipal, les permiten colocar un puesto en el tianguis de Tonalá desde el 12 de octubre y hasta el 20 de diciembre. Para inscribirse en la Unión, fue necesario apuntarse en una lista y esperar el llamado de los dirigentes; esta espera puede durar algunos meses o un par de años, dependiendo de la insistencia y los contactos para lograrlo. Para Ramón no fue tan difícil conseguirlo hace diez años:

... el adquirir campo [espacio para la venta] en aquellos entonces era fácil, porque era nomás una cuadrita de negocios y hasta le rogaban a uno, ahora ya todo Tonalá es Tianguis [...] ahora nada más presento mi tarjeta y ya me dejan trabajar; nada más a uno le echan su vueltita para ver si uno está trabajando o no en el lugar [...] pero sí

fue creciendo, ahora es más difícil, poco a poco fueron invitando a sus parientes, a sus hijos, al compadre, al amigo y de ese modo se creció muchísimo el tianguis y más difícil que te den lugar.¹⁷¹

Por otro lado, en la ciudad de México se instalan para vender su mercancía en el Deportivo Venustiano Carranza, a un costado del Mercado de la Merced, del 15 de noviembre al 15 de diciembre. Para acceder a esta plaza, es necesario pertenecer a alguna unión de alfareros de San Pedro que se dedican exclusivamente a organizar los viajes a la capital. Este mercado es el más deseado por los moneros, sobre todo de los alfareros moldeadores, ya que es el espacio donde más venden sus productos. Ramón pudo tener acceso porque se afilió a la Unión Municipal No. 1 Alfareros y Comerciantes de Productos Típicos hace doce años. Para ir a la ciudad de México, es necesario que durante el año haya tenido una buena producción y, además, asociarse con otro u otros artesanos para el traslado de piezas: "... para ir para allá [a la ciudad de México], con dos personas llenan un torton, sino no salen los gastos, allá se van traileres completos..."

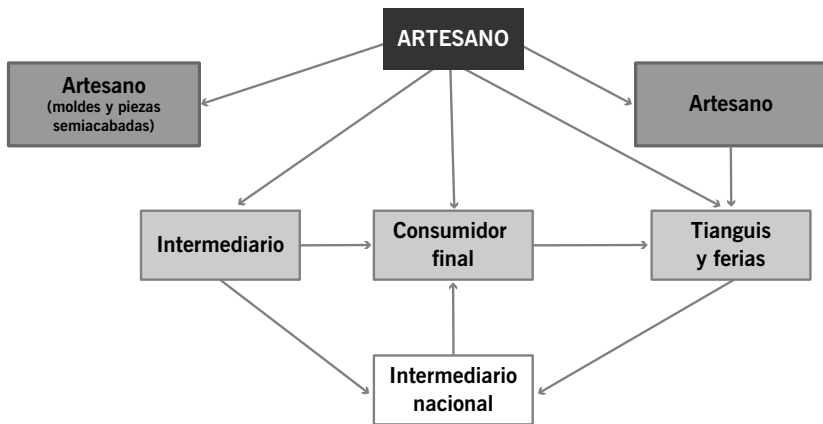


Figura 19. Formas y espacios de comercio de Ramón López López

¹⁷¹ Entrevista a Ramón López, 5 de marzo de 2003.

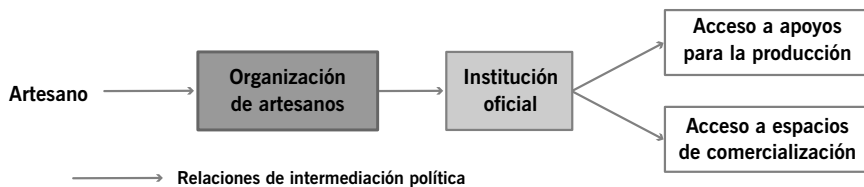


Figura 20. Artesanos con dependencia total de la intermediación política de las organizaciones

En temporadas en que su producción no es “la suficiente como para ir a vender a México”, compra la mercancía de otros alfareros para “completar su cargamento”, o vende la suya a otros alfareros para que ellos a su vez “completan su cargamento”. En los espacios de comercialización vende directamente al consumidor final y, en ocasiones, a intermediarios: “... vienen de varias partes, del Mercado Sonora, del Mercado de la Merced, de la explanada, la gente se va a surtir de mayoreo con nosotros y el negocio es de ellos porque ellos revenden, ya llevamos así tres años que casi no podemos vender a las familias [al consumidor final] y nos regresamos con mercancía”.¹⁷²

Durante el año restante, para “sacar el gasto” tiene que vender su mercancía a consignación a intermediarios locales y pedir créditos con prestamistas de San Pedro o a instituciones gubernamentales para comprar materiales y producir durante todo el año lo que venderá en la temporada navideña. Así pues, Ramón es de los artesanos (en Tlaquepaque podríamos decir que son la mayoría) que dependen de intermediarios locales durante todo el año (por lo regular entre febrero y septiembre) y en la temporada navideña viajan a otros espacios de comercialización para vender su mercancía al consumidor final o a otro intermediario nacional.

Este tipo de artesanos también tienen una dependencia total con la intermediación política de las organizaciones. Para ellos, es necesario estar inscrito en alguna organización para tener acceso a los programas gubernamentales (por lo general del Instituto de la Artesanía Jalisciense y la Casa del Artesano de Tlaquepaque). Los apoyos que buscan son préstamos financieros para la producción y acceso a espacios de comercialización, como

¹⁷² *Ídem.*

ferias y exposiciones en alguna ciudad del país. Todo contacto con las instituciones oficiales estará mediado por los líderes de las organizaciones. Esta situación es fomentada tanto por el Instituto de la Artesanía Jalisciense y la Casa del Artesano de Tlaquepaque como por las organizaciones; las instituciones gubernamentales objetan que es difícil hacer llegar la información a todos los artesanos y las organizaciones son la vía más adecuada.¹⁷³

Caso Florencio Reyes Lomelí

Como expusimos en el capítulo anterior, Florencio Reyes Lomelí es un alfarero dueño de un taller individual. A los treinta años, puso su propio taller (al independizarse de su padre); entonces, solía vender su producción a algunos compradores que llegaban hasta su taller (herencia de su hermano Jorge), pero su venta mayor se daba en la ciudad de México en la temporada navideña, por lo que fue necesario (como los demás alfareros) afiliarse a una unión de artesanos para poder aprovechar ese importante espacio de comercialización.

En la década de los noventa, Florencio se animó a participar en algunos cursos de capacitación que ofrecían las instituciones oficiales, así como en diversos concursos estatales y nacionales. Ganó un segundo lugar en la categoría de nacimientos en el Premio Nacional de la Cerámica, en su edición

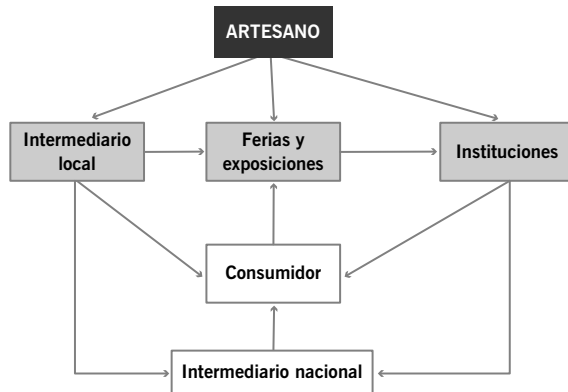


Figura 21. Formas y espacios de comercio de Florencio Reyes Lomelí

¹⁷³ Entrevista a Gustavo Miranda, 1 de agosto de 2003.

de 1993, lo cual le ayudó para que su obra se promocionara y fuera reconocida por otro tipo de compradores: los coleccionistas, quienes están más interesados en la calidad y singularidad de las piezas que en la cantidad y el costo. Gracias a su habilidad para modelar, comenzó a crear sus propios diseños y a producir nuevas figuras de nacimientos, así como diferentes escenas bíblicas, como el Arca de Noé, el Génesis, la Pasión y Muerte de Jesús, entre otras. La elaboración de una colección de figurillas de arcilla de tipos mexicanos con la temática de castas que le mandó hacer la Fundación Banamex también le permitió explorar nuevos diseños y dar a conocer su obra.

Ahora vende durante todo el año su mercancía directamente al consumidor final en ferias y exposiciones comerciales en diferentes ciudades del país, espacios de comercialización a los que tiene acceso gracias a la mediación de diferentes organizaciones de artesanos y a su acercamiento (en lo individual) a las instituciones oficiales. Es habitual que lleguen clientes (particulares e instituciones) a su casa a pedirle piezas de colección y suele venderle a intermediarios locales “siempre y cuando paguen en efectivo y en ese mismo momento”, aunque en ocasiones le molesta que el intermediario local las venda a otros intermediarios de otras ciudades a casi el doble de lo que le pagaron a él.

También, en ocasiones (cuando las ventas andan bajas), se dirige con las instituciones estatales y nacionales para venderles mercancía “de colección”,



Figura 22. Artesanos con dependencia relativa de la intermediación política de las organizaciones

la cual se queda a consignación. El caso de Florencio Reyes nos muestra un segundo tipo de artesano que, al igual que el anterior, venden su producción durante todo el año en la localidad, en ferias y exposiciones; ofrecen su mercancía a instituciones gubernamentales que sirven, a su vez, como intermediarias para la venta al consumidor final, o bien, algunas instituciones (catalogadas como “culturales”) las utilizan para la exhibición museográfica y su venta posterior. Para que artesanos como Florencio puedan tener estas formas de comercialización y el ingreso a los espacios de venta, suelen establecer una dependencia relativa con la intermediación política de las organizaciones de artesanos. Utilizan las organizaciones como intermediarias, pero no se limitan a afiliarse a una sola: depende del recurso al que quieran acceder (local, estatal o federal) es la organización o institución gubernamental a la que se acercan. Ellos están interesados en ser beneficiados con los programas de apoyo a la comercialización y la producción, así como en la capacitación y los reconocimientos que otorga el gobierno.

Para estos artesanos, los cursos de capacitación son el medio para mejorar su producción y acceder a otros espacios de comercialización. También buscan los programas de reconocimiento (concursos, exposiciones museográficas y premios) que suelen aprovechar para lograr una mayor valoración de su obra. Una cuestión importante de estos artesanos es que, además de utilizar a las organizaciones como mediadoras, pueden tener relaciones comerciales directas con las instituciones gubernamentales, con los intermediarios para el comercio nacional y con el consumidor final sin la mediación de las organizaciones.

Caso Carlos Bustos

Carlos es un artesano de cincuenta años que tiene un taller manufacturero pequeño. Su abuelo Emilio fue uno de los pioneros que viajaron a la ciudad de México a vender sus productos: tipos mexicanos, las “huidas”¹⁷⁴ y los “juguetones”, esto es, figuras de arcilla de niños jugando, ya sea montados en algún animal como cerdos y toros, trepados en árboles o jugando entre ellos.

¹⁷⁴ La Huida de Egipto representada por cuatro figuras principalmente: la Virgen María montada en un burro, San José a pie, un ángel señalando el camino y una palmera.

La mayoría de los hombres de su familia (hermanos, tíos y tíos abuelos) se han dedicado a elaborar nacimientos, juguetes y tipos mexicanos. Su padre trabajó en los talleres de los Aldana y de Salvador Andrade. Después, se fue al taller de los Galán, donde produjo nacimientos modernistas;¹⁷⁵ ahí aprendió algunas técnicas ceramistas novedosas que luego implementó en sus creaciones una vez que instaló su propio taller familiar apoyado por sus hijos.

Carlos aprendió a modelar desde niño, actividad que consideraba interesante; no sólo era parte de su ambiente familiar, sino también una forma de diversión:

... Antes de que me acercara con mi papá, ya hacía mis figuritas, hacía niños, “miones” les decían, hacía venados; es más hasta mis juguetes; cuando llegaba la navidad estábamos con la espera de que nos trajera algo el niño Dios, pero como que a veces pedías mucho y no te los traía; entonces dije, pues yo los hago. Empezaba entonces el juego a hacer los animalitos, hacía en ese tiempo a Batman; y había en el radionovelas que escuchaba que decían que iba el caballo corriendo y luchando Kaliman, y pues te imaginabas y comenzabas a hacer figuras; entonces la gente comienza a ver mi trabajo y me comenzaron a decir: oye, ¿por qué no me haces esto o aquello?, que un modelo de un conejo, o de esto. Yo no sabía hacer moldes, así que yo hacía el original y mi papá hacía el molde y la gente me comienza a pedir más y más y más.¹⁷⁶

Fue tanto el gusto que tuvo de niño por el modelado que en una ocasión les dijo a sus padres que ya no quería asistir a la escuela primaria, sino dedicarse a ayudar a las labores del taller paterno. No obstante, un acontecimiento encaminó sus inquietudes por el modelaje:

... tendría unos once o doce años cuando nos tocó ver en casa la película de *Diana Cazadora* y pues no me dejaron verla, que porque estaba desnuda. Yo me hice el dormido y me tocó ver toda la película y recuerdo exactamente la escena y cómo

¹⁷⁵ Los tlaquepaquenses le llaman nacimiento modernista a aquellos que no tienen un estilo tradicional; por lo regular, son figuras humanas moldeadas cuyo cuerpo tiene una forma esférica, cuadrada o triangular.

¹⁷⁶ Entrevista a Carlos Bustos, 5 de agosto de 2003.

era la casa; entonces de ahí empieza la inquietud de hacer desnudos y empiezo a hacer piezas al desnudo de indígenas, de mayas, de aztecas, de sacrificios, pero sólo para mí nada más a manera de juego; entonces empieza mi inquietud y empiezo a decir: yo quiero ser como esos señores que están en la televisión, yo quiero ser escultor, yo quiero hacer monumentos y desde ahí todo cambió.¹⁷⁷

Desde entonces, comenzó a hacer figuras con más detalles en la anatomía humana, la cual fue reconociendo y perfeccionando cada vez más. Durante un tiempo, estuvo observando cómo trabajaba Mario Reyes, quien le enseñó algunas técnicas para mejorar su trabajo. Así, desde temprana edad ya elaboraba piezas que eran apreciadas por las instituciones gubernamentales:

Cuando tenía doce años elaboraba piezas y mi papá las llevaba a la frontera, llega a la frontera y se las compran y le dicen: mira los anaqueles no están aquí están en Guadalajara, en Fonart. Entonces viene a Fonart y le dicen: ¿quién hace este trabajo? Y contestó: pues es mi hijo. Y entonces comenzó el problema ahí, porque pensaban [los otros alfareros] que yo estaba buscando la forma de quitarles los clientes y yo bien chavo no sabía ni qué onda, y entonces me empezaban a pedir más y más con la señora Rebeca Flores [dueña de un taller].¹⁷⁸

No obstante, dejó de ir a la escuela primaria y se fue a trabajar al taller de Antonio Ortega durante un año a producir “juguetones”. En una ocasión, una persona le comentó sobre la Escuela de San Carlos, donde podía estudiar:

Alguien me comenta: está la Escuela de San Carlos, ¿qué se necesita?, la secundaria y la prepa. Entonces termino la primaria en un instituto, y me pongo a estudiar la secundaria por la noche, mientras yo trabajaba por el día en el taller de la señora Rebeca haciéndole diseños de “tipos”. [...] la señora me dijo ¿quieres estudiar?, yo te ayudo, hazme seis figuras diarias y después ponte a estudiar. Termino la secundaria y entro a

¹⁷⁷ *Ídem.*

¹⁷⁸ *Ídem.*

la prepa con la mente en San Carlos, pero cuando salí de la prepa descubrí la Escuela de Artes Plásticas [de la Universidad de Guadalajara] y le pregunté: bueno y qué hacen aquí y me dijo: pues modelar y dibujar, inmediatamente dije, yo me quedo.¹⁷⁹

A los veinte años, se inscribió en la Escuela de Artes Plásticas y gracias a las habilidades desarrolladas durante su infancia y parte de su adolescencia, comenzó a destacar entre sus compañeros:

Cuando llego a la escuela en primer año, el maestro dice: vamos a hacer una mano. Yo agarré mi material, lo amasé y al otro día le entrego la mano y el maestro Miramontes me dice: ¿quién dijo que terminara la mano de un día a otro? no, no aquí se van a hacer las cosas que yo digo. Y luego dice: ahora pónganse a hacer un pie. Y en unas cuantas horas lo hice, y me dijo: ¿otra vez usted?, que se espere. Después del pie, hice la cabeza de un romano y terminé la pieza pero tenía un pequeño error de simetría. Entonces el maestro me pregunta: ¿tú quién eres pues, qué haces?, le dije, soy artesano y me dice: a con razón. Entonces me comenzó a dar indicaciones precisas a mi trabajo. Cada año hacía una pieza por alumno, yo hice como siete u ocho.¹⁸⁰

Aún estaba en tercer año cuando comenzó a colaborar en los talleres de Zamarripa, Salvador Chávez, Tijerino y Miramontes. En el último año de su carrera, ya exponía en las galerías locales, como la Escuela de Artes Plásticas, el Ex Convento del Carmen, la Alianza Francesa, entre otras. En 1981, el Ayuntamiento de Zapopan le pidió que elaborara su primera obra monumental: “El maíz”, que se exhibiría en la vía pública. Con el tiempo, le pidieron esculturas monumentales en el Estado de México, Monterrey, Guanajuato, Nayarit, Puerto Vallarta, e incluso, en Tlaquepaque, elaboró el nacimiento monumental que se coloca año con año con año en la Plaza de la Comunicación.

Continuó elaborando piezas en pequeño formato y participó como ayudante en obras de gran formato de algunos de sus maestros. Ciertas empresas le comenzaron a solicitar obra para sus oficinas y fábricas, entre ellas, la Cervecería Cuauhtémoc, que le pidió obra en bronce, lo cual lo obligó a estudiar

¹⁷⁹ *Ídem.*

¹⁸⁰ *Ídem.*

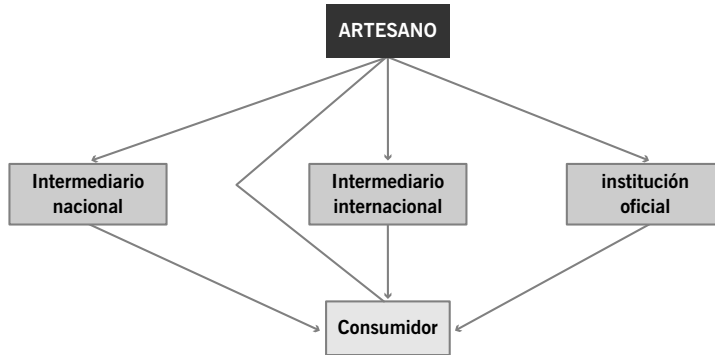


Figura 23. Formas y espacios de comercio de Carlos Bustos

una especialización en fundición de bronce a cera perdida en Monterrey, donde aprendió la técnica en diferentes talleres.

De regreso a Guadalajara, se dedicó a impartir cursos: “A la par de mi actividad como artesano y como escultor, era la función de docente, me invitaban en diferentes plazas del Estado de México y de la república a impartir clases de actividad artesanal”.¹⁸¹ También participó como maestro en la Escuela de Artes Plásticas donde había estudiado e incluso en el Instituto Cultural Cabañas y en la Escuela de Artes y Oficios de El Refugio.

Aun cuando su pasión es la elaboración de piezas monumentales, sigue produciendo los juguetones que hacía de niño, sólo con la particularidad de que ha cambiado algunos materiales y el estilo es diferente a los de sus padres y hermanos. Actualmente, se dedica a la producción de escenas de juegos tradicionales infantiles, como las canicas, trompos, “changais”, “burro castigado”, entre otras.

Junto con su esposa (quien es escultora también), tienen un taller manufacturero pequeño donde trabajan diversos materiales y técnicas, que van desde el papel, la cerámica y la fundición de metales. Cuando formó su taller, lo diseñó de tal modo que fuera también una escuela. Está dividido en diversos departamentos y Carlos es el director. Se produce su obra y les paga un sueldo, además de enseñarles el oficio. Sin embargo, el taller ha tenido altas y bajas,

¹⁸¹ *Ídem.*

según los proyectos que le encargan. Además de producir los juguetones y retratos, da clases de cerámica en la licenciatura en Diseño Industrial del Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Occidente (ITESO); su taller es un espacio de experimentación y aprendizaje.

La comercialización de sus piezas es por venta directa con el cliente de piezas únicas o monumentales y venta con intermediarios a galerías nacionales, sobre todo de Guadalajara, Monterrey, Guanajuato, México y Oaxaca, e internacionales. Los “monos contemporáneos” los vende a intermediarios nacionales e internacionales, que son dueños de galerías, y también a instituciones gubernamentales, como los museos o el Instituto de la Artesanía Jalisciense.

