



Benemérita Universidad Autónoma de Puebla

Facultad de Ciencias de la Comunicación

*“La alfarería de Acatlán de Osorio, valor social
identitario como estrategia de comunicación”*

Tesina presentada para obtener el título de:
Maestra en Comunicación Estratégica

Presenta:
Lic. Carla Andrea Espinosa Carrillo

Asesores:
Mtro. Adriel Patrón Ponce
Mtro. Agustín Solano Andrade

Agosto 2017

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	4
I. PROTOCOLO	5
1.1 Situación Actual	5
1.2 Preguntas	5
1.2.1 Pregunta general	
1.2.2 Preguntas particulares	
1.3 Objetivos	5
1.3.1 Objetivo General	
1.3.2 Objetivo Particular	
1.4 Hipótesis	5
1.5 Justificación	12
1.6 Perspectiva Teórica	12
1.7 Perspectiva Metodológica	13
II. MARCO CONTEXTUAL	14
2.1 Acatlán de Osorio, Puebla	14
2.1.1 Población	
2.1.2 Ubicación	
2.1.3 Clima	
2.2 Alfarería	15
2.2.1 Artesanía	16
2.2.2 Artesanos	16
2.2.2.1 Origen de los artesanos	18
2.2.2.2 Artesanos en Puebla	19
2.3 Producción artesanal	20
2.3.1 Formas de Producción	21
2.3.2 Subsistencia de la producción artesanal	22
2.4 Valoración insuficiente de las artesanías	23
2.4.1 Pérdida del oficio	23

III. MARCO TEÓRICO	25
3.1 Artesanía	25
3.1.1 Artesanía como factor social	26
3.1.1.1 Artesanía como factor económico	27
3.1.2 Artesanía como factor cultural	27
3.2 Cultura	28
3.2.1 Industria cultural	31
3.2.2 Identidad Cultural	33
3.3 Comunicación Estratégica	35
3.3.1 Teoría de la Comunicación	35
3.3.2 Teoría del Valor	36
3.3.3 Cultura Organizacional	37
IV. APARTADO METODOLÓGICO	31
4.1 Población y muestra	41
4.2 Observación participante	41
4.3 Reporte	43
4.4 Análisis de encuestas	45
V. CONCLUSIONES	52
BIBLIOGRAFÍA	54
ANEXOS	57

INTRODUCCIÓN

La artesanía es parte esencial del patrimonio cultural, la cual es el conjunto de memorias que una comunidad transmite de generación a generación, en donde en el proceso de producción predomina el trabajo manual empleando técnicas que implican el conocimiento de ciertas materias primas y de un gran adiestramiento. Por lo tanto, una de las artesanías más antiguas en el mundo, es la alfarería la cual es un artesanía vital, útil y de gran reconocimiento estético.

México posee una gran vocación en cuanto a la economía artesanal y en Acatlán de Osorio no es la excepción, ya que es un municipio en el estado de Puebla lleno de una tradición milenaria alfarera, la cual a sido heredada de generación en generación, la cual forma parte importante de la actividad económica además es generadora de empleo. Dentro de los principales elementos que conforman la artesanía de este lugar se encuentra el barro, que puede ser barro natural ó barro bruñido, el cual le da un valor tanto a la persona que lo realiza, dando importancia y respeto a su proceso productivo y a los ideales que lo forman.

Es así que, en esta tesina se intenta abordar el problema social que ha impactado a las personas que desarrollan este oficio. Por ello, dentro de este contenido se encuentra una amplia investigación acerca de la artesanía, su gente y su contexto.

En el primer capítulo se abordará la situación actual, tanto del municipio, su población, sus artesanos y sobre el problema principal en el que se encuentran. Asimismo, en el siguiente apartado, encontraremos información detallada, sobre Acatlán, haciendo referencia principalmente en su población, clima y ubicación. Aunado a esto, se mencionarán las definiciones de alfarería y artesanía, incluyendo puntos importantes de éstas.

Además se incluye en el apartado tres, temas sobre artesanía, cultura y comunicación estratégica, todo esto abordado desde el punto de vista de teóricos especializados en cada tema, al final de cada bloque se discutirá que fue lo más relevante y como es que ayudó a esta investigación. Finalmente, en el capítulo cuatro, se hará referencia sobre la metodología empleada, mostrando los resultados alcanzados.

Este documento servirá como guía de información sobre los temas mencionados previamente por lo que ofrecerá que, posteriormente sean retomados para darle seguimiento y encontrar una propuesta de mejora.

I. PROTOCOLO

1.1 Situación actual

México es un país rico en diversidad cultural y en manifestaciones artísticas, aunado a esto el trabajo artesanal funge como identidad cultural y además constituye una actividad económica muy importante como, generadora de empleo. Dentro de las zonas rurales, la elaboración de artesanías tiene un significado adicional para los pobladores indígenas, mientras que para los visitantes una posibilidad de conocer una parte de nuestra riqueza cultural.

Conocido también como “*La Perla de la Mixteca*” el municipio de Acatlán de Osorio se localiza en la parte del sur del estado de Puebla. En el siglo XII, el Tecutli Tizaa se establece con su tribu mixteca, dándole el nombre de Tizaa, ‘agua cenicienta’. Pero en 1445, Moctezuma Ilhuicamina conquistó a los mixtecos y cambió el nombre a Acatlán, nombre que proviene del náhuatl, “acatl”, carrizo y “tlán”, lugar, por lo que entendido etimológicamente significa “Lugar de carrizo o carrizal”. Consta de 28 localidades, algunas de las cuales se distinguen por su trabajo artesanal, tales como: San Vicente Boquerón, Tetelcingo, San Bernardo, Tianguistengo, Barrio Santiago, Garzones, La Huerta, Las Nieves, Amititlán de Azueta, Hermenegildo Galeana e Ilamancingo.

Es un municipio con una comunidad alfarera con tradición prehispánica la cual refleja el cambio y la continuidad que ocurrió en muchos pueblos artesanales durante la segunda mitad del siglo XX. La innovación fue un proceso a través del cual se fueron adaptando las técnicas tradicionales a nuevas formas para consumidores urbanos, diferentes a las necesidades locales y regionales (Barro Bruñido: Maestros de Acatlán, 2010).

Se debe señalar que el barro es lo característico de este municipio, tanto su barro natural como el barro bruñido, éste toma en cuenta y le da un valor tanto a la persona que lo realiza, como a la persona que lo adquiere, dando importancia y respeto a su proceso productivo y a los ideales que lo forman.

En Acatlán de Osorio, existen tres grupos de artesanos: La organización 20 de Octubre, el grupo de Presidencia y los que se encuentran en la Casa del Artesano. Además que existen artesanos que exportan por cuenta propia y han participado en varios eventos culturales a nivel nacional.

Los artesanos alfareros de este municipio alargan la tradición, expresando su cosmovisión y transmitiendo la cultura artesanal de esta región así mismo logran innovaciones, lo cual hace a la artesanía competitiva tanto en mercados regionales y nacionales del arte.

Este trabajo artesanal es una labor familiar, ya que intervienen todos los miembros de la familia, desde el más pequeño hasta el mayor, ya que son elementales en la elaboración de las bellas piezas. Pero a pesar de esto y de los esfuerzos que los artesanos hacen, este oficio enfrenta una difícil situación, las bajas ventas que se ven reflejadas por la falta de gente que visite el municipio y que compre las artesanías, asimismo por la situación económica que ahora enfrenta el país, aunado a esto muchos ya han abandonado esta actividad y buscan otras actividades mejor remuneradas. Asociado con lo anterior el alza de precios de las materias primas con la que elaboras sus piezas, como talco, pigmentos naturales y el gas, ya que muchos de ellos cuecen sus piezas con gas LP, también el precio de la leña ha aumentado considerablemente, además, evitan dañar el medio ambiente, es por eso que los artesanos desean invitar a la ciudadanía en general a adquirir artesanías de barro como parte de la artesanía cultural de este municipio.

En relación a esto la falta de información de los turistas es un factor importante en la generación de las bajas ventas ya que éstos comúnmente compran aquellos objetos que estén decorados con algunas grecas o íconos representativos con alguna cultura prehispánica, dejando de lado aquello que tiene un valor mexicano. Así como también, los extranjeros se verán influidos en sus motivos de compra por aquellas formas que tengan de parecido con alguna corriente europea, ya que las formas de las demás piezas le parecerán diferentes a lo que ellos están acostumbrados (Novelo, 1996).

Con relación a lo antes expuesto, recientemente el periódico el Sol de Puebla publicó un artículo en línea, en el cual señaló que los artesanos mexicanos soportan una constante preocupación por el bajo costo de sus productos y debido a que algunos ya están en peligro de extinción, esto a causa de los pocos apoyos a esta actividad ancestral.

El presidente de la Federación Mexicana de Artesanos señaló en una entrevista que la artesanía en barro se está extinguiendo, pero principalmente en el caso de producción en el estado de Guerrero y Querétaro.

A partir de conocer y analizar todo lo antes expuesto se llevó a cabo la revisión y selección de artículos referentes al tema, en el cual se exponen los diferentes problemas que enfrenta esta comunidad, se puede inferir que aunque existen más contrariedades una de las principales es el falta de gente externa en Acatlán de Osorio, y que esto da como consecuencia las bajas ventas, lo que es un gran problema para la comunidad alfarera, ya que la mayoría de estas familias solo dependen de este ingreso económico.

Es así que como su único sustento familiar se ven en la necesidad de emigran para mejor su condición, lo que ha provocado que el oficio de artesano se vea disminuido y por consiguiente la pérdida de la elaboración y aprendizaje de las artesanías acatecas va en declive a la falta de gente que se dedique a esto.

Por lo tanto, el tema aquí propuesto surge a través del interés de llevar a cabo el análisis de la producción alfarera y su comercialización, así como también identificar las fuentes de financiamiento de los artesanos del municipio de Acatlán de Osorio, Puebla. Por lo tanto se parte de estos aspectos que son unos de los principales problemas, ya que su única forma de comercializar sus artesanías se encuentra sólo dentro del municipio, es ahí donde exhiben sus productos en lugares diseñados para los visitantes, esperando la llegada de turistas nacionales e internacionales ya que al depender de éstos se espera una gran afluencia para generar más ingresos.

Este problema es de gran relevancia, ya que hasta el momento no hay trabajos de investigación que se enfoquen a esta comunidad, que orienten y resuelvan de una manera idónea las prácticas de comercialización, ni la proposición de un proyecto que favorezca el desarrollo de esta actividad artesanal dentro de la comunidad.

Es importante destacar, que algunas técnicas de producción tradicionales se fueron adaptando a las nuevas demandas de los consumidores que eran distintas a las necesidades locales y regionales. A pesar de los esfuerzos por parte de los productores para ajustarse a esas necesidades de los consumidores, no han podido generar mejores ventas.

Los artesanos están en busca de oportunidades para extender el mercado donde comercializar sus artesanías, ya que esta producción alfarera sólo se comercializa en el municipio a través de tres lugares exclusivamente diseñados para la venta de este producto que son: los locales ubicados en la entrada del municipio, los que se encuentran a un costado de la presidencia y la Casa del Artesano. Es así que están dispuestos a trabajar y

mejorar la calidad y cantidad de sus productos. Cabe destacar que dentro de los objetos más solicitados están los jarrones, los maceteros y los fruteros, que son la parte del arte más característico y tradicional de la región.

Es esencial tomar a las artesanías como productos estéticos, ir más allá de la dimensión del producto y el trabajo que éstas implican. De acuerdo al libro *Introducción a la teoría de los diseños*, señala que:

Las artesanías constituyen un sistema de producción especializada de la cultura estética; esto significa que lo estético precede a lo artesanal en la historia de la humanidad... El sistema de las artesanías son derivaciones sensitivas de las tecnologías y de lenguajes (Acha, 2003, p. 42).

Por otro lado, en el ámbito económico según el artículo Situación Actual del Sector Artesanal en México, dice:

Las principales causas por las que el sector artesanal se ha mantenido estático, son las siguientes:

- Falta de inversión política gubernamental en materia artesanal bien definida.
- Falta de inversión.
- Ausencia de criterios oportunos de producción.
- Falta de estímulos fiscales.
- No existe un modelo de producción artesanal que permita reproducirse por sí mismo y en condiciones diferentes. Recordemos que las condiciones de trabajo y las materias primas son diferentes en las diferentes regiones del país. (*Situación Actual del Sector Artesanal en México, 2012, [en línea]*).

Como ya se citó no se cuenta con ningún apoyo por parte de las autoridades correspondientes, aunado a esto y de acuerdo con un artículo de periódico del Sol de Puebla Municipios, Jorge Hernández el representante de la organización de la Casa del Artesano manifestó:

Se pide que haya más apoyo a la artesanía de Acatlán, pues nosotros ya no queremos emigrar a los Estados Unidos, pues ya tenemos bastante gente allá,

lo que queremos es que nuestra gente se aquí, que tenga trabajo (Sarabia, 2013, p. 1.)

Es así que dentro de lo previamente analizado, se encontraron dos instituciones de apoyo a las artesanías, una nacional y otra estatal. En asociación nacional esta el Fondo Nacional para el Fomento de la Artesanías (FONART), el cual oferta siete diferentes programas de apoyo a los artesanos, en estos encontramos el “Apoyo a la Comercialización”, enfocado a la ayuda con gastos de viaje para asistir a espacios y eventos artesanales, así como con insumos. Asimismo brinda asesoría para la confirmación de proyectos comerciales. Este programa es uno de los que posiblemente pudieran ayudar para el fomento de venta y comercialización de las artesanías acatecas.

Por otro lado en el estado de Puebla, encontramos al Instituto de Innovación y Desarrollo del estado de Puebla (IIDART) el cual ayuda a impulsar la labor artesanal creando una oportunidad de generación de riqueza, pero no sólo cultural sino también, económica. Busca también la transformación del sector artesanal poblano, que se vea hacia el futuro con convicción a enfrentar los retos del mercado cada vez más exigente.

Sin embargo en ninguna de las dos instituciones existe un apoyo específico para crear impacto en la comunidad alfarera de Acatlán, siendo que esta actividad es una de las principales fuentes de ingreso, y que muchos artesanos han aportado tiempo y trabajo para la recuperación del valor de las artesanías, que son hechas completamente a mano y que tienen un verdadero valor de trabajo artesanal.