Otros ingresos provienen de su participación en concursos¹⁸² y la presentación de propuestas para elaborar esculturas monumentales a ayuntamientos de diversas ciudades; también algunos clientes lo buscan en su taller para que realice “por encargo” (pagando un anticipo de cincuenta por ciento) piezas con algún diseño específico, como retratos o esculturas.

Como Carlos Bustos existen otros artesanos¹⁸³ tlaquepaquenses, cuyo cliente objetivo se encuentra en el mercado nacional y en el internacional, por lo que sostienen relaciones de intermediación económica con personas de otras ciudades del país y el extranjero, y sus ventas locales son a coleccionistas.

Las formas y espacios de comercialización de estos artesanos los ayudan a no depender de la intermediación de las organizaciones para acceder a los mercados. Artesanos como Carlos Bustos prefieren dirigirse de modo directo con las instituciones, los intermediarios para el comercio nacional e internacional y con el consumidor final que, en general, son coleccionistas. Estos artesanos buscan los apoyos institucionales para aprovechar espacios de comercialización internacionales, así como los reconocimien-

¹⁸² Ha participado en varios concursos; ganó el primer lugar de la categoría de miniatura en el Premio Nacional de la Cerámica en 1997.

¹⁸³ Algunos autores llamarían a este tipo de productores “artesanos artísticos”, “artistas populares” o simplemente “escultores”, debido a que tienen estudios (universitarios) de arte académico; sin embargo, ellos mismos se autodenominan artesanos o escultores, dependiendo del contexto en que se presentan o exponen su obra.

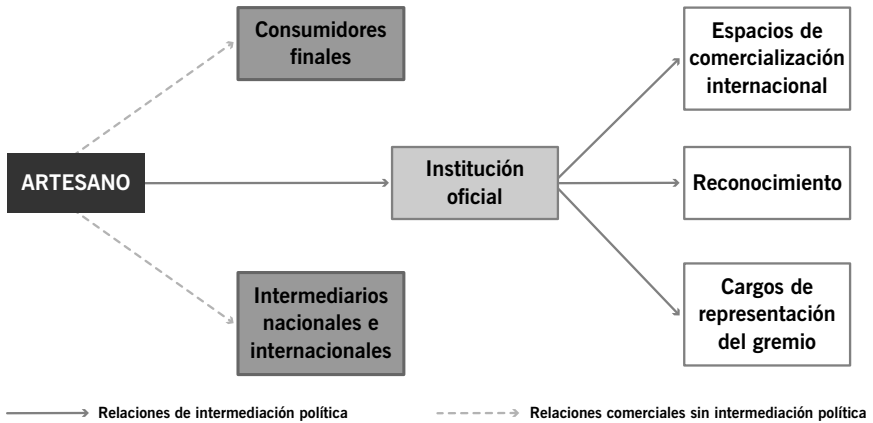


Figura 24. Artesanos sin dependencia de la intermediación política de las organizaciones

tos para legitimar su obra y trayectoria; en ocasiones, también suelen participar en organismos gubernamentales (Instituto de la Artesanía Jalisciense, Consejo Estatal para la Cultura y las Artes, por citar algunos) representando al artesanado.¹⁸⁴

¹⁸⁴ Aunque parece contradictorio, cinco de los artesanos representantes del gremio en la Junta de Gobierno del Instituto de la Artesanía Jalisciense no participan en ninguna organización (aunque algunos sí lo hicieron en el pasado).

Capítulo 6

Políticas culturales y nuevos sentidos de la práctica artesanal

Como hemos expuesto hasta ahora, los cambios en la práctica artesanal de Tlaquepaque han estado relacionados con las condiciones sociales a las que los artesanos se enfrentan generadas por las transformaciones regionales en el siglo XX. En el transcurso de este siglo, se ha ido conformando una determinada organización de la producción artesanal que articula relaciones de intermediación, intercambio y apropiación entre los talleres productores; se fueron constituyendo grupos de artesanos y de comerciantes que definieron, en complicidad con las instituciones gubernamentales, mecanismos de acceso, control y participación en los circuitos artesanales para la comercialización y consumo de los objetos artesanales; todo esto ha formado parte de un proceso de consolidación de Tlaquepaque y Tonalá como un distrito especializado en la producción y comercialización artesanal.

No obstante, aún queda una pieza fundamental en este rompecabezas y está relacionada con el diseño e implementación de políticas públicas en el sector artesanal, las cuales han influido en la consolidación de la intermediación política y económica de los grupos de artesanos y comerciantes, así como en el otorgamiento y legitimación de capitales culturales y simbólicos.

Por lo tanto, este capítulo tiene como objetivo analizar la forma en que inciden las políticas artesanales del Estado en este campo y cómo algunos artesanos han comenzado a generar nuevas visiones de su práctica artesanal.

POLÍTICAS CULTURALES PARA EL SECTOR ARTESANAL

En la actualidad, la literatura referente al estudio de las políticas culturales suele darse por lo regular en dos sentidos; el primero tiene que ver con el análisis de la generación de instituciones, organismos, programas y acciones del Estado como parte de una política gubernamental sectorial; en este caso, los estudios y las discusiones que se hacen están encaminados a identificar y examinar el aparato gubernamental del Estado (en términos de administración burocrática y normativa), el financiamiento, así como el diseño y la implementación de los programas de los agentes gubernamentales.

La contraparte tiene que ver con el estudio de los lineamientos ideológicos sobre la visión y definición de la identidad y las prácticas culturales en el marco de un proyecto de nación del grupo hegemónico en el poder. Para ello, la observación se centra en cómo el Estado va generando e institucionalizando ciertos discursos para la reproducción de prácticas y sentidos acordes con la clase hegemónica, proceso en el cual se da una apropiación y reconfiguración de la cultura popular como elemento distintivo de una nación, e imponiendo esquemas de percepción y apreciación de lo que es la cultura, o no, a través de medios como el currículo escolar, los museos, los programas televisivos, la prensa, entre otros.

Sin embargo, estos dos acercamientos son dos caras de la misma moneda, ya que toda acción cultural tiene implícito o explícito un concepto de cultura, así como su aplicación ideológica y política, pero también todo discurso hegemónico requiere acciones tácticas en un campo de intervención social.

La definición que suele hacerse sobre la política cultural se acota a una serie de guías para la acción sistemáticas y regulatorias que adoptan las instituciones a fin de alcanzar sus metas en el cambio cultural (Yúdice y Miller, 2004).

No obstante, es importante tener claro que las políticas culturales no son sólo aquellas que diseñan e implementan las instituciones gubernamentales, sino también las que llevan a cabo los diferentes agentes que están implicados en el campo cultural. Entonces, vamos a entender por políticas culturales el “conjunto de intervenciones realizadas por el Estado, las instituciones civiles y los grupos comunitarios organizados a fin de orientar el desarrollo simbólico,

satisfacer las necesidades culturales de la población y obtener consenso para un tipo de orden o transformación social” (García, 1987, p. 26).

De acuerdo con Nivón (2006), existen tres formas en que el Estado interviene en la sociedad a través de las políticas culturales: acciones normativas, cuyo propósito es regular la actuación de los agentes mediante leyes y reglamentos tanto generales como específicos de orden federal, estatal y municipal; intervención indirecta con la generación de condiciones e incentivos para que los agentes puedan actuar dentro de un marco normativo; en este sentido, “la administración pública realiza un ejercicio de interpretación de los intereses sociales para reconocer áreas prioritarias o con desventajas frente a otras, a fin de incentivar la acción de los particulares en esos campos” (Nivón, 2006, p. 119); e intervención directa de las instituciones gubernamentales en la provisión de bienes y servicios culturales con sus programas y proyectos. Por lo general, este tipo de intervención “tiene un sentido compensatorio al realizar tareas que la propia iniciativa social no alcanza a cubrir para satisfacer sus necesidades culturales” (Nivón, 2006, p. 121).

Por sus características, el Estado implementa estos tres tipos de intervención, a comparación de los otros agentes, que sólo pueden hacerlo a través de la intervención directa e indirecta, y queda fuera de sus atribuciones la acción normativa.

El diseño de la política cultural de los agentes va a estar determinado no solamente por las atribuciones que éstos puedan tener en el campo, sino también por su concepto de cultura y de los usos políticos e ideológicos que le den.

En el caso de México, a principios del siglo XX, el Estado tomó algunos objetos y manifestaciones de la cultura popular para conformar artificialmente lo que definieron como cultura nacional, una imagen que respondió a los planteamientos ideológicos de los grupos que llegaron al poder después de la revolución. No obstante, la cultura popular fue descontextualizada y convertida en “patrimonio” para los fines del Estado.

Hay una contradicción desde la concepción de esta política cultural del Estado: las culturas populares se consideran fundamentales como parte de la identidad del mexicano; sin embargo, las instituciones y sus programas conciben la cultura desde una visión elitista y occidental, de tal modo que esa cultura popular que aparece en el discurso político como orgullo de la mexi-

canidad, para diversos programas gubernamentales es una evidencia de una falta de “cultura”:

La política cultural que fomenta estas acciones tiene como objeto difundir las tradiciones para fortalecer la identidad, pero podría resultar paradójico que el Estado auspicie más los ballets folklóricos a través de departamentos escolares, académicas e instituciones de danza, que también publique antologías al respecto, pero que no exista una política de defensa, protección y desarrollo de los derechos colectivos para estas expresiones (Turok, 1988, p. 172).

Una de las tendencias más marcadas de las políticas culturales dirigidas a las culturas populares es definir ciertas prácticas y objetos como patrimonio cultural, lo que convierte a las realidades locales en “abstracciones político-culturales, en símbolos de una identidad nacional en que se diluyen particularidades y conflictos” (García, 2004, p. 68).

Actualmente, con el modelo neoliberal, se retoman y reconfiguran estas visiones románticas de la cultura popular, pero desde una visión comercial, de tal manera que se utiliza como discurso para fomentar el turismo cultural, en el que la cultura popular y sus creadores sirven de simple decoración y telón de fondo para que los turistas tomen fotografías y compren suvenires.

Estas contradicciones se pueden observar en las políticas culturales dirigidas al sector artesanal, por lo cual éstas también están determinadas por la concepción de lo que es o no es “artesanía”. Esta noción comúnmente utilizada por los agentes del campo artesanal no debe ser vista como estática, ya que ha tenido cambios a lo largo del tiempo, en general desde el ámbito de la academia (que en diversos casos reproducen el discurso hegemónico), en donde se van generando concepciones y visiones que luego son retomadas por el Estado para definir políticas públicas.

Por eso y de acuerdo con el planteamiento teórico metodológico expuesto en el primer capítulo, será necesario hacer una revisión crítica de algunos implícitos hegemónicos que se encuentran en algunos estudios académicos sobre los objetos y prácticas artesanales que han servido como base conceptual de las políticas para definir lo que es “artesanía”, o no (y su valor económico, estético y cultural) para en seguida identificar cómo estos discursos son uti-

lizados como formas de diferenciación por los agentes en el campo social del artesanado tlaquepaquense.

Hegemonía, academia y conceptualización de las políticas culturales

Como ya mencionamos en el primer capítulo, un problema común en varios estudios académicos de la primera mitad del siglo XX¹⁸⁵ cuando analizan la producción y comercialización artesanal es que dejan en segundo término una cuestión importante: que son mercancías con una valoración económica y cultural (estética e identitaria).

Esto nos lleva entonces a poner atención no sólo en la producción y comercialización, sino también en la construcción de la valoración de los objetos artesanales, ya que dicha valoración es un capital cultural y simbólico a la vez que juega un papel relevante en el establecimiento de relaciones de intermediación económica y política en el campo social del artesanado en la actualidad.

Otro problema es que cuando algunas investigaciones académicas consideran la valoración o abordan algún elemento relacionado con ella, por lo regular se hace a partir de algunos supuestos implícitos o explícitos que suelen reproducir el discurso hegemónico utilizado en el establecimiento de relaciones de dominación simbólica.

Para Passeron y Grignon, en el mundo social existen grupos dominantes y dominados. Los primero no sólo ejercen un poder material dominante, sino también una cultura dominante (1992, p. 27). Para que se ejerza una cultura dominante, es necesario que el poder social que ejerce imponga una dominación simbólica para legitimar su poder y así lograr que los dominados no logren reconocer las relaciones de poder a las que están subordinados (1992, p. 30).

Este proceso de legitimación de la dominación se da dentro de un campo social, el cual puede ser analizado en términos del establecimiento de una hegemonía, ya que las relaciones de poder económicas siempre están en relación con otras formas de poder (por ejemplo, simbólico) que contribuyen a la reproduc-

¹⁸⁵ Que, de acuerdo con nuestra clasificación expuesta en el capítulo uno, podrían ser las orientaciones “nacionalista y de “estudios de clasificación”.

ción y la diferenciación social. Por ello, una clase dominante puede imponerse en el plano económico y reproducir esa dominación si al mismo tiempo logra establecer una hegemonía en el campo social (Bourdieu, 2002, p. 251).

Dentro del campo social del artesanado se encuentran diversos agentes que están en constante lucha por imponer un principio de jerarquización que sea más favorable para sus propios productos, esto es, hay una lucha por el capital económico, cultural, social y simbólico.

Así pues, la reproducción de los supuestos hegemónicos en los estudios académicos no sólo implica una serie de problemas epistemológicos y metodológicos, sino también un papel importante en el campo social del artesanado, ya que algunas de estas investigaciones sirven como sustento de algunas políticas culturales dirigidas a la producción, comercialización y consumo de los objetos artesanales.

Los supuestos dan por hecho una diferenciación en la valoración de los objetos artesanales en dos sentidos: por una parte, entre ellos mismos, y por otra, en relación con otros objetos relacionados con el arte académico. Este debate que algunos autores han llamado entre “arte y artesanía” ya ha sido expuesto en diversas ocasiones por una multitud de autores de una gama amplia de ciencias y disciplinas. Sin embargo, a nuestro parecer, muy pocas veces se ponen en cuestionamiento los elementos epistemológicos que sustentan la diferenciación de la valoración.

Uno de los primeros supuestos es que la valoración de los objetos artesanales tiende a “naturalizarse” como si fuera una propiedad intrínseca de ellos mismos, y se pierde de vista que la idea de valor es una construcción social sujeta a las relaciones sociales y a los intereses de los grupos. La “naturalización” del valor estético y económico se suele dar con base en dos aspectos: uno, a partir de la caracterización de la unidad de producción; y dos, con base en los procesos de producción, circulación y consumo.

Valoración a partir de la caracterización de la unidad de producción

Una idea muy común en la literatura sobre el arte es que la diferencia entre éste y la denominada “artesanía” es el origen del que provienen. Se suele argumentar que el “arte” se aprende en las academias, espacios donde se encuentran maestros que enseñan a sus alumnos diversas técnicas, conceptos y

metodologías para que, junto con la inspiración y la destreza del educando, éstos puedan desempeñar de mejor manera su trabajo.

Con base en este argumento, toda producción que provenga de una institución académica es etiquetada y legitimada como “artística”. Gran parte de las instituciones de enseñanza, investigación y promoción de las artes siguen reproduciendo la visión ilustrada de la creación artística, la cual se basa en una división de las “bellas artes” y las “artesánías” u oficios; desde esta lógica se determina que los objetos provenientes de instituciones académicas tienen un mayor trabajo técnico y, por ende, un mayor valor estético y económico.

Sin embargo, la diferenciación del valor entre arte popular y el arte académico en Latinoamérica tiene sus raíces en la organización gremial de la época colonial, puesto que su jerarquía consideraba que los objetos poseían mayor prestigio que otros, no sólo por el material de manufactura, sino también por el origen étnico de quienes lo producían, de tal forma que los objetos producidos por españoles con técnicas españolas eran considerados más valiosos que los elaborados por las comunidades indígenas (Mejía, 2004).

Mejía señala que la jerarquía de los objetos artesanales durante la colonia tuvo un papel importante en la construcción del concepto de artesanía en México. A inicios de la vida independiente, “la producción artesanal empezó a llamarse simple y llanamente artesanía, estableciendo una generalización que poco a poco adquirió una carga semántica especial ligada de manera directa con los indígenas de México” (2004, p. 86).

Durante el siglo XIX se visualizó a los objetos artesanales como creaciones populares vinculadas a una idea romántica nacionalista que definía a dichos objetos como vestigios de un pasado indígena glorioso. Ya a inicios del siglo XX se empezaron a ver como elementos de identidad nacional, pero también como un proceso de manufactura en vías de extinción dado el avance de la revolución industrial. En ese sentido, a la categoría de “artesano” se le dio “una carga peyorativa dada su relación con una forma de producción manual, por lo tanto sinónimo de atrasada, premoderna y tradicional; el artesano y los objetos que produce ya no conocerán especificidades, se volvieron parte de un concepto que no matiza sino que, por el contrario, generaliza en categorías simplistas basadas en la manera de producir” (Mejía, 2004, p. 113).

Con base en esta visión, encontramos trabajos como la memoria del Coloquio Internacional de Zacatecas, en el que hay expresiones de la minusvalía del productor de arte popular: "... el artista sólo existe como ejecutor de arte erudito, quien hace arte popular no es un artista, dudosamente un creador, apenas un artesano" (Pedrosa, 1979, p. 91); o bien sobre su torpeza:

... si el artista popular, obligado a producir cierto tipo de productos artísticos menores, no gasta toda su creatividad natural en dicha producción ¿qué hace con ella? Las posibilidades de dicha creatividad sin uso son dos: o se atrofia, reconvirtiéndose en habilidad manual y en la malicia para que el uso y desgaste del modelo no sea perceptible al consumidor o bien queda latente, y se expresa a través de otras situaciones creativas... (Traba, 1979, p. 70).

No obstante, la idea de la "minusvalía" de la producción artesanal popular ante la producción que proviene de la academia se debilita ante un razonamiento científico.

El artesano comienza su formación técnica desde muy temprana edad regularmente en el taller familiar. Se le introduce al conocimiento y uso de los materiales a partir de diversas estrategias de aprendizaje basadas en la práctica; un ejemplo de ello es lo que el papá de Zenón Martínez le decía cuando de niño aprendió a modelar rostros humanos:

... el cuerpo necesitamos medirlo, fijate lo que mide, son siete caras y media las que tenemos, ahora este de aquí del hombro al cuello, es una cara la que tenemos, tenemos tres ojos, yo le decía ¿Cómo vamos a tener tres ojos?, sí tres ojos, me decía mi padre: lo que mide el ojo este y este, pues tiene que medir el lagrimal a lagrimal, por eso se llama tres ojos...¹⁸⁶

En su trayecto como aprendiz de artesano, el infante comienza a participar en algunas partes del proceso de producción y luego se le enseña a imitar las obras de las personas que ya manejan la técnica (regularmente los padres o algún familiar). De igual manera, va conociendo y asimilando toda una serie

¹⁸⁶ Entrevista a Zenón Martínez, 30 de junio de 1998.

de visiones del mundo y de la misma práctica artesanal que serán elementos de identidad en el ámbito familiar y comunitario.

Con el paso del tiempo y de la constante práctica, el artesano logra desarrollar las competencias (conocimientos, habilidades y valores) para poder reproducir con cierto grado de exactitud lo que sus mayores hacen, pero también, en algunas ocasiones llega a innovar los diseños de los objetos o el modo de producirlos y comercializarlos.

Así, tanto la academia como la familia artesana son instituciones que transmiten y forman conceptual, técnica, metodológica y éticamente a los creadores, aunque con distintas estrategias de enseñanza-aprendizaje y diferencia en la denominación de los materiales y las técnicas, ambas instituciones manejan conocimientos, habilidades y valores que les son heredados a los aprendices de generación en generación; sin embargo, el conocimiento transmitido en el seno de la familia de manera informal no se reconoce como una cualidad (que a su vez se vea reflejado en el mercado), sino que se subsume como cualidades “naturales” (Narotzki, 2004), como lo menciona Bourdieu:

Los poseedores de un capital cultural desprovisto de certificación académica, siempre son sometidos a pruebas, porque no son más de lo que hacen, simples hijos de sus obras culturales, [en cambio] los poseedores de nobleza cultural –semejantes en esto a los poseedores de títulos nobiliarios, en los que el ser, definido por la fidelidad a una sangre, un suelo, una raza, un pasado, una patria, una tradición, es irreductible a un hacer, a una capacidad, a una función– no tienen más que ser lo que son, porque todas sus prácticas valen lo que vale su autor, al ser la afirmación y la perpetuación de la esencia en virtud de la cual se realizan (2002, p. 20).

Valoración a partir de los procesos de producción, distribución y consumo

Otro supuesto que sustenta la diferenciación del valor estético y económico de los objetos creados en instituciones populares y de los creados en instituciones académicas está relacionado con los procesos con que se produce, se distribuye y se consume.