Asimismo, para la identificación de los principales problemas de la falta de conocimiento del producto artesanal, no se han analizado las ventas de los productos y no se han identificado los mercados para su comercialización.

Los alfareros de Acatlán al depender directamente de los visitantes siempre están a su espera, sin embargo las autoridades de dicho municipio no le han dado relevancia, no existe promoción sobre su alfarería siendo que esta actividad genera oportunidades laborales, y por consiguiente al no haber un consumo de artesanías, no hay trabajo para los dedicados a este oficio lo que hace que el número de personas que desean emigrar para mejorar sus condiciones sea elevado.

La herencia cultural que se ha preservado a través de sus trabajadores artesanales ha sido y es un referente de nuestro país a nivel internacional, dentro del contexto nacional, las

artesanías son y han sido un símbolo de identidad mexicana. Es por eso que para generar proyectos productivos artesanales se aconseja principalmente considerar los aspectos sociales y culturales que están asociados con las formas de producción artesanal.

Aunado a esto la falta de infraestructura en donde habitan los artesanos, en su mayoría, dificulta las posibilidades de adquirir materias primas y comercializar sus productos. Es así que después de lo previamente expuesto, se puede constatar que existe un grave problema con la falta del visitantes, tanto nacionales como internacionales, siendo que éstos son de suma importancia, ya que es un eslabón importante en la cadena de la actividad económica en Acatlán de Osorio.

1.2 Preguntas

1.2.1 General

¿Qué se necesita para que la alfarería acateca se vea como valor social identitario?

1.2.2 Particulares

- ¿Qué condiciones culturales inciden en la construcción de la alfarería acateca?
- ¿Cuáles son las estrategias de comunicación que ocupa la dirección turística de Acatlán?
- ¿Cuáles son las estrategias de difusión que ocupan dentro de la organización de alfareros?

1.3 Objetivos

1.3.1 General

Generar que la alfarería de Acatlán, sea valor social identitario como estrategia de comunicación

1.3.2 Particulares

- Indicar las condiciones culturales que incurren en la construcción de la alfarería acateca
- Conocer las estrategias de comunicación que ocupa la dirección de Acatlán y los alfareros.
- Desarrollar la propuesta de imagen
- Desarrollar la propuesta de la imagen de comunicación

1.4 Hipótesis

Con la realización de una estrategia de comunicación, se logrará tener un valor social identitario a la comunidad alfarera de Acatlán de Osorio, Puebla.

1.5 Justificación

En Acatlán de Osorio la fabricación de artesanías es un recurso económico para los habitantes de esta zona, la falta de promoción, conocimiento sobre éstas y como la falta organización dentro de los alfareros está provocando sus bajas ventas. Los artesanos actualmente se ven estancados en la forma de comercializar su trabajo ya que sólo lo hacen dentro del municipio y están en dependencia de visitantes, siendo que ellos son uno de sus principales fuentes de ingreso, sumado a esto sufren por la venta de productos extranjeros de imitación o de fabricación industrial, provocando la pérdida de la elaboración original de la alfarería.

Por consiguiente una de las ideas principales es, además de concentrar las costumbres y tradiciones, es hacer crecer la alfarería acateca, ya que es una herencia prehispánica que aún se conserva, inclusive en su forma de elaboración rústica, siendo esta una actividad poco común, pero muy atractiva. Es por eso que al intervenir no sólo es por contribuir en que mejoren sus condiciones de vida, sino también fomentar la revaloración del trabajo artesanal entre la población en general fomentando su consumo.

Esta investigación es destacable por su pertinencia, relevancia, impacto, e importancia que brindará una aportación innovadora e importante, que responda a las necesidades y problemas ya detectados. Asimismo, se pretende contribuir de alguna manera, en la mejora de dicha actividad, buscando principalmente el beneficio de las organizaciones artesanas.

1.6 Perspectiva teórica

Dentro de las corrientes previamente analizadas, este proyecto se verá apoyado por la corriente de Rafael Alberto Pérez, el cual señala que todas aquellas personas que intervengan en el proyecto deberán ser consideradas. Así como también, dicho autor señala que el propósito principal es el de mejorar.

La línea de investigación para este proyecto es aplicada, ya que se pretende cumplir con el objetivo de generar una organización que sea de gran impacto. Nos servirá para proponer vías de solución aplicables a este problema y generar la transformación de este suceso. Además que esta línea está enfocada a la solución de una realidad con fines prácticos.

1.8 Perspectiva metodológica

Para el desarrollo de este proyecto se empleará un tipo de estudio cualitativo, el cual servirá para desarrollar relaciones, ganarse la confianza de los participantes y principalmente apoyarlos en la necesidad que tienen sobre el impacto de sus artesanías. Se basará en el registro y diagnóstico de algunos testimonios de alfareros que permitirá, conocer y comprender algunas de sus actitudes y comportamientos.

Aunado a esto, se pretende observar los eventos que se realicen, la detección de procesos sociales, la descripción actual del ambiente. Otra de las prioridades es analizar y describir sus ideas, creencias, significados, conocimientos y prácticas, así como datos sobre las historias de vida y las experiencias de ciertas personas.

Con estos resultados no se podrá estar seguro que los resultados sean definidos, sin embargo ayudarán para que los resultados alcancen una probabilidad alta.

II. MARCO CONTEXTUAL

2.1 Acatlán de Osorio, Puebla

Conocido también como “*La Perla de la Mixteca*” el municipio de Acatlán de Osorio se localiza en la parte del sur del estado de Puebla. Tiene sus orígenes en una de las culturas mesoamericanas, la cultura mixteca, la cual se desarrolló en los actuales estados de Guerrero, Oaxaca y Puebla, en donde geográficamente se distribuye en 3 regiones, la mixteca alta que comprende la región de altas montañas, la mixteca baja que comprende el noroeste de Oaxaca y como ya se mencionó, la parte sur del Estado de Puebla, en donde se encuentra la región de Acatlán, y por último la mixteca de la costa (Recuperado de acatlantlandeosorio.com.mx [en línea]).

En el siglo XII, el Tecutli Tizaa se establece con su tribu mixteca, dándole el nombre de Tizaa, ‘agua cenicienta’. Pero en 1445, Moctezuma Ilhuicamina conquistó a los mixtecos y cambió el nombre a Acatlán, nombre que proviene del náhuatl, “acatl”, carrizo y “tlán”, lugar, por lo que entendido etimológicamente significa “Lugar de carrizo o carrizal”. Consta de 28 localidades, algunas de las más destacada son Tetelcingo, San Bernardo, Tianguistengo, Barrio Santiago, Garzones, La Huerta, Las Nieves, Amititlán de Azueta, Hermenegildo Galeana e Ilamancingo.

Es un municipio con una comunidad alfarera con tradición prehispánica la cual refleja el cambio y la continuidad que ocurrió en muchos pueblos artesanales durante la segunda mitad del siglo XX. La innovación fue un proceso a través del cual se fueron adaptando las técnicas tradicionales a nuevas formas para consumidores urbanos, diferentes a las necesidades locales y regionales.