Una idea que sostiene la diferencia es que el arte es producto de una inspiración y creación individual, libre del mercado; por ejemplo, para Zuno, la producción artesanal popular es hija de la intuición artística de las masas

anónimas del pueblo guiadas principalmente por los sentidos y son, a la vez, una prueba de las disposiciones culturales de un país y la esperanza de su ascenso o la desesperación de su incapacidad. En cambio, menciona que el “Gran Arte” pierde su sentido colectivo y se basa en la individualidad, o bien, en la suma de individualidades (1969, p. 7).

En este sentido, las “artesanías” son producciones en serie en las que intervienen diversas personas en distintas fases del proceso de producción. Sus diseños no son libres y siempre están sujetos a una tradición y a los requerimientos y demandas del mercado turístico.

Sin embargo, no debemos perder de vista que la idea del arte como una creación individual y libre es una invención moderna occidental y específicamente europea, ya que hasta antes del siglo XVIII no había una separación formal entre lo que hoy conocemos como arte, artesanía y ciencia.

La palabra arte proviene del griego *techné* y del latín *ars*, que en ambos casos no refieren del todo a una clase de objetos, sino más bien hacen alusión, de manera general, a las capacidades y destrezas humanas de diversa índole, como pueden ser montar a caballo, escribir versos, remendar zapatos, pintar vasijas o gobernar (Shiner, 2004, p. 23). Asimismo, la palabra *ars* se utilizaba para denominar a “un sistema de reglas extraídas de la experiencia, pero pensadas después lógicamente, que nos enseñan la manera de realizar una acción tendiente a su perfeccionamiento y repetible voluntad, acción que no es parte del curso natural del acontecer y que no queremos dejar al capricho del azar” (Mejía, 2004, p. 36).

El sistema de arte que conocemos en la actualidad es el resultado de diversas transformaciones sociales, culturales y económicas que se dieron en Europa durante el siglo XVIII. La ruptura con la anterior noción de arte se da a partir de tres divisiones:

- Diferencia entre las bellas artes (poesía, pintura, arquitectura y música) y la artesanía y las artes populares (fabricar zapatos, bordar, contar cuentos, cantar canciones populares). De acuerdo con esta división, la diferencia entre bellas artes y artesanía se basa, supuestamente, en las finalidades que tienen cada una. Las primeras pasaron a ser objetos y prácticas que eran producto de la inspiración y la destreza, y estaban destinadas a la contemplación (Shiner, 2004, p. 24).

Por su parte, la artesanía pasó a ser toda aquella producción concebida para ser usada o para entretener al pueblo (Shiner, 2004, p. 24).¹⁸⁷

- La separación entre artista y artesano. Anterior a esta división, se usaban de manera indistinta los términos artesano y artista para aquellos que dominaban una *ars*. Se comenzó a definir como “artista” al creador de “bellas artes” y “artesano” al hacedor de algo útil o de entretenimiento (Shiner, 2004, p. 24). Esta separación se debió en parte a la importancia que se le fue dando al “artista” por tres razones: el surgimiento del género de la biografía de artistas, el desarrollo del autorretrato, así como el ascenso y acceso de dichos artistas a las cortes y a los grupos de poder (Shiner, 2004, p. 73).
- El placer en las artes y su relación con la educación y la posesión de cultura (Shiner, 2004, p. 25). Durante la edad media, la contemplación desinteresada sólo era aplicada a Dios. Sin embargo, la Ilustración visualizó la secularización del arte y concibió el crecimiento espiritual del ser humano a través del conocimiento y deleite de las bellas artes. Para ello se fueron constituyendo una serie de instituciones que no sólo enseñaban la técnica para crear arte, sino también para transmitir los conocimientos necesarios para saber identificar y disfrutar de las manifestaciones artísticas. Este capital cultural fue de suma importancia en la formación de campos específicos del gusto y del saber, donde ciertos bienes son valorados por su escasez y limitados a consumos exclusivos, los cuales han servido para construir y renovar la distinción de las élites (Bourdieu, 2002).

La idea del creador artístico individualista y libre se ve debatida en diversos estudios sobre sociología del arte que muestran que gran parte de las “obras de arte clásicas” son en realidad un trabajo artístico colectivo que se producía en talleres de los “artistas” en los cuales los aprendices hacían una buena cantidad del trabajo y el maestro sólo se encargaba de los detalles.

¹⁸⁷ Nótese aquí un elemento de distinción de clase a través del consumo cultural.

En la actualidad, creaciones consideradas “artísticas”, como el cine o las artes escénicas, requieren la participación colectiva de distintas personas que intervienen en diversas partes del proceso de producción.

Una cuestión importante en la definición de “artesanía” es que se le denomina así dado que es “una actividad manual, en la cual la aplicación de una tecnología tradicional agrega a un objeto de uso o decorativo un elemento de belleza o de expresión artística” (Martínez, 1981, p. 15).

Esta idea nos remite al régimen de producción material que tiene todo objeto cultural. A grandes rasgos, existen tres regímenes de producción: el artesanal, cuya organización está centrada en la producción a pequeña escala en forma manual con apoyo de ciertas herramientas de trabajo; la semiindustrial, cuya organización tiene la capacidad para la producción a mediana escala a través de la mecanización de algunas fases de la producción y en otras requiere el trabajo manual; y por último el régimen industrial, cuya organización tiene la capacidad para la producción a gran escala por medio de la mecanización (y en algunos casos automatización) de todas sus fases con el uso de maquinarias.

Si tuviéramos que determinar el régimen de producción con que fueron elaboradas una vasija de barro bruñido de Tonalá y una pintura de Diego Rivera, indudablemente ambas serían producto de un proceso de producción artesanal; no obstante, a la primera se le llamaría artesanía y a la segunda, obra de arte.

Muchas piezas creadas desde la academia, al igual que la gran mayoría que se confecciona en los talleres familiares, son elaboradas de manera artesanal; sin embargo, sólo se les denomina “artesanía” a las segundas debido a la carga ideológica, que genera no sólo una diferenciación en la valoración estética, sino también económica y social.

En ese sentido, en la literatura de las ciencias sociales el término de artesanía viene cargado de una valoración hegemónica que prejuzga el objeto “esencializando” su valor y pierde de vista que éste se genera en términos de un proceso de construcción social, ya que, desde este enfoque, el valor de los objetos culturales va a estar determinado por las relaciones sociales que se den dentro de un campo social, de tal modo que un objeto artesanal (popular o académico) va a ser bello, feo, artístico, utilitario, bueno, malo, etcétera,

dependiendo de los acuerdos e imposiciones que se den en la lucha por los capitales en el campo social.

Los supuestos analizados están presentes en la acción cultural gubernamental, que a través de programas, dependencias y legislaciones institucionalizan y legitiman el discurso hegemónico de los grupos dominantes y sus visiones del mundo social. No obstante, las acciones culturales que los agentes han venido emprendiendo desde inicios del siglo XX no han sido homogéneas y han tenido diferentes orientaciones que se ven reflejadas en las estrategias y los programas que llevan a cabo.

Orientaciones de las políticas artesanales

Entendemos por políticas artesanales aquellas acciones normativas y de intervención directa e indirecta dirigidas al sector artesanal y orientadas por definiciones que se tienen sobre los objetos artesanales y las negociaciones de los intereses de los agentes implicados.

En general, podemos identificar cuatro orientaciones que han tenido las políticas artesanales, las cuales no son mutuamente excluyentes, ya que en algunas ocasiones se complementan: como patrimonio nacional, como una ocupación laboral, como producto para el turismo, y como producto suntuario.

Los objetos artesanales como patrimonio nacional

En los gobiernos posrevolucionarios, la visión nacionalista de los objetos artesanales fue fundamental para el desarrollo de políticas cuya función ideológica fue exaltar y proteger los valores culturales de los productos artesanales populares vistos como símbolos de la identidad y cultura nacional (Novelo, 1976, p. 30).

Dado que se pensaba que “el arte popular está a punto de extinción” (Dr. Atl, 1921) debido a la creciente industrialización del mundo, se creyó que era función del Estado documentar y preservar estos objetos y prácticas artesanales.

En este sentido, se han desarrollado una serie de acciones encaminadas al estudio y la promoción de las expresiones populares, ahora denominadas “artesanías y artes populares”. En ese proceso de “estudiar y promover” al artesanado se dio una mutua apropiación de elementos entre los artistas populares y los aca-

démicos. Así, por ejemplo, se tienen registradas las constantes visitas de Diego Rivera, José Clemente Orozco y el Dr. Atl a Tonalá, quienes “deseaban aprender los motivos y las técnicas decorativas empleadas por la alfarería, pero al mismo tiempo buscaban persuadir a éstos de que emplearan las grecas¹⁸⁸ y otros símbolos aztecas tan difundidos por el Estado en aquellos momentos, en la pretendida búsqueda de la identidad nacional” (Romo, 1990, p. 34).

Sin embargo, no sólo intervinieron en la producción, sino también en la comercialización y valoración como patrimonio cultural de la nación.

El Instituto Nacional Indigenista (INI) y el Instituto Nacional de Antropología e Historia (INAH) fundaron en 1951 el Patronato de las Artes e Industrias Populares, el cual tenía las siguientes funciones:

- Proteger, desarrollar y fomentar las artes e industrias populares.
- Realizar investigaciones sobre distintos aspectos de las artes e industrias populares, con el objeto de proponer las medidas necesarias para su conservación y mejoramiento.
- Crear museos en que se exhiban tanto en el Distrito Federal como en las diversas ciudades de la república los mejores exponentes del arte popular.
- Crear expendios en que se venda al público una selección de las mejores muestras de las artes populares (Martínez, 1988, p. 99).

Se abrieron en todo el país diferentes museos temáticos relacionados con la producción artesanal, los cuales seleccionaban los objetos “más representativos” o “mejor elaborados” para ser montados en una exposición museográfica de manera descontextualizada de su entorno, sus usos y sus creadores; así, muestran los objetos artesanales como atemporales. En este sentido, los espacios de exposición regularmente son de dos formas: ya sea que implementen una museografía tradicional, o bien, utilicen la lógica de cuarto de curiosidades o tienda artesanal.

¹⁸⁸ Entre ellas destaca la técnica utilizada en el petatillo de Tonalá, el cual se deriva del “... Sistema Best de dibujo, adoptado en las escuelas [de arte] públicas del Distrito Federal por el año 1922 bajo el nombre genérico de dibujo mexicano” (López, 1990, p. 21).

En el caso de la primera, se expone el objeto artesanal desde la misma visión en que se muestra un objeto artístico académico, ya que se hace hincapié en los criterios estéticos de la pieza, de tal manera que el guion museológico suele tener una visión romántica de los objetos y el guion museográfico se organiza a partir de estilos, regiones, materiales con que fueron hechos, etcétera.

Respecto a la segunda forma, se suelen tener los objetos artesanales expuestos, pero aparentemente sin un guion museográfico (mucho menos museológico), por lo que se carece de cédulas de sala e información de las piezas. En un mismo espacio se expone una diversidad de objetos de diferentes técnicas, orígenes y materiales; así, el visitante no recibe más información que su propia experiencia estética. En diversos casos, estos museos cuentan con un lugar para la venta de libros y objetos artesanales, similares o de menor calidad a los que están expuestos en las salas museográficas.

Otra acción importante de este tipo de política artesanal es la organización de certámenes y reconocimientos, que tienen un papel relevante en la diferenciación del artesanado, porque es un espacio que legitima el valor artístico de los productos artesanales y las trayectorias de sus autores. Los artesanos utilizan estos reconocimientos no sólo como una distinción social, sino también económica, ya que un premio les permite cotizar mejor sus obras y tener mayores posibilidades de acceso a mercados nacionales e internacionales; en ocasiones, gracias a la mediación de alguna institución (gubernamental, de fundaciones, entre otras).

La práctica artesanal como una ocupación laboral

En la década de los sesenta, las políticas artesanales comenzaron a darle mayor importancia al aspecto comercial y productivo de la práctica artesanal, vista ahora no solamente como patrimonio nacional, sino también como actividad económica que puede ser alentada por el Estado para ayudar a aliviar los problemas económicos de las familias sobre todo del ámbito rural (Novelo, 1976, p. 1). El presidente Adolfo López Mateos lo refirió de la siguiente manera: “Si se fortalece con el crédito y la organización adecuados, podrá convertirse [la práctica artesanal] dentro de sus dimensiones de industria familiar, en un importante renglón de la industria familiar...” (Novelo, 1976, p. 39).

Así, en 1961 la Secretaría de Hacienda y Crédito Público y el Banco Nacional de Fomento Cooperativo, SA de CV, crearon el Fideicomiso para el Fomento e Impulso de las Artesanías Nacionales cuya función primordial era financiar créditos para la producción y el comercio de la artesanía (Medina, 1975, p. 18).

En 1974 se creó el Fonart, dependiente actualmente de la Secretaría de Desarrollo Social. Tiene cuatro programas principales: el otorgamiento de créditos, la adquisición de artesanías, la capacitación y asesoría técnica, y la organización de concursos. Sus objetivos son:

- Mantener las fuentes de autoempleo y procurar un mayor ingreso a los artesanos tradicionales populares mediante acciones de asistencia técnica para mejorar la calidad y características de su producción, adquisición de artesanías comercializables y estímulos a la producción por medio de concursos artesanales y el otorgamiento de créditos para el apoyo a ciclos de producción técnica y financieramente variables.
- Fomentar, en coordinación con los tres órdenes de gobierno, el sentido artístico y cultural de las artesanías populares como elemento fundamental de la identidad nacional y generar nuevas corrientes de producción.
- Capacitar y orientar a los artesanos a fin de que se desarrollen nuevos diseños utilizando los elementos tradicionales de nuestra cultura.¹⁸⁹

Asimismo, se desarrollaron diversos programas para ayudar económicamente y con capacitación a los artesanos con el propósito de mejorar su actividad laboral. El Proyecto de Promoción Artesanal de la Zona Tarasca, México, fue apoyado por la Organización de Estados Americanos y su objetivo era “promover la autogestión de la organización de los artesanos en la comunidad y fomentar el desarrollo de la habilidad de la comercialización...” (CREFAL, 1990, p. 73). También se publicaron manuales para la organización y el comercio (Lisse, 1960) y de exportación de artesanías (Bancomext, 1970).

De igual modo, se abrieron tiendas dependientes del Estado en diversas ciudades turísticas para la venta directa de productos artesanales. Algunos

¹⁸⁹ *Diario Oficial de la Federación*, 14 de junio de 1974.

estados de la república replicaron la política federal y generaron “casas de artesanías” para la promoción y venta de sus productos.

Los objetos artesanales para el consumo del turismo

Otra orientación de las políticas artesanales es reconocer el valor económico de los objetos artesanales, pero como parte de un mercado dirigido a los visitantes de las ciudades y los puertos turísticos del país. Desde su creación en 1930, la Comisión Nacional de Turismo visualizó la producción artesanal como un atractivo más para el turista.

En la actualidad, el “turismo cultural” es el concepto al que recurren diversos agentes gubernamentales (en los tres niveles), universitarios y de la iniciativa privada para hacer referencia a “aquel viaje turístico motivado por conocer, comprender y disfrutar el conjunto de rasgos y elementos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan a una sociedad o grupo social” (Secretaría de Turismo, sf, p. 14).

Las instituciones gubernamentales como la Secretaría de Turismo, el Fondo Nacional de Fomento al Turismo, el Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, el Fonart y demás organismos similares en los estados desarrollan una serie de acciones de intervención indirecta con el propósito de que los objetos artesanales se comercialicen en los polos de atracción turística, ya sea a través de facilidades para que intermediarios abran tiendas y galerías, o bien, organizando y estableciendo una serie de “ferias, tianguis y mercados artesanales”.

Por su parte, los agentes suelen lanzar campañas publicitarias para hacer difusión a la producción de las comunidades artesanales con impresos, libros, catálogos, audiovisuales y páginas web.

Los objetos artesanales como objetos suntuarios

Este tipo de orientación de las políticas artesanales tiende a centrarse en los objetos y sus características con fines de comercialización en mercados especializados. Las acciones que suelen desarrollarse van encaminadas al mejoramiento de la calidad de los productos a través de cursos de capacitación y asesoría técnica, creación de organismos de vigilancia y certificación, así como gestión para que se puedan exportar al extranjero.

Las acciones de las políticas culturales con esta orientación suelen tener una participación muy activa de intermediarios comerciantes de objetos artesanales, quienes forman parte de comités técnicos de vigilancia de la calidad y son patrocinadores o coproductores de campañas de difusión, así como de ferias y exposiciones de piezas consideradas de alta calidad y novedosas (como ENART para el caso de Tlaquepaque).

De la misma manera, organizan concursos, muestras y premios en los que los artesanos participan con piezas, diseños o materiales novedosos que después son adquiridos por coleccionistas, comerciantes o las propias instituciones gubernamentales.

LAS POLÍTICAS ARTESANALES EN TLAQUEPAQUE, JALISCO

Existe una gran variedad de políticas gubernamentales que inciden de manera directa o indirecta en la producción, comercialización y consumo de los productos artesanales en Tlaquepaque, Jalisco. A continuación, exponemos las políticas artesanales agrupadas en tres niveles: federal, estatal y local.

Acciones desarrolladas desde instancias federales

En cuanto a acciones normativas, está la Ley Federal de Fomento de la Industria y la Actividad Artesanal, publicada en el *Diario Oficial de la Federación* en 1988 y reformada en 1991. Tiene como objeto:

... fomentar el desarrollo de la microindustria y de la actividad artesanal, mediante el otorgamiento de apoyos fiscales, financieros, de mercado y de asistencia técnica, así como a través de facilitar la constitución y funcionamiento de las personas morales correspondientes, simplificar trámites administrativos ante autoridades federales y promover la coordinación con autoridades locales o municipales (Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión, 1991).

El organismo responsable de llevar a cabo los ordenamientos es la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial (Secretaría de Economía desde el 2000); para ello, prevé la elaboración de un padrón nacional, la creación de

Tabla 6. Agentes y acciones de las orientaciones de las políticas artesanales

Orientación	Agentes	Acciones
Los objetos artesanales como patrimonio nacional	Gobierno federal Gobiernos estatales Universidades	<ul style="list-style-type: none"> • Investigación • Catálogos • Exposiciones • Museos temáticos • Premios y reconocimientos • Espacios de comercialización de piezas seleccionadas • Leyes de protección, conservación y preservación del patrimonio cultural
Las prácticas artesanales como ocupación laboral	Gobierno federal Gobiernos estatales Iniciativa privada	<ul style="list-style-type: none"> • Fondos para el otorgamiento de créditos para la producción, comercialización y exportación • Fideicomisos • Generación de espacios de comercialización • Ferias y exposiciones • Capacitación • Leyes de fomento al desarrollo artesanal
Los objetos artesanales para el consumo del turismo	Estado Iniciativa privada Organizaciones sociales	<ul style="list-style-type: none"> • Fondos y fideicomisos • Campañas publicitarias • Ferias, tianguis y exposiciones • Mercados artesanales • Leyes de fomento al turismo
Los objetos artesanales como objetos suntuarios	Estado Iniciativa privada	<ul style="list-style-type: none"> • Premios y concursos • Muestras, ferias y exposiciones • Campañas publicitarias • Normativas y certificaciones • Capacitación y asesoría • Gestoría para la exportación

una comisión intersecretarial para el fomento de la microindustria y la concesión de estímulos fiscales a “empresarios microindustriales”.

Aunque esta ley está vigente, la Secretaría tiene actualizado dicho padrón y sólo cuenta con dos programas dirigidos explícitamente al sector artesanal: el

Programa de Comercialización de Artesanías y el Programa de Apoyo al Diseño Artesanal. El primero consiste en la realización de cinco “eventos” (exposiciones comerciales) en coordinación con otras instituciones estatales (de fomento económico), en las cuales reúnen a productores, comercializadores e instituciones gubernamentales (Nacional Financiera, Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial, Fonart, entre otras) y de la iniciativa privada (bancos, fundaciones, entre otras). El segundo, en capacitación y asesoría a grupos de artesanos que lo soliciten en las delegaciones de la Secretaría; estas acciones son coordinadas con la Secretaría de Desarrollo Social y el Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (Conaculta) (Unidad Regional de Micro Regiones, 2004).