2.1.1 Población

De acuerdo con el último censo realizado por el INEGI, a nivel municipal en 2010 la población total es de 33865, de los cuales 15545 son hombres y 18320 son mujeres (INEGI, 2010).

2.1.2 Ubicación

Acatlán está ubicado a 1200 m/el nivel del mar, a los 18° 11’ 30’’ latitud norte, y a los 98° 2’ 30’’ latitud occidental meridiano de Greenwich. Se localiza en la parte sur del estado de Puebla al que pertenece, y está considerado como el pórtico de la mixteca poblana. Está limitado al norte por el municipio de Tepexi de Rodríguez; al sur y al este por el estado de

Oaxaca y al este por los distritos de Izúcar de Matamoros y Chiautla de Tapia. Acatlán cuenta con 2720.44 km² de superficie, correspondiendo 462.40 a la cabecera (Recuperado de: ww.raicesdelpuebloacatlan.blogspot.mx).

2.1.3 Clima

En esta región el clima es completamente cálido y seco, en dónde se intensifica el calor en los meses de abril y mayo, pero cuando se presentan las primeras lluvias se puede disfrutar de un clima agradable. Se presentan la transición de climas secos de la mixteca Baja, a los cálidos del valle. Se pueden identificar tres climas: Semicálido sub-húmedo, cálido sub-húmedo y el clima semiseco muy cálido.

2.2 ALFARERÍA

La alfarería es considerada una artesanía muy antigua en el mundo, que probablemente apareció hacia fines del neolítico superior como prueba de esto lo muestran vasijas y jarrones desenterrados en Asia y Europa.

De acuerdo con Daniel Rubín de la Borbolla en su libro “La cerámica y el vidrio desde Puebla”, el torno del alfarero y el vidriado coinciden con la aparición de las cerámicas egipcias más antigua, en donde se puede apreciar el trabajo de alfaría de la época es en la tumba que construyó Ramsés III.

Agrega que la alfarería fue y sigue siendo en algunas partes una artesanía vital, útil y de gran mérito estético en el continente americano. Aunque se desconocen como el indio americano hizo sus primeros ensayos como alfarero, en las cerámicas más antiguas y primitivas, hay indicios que la alfaría se ha practicado en América por lo menos desde el segundo milenio a.C.

Aparece como una artesanía con singularidad; como una de las formas expresivas del ser quehacer humano. Las más extraordinarias esculturas en barro modeladas a mano aparecen en casi todos los lugares del centro de México en el llamado periodo preclásico hacia 1800 a.C. Así mismo, Rubín de la Borbolla, asegura que Puebla fue la primera ciudad del Nuevo Mundo donde se usó el torno alfarero, y la única en donde se emplearon las herramientas y las técnicas de la alfarería española.

En la mayoría de los lugares de Puebla, el alfarero pasó del modelado a mano, con toda la facilidad que le daba esta materia altamente modelable y la libertad que le ofrecía

dicha técnica, al uso del molde de arcilla. Se considera que esta herramienta sustituyó la calidad por la cantidad.

La alfarería es una industria a la que se dedica una pequeña parte de los habitantes que han heredado de sus antecesores mixtecos y se han conservado hasta la fecha. Se debe señalar que en los últimos años, los artesanos de la arcilla han evolucionado notablemente este arte.

2.2.1 Artesanía

La artesanía representa parte esencial del patrimonio cultural, constituido por el cúmulo de creación que la memoria colectiva de la comunidad transmite de generación a generación. En su proceso de producción predomina el trabajo manual sobre el mecánico y se emplean técnicas que implican el conocimiento de determinadas materias primas y un gran adiestramiento (Moctezuma, 2002).

México posee una gran vocación en cuanto a la economía artesanal. La distribución territorial de esta actividad es muy amplia y cada uno de los estados se registra la producción. Aunque hay que destacar algunos estados: Distrito Federal, Puebla, Morelos, Michoacán, Guanajuato y Jalisco, todos estos sobresalen por la gran diversidad de artesanías que producen. Aunado a esto, Michoacán, Estado de México, Hidalgo, Puebla y Oaxaca concentran la mayor cantidad de localidades productoras. Asimismo, existe una fuerte semejanza con las entidades productoras y las de mayor proporción de población indígena, este hecho no permite olvidar el carácter cultural involucrado en la fabricación de artesanías.

Aún con lo mencionado anteriormente, México no cuenta con estadísticas precisas que encuadren la magnitud e importancia de la economía artesanal. De acuerdo a la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, en el Art. 124, no se considera a la actividad artesanal como una actividad de responsabilidad Federal, y por lo tanto es competencia de los Estados legislar en materia de artesanías, hecho que se ha cumplido de manera incipiente.

2.2.2 Artesanos

La historia es una herramienta clave para entender el origen de los artesanos actuales, la importancia de su trabajo y la crisis por la que está atravesando este sector. Como afirma

Victoria Novelo (2004), se pueden distinguir dos tipos en la conformación del artesanado mexicano actual: la indígena y la española.

Por un lado el grupo rural se refugió en unidades domésticas y conformó la mano del aprendiz en los oficios y talleres que eran permitidos por el monopolio español. Y por otro lado los de carácter humano, que principalmente estuvo encabezado por los españoles, estos tuvieron un estatus importante dentro de la sociedad colonial. Ambos grupos empezaron a producir con nuevas técnicas, pero son patrones estéticos y símbolos propios (Novelo, 2004).

La forma de producción artesanal ha perdurado, es decir los artesanos siguen siendo dueños del taller en algunos casos, obreros y aprendices sin la misma importancia de antes, pero resaltando su presencia en la estructura laboral como propietarios.

Cabe señalar que los artesanos rurales permanecieron en la misma situación sólo de la fuerza del trabajo familiar y ésta a su vez la combinaban con sus habilidades artesanales con la vida del campo. Este último grupo continúa hasta nuestros días, produciendo artesanías, ya que su producción sigue siendo socialmente necesaria en el esquema tradicional de intercambio comercial de muchas comunidades rurales-indígenas del país (Novelo, 2004).

Actualmente se identifican principalmente dos tipos de artesanos, los que son dueños de talleres artesanales modernos, es decir los que producen objetos decorativos y mobiliarios, éstos pueden ser de inspiración propia o de otros diseñadores y que en algunos casos producen en forma de maquila. Y por otro lado, los artesanos en los cuales nos enfocaremos en esta investigación son en su mayoría indígenas que fabrican las artesanías dentro del seno familiar en base a las técnicas que les han sido heredadas y que en su mayoría estos ingresos son generalmente para solventar sus gastos.

La producción artesanal es un componente importante, el cual representa un patrimonio cultural inmaterial de un pueblo. La UNESCO sostiene que la importancia de esta producción no radica en los productos artesanales por sí solos, sino la preservación de las competencias y los conocimientos que permiten la creación de éstos.

De acuerdo al tipo de trabajo que realizan los artesanos, éstos se encuentran en distintas regiones del país. Es posible identificar distintas tradiciones artesanales por región o grupo étnico de acuerdo al tipo de artesanía que realizan, ya que es un oficio heredado por

generaciones. En base a la información de la Encuesta Nacional de Ingreso y Gasto de los hogares de 2008, en dicho año había un total de 544,450 artesanos, de acuerdo con esta el 69% de los alfareros y trabajadores ceramistas habitan en una región.