Por su parte, la Secretaría de Desarrollo Social, a través del Fonart, lleva a cabo cuatro acciones: adquisición de productos artesanales en los centros de acopio y venta del Fonart; capacitación y asistencia técnica a los artesanos relacionados con el cambio de materias primas (sustitución de plomo y combustibles) y desarrollo de nuevos diseños; concursos de arte popular con premios en efectivo a los artesanos ganadores; financiamiento a la producción a partir de créditos hasta por diez mil pesos siempre y cuando cumplan con los requisitos.¹⁹⁰

Un elemento importante para que el Fonart considere a un productor artesanal aspirante a un apoyo es que su producción debe someterse a una “evaluación” para poder distinguir si sus piezas son “artesanías” o “manualidades” a partir de la Matriz de Distinción de Artesanía o Manualidad (Matriz-DAM), que contiene indicadores referentes a las herramientas utilizadas, el tiempo de elaboración, su “representación” en una región o comunidad, los usos del producto, si pertenece a un grupo étnico (si es así, se le agregan “20 puntos más”), entre otros (Fonart, 2009).

El Conaculta, través de la Dirección General de Culturas Populares, efectúa varias acciones que impactan en el sector artesanal por cuatro vías: de manera directa, con el Museo Nacional de las Culturas Populares (exposiciones museográficas) y el Programa de Apoyo a las Culturas Municipales y Comunitarias (PACMyC); e indirecta, con el Programa Nacional de Arte Po-

¹⁹⁰ Los requisitos son: ser mexicano, productor artesanal y estar en condiciones de pobreza.

pular, que capacita a promotores culturales municipales y comunitarios para el fomento de las culturas populares y realiza investigaciones y publicaciones sobre las expresiones de la cultura popular.

También de manera indirecta inciden algunas acciones de la Secretaría de Turismo, sobre todo ligadas al turismo cultural y la promoción y difusión de Tlaquepaque y Tonalá como destinos turísticos.

Acciones desarrolladas por instancias estatales

Oficialmente, el organismo responsable de dirigir la política artesanal en Jalisco es el Instituto de la Artesanía Jalisciense, dependiente de la Secretaría de Promoción Económica. A partir del análisis de sus programas y leyes que lo han reconstituido a través del tiempo, se pueden identificar tres etapas.

La primera se da con la fundación de la Casa de la Artesanía Jalisciense, en 1965. Con una visión nacionalista de la práctica artesanal, esta casa tenía como función primordial promover la producción, comercialización y enseñanza de las artesanías de Jalisco (Congreso del Estado de Jalisco, 1965). Con el mismo interés, el gobernador Medina Ascencio (1965-1970) apoyó la formación de un “... fondo revolvente para el financiamiento del artesanado, la asociación de los gremios artesanales y la capacitación por medio de talleres-escuela creados para la enseñanza-aprendizaje de las artesanías” (Romo, 1990, p. 35). Estas acciones eran acordes con la política artesanal nacional, ya que estimulaban la creación de uniones de artesanos,¹⁹¹ como el Consejo Nacional de las Artesanías (1969) y la Unión de Artesanos de Jalisco (1970).

Además de dedicarse al “rescate y promoción de las artesanías típicas de Jalisco”, el Instituto de la Artesanía Jalisciense estaba interesado en la promoción de la práctica artesanal como una alternativa de autoempleo:

... ante el alarmante incremento del desempleo en nuestro país la artesanía ofrece un medio rápido y sencillo de capacitar a todos aquellos contingentes inactivos, puede que en corto

¹⁹¹ Nazario Ortiz Garza, presidente de la Unión de Artesanos de la República Mexicana, “Informe de acuerdos con artesanos”, circular enviada a José Arnoldo Riverón, secretario del Ayuntamiento de Tlaquepaque, 29 de diciembre de 1969. AHT: Ramo Presidencia, caja 5, legajo V, expediente 41.

tiempo y con conocimiento y escolaridad muy rudimentarios, convertirse en sujetos productivos, con una ocupación independiente y cuyos productos tienen un buen mercado nacional y de exportación (Instituto de la Artesanía Jalisciense, citado en Hernández, 1996, p. 90).

La segunda etapa viene cuando la Casa de la Artesanía Jalisciense se convierte en Instituto de la Artesanía Jalisciense, cuyo decreto de creación fue publicado el 5 de enero de 1991 (Congreso del Estado de Jalisco, 1991). Los objetivos que se le encomendaron se pueden resumir en los siguientes puntos: acciones de conservación y preservación de las prácticas y los objetos artesanales del estado; capacitación y asesoría a artesanos en temas como la producción, administración, financiamiento, comercialización y diseño; realización de estudios y publicaciones; acciones de promoción y difusión; vigilancia de la calidad; comercialización de productos artesanales; promoción para la apertura de nuevos mercados; creación y administración de casas de artesanía; y generación y actualización de un censo de artesanos.

Esta política pone especial interés en el mejoramiento de las condiciones del artesanado por medio del apoyo a la producción y comercialización de los productos artesanales; considera a los talleres familiares como la unidad primordial de la producción material y la reproducción del artesanado.

La tercera etapa inicia con la publicación de la Ley de Promoción y Desarrollo Artesanal del Estado de Jalisco el 19 de marzo de 2002 (Congreso del Estado de Jalisco, 2002). Esta nueva ley obliga al Ejecutivo estatal a prever en el Plan de Desarrollo Estatal programas para el artesanado, en el cual el Instituto de la Artesanía Jalisciense es el responsable de diseñar y ejecutar la política artesanal. Además de darle continuidad a los apoyos para la comercialización y promoción de los objetos artesanales, propone en el artículo 3º:

- I. Ayudar a la modernización y reestructuración de las actividades artesanales, mejorando sus condiciones de rentabilidad, gestión y competitividad en el mercado, velando, al mismo tiempo, por la calidad de su producción y eliminando los obstáculos que puedan oponerse a su desarrollo en el Estado de Jalisco;
- II. La creación de los cauces de comercialización necesarios para lograr que la actividad artesanal sea económicamente rentable;

- III. Recuperar las manifestaciones artesanales propias del Estado, procurando la preservación de las ya existentes, así como su difusión;
- IV. Fomentar e impulsar el autoempleo en el sector artesanal;
- V. Coordinar las manifestaciones artesanales con los programas turísticos del Estado de Jalisco;
- VI. Estimular el desarrollo de la enseñanza de la artesanía en los sistemas educativos y los centros escolares; y
- VII. Establecer relaciones e intercambios con instituciones nacionales y extranjeras, públicas y privadas, relacionadas con la artesanía.

Nótese que el discurso del proyecto neoliberal está presente en esta ley, ya que no hace hincapié en el mejoramiento de las condiciones de las familias artesanas, sino en la capacidad de competencia.¹⁹² Otra cuestión interesante es que limita¹⁹³ los apoyos para la producción (como en la ley anterior) y se centra en la comercialización y promoción por medio de exposiciones y ferias a los artesanos registrados,¹⁹⁴ así como la declaración de algún municipio, comunidad o taller “de interés turístico, económico y artesanal”. Además, los programas que con más impulso está desarrollando el Instituto de la Artesanía Jalisciense es la capacitación artesanal¹⁹⁵ y la Comisión Certificadora de la Calidad, instancia que evalúa la calidad de los productos artesanales y otorga un certificado a los que cumplan los estándares.¹⁹⁶

¹⁹² Además, hace una diferencia entre taller artesanal y empresa artesanal; define la primera como la unidad de producción material y la segunda como la unidad económica jurídica.

¹⁹³ El apoyo que se otorga puede ser para infraestructura o medios de producción; no para la compra de materias primas.

¹⁹⁴ En el registro de artesanos, el instituto hace una distinción entre artesano, taller y empresa artesanal, y a su vez, una diferenciación entre un nivel nacional y uno internacional. Esto es importante, ya que, dependiendo del tipo de registro, es el apoyo que se recibirá.

¹⁹⁵ Que puede ser dirigida a artesanos para que “mejoren su calidad y diseño”, o bien, a comunidades con recursos naturales abundantes para fomentar el autoempleo.

¹⁹⁶ Este programa resalta la importancia para el instituto de contar con productos artesanales suntuarios, cuya calidad sea apropiada para la competencia en los mercados internacionales.

Actualmente, el instituto tiene dos programas: Promoción, Exhibición y Comercialización del Sector Artesanal y Proceso de Identificación Sustentable y Desarrollo Integral del Sector Artesanal en el Estado. El primero prevé la compra-venta de productos artesanales, la generación de espacios de comercialización, como la feria Jalisco es Artesanía, y apoyos a artesanos para participar en ferias y exposiciones nacionales e internacionales. El segundo, la actualización y difusión del censo de artesanos,¹⁹⁷ capacitación y asesoría técnica, concursos y generación de “marcas colectivas”¹⁹⁸ en coordinación con el Fonart y el Instituto Mexicano de la Propiedad Intelectual.

Otras acciones de intervención directa son dos espacios museográficos: Museo Regional de la Cerámica (MRC) y el Museo de las Artes Populares (MAP). El MRC es uno de los primeros espacios culturales del estado con una temática artesanal. Abrió sus puertas el 6 de diciembre de 1954 con el apoyo del estado de Jalisco, el INAH y el INI, en la calle Independencia 237 en San Pedro Tlaquepaque (Álvarez, 1979, p. 60). Aunque fue proyectado como museo-escuela, se ha dedicado a la exposición y venta de objetos artesanales de la región. Durante los años sesenta y setenta, tuvo un papel importante en Tlaquepaque, ya que era el principal espacio de reconocimiento del artesanado y el intermediario de mercancías artesanales del gobierno. También, fue la sede de varias investigaciones sobre el arte popular realizadas por Isabel Marín de Paleen y Daniel Rubín de la Borbolla, además de ser el enlace de los artesanos locales con las instituciones federales que apoyaban al artesanado.¹⁹⁹

Los apoyos federales que se daban a través del MRC son recordados por algunos artesanos tlaquepaquenses, como Margarito Núñez:

... vino Carlos Espejel para que le hiciera piezas selectas para el museo de aquí [el Museo Regional de Cerámica] y para [la ciudad de] México. [...] El señor Espejel y Tona-

¹⁹⁷ Para el censo, consultar <http://iaj.com.mx/busquedas.php>

¹⁹⁸ Las “marcas colectivas” es una figura jurídica reconocida nacional e internacionalmente para la “protección intelectual” de ciertos productos y servicios que se distinguen por su origen geográfico, el material, el modo de fabricación u otras características comunes que pasan a ser propiedad de la asociación o empresas que lo registren (Instituto Mexicano de la Propiedad Intelectual, 2009; Organización Mundial de la Propiedad Intelectual, s.f.).

¹⁹⁹ Entrevista a Teresa Partida, 15 de junio de 2004.

tiuh Gutiérrez son los que impulsaban aquí [en Tlaquepaque] a los artesanos, para que les diéramos a conocer lo que hacíamos. [...] Ellos nos proporcionaban ayudas de dinero, no nomás a mí, sino a todos los artesanos. Cualquier cantidad de dinero que le pedías ellos te lo daban con mucho gusto y ellos allá [en la ciudad de México] grababan los nombres de los artesanos para promocionarlos.²⁰⁰

Teresa Preciado, intermediaria y ex directora del MRC, comenta su experiencia:

... cuando vino el doctor de la Borbolla, cuando él empezó a apoyar las artesanías, las artesanías de aquí [de Tlaquepaque] estaban cayendo [su venta]. Él vino y la levantó, se metió mucho a ayudar al artesano. Por ejemplo, llegaba con un artesano y le decía: ¿cuánto me das esta pieza? Y le contestaba [el artesano]: cinco pesos. Y él traía piezas originales de aquí y le decía [al alfarero] yo te voy a dar treinta pesos, pero me la vas a hacer igual a ésta, porque tú puedes hacerlo. Y por medio de eso fue haciendo que otra vez se hiciera con calidad la loza y subiera [las ventas]. Desde entonces, llegaba la gente a buscar la loza de Tlaquepaque...²⁰¹

Sin embargo, el “apoyo” que brindaban las instituciones no hacía más que fortalecer las relaciones de intermediación económica, ya que se dedicaban a comprar objetos artesanales (que, según nuestros informantes, les vendían a mejores precios) para después ofrecerlos al consumidor final. Más que impulsar el comercio directo de los productos artesanales, estas instituciones se sumaron a “la cadena de intermediarios y acaparadores, reforzando así la estructura de explotación en cuya base está el artesanado, que eso sí, tiene una mayor difusión a su producto gracias a la retórica nacionalista” (Medina, 1977, p. 17). Actualmente, el MRC expone su colección de cerámica²⁰² en una tienda de productos artesanales dependiente del Instituto de la Artesanía Jalisciense.

²⁰⁰ Entrevista a Margarito Núñez, 23 de abril de 2004.

²⁰¹ Entrevista a Teresa Preciado, 13 de junio de 2004.

²⁰² La importancia de su colección radica en que las piezas, en su mayoría, datan de la primera mitad del siglo XX, y sus autores son considerados ahora como “grandes maestros artesanos”.

Por su parte, el MAP depende de la Secretaría de Cultura y tiene como objetivo investigar, rescatar y difundir el arte popular de Jalisco. Desde el 17 de junio de 2000, expone en sus salas museográficas su colección de arte popular²⁰³ y realiza exposiciones temporales promocionando y difundiendo a los artesanos jaliscienses y sus obras, así como talleres, cursos y presentaciones.

El MAP es la materialización de la visión gubernamental de la práctica artesanal en la última década: hace una distinción entre artesanía y arte popular (la segunda de mayor jerarquía); se centra en los objetos y no en sus creadores; tiene un presupuesto, infraestructura y promoción muy por debajo de otros museos estatales, como el Instituto Cultural Cabañas y el Museo del Trompo Mágico.

Otro organismo público que realiza acciones de intervención directa es el Consejo Estatal para la Cultura y las Artes (CECA), a través del Fondo Estatal para la Cultura y las Artes. El Fondo está definido en la Ley de Fomento a la Cultura del Estado de Jalisco y tiene como propósito financiar proyectos de creación, investigación, preservación, promoción y difusión artística y cultural (Congreso del Estado de Jalisco, 2000). Dentro de sus categorías, hay dos relacionadas con el sector artesanal: cultura popular (investigaciones y publicaciones) y artesanía (apoyo para producción y publicaciones).

En esta misma lógica, existen otros dos programas (de financiamiento mixto: federal y estatal) que apoyan financieramente a proyectos presentados por ciudadanos: el ya citado PACMyC y el Programa de Estímulos a la Creación y Desarrollo Artístico (PECDA). El primero cuenta con una gran variedad de categorías, entre las que se encuentran “artes de la representación” y “artes y oficios”, que, en el caso del sector artesanal, suelen patrocinar proyectos colectivos de creación de nuevos diseños, producción, comercialización y venta de productos, así como la investigación, publicación y difusión de los objetos y las prácticas artesanales. El PECDA es similar, sólo que entre sus categorías hay una nada más concerniente a este sector: difusión del patrimonio cultural, enfocada a proyectos de investigación y publicación.

²⁰³ Una parte de las piezas era de la colección del Instituto Cultural Cabañas y otra se formó con donaciones y compra.

Otras dos instancias que también tienen acciones directas, pero dirigidas al financiamiento de la producción artesanal, son el Fondo Jalisco de Fomento Empresarial (Fojal) y Jadefo. El primero es un fideicomiso público que depende de la Secretaría de Promoción Económica. Su finalidad es proporcionar capacitación, asesoría y financiamiento (con créditos de muy bajo interés) a micro-, pequeñas y medianas empresas. Varios artesanos tlaquepaquenses han hecho uso de este fondo para costear algunos proyectos productivos o fortalecer su equipamiento (compra de maquinaria, hornos, etcétera).

Por su parte, Jadefo, como ya señalamos, es una asociación civil que ofrece capacitación, asesoría y financiamiento a proyectos productivos, especialmente en áreas rurales. Diversas organizaciones de artesanos tlaquepaquenses han conseguido algunos créditos, sobre todo para la producción de nacimientos que venden en la temporada navideña.

Otras dependencias que desarrollan acciones de intervención de manera indirecta en el sector artesanal de Tlaquepaque es la Dirección de Culturas Populares dependiente de la Secretaría de Cultura de Jalisco (SCJ), que genera proyectos de investigación, publicaciones y capacitación de promotores de la cultura popular; por otro lado, está el Consejo Estatal para la Cultura y las Artes, “organismo público desconcentrado de la Secretaría, con funciones deliberativas, propositivas y de consulta, que funge como espacio de vinculación entre las autoridades culturales y la sociedad”; esto, de acuerdo con la Ley de Fomento a la Cultura del Estado de Jalisco. Está formado por representantes institucionales de varias secretarías del gobierno del estado y de instituciones educativas, así como por ciudadanos representantes de diversos campos culturales, entre los que se encuentran los de cultura popular y artesanía.

Finalmente, se encuentra la Secretaría de Turismo de Jalisco, encargada de varios programas; uno de ellos, Jalisco es México, promociona puntos de interés turístico, entre los que destacan Tonalá y Tlaquepaque como destinos para visitar y comprar productos artesanales.

Acciones de intervención de agentes locales

En el ámbito local, los artesanos tienen vínculos muy estrechos con el Ayuntamiento de Tlaquepaque, el cual tiene tres instancias mediante las cuales

lleva a cabo sus programas gubernamentales de intervención directa en el sector artesanal.

La instancia con más trayectoria es el Premio Nacional de la Cerámica, cuyo objetivo principal es la promoción y el reconocimiento de los productos artesanales a fin de darles una proyección nacional e internacional. La primera edición se llevó a cabo durante las fiestas de junio de 1977 en el MRC, con el patrocinio de la Secretaría de Turismo, el Instituto de la Artesanía Jalisciense y el Ayuntamiento de Tlaquepaque (Mariscal, 2000, p. 2). Este concurso se realiza cada año y las piezas concursantes deben inscribirse en una de las siguientes categorías: cerámica tradicional, cerámica contemporánea, figura en arcilla, esculturilla, miniatura y navideña. También otorgan los premios Ángel Carranza a la mejor trayectoria de artesanos jaliscienses y el Pantaleón Panduro a artesanos destacados a nivel nacional. Del mismo modo, desde 1979 se da el Galardón Presidencial, otorgado por la Presidencia de la República a la mejor pieza de cada año.

Este tipo de concursos son importantes para la construcción del prestigio, porque es un espacio que legitima el valor artístico de los productos artesanales y las trayectorias de sus autores; brinda reconocimientos que los artesanos utilizan como una distinción social y también económica, ya que quienes obtienen un premio cotizan mejor sus obras y pueden tener mayores posibilidades de acceso a mercados nacionales e internacionales por mediación de alguna institución (gubernamental o de fundaciones) o no.

La otra dependencia que desarrolla proyectos para el artesanado es la Casa del Artesano de Tlaquepaque, la cual se abre en 1998 con recursos del ramo 33 y funciona como la institución municipal responsable de apoyar al artesanado tlaquepaquense.²⁰⁴ La Casa concentra y canaliza los apoyos de los diferentes niveles de gobierno y cuenta con un área de expoventa. Es el espacio donde se da la mayor participación política de los artesanos tlaquepaquenses, aunque muchos de éstos se quejan de su funcionamiento; la mayoría coincide en que el problema es que los responsables de esa institución no han “ayudado convincentemente al artesanado”, ya que aún se da preferencia a los proyectos propuestos por los intermediarios por encima de los propuestos por los artesanos. Al respecto, Yolanda Velázquez señala:

²⁰⁴ Entrevista a Marcos Rosas, 4 de septiembre de 2003.

[los funcionarios del gobierno municipal] nos utilizan a los artesanos para sacar dinero para traer recursos y luego los desaparecen [invierten] en otras cosas. El año pasado se consiguieron recursos del ramo treinta y tres para comprar un molino y un torton, y lo desviaron para cableado subterráneo [en el centro histórico] que porque no fundamentamos bien [el proyecto] y ellos [la Canaco de Tlaquepaque] sí [lo hicieron bien]. Pero el dinero venía exclusivo para nosotros desde México, pero el ayuntamiento lo usa para todo, menos para nosotros. Ahora, para este año llegó un millón setecientos mil pesos de recursos y novecientos mil se fueron al Premio Nacional de la Cerámica, cuando el Premio siempre se ha valido con sus propios recursos...²⁰⁵

Por su parte, el Museo del Premio Nacional de la Cerámica Pantaleón Panduro (MPNC) se inauguró el 3 de noviembre de 1997 con el fin de conservar y promover las piezas ganadoras del Premio Nacional de Cerámica. Sin embargo, la relación con el artesanado es muy sesgada; da reconocimientos e invita a exponer a los artesanos que ya cuentan con cierto reconocimiento, e imprime un mayor valor estético y económico a su obra; así, hace una distinción con los demás artesanos. Otros agentes que efectúan acciones de intervención directa son la Canaco de Tlaquepaque, a través de la Exposición Nacional de Artesanías, así como diversas organizaciones de artesanos que realizan proyectos de promoción y difusión de la práctica artesanal.

Tabla 7. Políticas culturales para el sector artesanal

Nivel	Acción normativa	Intervención indirecta	Intervención directa
Federal	Ley Federal para el Fomento de la Microindustria y la Actividad Artesanal	<ul style="list-style-type: none"> • Programa de Comercialización de Artesanías (Secretaría de Economía) • Programa Nacional de Arte Popular (Conaculta) • Museo Nacional de las Culturas Populares (Conaculta) • Programa de Turismo Cultural (Sector) 	<ul style="list-style-type: none"> • Programa de Apoyo al Diseño Industrial (Secretaría de Economía) • Fondo Nacional para el Fomento de las Artesanías (Sedesol)

²⁰⁵ Entrevista a Yolanda Velázquez, 5 de septiembre de 2003.

<p>Estatad</p>	<p>Ley de Promoción y Desarrollo Artesanal Ley de Patrimonio Cultural y Natural del Estado de Jalisco Ley de Fomento a la Cultura</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Programa Jalisco es México (Secretaría de Turismo de Jalisco) • Dirección de Culturas Populares (Secretaría de Cultura de Jalisco) • Consejo Estatal para la Cultura y las Artes (Secretaría de Cultura de Jalisco) 	<ul style="list-style-type: none"> • Casa de las Artesanías Jaliscienses (IAJ) • Programa de Promoción, Exhibición y Comercialización del Sector Artesanal (IAJ) • Programa de Proceso de Identificación Sustentable y Desarrollo Integral del Sector Artesanal en el Estado (IAJ) • Museo Regional de la Cerámica (IAJ) • Museo de las Artes Populares (Secretaría de Cultura de Jalisco) • Fondo Estatal para la Cultura y las Artes (CECA) • Apoyos para financiamiento y capacitación (Jadefo y Fojal)
<p>Municipal</p>			<ul style="list-style-type: none"> • Premio Nacional de la Cerámica (Ayuntamiento de Tlaquepaque) • Casa del Artesano (Ayuntamiento de Tlaquepaque) • Museo del Premio Nacional de la Cerámica Pantaleón Panduro (Ayuntamiento de Tlaquepaque) • Encuentro Nacional de Artesanías (Canaco de Tlaquepaque) • Proyectos de promoción y difusión de las organizaciones de artesanos

ARTESANADO Y NUEVOS CAPITALES PARA EL ACCESO A MERCADOS

La política cultural del Estado dirigida al sector artesanal es un tanto contradictoria, ya que busca conservar e innovar los objetos artesanales. Por un lado, realiza acciones para la conservación del patrimonio a través de publicaciones, museos y talleres de difusión de la cerámica tradicional. El reconocimiento de la práctica artesanal se limita a ponerla detrás de una vitrina o como elemento decorativo en la publicidad dirigida a turistas que dibuja a San Pedro Tlaquepaque como un “pueblo mexicano pintoresco, tierra colmada de arte, tradición y cultura en donde la vocación alfarera le viene de esencia” (Ayuntamiento de Tlaquepaque, s.f.).

No obstante, el contacto que tienen los turistas con la producción artesanal local se reduce a visitar cualquiera de los dos museos (el MPNC y el MRC) y, sobre todo, los productos que venden en las tiendas y “galerías” donde los objetos artesanales se muestran descontextualizados en su propio lugar de origen.

Dada la renuencia de los gobiernos municipal y estatal por generar espacios de comercialización en San Pedro para la venta directa entre productor y consumidor final, los artesanos tienen que sostener relaciones de intermediación económica (con intermediarios comerciales) y política (con las organizaciones de artesanos) para acceder a plazas donde se suelen vender sus mercancías, o bien, incursionar en “nuevos mercados”.

Sin embargo, estas instituciones gubernamentales hacen una marcada diferenciación de los objetos artesanales en términos estéticos, culturales y, por ende, económicos. De acuerdo con estos agentes, el especificar los productos entre manualidades, artesanías y arte popular puede servir para definir mercados específicos, de tal modo que a aquellas mercancías que logren tener la “calidad requerida” se les puede generar un valor agregado necesario para incursionar en ámbitos internacionales, aunque también pueden entrar en mercados de objetos suntuarios.

No obstante, la gran mayoría de los artesanos no pueden ingresar ya sea por “la calidad” de sus productos o porque sus diseños no responden a las demandas del mercado; por ello, las instituciones ofrecen cursos, talleres y asesorías para cambiar los diseños y la calidad de los objetos artesanales y así puedan producir con base en una lógica de comercialización.

Esto encierra varios problemas, ya que en realidad el acceso a los espacios de comercialización depende de las relaciones de intermediación económica y política de las organizaciones. Aun así, hay artesanos que han estado participando activamente en estos programas gubernamentales, pero no pueden acceder totalmente cuando los pedidos sobrepasan la capacidad de producción de los talleres familiares y requieren un mayor capital cultural y simbólico para competir con otros productos estéticos suntuarios.

Algo similar sucede frente a otros objetos artesanales etiquetados como “artísticos”. El Estado tiene diversos programas y espacios con un vocacionamiento de difusión y promoción. No obstante, tanto los fondos de apoyo a proyectos como los espacios museográficos tienden a acotar la participación de los artesanos en categorías muy reducidas (por ejemplo, de “cultura popular” o de “artesanías”) sin darles oportunidad de competir en otras definidas como “escultura” o “artes visuales”, reservadas para creadores o intérpretes que provienen de la academia.

En este contexto, algunos artesanos de las nuevas generaciones comienzan, de manera incipiente, a confrontar las políticas artesanales del Estado y hacen un replanteamiento de su práctica artesanal y de su visión sobre ella. Una de las características de este grupo de artesanos es que están en una constante búsqueda por la definición de sus objetos y prácticas artesanales frente a otras manifestaciones populares y académicas. Consideran que su obra, al igual que otras que se producen en talleres artesanales de Tlaquepaque, representa una tradición cuyo valor cultural es incalculable, ya que son la síntesis y esencia de la historia y la cultura tlaquepaquense. Sin embargo, para ellos, su obra tiende a diferenciarse de lo que hacen otros artesanos porque tienen una “mayor calidad”, “son los originales”, o bien, “innovadores”.

Durante un tiempo, retomaron la idea de los estudiosos con orientación de “clasificación” y de los “románticos” (expuesta en el capítulo uno) y definían su obra, o parte de ella, como “arte popular” o “artesanía artística”. Esto encierra el reconocimiento del valor cultural de sus piezas, así como estético y, por ende, económico. No obstante, en el trabajo de campo identificamos entre algunos artesanos la inquietud por encontrar una “ubicación” adecuada para su obra. Esta búsqueda de una definición que

vaya más allá de “artesanía” se ha manifestado en algunas discusiones que suelen establecer estos artesanos con las instituciones gubernamentales. Pilar Núñez comenta:

... Siento que estoy en constante lucha con otros artesanos, con instituciones gubernamentales o incluso con otros artistas [académicos] para que reconozcan mi obra no como simple artesanía, sino como arte popular. Fíjate, hace dos meses tuve una discusión con el coordinador de vinculación artesanal del Instituto de la Artesanía porque decidieron exponer en la galería del instituto figuras de resina. ¿De resina?, no esa no es artesanía, para poder elaborar esas piezas tiene que utilizarse un procedimiento industrial. Pero entonces el coordinador me respondió que no, que eso no era ningún problema, porque las piezas se veían como un producto artesanal y que además no se daba en grandes producciones en serie. Pero le dije que esas figuras no tenían elementos de la identidad local de nuestra cultura, estaban muy al estilo europeo los angelitos esos. Entonces dije yo, en ese caso ¿les traigo ventiladores y los exponen como artesanías? Y que me responde: pues si a esos ventiladores le dibujas algo, entonces tal vez si se pueda exponer aquí. No pues desde entonces estoy confundida, ¿Cómo se puede distinguir qué es artesanía, qué es arte popular y que no es ninguno de los dos?²⁰⁶

Por su parte, José Bernabé Campechano asegura:

... ya tenemos tiempo luchando porque se nos reconozca lo que hacemos como arte y no como artesanía; porque hay libros por ejemplo en las escuelas que hablan sobre los griegos, los aztecas, pero no hablan del petatillo que es nuestro. Ya se comienza a hablar del petatillo porque sólo se cree que se hace bruñido y alta temperatura, pero es importante que nuestra gente conozca que lo que se hace aquí es arte, incluso ya no hablar de arte popular, sino como arte, porque nosotros, por ejemplo, no hacemos trazos como los que se dicen artistas [académicos], nosotros lo hacemos de manera nata, directo sobre la pieza, como se plasma en directo eso lo hace todavía más valioso, eso es arte.²⁰⁷

²⁰⁶ Entrevista a Pilar Núñez, 23 de abril de 2004.

²⁰⁷ Entrevista a José Bernabé Campechano, 17 de junio de 2005.

Advertimos una demanda²⁰⁸ de estos artesanos de reconocimiento por parte del Estado de sus propios elementos culturales frente a una cultura dominante que minimiza la producción artesanal popular. No obstante, la búsqueda de este reconocimiento ha implicado que estos artesanos identifiquen las reglas del juego del campo artístico y emprendan acciones encaminadas a fortalecer ciertos capitales que necesitan para participar en algunos circuitos culturales.

El primero de estos capitales es el cultural. Estos artesanos, en su mayoría, han estudiado una licenciatura o ingeniería que les otorgó un título universitario (aunque no necesariamente relacionado con la producción ceramista). Estudiaron una carrera esperando hallar una profesión diferente a la de sus padres, incluso trabajaron durante un tiempo en empresas ajenas al sector artesanal, pero no lo encontraron gratificante. Una artesana lo expone de la siguiente manera:

Hay un grupo de artesanos como nosotros que tenemos carreras universitarias y nos hemos dedicado a la artesanía por la decepción de no insertarnos en el mercado laboral de nuestra carrera, pero también porque ya teníamos arraigo y nos gusta hacer artesanías. Me puse a hacer monos para despejarme y no pensar en el fracaso hasta que comencé a venderlos y después comencé a hacer cosas nuevas, poco a poco me hice una cartera de clientes que me comenzaban a pagar por lo que me gustaba hacer.²⁰⁹

Un caso similar es la experiencia de Camilo Ramírez, quien relata su reincorporación a la producción artesanal:

Con mi padre yo trabajé en cosas muy simples, no me metía a la producción en sí, mis hermanos sí aprendieron el oficio directamente de mi padre. Trabajé como administrativo dos años mientras estudiaba administración, vi que no era mi carrera, me salí, me puse a viajar un poco y después ya opté por aceptar que era mi rollo el arte y la creatividad, pero te confieso que no me gustaba por el hecho de que no le veía una retribución, una remuneración sólida aquí en México. Veía a los artesanos y no eran muy

²⁰⁸ Nótese en los fragmentos de las entrevistas citadas que en ambos casos utilizan la palabra “lucha”.

²⁰⁹ Entrevista *in situ* durante una reunión de artesanos realizada el 2 de julio de 2004 en San Pedro Tlaquepaque.

prolíferos, ni con mucho éxito, el sinónimo de artesano era sinónimo de pobreza. Yo veía a mi padre sacar una familia de diez adelante que económicamente no le iba bien y los demás artesanos estaban peor. Veía a los escultores y pintores y estaban igual. [...] Me topo con la carrera de diseño industrial y me sentí identificado y me metí allí. Mis hermanos me invitaron a trabajar en sus talleres y comencé a hacer unos payasitos; me metí tanto que después ya estaba sacando nuevos diseños. Un sábado me puse a jugar con una bola de barro y fue como exorcizar el miedo, el miedo por elegir la escultura como medio de vida, el domingo regresé y por fin lo acepté ¿De qué voy a vivir? No lo sabía, pero decidí dedicarme a ser un buen artesano, al menos reconocido en Tlaquepaque, ser alguien, tener una presencia.²¹⁰

De acuerdo con estos artesanos, no basta con tener un grado académico; son necesarios algunos cursos, talleres y vivir otras experiencias que ayuden a tener una visión menos localista y empírica de la producción artesanal. Camilo Ramírez lo describe así:

Rodo y yo hemos platicado que lo primero que debes tener es una cierta visión hacia dónde vas y qué es lo que quieres. Segundo es el viajar. Rodo viajó al igual que yo, anduvimos buscando, no viajamos porque teníamos lana, porque no la teníamos, somos de familia de artesanos; trabajábamos, guardábamos dinero y nos íbamos con mochila al hombro, y eso te abría el panorama, ver contra qué competías. Estuve en talleres de España, de Italia y no se parecía a lo que teníamos en Tlaquepaque. Otro es el estudio, preparación, que es algo que los artesanos de aquí no lo traen, mi padre no lo tuvo, traía la sensibilidad, pero no una visión de empresa; el saber que existía el mundo y que todo tu mercado era el planeta; conocimiento de materiales y cuestiones administrativas para poder competir.²¹¹

El segundo capital es el social. Para obtenerlo, este grupo de artesanos participa activamente en diferentes puestos de representación gremial en las instituciones gubernamentales como, por ejemplo, la junta de gobierno del Instituto de la Artesanía Jalisciense, el Consejo Estatal para la Cultura y las Artes, el Consejo Artesanal de la Casa del Artesano de Tlaquepaque y el comité dictaminador

²¹⁰ Entrevista a Camilo Ramírez, 8 de junio de 2004.

²¹¹ *Ídem.*

del PACMyC, entre otros. A diferencia de las organizaciones de artesanos o de los sindicatos, la representación se da a partir de una invitación directa por parte de los funcionarios públicos con base en el reconocimiento de su obra o trayectoria, y también por su participación activa en los programas gubernamentales.

Desde estos espacios de representación, los artesanos tienen voz y voto en el diseño y operación de algunas políticas artesanales; asimismo, se hacen llegar de contactos y relaciones que después utilizan para promover su obra y conseguir información sobre programas de apoyo y mercados. Frausto Arias lo dice abiertamente:

Los artesanos no van a capacitación porque creen que los cursos están amañados por políticos, y los líderes se apuntan a esos cursos y no invitan a los de su asociación que representan; de esta manera, ellos sí se superan y se hacen conocidos para después vender sus mercancías, porque para poder trascender es necesario mezclar la política y el estudio, ya que de nada te sirve saber mucho si no estás relacionado y si estás relacionado y no sabes, pues no te dura mucho el gusto; así que la única manera de sobresalir es utilizando las instituciones.²¹²

Por ello, este tipo de designaciones (en su mayoría honoríficas) algunas veces son motivo de disputa con otros artesanos, sobre todo con los líderes de alguna organización. Pilar Núñez comparte su experiencia:

Un día estaba en una exposición cuando llegó Estuvier y me dijo: compañera, te comparto que voy a ser uno de los representantes de los artesanos y vengo contigo para que me digas cuál es tu propuesta y tu posición para poder plantearlas frente a la junta de gobierno [del Instituto de la Artesanía Jalisciense]. Se me hizo chistoso su manera de hablar como político, pero no dije nada. Más tarde llegó Arana [director del Instituto] y me pidió mi currículo para proponerme ante el gobernador para ser representante de los artesanos; yo le dije que sí y así pasó el tiempo y en otra exposición me comentó Arana que yo sí había quedado, pero que faltaba elegir a otro, ya que de Tlaquepaque serían tres y ya estaba Rodolfo Padilla, yo y el otro estaba por decidirse entre Pablo Paredes y Estuvier. Al poco rato, llegó Estuvier y me comentó que ya era un hecho que él

²¹² Entrevista a Frausto Arias, 25 de junio de 2004.

sería representante y que todavía andaba en espera de mi propuesta; yo pensé que él era entonces el elegido y le respondí que después hablaríamos de ello. Ya cuando nos retirábamos, Pablo me gritó que tendríamos reunión la próxima semana con la Junta de Gobierno y lo escuchó Estuvier. Después de eso, cada que me encontraba a Estuvier me decía que yo era una traicionera y que una barbera del instituto, hasta que un día le di el parón y le dije que ya no me estuviera diciendo así, que si no fue elegido no era mi problema que lo hablara con Arana.²¹³

El tercer capital es el simbólico. Para obtenerlo, este grupo de artesanos requiere no sólo mejorar sus procesos técnicos para lograr una mejor calidad de sus productos, sino también trabajar fuertemente en la promoción de su obra, una cuestión de suma importancia a diferencia de lo que hacen otros artesanos. César Núñez relata:

Mi padre pudo crecer como otros lo hicieron, pero él no lo hizo no porque no podía, sino porque no quería, ya que los clientes le llegaban a la casa y pues malbarataba su producción, y muchas personas se enriquecieron de su trabajo, porque ellos la revendían en otros lugares. Pilar fue la que comenzó a tratar de convencerlo de la necesidad de vender directamente a tiendas y galerías de Miami o Houston, de promover su obra y su trayectoria en galerías, concursos, premios, aunque mi papá no quería porque él sólo quería trabajar y le dijo: si quieres hacerlo tú, pues tú sabrás.²¹⁴

Ellos promocionan su obra participando en concursos y postulándose para premios y reconocimientos por trayectoria. Otra de sus estrategias es la presencia en exposiciones museográficas de museos y galerías tanto locales como de otras ciudades del país. Algunos de estos artesanos mandan al Estado más lugares especializados para la exhibición y venta. Pilar menciona:

El instituto debería de crear más galerías en lugar de ferias y exposiciones artesanales, de esa manera subiría el nivel de nuestras piezas; se deberían de abrir más

²¹³ Entrevista a Pilar Núñez, 23 de abril de 2004.

²¹⁴ Entrevista a César Núñez, 27 de mayo de 2004.

espacios donde se aprecie el verdadero valor; por ejemplo, yo antes vendía a comerciantes de aquí [de Tlaquepaque] y ellos a su vez los vendían en galerías de Miami. Un día decidí hacerlo directamente con los de Miami, cuestión que le da miedo al artesano común y corriente, y desde entonces les vendo directamente y a ellos se los vendo como arte, y no me dicen, no esto no es arte, es artesanía, porque ellos sí lo aprecian; así es como subió de nivel [mis productos], quizá no venda mucho, pero lo poco que vendes se vende a buen precio, los compradores te reconocen y te buscan. Creo que eso es lo que debe hacer el instituto [Instituto de la Artesanía Jalisciense].²¹⁵

En este contexto, algunos de estos artesanos han logrado visualizar un área de oportunidad para jugar con las categorías de artesano, artista y artista popular, a fin de acceder y mantenerse en ciertos circuitos artesanales, y también replantear el sentido de su práctica artesanal. Es el caso de Carlos Bustos, quien se presenta en ocasiones como escultor y en otras como artesano, dependiendo la obra y el cliente es lo que resalta de su trayectoria. Para él, esto no encierra ningún problema, ya que para algunos artistas, los artesanos no tienen la preparación suficiente, y para algunos artesanos, los artistas están encajonados en ciertos estilos. Carlos ve así este conflicto:

El artesano maneja el oficio y los académicos, la técnica. El artesano se maneja libre sin influencias, pero cuando estás en la escuela hay influencia de otras gentes, porque vas con los ojos cerrados, ahí te enseñan la paja de las técnicas. Lo que se les critica a los artesanos es que hacen reproducciones, pero siendo una pieza original, es una obra de arte; hay artistas que nunca llegan a hacer una obra de arte y hay artesanías que llegan a ser una obra de arte, así que ¿quién puede decir quién es artesano y quién artista?, los dos son artistas.²¹⁶

Para Carlos, en ambos contextos los creadores se enfrentan a problemas similares relacionados con el acceso a los mercados y el papel del intermedio. No obstante la competencia en la que logran entrar con otros agentes del

²¹⁵ Entrevista a Pilar Núñez, 23 de abril de 2004.

²¹⁶ Entrevista a Carlos Bustos, 5 de agosto de 2003.

campo artístico, tienen que aprender otros lenguajes y, en ciertas ocasiones, hacer un distanciamiento con su experiencia como artesano:

Me costó mucho trabajo quitarme la imagen artesanal dentro de mi obra, puesto que es muy fuerte el sector artesanal, te absorbe. Me quedó muy impregnado el figurativismo artesanal, y el quitártelo no es nada fácil; al hacer una escultura era figura humana y la imagen, el estigma y las dimensiones artesanales aparecían; ahora ya manejo más materiales y otros estilos contemporáneos que otros artistas me han reconocido como actuales y de valor artístico.²¹⁷

En un sentido similar, Arias comenta:

En Tlaquepaque hay buenos escultores, pero los encasillan como artesanos las instituciones de gobierno, los comerciantes o incluso ellos mismos. Si un artesano tradicional quiere crecer, exponiendo en otros lados no lo dejan porque le dicen: éste es monero o éste es un macetero; y entonces no les dan ningún apoyo, pero también es al revés: por ejemplo, mi obra no puede exponerse aquí porque las instituciones dicen: esto no es artesanía, haz jarros y sí expones, pero cuando les preguntas qué entienden por artesanía, no lo tienen claro, lo confunden con manualidades. Entonces malo porque eres artesano, malo porque no lo eres, entonces la gente cree que si vives en Tlaquepaque no eres escultor, entonces ¿debo irme mejor a vivir a Guadalajara para que ya no me encasillen?²¹⁸

Éstos son sólo algunos acercamientos a la forma en que se están dando los nuevos sentidos en las generaciones actuales de artesanos, quienes luchan por un reconocimiento de su obra y práctica, no únicamente en términos del uso ideológico que hace el Estado de las expresiones populares, sino también del valor estético y económico con base en las reglas del campo artístico; sin embargo, la naturalización que los agentes hacen de las categorías de “artesano” y “artista” genera un acceso desigual a los programas gubernamentales y al mercado de los bienes culturales.