2.2.2.1 Origen de los artesanos

Lo que se llama arte popular o manual, es una de las primeras manifestaciones del hombre como hombre creador de cultura. A lo largo de la evolución del ser humano, el trabajo manual sirvió al hombre primitivo a crear sus primeras herramientas, que en un principio le servían para cazar. Sus herramientas eran cada vez más elaboradas, sin duda alguna el trabajo manual les sirvió a los primitivos para comunicarse en grupo y en el momento cuando el ser humano adquirió consciencia de sí mismo y de sus ideas, expresó sus pensamiento y emociones por medio del arte popular (Levi-Strauss, 1996).

Cada grupo humano se ha encargado de crear sus propias referencias simbólicas, sus expectativas espirituales, con las que se van configurando historias locales y/o nacionales. México es un país que cuenta especialmente con una enorme aglutinación de historias locales y de grupos sociales que han desarrollado sus propias historias ya que la artesanía en México se ha manifestado de manera plural, como diversos son los grupos de creadores que la producen, es decir, existen comunidades a todo lo largo y ancho de México. El arte popular está enriquecido por tradiciones, creencias y supersticiones, ceremonias fetichistas que se transforman en artesanía, en este ámbito de los productos artesanales difícilmente se les permite ocupar el lugar que se merece.

La historia del arte mexicano, es la historia de encuentros y desencuentros de diversas culturas y de sus mecanismos de persistencia, resistencia y en este caso de asimilación de modelos artísticos ajenos que los creadores de arte han incorporado en su tarea, dentro de un largo proceso secular.

Durante el siglo XIX se experimentó una fuerte baja económica producto de la industrialización de los obreros, la competencia de productos extranjeros de baja calidad y vendidos a bajos precios similares a la producción nacional, y por la idea de incorporar al artesano al trabajo industrial como mano de obra barata capaz de producir iguales o mejores productos a precios más adecuados para la competencia internacional.

Afortunadamente una parte de artesanos pueden salvarse, debido a la demanda de artículos tradicionales locales, sin embargo un gran porcentaje ingresó a las fábricas.

Además se inició un interés científico, visual y pictórico, como el testimonio de obras de Antonio Peñafiel sobre la “talavera poblana”, exposiciones mexicanas en el extranjero, como en París y en Chicago, en las que se exhibieron “Curiosidades Mexicanas”. También, las nuevas vías del ferrocarril hacen que el país pueda conocer, admirar y comprar productos mexicanos de poblaciones alejadas, como la alfarería poblana, rebozos, sarapes de lana, se hace popular la cerámica de ‘barro de olor’, las mayólicas, arcones, jícaras, la platería, los rebozos de seda y de hilos muy finos, andados y tejidos, así como también se empiezan a hacer públicas las ferias regionales y al mismo tiempo comenzaron a aparecer pequeño establecimientos comerciales para la venta diaria y permanente de los objetos de producción artesanal.

Es así que se establecen talleres artesanales para experimentar el mejoramiento de los productos tradicionales y la elaboración de nuevos artículos, con el mejor aprovechamiento de materias primas locales; la revaloración de formas y elementos decorativos antiguos y la creación de nuevos elementos funcionales, ajustados a las formas de vida y necesidades de la población rural y urbana regional (Rubín de la Borbolla, 1974).

2.2.2.2 Artesanos en Puebla

De acuerdo a un artículo publicado en línea de la cultura en Puebla, señala que es incierto encontrar un número que diga cuantos artesanos hay en un estado como Puebla, ya que las cifras difieren en muchos miles y es preferente asumir que no se tiene idea de cuántos son; En 2008, el Instituto de Artesanías e Industrias Populares intentó realizar un registro e incluso inicio un proceso de credencialización, pero sólo logró reunir a tres mil artesanos.

Aunado a esto el Instituto de Información Cultural del Conaculta registraba a nivel nacional 28 mil personas artesanas, señalando en el Estado de Puebla oficialmente a 820 personas, pero basta con acercarnos a la comunidad de San Miguel Tenextatiloyan, por poner un ejemplo para poder apreciar que esas cifras están lejos de la realidad.

Por otro lado, el Instituto de Artesanías e Industrias Populares del Estado de Puebla (IAIP) arriesgó ese año otras cifras; dicho instituto tenía un padrón de 12 mil artesanos en Puebla, aunque se estimaba que existían 30 mil, sin embargo acepta que existían unos 120 mil que dividen su actividad entre la artesanía y el trabajo agrícola, ganadero u otro. Sin embargo, si se acude a alguno de los numerosos pueblos de artesanos del estado, el número de los habitantes que se dedican a la artesanía es abrumador.

Cabe destacar que de acuerdo con fuentes del INEGI y Casa del Artesano, en Puebla existen 5 mil productos artesanales los cuales están divididos en 17 ramas importantes:

- Alfarería de la Mixteca y la Sierra Norte: barro bruñido de Acatlán de Osorio.
- Barro Policromado: Izúcar de Matamoros
- Barro Vidriado: Zapotitlán Salinas y Zautla, entre Libres y Zacapoaxtla, San Miguel Tenextatiloyan, Emilio Carranza, Atlixco, Tetela de Ocampo, Cuatempan, Xochitelpen, Actempan y Cohuecan.
- Cerámica Mayólica o Talavera: Puebla
- Talabartería: Zacapoaxtla, Xochitlán de Vicente Suárez.
- Jarcería: Cuetzalan y Zacapoaxtla
- Ónix y Mármol: Tecali de Herrera, Tepexi de Rodríguez y Tehuacán.
- Fibras vegetales: Xicotlacoyan (con palma), Naupan, Chigmecatitlán y Huatlatlauca (con cestería), Pahuatlán (con papel amate) y Zacatlán, Huachinango e Ixtacamaztitlán (con muebles de madera).
- Vidrio soplado: Puebla.
- Textiles: Hueyepan y Cuetzalan (huipiles y chales).
- Figuras de barro: Amozoc.
- Esferas de navidad: Chignahuapan.
- Bordado de chaquira: San Pablito.
- Figuras de Piedra: El Seco.

2.3 Producción artesanal

Es la fabricación manual de los objetos con la mínima utilización de herramientas que sirven como auxiliar, pero no como la principal forma de elaboración, es decir, la mano de obra del hombre no puede ser sustituida por ningún tipo de instrumento. Asimismo, son objetos utilitarios, que se caracterizan por un elemento lúdico, poético, artístico, estético y funcional. De tal manera que el arte popular resulta ser la primera expresión de la capacidad creativa y cultural del hombre (Marín de Paalen, 1976).