²¹⁷ Entrevista a Camilo Ramírez, 8 de junio de 2004.

²¹⁸ Entrevista a Frausto Arias, 25 de junio de 2004.

Capítulo 7

Práctica artesanal y diferenciación del artesanado. Conclusiones

En el análisis de la conformación social e histórica de la práctica artesanal en San Pedro Tlaquepaque durante el siglo XX principalmente, observamos que, de finales del siglo XVIII a mediados del XIX, la producción artesanal en este lugar era una actividad secundaria y enfocada a la elaboración de tejas y loza para el autoconsumo. Desde la segunda mitad del siglo XIX, la alfarería se fue consolidando como una actividad económica de mayor fuerza y comenzaron a elaborarse figurillas de arcilla (tipos mexicanos y nacimientos) en talleres familiares que se vendían en San Pedro y Guadalajara.

La generación de un mercado de objetos artesanales, las políticas culturales y de fomento económico del Estado, así como la existencia de mano de obra calificada, fueron elementos importantes para el establecimiento de talleres manufactureros que contrataron alfareros tlaquepaquenses.

A inicios del siglo XX, la producción artesanal se convirtió en una actividad comercial primaria que desplazó a la agricultura. Entonces, se instaló una gran variedad de talleres-tienda llamados “alfarerías” que concentraron buena parte de la comercialización de la producción local, lo que propició la creación de un mercado para los objetos artesanales. Esto fue posible, en gran parte, por la mano de obra calificada que aportaban los talleres familiares como proveedores de las “alfarerías”, la consolidación de San Pedro Tlaquepaque como un centro turístico reconocido a escala nacional e internacional, y también la política cultural de patrimonialización del Estado mexicano posrevolucionaria.

rio, que define a los objetos artesanales como elementos representantes de la cultura nacional.

Con el paso del tiempo, estos talleres fueron sentando las bases de una organización de la producción y comercialización de los objetos artesanales a partir de la introducción de nuevas técnicas, la reproducción y ampliación de la mano de obra calificada, así como de relaciones de intermediación económica entre los talleres familiares y el mercado regional, nacional e internacional.

El proceso de industrialización de Guadalajara entre 1940 y 1970 estuvo acompañado de un intenso crecimiento demográfico y del espacio urbano, que ocasionó un cambio del uso de suelo y la incorporación de diversos pueblos circunvecinos a una zona metropolitana; esto trajo, a su vez, la desaparición de las minas de arcilla y la emergencia del proveedor de materias primas como un nuevo agente de intermediación.

A mediados del siglo XX, Tlaquepaque y Tonalá se consolidaron como un distrito artesanal en virtud de una concentración de talleres familiares y manufactureros en la región; la diversificación de productos, técnicas y materias primas utilizadas en los talleres; y las políticas públicas que fomentaron la producción y el consumo de los objetos artesanales. Esto permitió que surgiera una organización de la producción artesanal basada en relaciones de intermediación económica, y también de intercambio y apropiación entre los talleres familiares, los manufactureros y los proveedores de materias primas.

No obstante, esta dinámica fue posible gracias a las estrategias y los reajustes de las unidades domésticas para su reproducción. Las decisiones que van tomando las familias en el transcurso de su ciclo de vida respecto a quién trabajará en el taller y quién saldrá a laborar fuera jugarán un papel importante en la continuidad o declive del taller. Regularmente, los hijos mayores y menores suelen quedarse a apoyar en el taller familiar, mientras los demás buscan otras ocupaciones, ya sea en el sector industrial o en otros talleres artesanales semiindustriales. En ambos casos, contribuyen a capitalizar el taller familiar e incorporar nuevas técnicas de elaboración, así como nuevas visiones de la práctica y de los mercados a los que se puede ingresar.

Los cambios en los talleres familiares en el ámbito de la producción, en su mayoría, son impulsados por las nuevas generaciones; cada una de ellas trae consigo nuevos productos, técnicas, materiales, estrategias de produc-

ción e incluso nuevos enfoques de la práctica artesanal; esto les ha servido para competir con otros agentes del campo y buscar una mejor posición en el espacio social.

La consolidación del distrito creó las condiciones para la generación de un mercado artesanal constante (no temporal) con ventas locales y foráneas, además del fortalecimiento de las relaciones de intermediación económica entre comerciantes y alfareros, que imponen formas de compra-venta más favorable a los intereses de los primeros. Así, nacen diversas organizaciones de artesanos y comerciantes que trazan una serie de estrategias de lucha por el acceso y mantenimiento de los capitales y su participación en los espacios de comercialización.

Las organizaciones de comerciantes crearon alianzas con los gobiernos local y estatal para tener un papel sustancial en el control de los espacios de comercialización y en el diseño e implementación de políticas artesanales y turísticas. Por su parte, las organizaciones de artesanos se convirtieron en las puertas de acceso a los apoyos brindados por el gobierno, que apuntalan la intermediación política entre los dirigentes de las organizaciones y los artesanos. Actualmente, estas organizaciones son trascendentales en las formas de relación entre artesanos con comerciantes y con las instituciones gubernamentales

Por su parte, el Estado ha tenido injerencia en el campo social del artesanado al desarrollar políticas artesanales que han favorecido las relaciones de intermediación económica y política a las que están sujetos los artesanos, y reproduce, en muchos casos, una visión hegemónica sobre los objetos y prácticas artesanales. Las políticas se ven reflejadas en programas y proyectos que fomentan la producción y promoción de los objetos artesanales desde diversas orientaciones que no son mutuamente excluyentes.

Así pues, las estrategias de la producción y comercialización de los talleres artesanales, las formas de reproducción de la práctica y la configuración del campo social del artesanado (con sus agentes, organizaciones y relaciones de intermediación económica y política) han contribuido a una diferenciación del artesanado. Esta última tiene que ver con el acceso y la participación diferencial de éste en los circuitos artesanales y está determinada, en gran parte, por las relaciones de intermediación económica y política que ellos establezcan con las organizaciones de artesanos y de comerciantes, así como con las

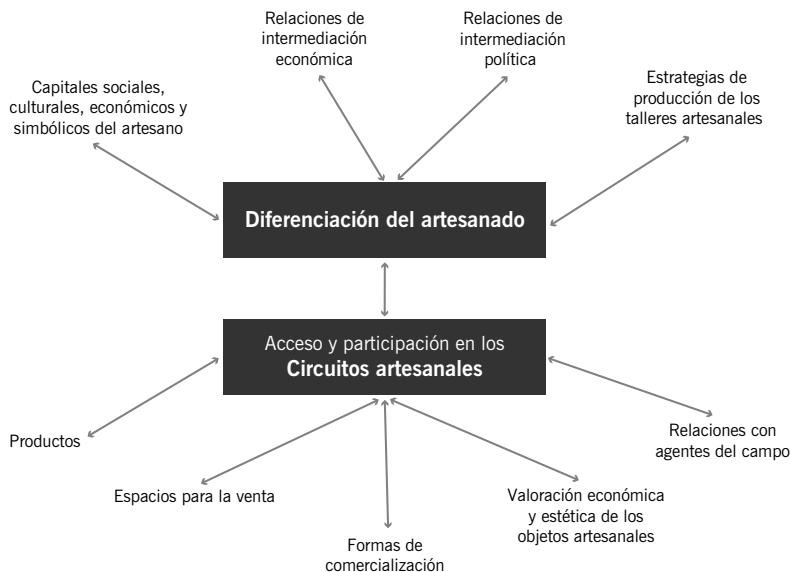


Figura 25. Diferenciación del artesanado a partir de los procesos analizados

instituciones gubernamentales. Las estrategias de reproducción de las unidades domésticas y los capitales culturales, económicos, simbólicos y sociales de los artesanos serán primordiales en este proceso de diferenciación.

Para analizar de manera articulada los elementos planteados, utilizamos como herramienta hermenéutica la noción de circuito cultural, que podríamos definir como “un conjunto que comprende productores, medios de producción (tecnología, recursos económicos), productos culturales, distribuidores, dispositivo de intercambio y público [o consumidor], además de instancias organizadoras relativas a todos o a la mayor parte de estos componentes” (Texeira, 2000, p. 107).

De acuerdo con Brunner, el circuito cultural es la combinación entre la acción de los agentes sociales y las instancias organizadoras (*organizing institutions*), que son dispositivos o mecanismos “que regulan (controlan) la producción, transmisión y consumo (o reconocimiento) de la cultura en una sociedad determinada” (1987, p. 176). El autor parte del reconocimiento de cuatro agentes: productores, empresa, agencia pública y asociación

voluntaria, y tres instancias organizadoras: el mercado, la administración pública y la comunidad.

En este sentido, la comercialización de los objetos culturales del artesanado tlaquepaquense se da a través de diversos circuitos culturales en los que intervienen los agentes del campo artesanal (artesanos, intermediarios, instituciones gubernamentales, entre otros). Entendemos como circuito artesanal un tipo de circuito cultural que articula a los agentes y sus relaciones, a los canales de distribución (en cuanto a formas y espacios de comercialización), a los medios de producción (productos, organización para la producción e infraestructura instalada) y a sus mecanismos de regulación (de acceso y permanencia).

Existen tres circuitos artesanales²¹⁹ a los que los artesanos tlaquepaquenses tienen acceso de forma diferenciada y que demandan y generan una diversidad de productos, espacios de venta, formas de comercialización, definición del valor económico y estético de los objetos, y también del sentido que le dan a su propia práctica.

En el primer circuito, el productor elabora figurillas de nacimiento moldeadas, por lo que tiene una dependencia de diseño de productos con otros artesanos. Los objetos artesanales, por lo general, carecen de calidad y hay poca variedad en los diseños; incluso, entre los productores de este circuito se tiende a la “piratería”, esto es, a copiar algún producto novedoso y atractivo para los consumidores.

Los espacios de venta o “plazas” son tianguis y ferias “artesanales” organizadas y reguladas por instituciones gubernamentales tanto estatales como municipales. La venta es directa entre el productor y el consumidor. Casi siempre, este consumidor final pertenece a sectores populares y adquiere las figurillas de arcilla para un uso ceremonial, esto es, para montar un nacimiento en las festividades navideñas.

²¹⁹ Estos circuitos no deben ser vistos de manera estática ni progresiva; más bien como una caracterización (en términos relacionales) con fines analíticos que nos permite observar de modo integral relaciones, formas y espacios de comercialización que comparten los artesanos en condiciones sociales similares. De la misma manera, los circuitos no sólo tienen que ver con una diferenciación y especialización de los mercados, sino también de los sentidos que los artesanos le dan a su práctica.

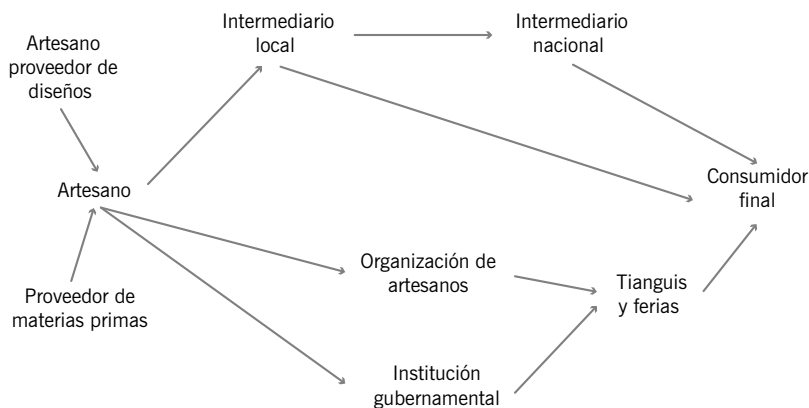


Figura 26. Circuito artesanal 1

En su generalidad, la temporada de mayor intensidad comercial se da entre los meses de octubre y diciembre, y para que los bienes lleguen hasta el consumidor final, se requiere la intermediación política de una organización de artesanos que, a su vez, gestiona el acceso con la institución gubernamental (que organiza la feria). Por otra parte, los comerciantes locales suelen establecer relaciones de intermediación económica con los productores (sobre todo entre febrero y agosto) para hacer llegar los productos a otro intermediario nacional o al consumidor final.

Para que un artesano pueda acceder y participar en este circuito debe tener dos tipos de capital: social (tiene que estar afiliado a una unión de artesanos) y económico (recurso económico e infraestructura adecuada en el taller para producir la cantidad de piezas necesarias y en los tiempos requeridos que el circuito demanda).

El segundo circuito artesanal se caracteriza porque los objetos artesanales suelen tener una mayor variedad en sus canales de distribución que el anterior y el acercamiento es del consumidor al productor (en el anterior es al revés). Los artesanos que participan en este circuito suelen tener una diversidad de productos y diseños que les permite acceder a diferentes plazas y canales de distribución. Utilizan las organizaciones artesanales y las instituciones como medios para asistir a ferias artesanales y exposiciones museográficas²²⁰ donde se exhibe y vende la obra.

²²⁰ Nótese que en este caso no son tianguis

En ese sentido, el consumidor final suelen ser profesionales y pequeños empresarios urbanos, así como turistas nacionales e internacionales; en cualquiera de los casos, compran estos objetos artesanales por considerarlos “típicos, tradicionales, representativos o exóticos”. A los nacimientos les dan un uso ceremonial, aunque también decorativo (sobre todo de las figurillas de tipo mexicano), ya sea para su hogar u oficina, o bien, como regalo a familiares y amigos.

Al igual que en el circuito anterior, el intermediario local es un agente importante; sin embargo, la diferencia recae en que los artesanos de este circuito definen el precio y las formas de pago. Un agente fundamental es el intermediario nacional (dueños o gerentes de tiendas artesanales de ciudades turísticas), quien pacta acuerdos con los productores sobre los pedidos y las formas de entrega.

Para que un artesano pueda entrar a este circuito, debe tener cuatro tipos de capitales: social (relacionado con la afiliación a dos o más grupos de artesanos, así como relaciones públicas con funcionarios de instituciones públicas responsables de la política artesanal), económico (recursos financieros, propios o préstamos, e infraestructura instalada para una producción diversificada dividida en “comercial” y “para coleccionistas”), cultural (cursos organizados por las instituciones gubernamentales, así como una visión de la práctica artesanal como un patrimonio cultural de la nación o una forma de arte, en especial de arte popular) y simbólico (reflejado en uno o varios premios de certámenes estatales y nacionales, así como reconocimientos de obra y trayectoria de las instituciones gubernamentales).

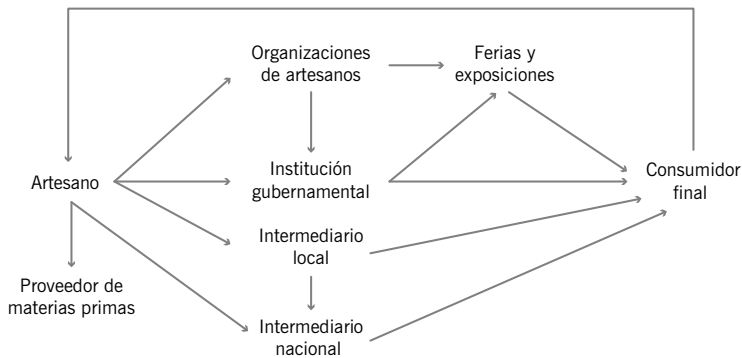


Figura 27. Circuito artesanal 2

Finalmente, el tercer circuito se caracteriza por una fuerte participación del productor en los canales de distribución de sus objetos artesanales. En comparación con los otros circuitos, los artesanos que participan en éste no están afiliados a ninguna organización de artesanos; tienen acceso directo a los espacios de comercialización, que pueden ser ferias artesanales y exposiciones museográficas, y suelen ser los organizadores (tanto de la iniciativa privada como instituciones gubernamentales) los que hacen la invitación al productor.

En su gran mayoría, los intermediarios locales no participan, ya que los productores tienen espacios de exhibición y venta en sus propios talleres ubicados en San Pedro. En cambio, sí se dan las relaciones entre intermediarios nacionales e internacionales con el productor; aquéllos hacen pedidos por piezas exclusivas o lotes para su venta en tiendas artesanales y galerías en ciudades turísticas del país y del extranjero. El consumidor final son turistas internacionales, profesionales y pequeños empresarios con mediano y alto poder adquisitivo, coleccionistas de arte popular y empresas de diseño de interiores que dan servicios a hoteles y oficinas corporativas.

Los artesanos que participan en este circuito suelen tener también cuatro tipos de capital: cultural (cursos y estudios universitarios reconocidos en el campo artístico académico), social (relaciones públicas con funcionarios gubernamentales y agrupaciones de intermediarios, por ejemplo, la Canaco de Tlaquepaque), económico (financiamiento y capacidad instalada para la diversificación de su producción y para dar respuesta a la calidad y cantidad de productos que demanda el propio circuito) y simbólico (varios premios de certámenes nacionales e internacionales, reconocimientos de obra y trayectoria por parte de las instituciones gubernamentales, así como cargos de representación gremial de carácter honorario en organismos, comisiones y comités relacionados con el diseño y operación de políticas artesanales).

Podemos concluir sobre el análisis de estos cambios y reacomodos del campo social del artesanado en Tlaquepaque, Jalisco, que se ha dado un proceso de diferenciación social a partir de las condiciones sociales que van generando las transformaciones regionales. Esta diferenciación se forjó durante el siglo XX con base en factores que han condicionado su

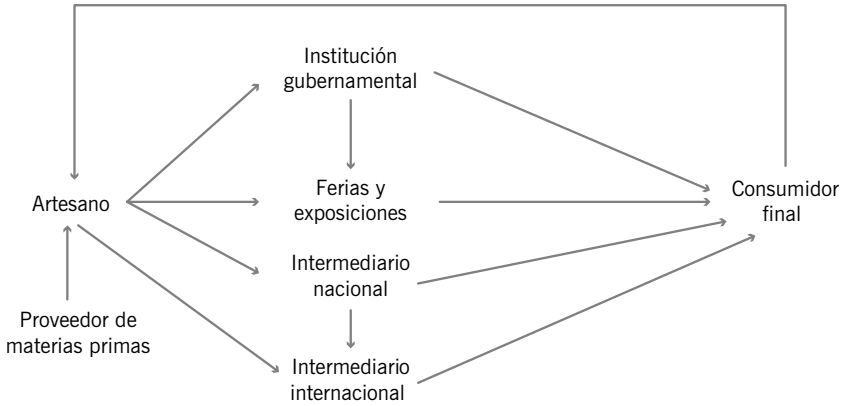


Figura 28. Circuito artesanal 3

práctica artesanal: por una parte, las transformaciones locales y regionales que influyen de manera estructural sobre los artesanos y, por otra, dichos artesanos desarrollan una serie de estrategias de producción, comercialización y reproducción para hacer frente a los cambios sociales. Dichas estrategias se ponen en práctica en relación con otros actores (comerciantes, proveedores de materias primas o funcionarios) que están dentro del mismo espacio social y que también realizan acciones encaminadas a salvaguardar o mejorar su posición e imponer un principio de diferenciación más favorable para ellos.

En esta dinámica se establecen relaciones asimétricas entre los agentes; las concernientes a la intermediación económica y política son básicas en las estrategias de producción de los talleres artesanales familiares y del acceso a los circuitos de comercialización. Así pues, la apropiación y el uso desigual de los capitales económicos, culturales, sociales y simbólicos han ocasionado que los artesanos se ubiquen en diferentes posiciones dentro del espacio social, de acuerdo con las relaciones de poder a las que están subordinados. Esta diferenciación social es legitimada por los grupos dominantes, no sólo en el aspecto económico, sino también en el cultural, mediante un proceso de construcción de una hegemonía que permite que se reproduzca la dominación en el campo social del artesanado tlaquepaquense.