La influencia de numerosos grupos sociales de orígenes diferentes se puede apreciar en las expresiones artísticas de la sociedad local, que gradualmente se forman diversos conglomerados sociales con sus respectivas formas de expresión y de atención a sus

necesidades de acuerdo a usos y costumbres. Es así, como las localidades se distinguen por alguna producción peculiar, entre las que podemos destacar:

- Puebla: Alfarería, rebozos de manta, telas de algodón y sarapes de lana.
- Tonalá: Barro de olor
- Dolores de Hidalgo, Guanajuato, Aguascalientes: Loza de esmalte metálico.
- Saltillo, San Luis de la Paz, San Miguel de Allende: Sarapes
- Chiapa de Corzo, Pátzcuaro y Uruapan: ateads, arcones, jícaras y cajitas
- Región del Bajío: Deshilados
- Puebla, Zacapoxtla y Oaxaca: Platería
- Santa María del Río, Zapopan, Cholula y Oaxaca: Rebozos de seda y de hilos muy finos, anudados y tejidos (Marín de Paalen, 1976).

2.3.1 Formas de producción artesanal

En México existen actualmente cuatro formas básicas de producción artesanal que han persistido con el paso del tiempo, estas formas son:

- Forma familiar de producción

Esta forma es característica de las áreas rurales. La práctica de este oficio es transmitido de generación en generación dentro de la familia, el trabajo es dividido principalmente por sexo y edad, es decir, dividir las tareas que estén a cargo de los hombres, mujeres, los niños y los ancianos. El tipo de herramientas que utilizan son muy sencillas y en su mayoría son fabricadas por la familia, sin embargo, la materia prima es comprada a distintos comerciantes, esto ocasiona que en numerosas veces estas familias se ven endeudadas al no poder pagar inmediatamente los precios de estos materiales debido a sus bajos ingresos.

- Taller individual

Este tipo de talleres se asemejan bastante a los que existían en la época medieval, existen aún tanto en ciudades como en pueblos. En esta forma de producción, el maestro del oficio conoce todo el proceso, pero puede ser ayudado por un aprendiz, por esta razón la producción es mínima y para el consumo limitado. La mayoría de talleres individuales se dedican a la fabricación de joyería, platería, ebanistería, herrería, fundición de campanas, tallados de madera, etc.

- Taller con obreros

En este tipo de talleres se suman más personas a la producción, puede ser de manera permanente o temporal, añadiendo más equipo y herramientas para la fabricación de objetos. El dueño es el maestro del oficio, y quien además de realizar el trabajo, también lo reparte entre sus ayudantes. Aunque hay varias personas trabajando en el lugar, el trabajo no es dividido en partes de producción, por lo que cada uno de los artesanos conoce el trabajo en su totalidad.

- Manufactura

Reúne a obreros especialistas en operaciones parciales del trabajo. A pesar de que se conserva el carácter manual de producción, ya se utilizan herramientas de trabajo con las que los trabajadores realizan cada parte correspondiente del proceso, es decir, cada obrero depende de una cadena de operaciones a cargo de diferentes trabajadores. En estas unidades ya no hay artesano que trabaje con ellos, sino un patrón. Las principales manufacturas existentes son las de vidrio, de tejido, de cerámica, de confección de ropa o calzado. (Novelo, 1996).

La mayoría de las artesanías de uso común y cotidiano son producidas en los talleres familiares o en los del artesano maestro, lo que ahí se fabrica se dirige al consumo popular, es decir, para cubrir necesidades elementales. Algunos de los principales productos fabricados son: loza de barro, sombrero, petates, huaraches, muebles y bordados.

2.3.2 Subsistencia de la producción artesanal

En la mayoría de los proyectos en los que existe una producción artesanal no se logran generar las suficientes ganancias para poder cubrir los costos de producción, ya que los artesanos, en su mayoría venden a precios muy bajos. Su trabajo, su producción y venta se crean para el intercambio en una economía de trueque, en donde no se ha establecido claramente un valor económico al trabajo.

Aunque existen algunos artesanos y grupos de artesanos que han decidido ampliar su escala de producción ya que su actividad artesanal, en la mayoría de los casos, sus ganancias son el sustento en su economía familiar. Aunado a esto enfrentan obstáculos como la oferta escasa de financiamiento y asesoría para fortalecer sus formas de producción y comercialización, es decir, en las localidades en donde residen los artesanos no existen

instituciones de crédito, es por eso que los artesanos deben generar estrategias para poder formar financiar su propia producción.

Es importante resaltar que si por algo ha subsistido la producción artesanal ha sido porque las fabricas no pueden producir objetos con el valor simbólico que representa en las costumbres, tradiciones y rituales de un pueblo. Otra razón es porque las artesanías no pueden ser industrializadas y porque muchos consumidores prefieren adquirir por el trabajo manual y artístico de éstas.

Con lo anterior mencionado, encontramos que la demanda de las artesanías depende de factores muy concretos, como el uso cotidiano de las comunidades productoras, el comercio de artesanías, el coleccionismo de arte popular y el turismo. Aunado a esto se investigará si esto está relacionado con la ubicación geográfica de la localidad en dónde se exponen para su venta, y si esto provoca la dificultad de posibilidades para diversificar su mercado.

2.4 Valoración Insuficiente De Las Artesanías

Existen dos tipos de clasificación de los productos artesanales, por un lado se encuentran las llamadas artesanías, estas son las típicas, tradicionales, indígenas, las que principalmente están dirigidas al turismo y otras, al consumo popular. Por otro lado, existe una gama de productos relacionados con la vida cotidiana y que éstos no se asocian con la vida cotidiana y que no necesariamente se encuentran relacionados con el circuito turístico o al comercio cultural, sino más bien están dirigidos al consumo local. La frontera entre ambos tipos de consumo es flexible y permeable (Novelo: 2004).

La clasificación mencionada, puede ser de dos formas, como objeto de valor cultural, tradicional o como un objeto de uso cotidiano para satisfacer alguna necesidad.

2.4.1 Pérdida del oficio del artesano

Uno de los efectos que ha causado que los artesanos no tengan las condiciones para poder generar ingresos sostenibles con su actividad, es la desaparición paulatina de este oficio. Es así como la producción artesanal al no generar ganancias y no permitir al artesano generar mayores ingresos para poder mejorar sus condiciones, muchos artesanos han preferido dejar su trabajo de artesanos y dedicarse a actividades más rentables. Aunado a esto algunos artesanos se han visto en la necesidad de modificar sus técnicas tradicionales de producción

en base a las demandas del mercado, esto debido a que los artesanos buscan opciones para que su trabajo pueda generarles mayores ingresos.

Según un informe de la UNESCO señala que en muchas tradiciones artesanales existen “secretos de oficio”, es decir que no debe enseñar a extraños y si a los miembros de la familia no les interesa aprenderlos, estos conocimientos pueden llegar a desaparecer, ya que al compartirlos con extraños sería traicionar la tradición.

El no poder generar los recursos suficientes para poder costear gastos, ha provocado la pérdida de patrimonio, especialmente imprevistos ante bajas en la actividad económica. Así mismo, se puede comprobar la falta de oportunidades que se ofrecen a los pequeños productores artesanales como para acceder a opciones de desarrollo tecnológico o esquemas de transferencia, como también la falta de asistencia en materia de competitividad. Asimismo, la ubicación y en algunos casos la lejanía de las comunidades donde se encuentran, muchas veces los artesanos aun no cuentan con la información adecuada para la toma de decisiones en cuanto a producción, precios, volúmenes de producción y mercados.