Fuentes consultadas

Archivos

- ACAT. Archivo de la Casa del Artesano del Ayuntamiento de Tlaquepaque, Jalisco
- ACEJ. Archivo del Congreso del Estado de Jalisco
- ADPET. Archivo de la Dirección de Promoción Económica del Ayuntamiento de Tlaquepaque, Jalisco
- AGJJT. Archivo Gráfico de Juan José Tablada, UNAM
- AHJ. Archivo Histórico de Jalisco
- AMHT. Archivo Histórico Municipal de Tlaquepaque, Jalisco
- AMPNC. Archivo del Museo del Premio Nacional de la Cerámica Pantaleón Panduro
- CDAJ. Centro Documental de las Artes de Jalisco

Fuentes bibliográficas

- Aaron, Lance (2007, diciembre). La loza de Tlaquepaque: un arte contemporáneo. *Cerámica de Tlaquepaque. 1920-1945. Revista Artes de México*, núm. 87, pp. 8-18.
- Abascal Jhonson, Gladys Olivia (2000). Ángeles y diablos... pastores y chinacos. Tlaquepaque: Ayuntamiento de Tlaquepaque/Instituto Nacional de Antropología e Historia.

- Abascal Jonson, Gladys y Tejeda Bustos, Alejandro (1994). *Los silbatos de Don Chinto*. Guadalajara: INAH y Ayuntamiento de Tonalá.
- Abric, Juan Claude (2001). *Prácticas sociales y representaciones*. México: Ediciones Coyoacán.
- Aceves, Gutierre (1997). *Arte en Barro, tipos mexicanos, escenas costumbristas*. México: Bancentro.
- ____ (2007, diciembre). Postales de barro. *Cerámica de Tlaquepaque. 1920-1945*. *Revista Artes de México*, núm. 87, pp. 20-29.
- Alba Vega, Carlos (1990). La regionalización de la industria en Jalisco. En Patricia Arias (coordinadora). *Industria y Estado en la vida de México* (pp. 445-460). Zamora: El Colegio de Michoacán.
- Alba Vega, Carlos y Kruit, Dirk (1988). *Los empresarios y la industria de Guadalajara*. Guadalajara: El Colegio de Jalisco.
- Alonso, Jorge (1995). *El cambio en Jalisco. Las elecciones de 1994 y 1995*. Universidad de Guadalajara.
- Álvarez, José (1960). *Vidrio soplado de Guadalajara*. Guadalajara: Planeación y Promoción, SA.
- ____ (1979). *San Pedro Tlaquepaque*. México: Enciclopedia de México.
- Ander Egg, Ezequiel (1987). *¿Qué es la animación sociocultural?* Buenos Aires: Hvmánitas.
- Anderson, Benedit (1997). *Comunidades imaginadas*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Arana Cervantes, Marcos (1993). *Por donde sale el sol*. Tonalá: Ayuntamiento de Tonalá, Jalisco.
- ____ (1988). *Jalisco. Hecho a mano*. Guadalajara: Instituto de la Artesanía Jalisciense.
- Arias, Patricia (1985). La industria en perspectiva. En *Guadalajara, la gran ciudad de la pequeña industria* (pp. 77-130). Zamora: El Colegio de Michoacán.
- Arrollo Alejandre, Jesús (1988). Población, urbanización y desarrollo regional. En *Jalisco desde la revolución. Tomo XIII. Crecimiento industrial y manufacturero, 1940-1980* (pp. 297-382). Guadalajara: Universidad de Guadalajara/Gobierno del Estado de Jalisco.

- Ayuntamiento de Tlaquepaque (s.f.). *San Pedro Tlaquepaque, un pueblo con magia*. Tlaquepaque: Ayuntamiento de Tlaquepaque/Secretaría de Turismo del Estado de Jalisco.
- Azuela de la Cueva, Alicia (2005). *Arte y poder*. Zamora: El Colegio de Michoacán/Fondo de Cultura Económica.
- Baeza del Monte, Guadalupe Susana (1988). *Historia social de San Pedro en la década de 1840*. Tesis para la obtención de grado de licenciado en Historia. Guadalajara: Universidad de Guadalajara.
- Banco Nacional de Comercio Exterior, SA (1970). *Guía para la exportación de artesanías*. México: Bancomext.
- Bárcena, Mariano (1954). *Descripción de Guadalajara en 1880*. Guadalajara: Universidad de Guadalajara.
- ____ (1983). *Ensayo estadístico del estado de Jalisco*. Guadalajara: UNED.
- Barros, Cristina y Buenrostro, Marco (2003). *¡Las once y sereno! Tipos Mexicanos Siglo XIX*. México: Conaculta/Fondo de Cultura Económica.
- Becerra, Celina Guadalupe y Solís Macías, Alejandro (1997). *La multiplicación de los tapatíos 1821-1921*. Zapopan: El Colegio de Jalisco/Ayuntamiento de Guadalajara.
- Benería, Lourdes y Roldán, Martha (1992). *Las encrucijadas de clase y género. Trabajo a domicilio, subcontratación y dinámica de la unidad doméstica en la ciudad de México*. México: Fondo de Cultura Económica/El Colegio de México.
- Bonfil Batalla, Guillermo (2002). De culturas populares y política cultural. En *Culturas populares y política cultural* (pp. 11-21). México: Consejo Nacional para la Cultura y las Artes.
- Bourdieu, Pierre (1990). *Sociología y cultura*. México: Grijalbo/Conaculta.
- ____ (1991). *El sentido práctico*. Madrid: Taurus.
- ____ (2000). *Poder, derecho y clases sociales*. Bilbao: Editorial Desclé de Brouwer.
- ____ (2002). *La distinción*. Buenos Aires: Taurus.
- Briseño Hernández, Ernesto (1998). *La fundación de San Pedro Tlaquepaque*. Tlaquepaque: inédito.

- _____ (2002). *Reflexión y confrontación histórica de San Pedro Tlaquepaque*. Tlaquepaque: Círculo de Estudios Históricos de San Pedro Tlaquepaque, AC.
- _____ (2006). La formación histórica de la alfarería en el Valle de Atemajac. En José Luis Mariscal y Jorge Arturo Becerra (compiladores). *El devenir de una tradición. Cambios y continuidades en la producción ceramista del Valle de Atemajac* (pp. 22-72). Guadalajara: CECA.
- Brunner, José Joaquín (1987). Políticas culturales y democracia: hacia una teoría de las oportunidades. En Néstor García (compilador). *Políticas culturales en América Latina* (pp. 175-174). México: Grijalbo.
- Burke, Peter (1982). Enfoques oblicuos a la historia de la cultura popular. En C.W. Bigsby (compilador). *Examen de la cultura popular* (pp. 108-132). México: Fondo de Cultura Económica.
- _____ (1996). *La cultura popular en la Europa moderna*. Barcelona: Alianza Universidad.
- _____ (2000). *Formas de historia cultural*. Madrid: Alianza Editorial.
- Calderón Quijano, José Antonio (1984). *Cartografía histórica de la Nueva Galicia*. Guadalajara: Universidad de Guadalajara.
- Camacho, Arturo (2000). El misterio, las sirenas y los charros: la arcilla modelada en México. En *Arte en cerámica* (pp. 21-33). Tlaquepaque: Ayuntamiento de Tlaquepaque.
- Caso, Alfonso (1950). Prólogo. En *Bibliografía de las artes populares plásticas de México* (pp. 83-85). México: Instituto Nacional Indigenista.
- Carlos Casas, Bernardo (1994). *Estampas de Tlaquepaque*. Tlaquepaque: Ayuntamiento de Tlaquepaque.
- _____ (1997). *Los nacimientos*. Tlaquepaque: Ayuntamiento de Tlaquepaque.
- _____ (1999). *Los barrios de mi pueblo*. Tlaquepaque: Ayuntamiento de Tlaquepaque.
- _____ (2000). *Florilegio de barro*. Tlaquepaque: Ayuntamiento de Tlaquepaque.
- Centro Regional de Educación de Adultos y Alfabetización Funcional para América Latina (1990). Proyecto de promoción artesanal de la zona

- tarasca. En *Alternativas de educación para grupos culturalmente diferenciados. Modelos de programas educativos para el desarrollo integral a nivel artesanal*. Pátzcuaro: OEA/CREFAL.
- Chartier, Roger (1995). *Sociedad y escritura en la edad moderna*. México: Instituto Mora.
- Cordero, Karen (1992) Jerarquía sociocultural y la historia del arte popular. En *Arte y coerción* (pp. 237-242). México: UNAM.
- Cuevas Hernández, Ana Josefina (2006). *The survival of family artisans in the face of capitalist modernity: an oral history of two Mexican lineages*. Tesis para obtener el grado de doctor en Sociología. Colchester: University of Essex, Departamento de Sociología.
- D´harnoncourt, Rene (1930). Las artes populares de México. *Mexican Folk-ways*. vol. VI (pp. 56-65). México.
- Darnton, Robert (2002). *La gran matanza de gatos y otros episodios en la historia de la cultura francesa*. México: Fondo de Cultura Económica.
- De Arregui, Domingo Lázaro (1980). *Descripción de la Nueva Galicia*. Guadalajara: UNED.
- De la Mota y Escobar, Alonso (1940). *Descripción geográfica de los reinos de Nueva Galicia, Nueva Vizcaya y Nuevo León*. México: Editorial Pedro Robredo.
- De la Mota y Padilla, Matías (1920). *Historia de la conquista del reino de la Nueva Galicia*. Guadalajara: Talleres gráficos de Gallardo y Álvarez del Castillo.
- Dr. Atl (1921). *Las artes populares en México*. México: Librería México.
- Espeitx, Elena (2004). Patrimonio alimentario y turismo: una relación singular. *Pasos, Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, vol. 2, núm. 2, pp.193-213.
- Espejel, Carlos (1970). *Juguetes mexicanos*. México: Secretaría de Educación Pública.
- Farías, Ixca (1935). *Artes populares*. Guadalajara: Ediciones Jaime.
- _____ (1963). *Casos y cosas de mis tiempos*. Guadalajara.
- Flores Robles, Manuel (2001). *Liderazgo y redes políticas en el comercio callejero de Guadalajara*. Tesis para la obtención del grado de maestría en Antropología Social. Zamora: El Colegio de Michoacán, AC.

- Florescano, Enrique (2004). El patrimonio nacional. Valores, usos, estudio y difusión. En *El patrimonio nacional de México* (pp. 15-27). México: Fondo de Cultura Económica.
- _____ (2005). *Imágenes de la patria a través de los siglos*. México: Taurus.
- Franco Fernández, Roberto (1972). *El folklore de Jalisco*. Guadalajara: Ediciones Kerigman.
- Gallo Pérez, Celia Guadalupe (1986). *Una visión de la Guadalajara de fines del siglo XIX y principios del actual*. Guadalajara: UNED.
- Gamio, Manuel (1987). *Hacia un México nuevo: problemas sociales*. México: INI.
- García Álvarez, Abyzak (1971). *Informe de actividades de la supervisión. Subdelegación de turismo en Tlaquepaque, Jalisco*. Tlaquepaque: inédito.
- García Canclini, Néstor (1987). Introducción. Políticas culturales y crisis de desarrollo: un balance latinoamericano. En *Políticas culturales en América Latina* (pp. 13-62). México: Grijalbo.
- _____ (1990). *Culturas híbridas*. México: Grijalbo/Conaculta.
- _____ (1990). La sociología de la cultura de Pierre Boudieu. En Pierre Bourdieu. *Sociología y cultura* (pp. 9-50). México: Grijalbo/Conaculta.
- _____ (1993). El consumo cultural y su estudio en México: una propuesta teórica. En Néstor García Canclini (coordinador). *El consumo cultural en México* (pp. 15-42). México: Consejo Nacional para la Cultura y las Artes.
- _____ (2002). *Culturas populares en el capitalismo*. México: Grijalbo.
- _____ (2004). El patrimonio cultural de México y la construcción imaginaria de lo nacional. En Enrique Florescano (coordinador). *El patrimonio nacional de México*, vol. 1 (pp. 57-68). México: Fondo de Cultura Económica.
- García Saiz, María Concepción y Albert de León, María Ángeles (1991). Exotismo y belleza de una cerámica. *Artes de México. Cerámica de Tonalá*, núm.14, pp. 25-32
- Gerhard, Peter (1996). *La frontera norte de la Nueva España*. México: UNAM.

- Gibbon, Eduardo (1967). *Guadalajara, la Florencia mexicana*. Guadalajara: Ediciones del Banco Industrial de Jalisco, SA.
- Giffords, Gloria (2001). El arte de la devoción. *Revista Artes de México. Ex votos*, núm. 53, pp. 15-23.
- Giménez, Gilberto (1986). La problemática de la cultura en las ciencias sociales. En *La teoría y el análisis de la cultura* (pp. 15-73). Guadalajara: Conacyt/UdeG.
- _____ (1997, julio-diciembre). Materiales para una teoría de las identidades sociales. *Frontera Norte*, vol. 9, núm. 18, pp. 9-28.
- _____ (2002). Paradigmas de identidad. En Aquiles Chihu (coordinador). *Sociología de la identidad* (pp. 35-62). México: UAM-I.
- Ginzburg, Carlo (1997). *El queso y los gusanos. El cosmos según un molinero del siglo XVI*. México: Océano.
- Gledhill, John (2000). *El poder y sus disfraces*. Barcelona: Edicions Bellaterra.
- González de la Rocha, Mercedes (1986). *Los recursos de la pobreza. Familias de bajos ingresos de Guadalajara*. México: El Colegio de Jalisco/CIESAS/SPP.
- González Romero, Daniel (1988). *Jalisco desde la revolución. Tomo X. Arquitectura y desarrollo urbano*. Guadalajara: Universidad de Guadalajara/Gobierno del Estado de Jalisco.
- González Sánchez, Jorge (1980). *Dominación cultural, expresión artística, promoción cultural*. Cuadernos de estudio 5. México: Centro de Estudios Ecuménicos.
- _____ (1981). *Sociología de las culturas subalternas*. Cuadernos del TICOM, núm. 1. México: Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco.
- _____ (1994). *Mas (+) cultura (s). Ensayos sobre realidades plurales*. México: Consejo Nacional para la Cultura y las Artes.
- González Seguí, Héctor Óscar (1984). *Trabajar en Guadalajara. Lógica empresarial y organización del trabajo en las empresas medianas*. Tesis para obtener el grado de maestría en Antropología Social. Zamora: Colegio de Michoacán.
- Graham, Jose S. (1997). *Hecho en tejas, texas –Mexican folk arts and crafts*. Denton: Texas Folklore Society.

- Gramsci, Antonio (2000). *Cuadernos de la cárcel*, núm. 6. México: Ediciones Era/Benemérita Universidad Autónoma de Puebla.
- Gruppi, Luciano (1978). *El concepto de hegemonía en Gramsci*. México: Ediciones de Cultura Popular.
- Guía Roji (2002). *Red Vial, ciudad de Guadalajara*. Zapopan: Guía Roji.
- Harnecker, Marta (1971). *Los conceptos elementales del materialismo histórico*. México: Siglo XXI.
- Hernández Casillas, Horacio (1996). *La artesanía de Tonalá, Jalisco*. México: INAH.
- Hernández Serrano, Federico (1947). Juan Moritz Rugendas y su colección de pinturas costumbristas. En *Anales del Instituto Nacional de Antropología e Historia*, tomo II (pp. 463-472). México: Secretaría de Educación Pública/Talleres Gráficos de la Editorial Stylo.
- Huitrón, Antonio (1999). *Metepéc, miseria y grandeza del barro*. Toluca: UAEM.
- Iguíniz, Juan B. (1959). *Guadalajara a través de los tiempos. Relatos y descripciones de viajeros y escritores desde el siglo XVI hasta nuestros días*, tomo I. Guadalajara: Ayuntamiento de Guadalajara.
- Illanes, Carlos (1996). *Hacia una república del trabajo: la organización artesanal en la ciudad de México 1853-1876*. México: Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Iztapalapa.
- ____ (1997) Introducción. En *Historia social y antropología* (pp. 7-17). E. P. Thompson. México: Instituto Mora.
- ____ (2001). *Estudios sobre el artesanado urbano del siglo XIX*. México: UAM-I.
- Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (1984). *X Censo General de Población*. México: INEGI.
- ____ (1991). *XI Censo General de Población y Vivienda*. México: INEGI.
- ____ (2001). *XII Censo General Poblacional de Población y Vivienda*. México: INEGI.
- ____ (2005). *Cuaderno estadístico municipal. Tlaquepaque, Jalisco*. México: INEGI.
- Kaplan, Flora (1980). *Conocimiento y estilo. Un análisis basado en una tradición de alfarería mexicana*. México: Instituto Nacional Indigenista.

- Kurtz, Donald V. (1996, junio). Hegemony and anthropology. *Critique of anthropology*, vol. 16, núm. 2, pp. 103-135.
- Lewis, Óscar (1986). *Ensayos antropológicos*. México: Grijalbo.
- ____ (1994). *Antropología de la pobreza*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Lisse, Pierre (1960). *Curso de economía artesanal. Sugestiones y documentos para la organización de cooperativas artesanales*. Pátzcuaro: CREFAL.
- Longinos, Banda (1982). *Estadística de Jalisco (1854-1863)*. Guadalajara: UNED.
- López Cervantes, Gonzalo (1990). *Cerámica de Tonalá, Jalisco*. México: INAH.
- ____ (1993). Ixca Farías: exposición homenaje 1993. Museo Regional de Guadalajara. 22 de octubre-30 de noviembre. Guadalajara: MRG.
- Luna Zamora, Rogelio (1988). Estado, industria y economía (1930-1940). En *Jalisco desde la revolución. Tomo XIII. Crecimiento industrial y manufacturero, 1940-1980* (pp. 15-66). Guadalajara: Universidad de Guadalajara/Gobierno del Estado de Jalisco.
- Marín Paleen, Isabel (1974). *Etno-artesanías y arte popular*. México: Ed. Hermes.
- Mariscal Orozco, José Luis (2000). *Reporte de investigación: datos para la historia del Premio Nacional de la Cerámica*. Tlaquepaque: Museo del Premio Nacional de la Cerámica Pantaleón Panduro.
- ____ (2005, julio). La construcción de la hegemonía en la definición del valor en el arte popular. *Boletín de Gestión Cultural*, núm. 12: *Mercado del arte contemporáneo*, Barcelona, pp. 1-12.
- Martínez Peñaloza, Porfirio (1975). *Arte popular mexicano*. México: Editorial Herrero.
- ____ (1981). *Arte popular de México*. México: Panorama Editorial, SA.
- ____ (1988). *El arte popular y artesanías artísticas en México*. México: SEP.
- Martínez Reding, Fernando et al. (1992a). *Enciclopedia temática de Jalisco. Tomo II Historia*. Guadalajara: Gobierno del Estado de Jalisco.
- ____ (1992b). *Enciclopedia temática de Jalisco. Tomo VII Arte*. Guadalajara: Gobierno del Estado de Jalisco.

- Marx, Carlos y Engels, Friedrich (1976). Feuerbach. Oposición entre las concepciones materialista e idealista. En *Obras escogidas*, vol. I (pp. 12-16). Moscú: Editorial Progreso.
- McMenamin, Donna (1996). *Popular arts of Mexico, 1850-1950*. Hong Kong: Schiffer Book for Collectors.
- Medina, Andrés y Quezada, Noemí (1975). *Panorama de las artesanías otomíes del valle del mezquital*. México: UNAM.
- Meier, Peter (1996). *Artesanos campesinos desarrollo socioeconómico y proceso de trabajo en la artesanía textil de Otavalo*. Quito: Banco Central del Ecuador.
- Mejía Lozada, Diana Isabel (2004). *La artesanía de México*. Zamora: El Colegio de Michoacán.
- Menéndez Valdés, José (1980). *Descripción y Censo General de la Intendencia de Guadalajara 1789-1793*. Guadalajara: Gobierno del Estado de Jalisco.
- Mercado, Alejandro (2004). *Worlds of Production and Economic Practices in the Industrial District of Tlaquepaque an Tonalá, Mexico*. Tesis para obtener el título de doctor en Filosofía en Planificación Urbana. Los Angeles: University of California.
- Moctezuma Yano, Patricia (2002). *Artesanos y artesanías frente a la globalización: Zipiajo, Patamban y Tonalá*. San Luis Potosí: El Colegio de Michoacán/Fondo Nacional para la Cultura y las Artes/El Colegio de San Luis.
- Morales, María del Carmen (1997). *Las propias manos: artesanía y artesanos de San Luis Potosí*. San Luis Potosí: Instituto de Cultura de San Luis Potosí.
- Morán Baños, Abel (1987). *Tlaquepaque, tierra de artesanos: el caso de los moneros*. Tesis para obtener el título de maestro en Antropología Social. México: Universidad Iberoamericana.
- Morett, Nore Elia y Masiache Flores, Alba Guadalupe (1997). *Entre dos mundos: artesanos y artesanías en Guerrero*. México: INAH.
- Moyssén, Xavier (1960). Pintura popular y costumbrista del siglo XIX. *Revista Artes de México*, núm. 61, pp. 13-27.
- Muñoz Rivera, David y Gascón Espinosa, Ricardo (1985). *Relatos de Tonalá*. Tonalá: Ayuntamiento de Tonalá.