III. MARCO TEÓRICO

Dado que el enfoque central de esta tesina está dirigido a la alfarería acateca en donde se abordará una dimensión simbólica-cultural, será necesario plantear algunos parámetros que sirvan de ejes conceptuales. Para empezar, la definición de artesanía es un asunto que ha generado un gran debate por parte de los teóricos y estudiosos del tema. En algunos textos se aprecia cómo es que la mayoría de los casos se buscan elementos que ayuden a comprender las diferencias y similitudes con otros procesos con los que se interconecta, junta o limita. Es por eso que en el presente documento se comenzará con hacer referencia a la artesanía.

3.1 Artesanía

De acuerdo a un artículo de la Revista Cultura y Desarrollo, se dice que para comprender la medida en que la artesanía puede ser vista como un factor de desarrollo humano; en primera instancia hay que referirnos al alcance del concepto, en donde no se entiende por artesanía no solo el objeto de una manera aislada, sino como un tipo de actividad en la que se involucran elementos económicos, técnicos, productivos, comerciales, sociales, estéticos y culturales de gran complejidad y que se desarrolla por lo general integrada o en espacios aledaños con otras expresiones de arte y la cultura, así como a la propia producción industrial. Es por eso que la artesanía analizada desde una dimensión económica posee una dinámica que abarca las etapas de creación-producción, circulación y consumo y se vincula con otros fenómenos críticos del contexto social actual.

Muchísimas producciones artesanales del mundo se han visto desplazadas de su papel central en las culturas y las economías por los procesos industriales, pero también han encontrado nuevos roles, como artículos para turistas o para el segmento del mercado conocido como, artesanía.

Las antiguas técnicas y formas que sobreviven y se adaptan se añaden continuamente nuevas competencias y aplicaciones. Este esquema de evolución histórica se desprende bastante confusión a la hora de entender el diseño. No obstante, lo que resulta confuso puede verse también como un potencial de riqueza y adaptabilidad, dado que existe un marco capaz de comprender la diversidad.

3.1.1 Artesanía como factor de desarrollo social

Por otro lado, desde la perspectiva social, existen problemas que se derivan de los estratos y clases sociales a los que pertenecen los maestros artesanos como pueden ser la marginalidad, la discriminación y particularmente la discriminación de género en el caso de la mujer y el desempleo por sólo citar algunos de los factores que ya están afectando al sector artesano y que las nuevas circunstancias tienden a un mayor agravamiento y deterioro.

La artesanía debe ser vista en toda su amplitud e integralidad como un concepto completo que comprende todos los elementos que tipifican la actividad humana:

Es una forma de actividad práctico-espiritual es decir una forma de trabajo que tiene la peculiaridad de conservar la unidad primigenia entre lo bello y lo útil característico de muchas producciones anteriores a la revolución industrial y que se realizaban a partir de un encargo, atendiendo a la satisfacción de su doble función estético y utilitaria (Benítez, 2009, p. 7).

Es importante resaltar que generalmente el objeto artesanal es visto como una producción accesoria sin impacto social. Sin embargo, la producción artesanal constituye la primera forma de actividad transformadora del hombre, la primera forma de producción que se remonta a sus orígenes mismos de la especie humana, cuando no existía una diferenciación ni especialización entre la actividad material y espiritual, sino lo que se ha dado en llamar el complejo sincrético cultural del hombre primitivo.

Existe un factor que se toma como parámetro para distinguir las producciones artesanales, el factor técnico, es decir, el procedimiento que se ha seguido en la elaboración del objeto y que permite distinguir si éste ha sido manual o industrial. En la creación artesanal interviene el dominio de determinadas técnicas y habilidades manuales que pueden conservarse con muy poca modificación a través del tiempo o evolucionar e incorporar los avances de la ciencia y la técnica.

Así mismo, la artesanía dentro de sus prácticas formadoras tiene su especificidad pedagógica, la del aprender haciendo, es decir, que combina el aprendizaje y la práctica creativa, que esto no es solo importante para el desarrollo de las técnicas artesanales, sino que su uso es más universal, y que permite un desarrollo de destreza manual que forma parte del desarrollo de las habilidades humanas que luego se pueden proyectar en diversos

escenarios, en la producción y la solución de múltiples problemas y retos que planea la vida cotidiana.

3.1.2 Artesanía como factor de desarrollo económico

Por otro lado, Canclini (1989) en su libro “Las culturas populares en el capitalismo” señala que se ha intentado definir lo específico de las artesanías a partir de análisis económicos que sólo toman en cuenta los procesos de trabajo más no, el significado de que se forma en el consumo o el tipo de subordinación económica al capitalismo pero sin considerar el papel de lo cultural en esa caracterización.

Aunado a esto las artesanías subsisten y crecen porque cumplen funciones en la reproducción social y la división del trabajo necesarias para la expansión del capitalismo. Para explicar su persistencia hay que analizar, dentro del actual ciclo de reproducción del capital económico y cultura en los países dependientes, qué funciones cumplen las artesanías, no contra la lógica capitalista sino como parte de ella.

Según Canclini, en su libro dice acerca de las artesanías:

Las vasijas producidas por comunidades indígenas según las reglas de producción manual y el predominio del valor de uso de una economía casi de auto subsistencia, luego son vendidas en un mercado urbano de acuerdo con su valor de cambio y finalmente compradas por turistas extranjeros por su valor estético (Canclini, 1982, p. 48).

Al mismo tiempo, dado el carácter empobrecido y estacional de la producción agrícola, las artesanías aparecen como recurso complementario apropiado y en algunos pueblos se convierten en la principal fuente de ingresos. Es así que las artesanías pueden colaborar en esta revitalización del consumo, ya que introducen en la serialidad industrial y urbana, con un bajo costo, diseños novedosos y cierta variedad que permiten a la vez diferenciarse individualmente y establecer relaciones simbólicas con modos más simples de vida, con una naturaleza añorada por los artesanos que representa esa cercanía perdida.

3.1.3 Artesanía como factor de desarrollo cultural

Cabe destacar que la principal función de las artesanías se cumple en relación con los habitantes del país o región que las produce. Los productos artesanales son también, desde hace siglos, manifestaciones culturales y económicas de los grupos indígenas. Esta doble inscripción histórica, es un proceso que viene desde las sociedades precolombinas y

estructurales, en la lógica actual del capitalismo dependiente, es lo que genera su aspecto híbrido.

Por lo tanto las artesanías conservan una relación más compleja entre su origen y su destino, ya que al mismo tiempo son un fenómeno económico y estético, que no es capitalista por su elaboración manual y sus diseños, pero que está insertado en el capitalismo como mercancía, en donde los mercados locales se vuelven una bisagra para poder articular la economía campesina con el sistema capitalista nacional e internacional (Benítez, 2009).

3.2 CULTURA

Un punto principal dentro de esta tesina es mencionar el tema de cultura, que de acuerdo con las premisas que estableció Geertz, asume que las culturas son realidades socialmente construidas que requieren aceptación de los miembros de un grupo y que es posible estudiarlas a través de la interpretación simbólica. Además, el uso y la interpretación de los símbolos culturales permiten a los miembros de una organización crear y mantener su Identidad Organizacional, con lo que los elementos simbólicos cumplen una función específica al interior de la organización (Morgan Beltrán, s.f).