- Murià, José María (1995). *Breve historia de Jalisco*. México: El Colegio de México/Fondo de Cultura Económica.
- Murià, José María y Peregrina, Angélica (1992). *Viajeros anglosajones por Jalisco. Siglo XIX*. México: INAH.
- Narotzky, Susana (1988). *Trabajar en familia. Mujeres, hogares y talleres*. Valencia: Educions Alfons el Magnánim.
- ____ (2004). *Antropología económica. Nuevas tendencias*. Barcelona: Melusina.
- Navarro, Carlos (2003). *El retrato en Jalisco*. Guadalajara: Prometeo Ediciones.
- Novelo, Victoria (1976). *Artesanías y capitalismo en México*. México: SEP.
- ____ (2002). La expropiación de la cultura popular. En Guillermo Bonfil (coordinador). *Culturas populares y política cultural* (pp. 77-86). México: Consejo Nacional para la Cultura y las Artes.
- Olive, León (1999). *Multiculturalismo y Pluralismo*. México: Piados/UNAM.
- Olveda, Jaime (1999). *Tonalá. Historia y alfarería*. Zapopan: El Colegio de Jalisco/Ayuntamiento de Tonalá, Jalisco.
- Olveda, Jaime, Jiménez, Águeda y Núñez, Beatriz (1995). *El crecimiento urbano de Guadalajara*. Zapopan: El Colegio de Jalisco/Conacyt/Ayuntamiento de Guadalajara.
- Ortiz Minique, Ivette (1990). *Artesanías de Jalisco*. Guadalajara: Gobierno del Estado de Jalisco.
- ____ (1992). Artesanías. En Fernando Martínez (director). *Enciclopedia temática de Jalisco* (pp. 93-133). Guadalajara: Gobierno del Estado de Jalisco.
- Ortiz, Renato (1985). *Cultura popular: românticos e folcloristas*. São Paulo: Pontificia Universidade Católica de São Paulo.
- Passeron, Jean Claude y Grignon, Claude (1992). *Lo culto y lo popular, miserabilismo y populismo en sociología y en literatura*. Madrid: Ediciones la Piqueta.
- Pedrosa, Mario (1979). Arte culto y arte popular. En *La dicotomía entre arte culto y arte popular (Coloquio internacional de Zacatecas)* (pp. 154-163). México: Universidad Nacional Autónoma de México.
- Ramírez Godoy, Guillermo (2003). *Ramas de identidad. Historia y conceptos de la cultura y el arte popular*. Guadalajara: Universidad de Guadalajara.

- Redfield, Robert (1944). *Yucatán, una cultura de transición*. México: Fondo de Cultura Económica.
- ____ (1973). *Tepoztlán a mexican village: a study of folk life*. Chicago: University Chicago Press.
- Riojas López, Carlos (2003). *Las intransitables vías del desarrollo. El proceso de industrialización en Jalisco durante el siglo XIX*. Guadalajara: Universidad de Guadalajara.
- Rivero, Martha (1990). *Entre la guerra y la estabilidad política. El México de los 40*. México: Conaculta/Grijalbo.
- Roa, Victoriano (1981). *Estadística del estado libre de Jalisco*. Guadalajara: UNED.
- Rodríguez Salazar, Tania (2003, invierno). El debate de las representaciones sociales en la psicología social. *Relaciones*, vol. XXIV, núm. 93, pp. 51-80.
- Romo Torres, Ricardo (1990). *Dinámica sociocultural de la cerámica de Tonalá*. Cuadernos de difusión científica núm. 16. Guadalajara: Universidad de Guadalajara.
- Rojas Miranda, E. y Preciado, Carlos (1945). *Guía Guadalajara*. México: Ediciones Nacionales.
- Rosberry, William (1991). *Anthropologies and histories. Essays in culture, history, and political economy*. New Brunswick: Rutgers University Press.
- ____ (2002). Hegemonía y lenguaje contencioso. En Gilbert Joseph y Daniel Nugent (compiladores). *Aspectos cotidianos de la formación del estado* (pp. 210-225). México: Ediciones Era.
- Rubín de la Borbolla, Daniel (1974). *Arte popular mexicano*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Rueda, Laura (1996). *Descripciones franciscanas de la provincia de Santiago de Jalisco siglo XVIII*. Zapopan: El Colegio de Jalisco.
- Sánchez Beltrán, Héctor Camilo et al. (1987). *Algunos indicadores de la organización familiar de las familias de artesanos de Tonalá y San Pedro Tlaquepaque*. Tesis para obtener el grado de licenciatura en Psicología de la Universidad de Guadalajara.
- Santos Corral, María Josefa (1985). *Los talleres manufactureros en el contexto de la tradición artesanal: el caso de Tonalá, Jalisco*. Tesis

- para obtener el título de licenciado en Antropología por la Universidad Iberoamericana, México.
- Saramago, José (2002). *La caverna*. Madrid: Santillana.
- Scott, James (2000). *Los dominados y el arte de La resistencia*. México: Ediciones Era.
- Secretaría de Fomento, Colonización e Industria (1905). *Censo y división territorial de Jalisco en 1900*. México: Secretaría de Fomento, Colonización e Industria.
- ____ (1913). *División territorial de los Estados Unidos Mexicanos*. México: Secretaría de Fomento, Colonización e Industria.
- Secretaría de Industria y Comercio (1971). *IX Censo General de Población*. México: Secretaría de Industria y Comercio.
- Secretaría de la Economía Nacional (1921). *Censo General de Habitantes del Estado de Jalisco 1921*. México.
- ____ (1943). *VI Censo de Población 1940*. México.
- ____ (1952). *VII Censo General de Población*. México.
- ____ (1963). *VIII Censo General de Población*. México.
- Secretaría de Turismo (s.f.). *El turismo cultural en México*. México: Centro de Estudios Superiores en Turismo.
- Shiner, Larry (2004). *La invención del arte. Una historia cultural*. Barcelona: Paidós Estética.
- Solana Suárez, Enrique *et al.* (2003). *Crisis del barrio tradicional: ruptura, mutación o continuidad*. Guadalajara: Universidad de Guadalajara/Universidad de Las Palmas de la Gran Canaria.
- Texeira, Cohelo (2000). *Diccionario crítico de política cultural: cultura e imaginario*. Guadalajara: Conaculta/ITESO/Secretaría de Cultura de Jalisco.
- Thompson, E. P. (1979). La sociedad inglesa del siglo XVIII: ¿lucha de clases sin clases. En *Tradicción, revuelta y conciencia de clase*. Barcelona: Crítica.
- ____ (1993). *Costumbres en común*. Barcelona: Crítica.
- ____ (1991). Algunas observaciones sobre clase y falsa conciencia. *Historia Social*, núm. 10, pp. 27-32.
- ____ (1997). *Historia social y antropología*. México: Instituto Mora.

- _____ (1997). *La formación histórica de la clase obrera*, tomo I. Barcelona: Editorial Laia.
- Toor, Frances (1939). *Mexican popular arts*. México: Frances Toor Studios.
- Traba, Martha (1979). Relaciones actuales entre arte popular y arte culto. En *La dicotomía entre arte culto y arte popular (Coloquio internacional de Zacatecas)* (pp. 98-118). México: Universidad Nacional Autónoma de México.
- Turok, María (1988). La promoción de las culturas populares: posibilidades y limitaciones de la acción del Estado. En Néstor García (compilador). *Política cultural para un país multiétnico*. México: SEP.
- Tylor, Edward. (1975). La ciencia de la cultura. En J. S. Kahn (compilador). *El concepto de cultura: textos fundamentales* (pp. 29-83). Barcelona: Anagrama.
- Valerio Ulloa, Sergio (2002). *Empresarios extranjeros en Guadalajara durante el porfiriato*. Guadalajara: Universidad de Guadalajara.
- Vallarta Vélez, Luz del Carmen y Ejea Mendoza, María Teresa (1985). *Antropología social de las artesanías en el sureste de México: dos estudios*. Cuadernos de la Casa Chata, núm. 128. México: CIESAS.
- Vázquez, Daniel (1989). *Guadalajara: ensayos de interpretación*. Guadalajara: El Colegio de Jalisco.
- _____ (1985). La ciudad en perspectiva. En Patricia Arias (coordinadora). *Guadalajara, la gran ciudad de la pequeña industria* (pp. 57-76). Zamora: El Colegio de Michoacán.
- Weber, Max (1997). *Economía y sociedad*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Williams, Raymond (1980). *Marxismo y literatura*. Barcelona: Ediciones Península.
- _____ (1994). *Sociología y cultura*. Barcelona: Paidós.
- _____ (2000). *Palabras clave. Un vocabulario de la cultura y la sociedad*. Buenos Aires: Ediciones Nueva Visión.
- Yúdice, George y Miller, Toby (2004). *Política cultural*. Barcelona: Gedisa.

Zatarain Castellanos, Manuel (1990). *La modernización de la industria en Jalisco*. Cuadernos de Divulgación Científica núm. 17. Guadalajara: Universidad de Guadalajara.

Zuno, José Guadalupe (1969). *Las artes populares en Jalisco*. México.

Fuentes documentales

Censo de Artesanos. Dirección de Promoción Económica. Ayuntamiento de Tlaquepaque. Tlaquepaque, 2001.

Libro mayor de ingresos de la tesorería municipal de Tlaquepaque 1918-1919. Archivo Histórico Municipal de Tlaquepaque.

Padrón general de los habitantes de la municipalidad de San Pedro, hecho en los meses de agosto, septiembre y octubre del año 1877. ES-4-877 [Tle]/62. Archivo Histórico del Estado de Jalisco.

Dirección de Promoción Económica. *Censo de artesanos*. Ayuntamiento de Tlaquepaque. Tlaquepaque, 2001.

Fuentes electrónicas

Cámara de Diputados del H Congreso de la Unión (22 de julio de 1991). *Ley Federal de Fomento a la Microindustria y la Actividad Artesanal*. Recuperado el 16 de marzo de 2010 de Leyes Federales Vigentes: <http://www.cddhcu.gob.mx/LeyesBiblio/doc/127.doc>

Cámara Nacional de Comercio de Tlaquepaque (julio de 2004). *Información*. Recuperado el 15 de agosto de 2004 de Exposición Nacional de Artesanías: <http://www.enart.com.mx>

Casa del Artesano de Tlaquepaque (s.f.). *Censo de artesanos de Tlaquepaque*. Recuperado el 23 de julio de 2004 de <http://www.casadelartesanocom.mx>

CSINCE Jalisco. INEGI. México, 2002.

CSINCE por Colonias Jalisco. INEGI. México, 2002.

Fonart (9 de julio de 2009). *Matriz de artesanía y manualidad*. Recuperado el 7 de mayo de 2010 de http://www.fonart.gob.mx/fonartweb/pdf/Matriz_DAM.pdf

- Giménez, Gilberto (2005). La cultura como identidad y la identidad como cultura. Conferencia dictada en el Tercer Encuentro Internacional de Promotores Culturales. Guadalajara, México. 26-30 de abril de 2005. Recuperado de <http://sic.conaculta.gob.mx/documentos/834.doc>
- Instituto Mexicano de la Propiedad Intelectual (febrero de 2009). *El registro de marcas colectivas como proyecto estratégico de integración, promoción y desarrollo del sector artesanal en México*. Recuperado el 7 de mayo de 2010 de <http://www.impi.gob.mx/work/sites/IMPI/resources/LocalContent/1210/2/marcascolectivas.pdf>
- Jadefo (16 de octubre de 1997). *Beneficiarios*. Recuperado el 26 agosto de 2004 de Programas: <http://www.jadefo.org.mx/beneficiarios.html>.
- Museo Claudio Jiménez Vizcarra (10 de enero de 2002). *José María Estrada*. Recuperado el 7 de junio de 2007 de <http://www.museocjv.com/josemariaestrada.htm>
- Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (s.f.). *Las marcas colectivas*. Recuperado el 7 de mayo de 2010 en La propiedad intelectual para las empresas: http://www.wipo.int/sme/es/ip_business/collective_marks/collective_marks.htm
- Plascencia, Juan Eusebio (s.f.). *Mensaje del presidente*. Recuperado el 15 de agosto de 2004 de <http://www.canacotlaquepaque.com.mx>
- Unidad Regional de Micro Regiones (octubre de 2004). *Programa de Apoyo al Diseño Artesanal (Proada)*. Recuperado el 3 de mayo de 2010 de Manual Micro Regiones: http://sedesol2006.sedesol.gob.mx/manualmicrorregiones/37_SE_PROADA.pdf

Fuentes hemerográficas

- Congreso del Estado de Jalisco (1965). Decreto No. 8049 del gobierno del estado de Jalisco, *Diario Oficial del Estado de Jalisco*. Guadalajara, 23 de febrero de 1965.
- _____(1991). Ley de la Artesanía Jalisciense. Decreto 14140, *Diario Oficial del Estado de Jalisco*. Guadalajara, 5 de enero de 1991.
- _____(2000). Ley de Fomento a la Cultura, *Diario Oficial del Estado de Jalisco*. Guadalajara, 21 de diciembre de 2000.

- _____(2002). Ley de Promoción y Desarrollo Artesanal del Estado de Jalisco. Decreto 19469, *Diario Oficial del Estado de Jalisco*. Guadalajara, 19 de marzo de 2002.
- López Martínez, José Luis (1954). Comité de turismo de Tlaquepaque se formó el martes y el lunes próximo iniciará sus actividades, *Periódico el Jon-ron*, año III, núm. 101.
- _____(1956). Habrá una exposición objetiva alfarera, la organiza el club de leones de la localidad, *Periódico el Jon-ron*, año III, núm. 120.
- _____(1966). Un éxito el tianguis de Tonalá, *Periódico el Jon-ron*, año XIII, núm. 586.
- _____(1966). Notable crecimiento de San Pedro Tlaquepaque, *Periódico el Jon-ron*, año XIII, núm. 584.
- _____(1966). Tlaquepaque vestirá sus mejores galas, *Periódico el Jon-ron*, año XIII, núm. 584.
- _____(1967). Hoy es el baile, *Periódico el Jon-ron*, año XIV, núm. 709.
- _____(1966). Tianguis de Tonalá, *Periódico el Jon-ron*, año XIII, núm. 586.
- Revista Casas y Terrenos*, año 2, edición 11 septiembre-octubre de 2003. Poligráfica de Occidente. Guadalajara, Jalisco.

Fuentes orales

- Abundis, Humberto (6 de mayo de 2004) (José Luis Mariscal Orozco, entrevistador).
- Anguiano, Elías (6 de septiembre de 2003) (José Luis Mariscal Orozco, entrevistador).
- Arias, Frausto (25 de junio de 2004) (José Luis Mariscal Orozco, entrevistador).
- Basulto, Francisco (9 de marzo de 2003) (José Luis Mariscal Orozco, entrevistador).
- Becerra Angulo, Jorge Arturo. Fechas de entrevistas: 21 de abril de 2004; 20 de febrero de 2006.
- Bustos, Carlos (5 de agosto de 2003) (José Luis Mariscal Orozco, entrevistador).

- Campechano, José Bernabé (17 de junio de 2005) (José Luis Mariscal Orozco, entrevistador).
- Carpintero, Humberto (9 de marzo de 2003) (José Luis Mariscal Orozco, entrevistador).
- Goche Muñoz, Ildefonso (8 de marzo de 2003) (José Luis Mariscal Orozco, entrevistador).
- ____ (2 de septiembre de 2003) (José Luis Mariscal Orozco, entrevistador).
- ____ (1 de marzo de 2003) (José Luis Mariscal Orozco, entrevistador).
- Labrador, Lauro (11 de junio de 2004) (José Luis Mariscal Orozco, entrevistador).
- Lazcano, Vicente (1 de marzo de 2003) (José Luis Mariscal Orozco, entrevistador).
- ____ (11 de junio de 2004) (José Luis Mariscal Orozco, entrevistador). López Ramón (23 de julio de 2006) (José Luis Mariscal Orozco, entrevistador).
- Martínez García, Zenón (30 de junio de 1998) (José Luis Mariscal Orozco, entrevistador).
- ____ (23 de julio de 2003) (José Luis Mariscal Orozco, entrevistador).
- ____ (6 de mayo de 2004) (José Luis Mariscal Orozco, entrevistador).
- ____ (11 de mayo de 2005) (José Luis Mariscal Orozco, entrevistador).
- Miranda, Gustavo (1 de agosto de 2003) (José Luis Mariscal Orozco, entrevistador).
- Mireles, Joane (12 de mayo de 2004) (José Luis Mariscal Orozco, entrevistador).
- Núñez, César (27 de mayo de 2004) (José Luis Mariscal Orozco, entrevistador).
- Núñez, Margarito (23 de abril de 2004) (José Luis Mariscal Orozco, entrevistador).
- Núñez, Pilar (14 de mayo de 2004) (José Luis Mariscal Orozco, entrevistador).
- ____ (23 de abril de 2004) (José Luis Mariscal Orozco, entrevistador).
- Padilla, Francisco (18 de junio de 2004) (José Luis Mariscal Orozco, entrevistador).
- Padilla, Rodolfo (3 de junio de 2004) (José Luis Mariscal Orozco, entrevistador).

- Pajarito, Nicasio (15 de septiembre de 2003) (José Luis Mariscal Orozco, entrevistador).
- Paredes Goche, Pablo (20 de abril de 2004) (José Luis Mariscal Orozco, entrevistador).
- _____(7 de mayo de 2004) (José Luis Mariscal Orozco, entrevistador).
- Partida, Teresa (15 de junio de 2004) (José Luis Mariscal Orozco, entrevistador).
- _____(3 de agosto de 2005) (José Luis Mariscal Orozco, entrevistador).
- Ramírez, Camilo (8 de junio de 2004) (José Luis Mariscal Orozco, entrevistador).
- Ramos Martínez, María Elena (5 de agosto de 2003) (José Luis Mariscal Orozco, entrevistador).
- Reyes, Florencio (21 de mayo de 2004) (José Luis Mariscal Orozco, entrevistador).
- _____(25 de agosto de 2005) (José Luis Mariscal Orozco, entrevistador).
- Reyes, Mario (18 de junio de 2004) (José Luis Mariscal Orozco, entrevistador).
- Rodríguez, Rubén (3 de marzo de 2003). *Conferencia: Panduro, una tradición artística*. Museo del Premio Nacional de la Cerámica Pantaleón Panduro. Tlaquepaque, Jalisco.
- Rosas, Marcos (4 de septiembre de 2003) (José Luis Mariscal Orozco, entrevistador).
- Tavares, Jesús (23 de junio de 2004) (José Luis Mariscal Orozco, entrevistador).
- Velázquez, Yolanda (5 de septiembre de 2003) (José Luis Mariscal Orozco, entrevistador).
- Zúñiga, Alejandra (20 de abril de 2004) (José Luis Mariscal Orozco, entrevistador).

Práctica artesanal y políticas culturales. Procesos de diferenciación del artesanado en Tlaquepaque, Jalisco se terminó de imprimir en agosto de 2015 en Transición, Mezquitán 465, Col. Artesanos, Guadalajara, Jalisco, México.

Esta edición consta de 500 ejemplares.

Edición: Angelina Vallin Gallegos; corrección de estilo: Brígida del Carmen Botello; diseño, diagramación e infografía: Omar Alejandro Hernández Gallardo.

Fotografía de portada: Museo del Premio Nacional de la Cerámica Pantaleón Panduro. La imagen corresponde a la escultura que se titula *La Feria*, del autor Francisco Martínez Reyes, año 2004.

En la vasta literatura sobre los productos artesanales, se puede observar una clara tendencia a idealizarlos relacionándolos con expresiones populares de una “cultura nacional” y con la existencia de comunidades de artesanos que se autoreproducen según la tradición. Museos, revistas y programas gubernamentales repiten este mismo discurso basado en una política cultural patrimonialista que suele tener como estrategia su investigación, conservación, promoción y difusión como si fueran vestigios culturales vivientes o bien como mercancías (corrientes o suntuarias) para el consumo de turistas nacionales y extranjeros.

En esta obra el lector podrá observar que las configuraciones y cambios de la práctica artesanal no se presentan de manera mecánica o por una “inspiración individual”; más bien se dan en relación con un campo artesanal en donde las relaciones de intermediación entre los diversos agentes influyen en la forma en que se produce, comercializa y reproduce la práctica. A través del análisis del proceso de formación del artesanado de Tlaquepaque, Jalisco, el autor da cuenta de los diversos elementos conceptuales, metodológicos e ideológicos que podrían considerarse para el análisis de los objetos y las prácticas artesanales con una visión histórica desde el enfoque de la complejidad.