Es necesario entender a la Cultura como un conjunto de elementos que puede construirse y reconstruirse en el tiempo, es por eso que la cultura puede decirse que es dinámica, ya que está en constante cambio, adaptación y reestructuración. Por lo tanto no puede ser estática ni detenerse en el tiempo y aunque no cambia con rapidez como lo hacen otros elementos del entorno, como los aspectos tecnológicos y productivos, si cambia de fondo.

De acuerdo con Hatch (1997), la cultura se sustenta en cuatro elementos, los cuales están relacionados mediante los procesos concurrentes de la manifestación, realización, simbolización e interpretación:

- *Artefacto*: Lo visible, lo tangible, lo audible del comportamiento basado en las normas culturales, valores y creencias.
- *Valores*: Principios sociales, objetivos, estándares que están dentro de una cultura como intrínsecos, constituyen la base de los juicios de lo que está bien y lo que está mal, lo cual es referido como moral o ético.

- *Supuestos*: Representan lo que los miembros creen que es realidad así como la manera en la que ellos perciben y como se sienten y piensan.
- *Símbolos*: Asociación con algún concepto o significado más amplio, entonces el símbolo tiene dos formas una tangible y un significado con el cual es asociado (Hatch, 1997, pp. 28-29).

Los estudios sobre la cultura organizacional tienen diferencias en cuanto a la forma de abordar el objeto de estudio: lo cultural. Los diferentes ángulos y posturas se deben fundamentalmente a dos razones: los factores sociales y económicos (efectividad, control, productividad, preocupación por las transformaciones sociales) y el rompimiento de los métodos tradicionales. Esto ha creado controversia y actualmente se puede encontrar investigadores enfocados estrictamente a la parte práctica y de ejecución en las organizaciones.

Por otro lado, Canclini, en su libro “Culturas Populares en el Capitalismo” señala que:

La cultura se caracteriza con un tipo particular de producción cuyo fin es comprender, reproducir y transformar la estructura social y luchar por la hegemonía (Canclini, 1989, p. 26).

Así mismo, considera como parte de la cultura a todas las actividades humanas, materiales e ideales, incluso aquellas prácticas o creencias antes juzgadas como manifestaciones de ignorancia. Todas las culturas, por elementales que sean, se hallan estructuradas, ya que poseen coherencia y sentido dentro de sí. Si bien, cada sociedad tiene sus particularidades, es posible comparar unas con otras porque se comparten una lógica social e intelectual común.

Otra definición que maneja dicho autor, sobre cultura es:

Producción de fenómenos que contribuyen, mediante la representación o reelaboración simbólica de las estructuras materiales, a comprender, reproducir o transformar el sistema social, es decir todas las prácticas e instituciones dedicadas a la administración, renovación y reestructuración del sentido (Canclini, 1989, p. 41).

Aunado a esto en el libro “Diseño en la vida cotidiana” toma una visión más generalizada de la cultura como:

Conjunto de colores compartidos por una comunidad. En este sentido, la cultura es la forma de vida distintiva de los grupos sociales (Heskett, 2005, 47).

Dicho lo anterior, nos referimos a que la cultura no sólo representa a la sociedad, sino que también cumple, dentro de las necesidades de producción de sentido, la función de reelaborar las estructuras sociales e imaginar nuevas, además la cultura representa las relaciones de producción y contribuye a reproducirlas, transformarlas e inventar otras.

Es importante resaltar que Alberto M. Cirese, menciona que lo que constituye la popularidad de un hecho cultural es la relación histórica, de la diferencia o de contraste, respecto de otros hechos culturales. Por otro lado, dentro de la producción, circulación y el consumo de las artesanías, en las transformaciones de las fiestas, se puede examinar la función económica de los hechos culturales, es decir, ser instrumentos para la reproducción social.

Es en este punto en donde encontramos la dificultad de establecer la identidad de las artesanías y sus límites, en donde los productos que son juzgados como artesanales se modifican al relacionarse con el mercado capitalista, el turismo, la industria cultural, con formas modernas de arte, comunicación y recreación, es aquí donde el problema padece una crisis de identidad generalizada en las sociedades actuales, que en el campo son las artesanías, también denominadas arte de masas que corresponde a las artesanías de los campesinos.

Cabe destacar que algunas fábricas recurren a diseños autóctonos para su producción industrial, y hay algunos artesanos que llegan a incorporar a sus objetos iconografía del arte culto o de los medios masivos, un ejemplo claro de esto son los zapotecos, de Tecotitlán del Valle en Oaxaca, ellos tejen sus sarapes con imágenes de Klee y Picasso, que posteriormente los exponen en negocios urbanos y en mercados rurales que mezclan sus artesanías con otros productos que son industriales.

Dicho lo anterior se deduce la diferencia que existe entre un obrero urbano, que es el que ve su profesión como un resultado de una elección individual, de acuerdo a las oportunidades ocupacionales, mientras que el miembro de una comunidad indígena que se dedica a producir artesanías, piensa que su identidad laboral está determinada desde la colectividad, y ésta esta derivada a la pertinencia global, cultural y económica de su grupo, más no de su inserción personal en las relaciones de producción.

3.2.1 Industria cultural

Es importante que dentro de este documento se haga mención de la industria cultural, ya que actualmente la cultura señala hoy todo con un rasgo de semejanza, es decir, el radio, el cine y revistas constituyen un sistema. Cada sector esta armonizado en sí mismo y todos entre ellos, cabe destacar que en la industria cultural lleva a cabo el esquematismo como primer servicio al cliente. En el alma, según Kant, debía actuar un mecanismo secreto que prepara ya los datos inmediatos de tal modo que puedan adaptarse al sistema de la razón pura.

También existe la violencia de la sociedad industrial que actúa en los hombres de una vez por todas. Los productos de la industria cultural pueden contar con ser consumidores alegremente incluso en un estado de dispersión. La industria cultural, fija efectivamente, mediante sus prohibiciones, su propio lenguaje, son su sintaxis y su vocabulario, pero todo lo que se dice y la forma en que se dice debe poder ser controlado en relación con el lenguaje de la vida ordinaria, como el positivismo lógico.

Asimismo, existe un concepto que fue revelado dentro la industria cultural, el “estilo auténtico” que es equivalente al estético del dominio, la idea de este estilo es la coherencia puramente estética es una fantasía retrospectiva de los románticos.

De acuerdo con Adorno y Horkheimer, en toda obra de arte el estilo es una promesa y en la medida en que lo se expresa entra, en las formas dominantes de la universidad, en el lenguaje musical, pictórico o verbal, debería reconciliarse con la idea de la verdadera universidad. La industria cultural, absolutiza la imitación, en donde reduce al mero estilo, revela el secreto de éste:

La obediencia a la jerarquía social. La barbarie estética cumple hoy la amenaza que pesa sobre las creaciones espirituales desde que comenzaron a ser reunidas y neutralizadas como la cultural. Hablar de cultura ha estado siempre contra la cultura (Horkheimer, 2013, 7).

Aunado a esto, la producción material, el mecanismo de la oferta y la demanda se hallan en vías de disolución, dicho mecanismo actúa en la superestructura como control en favor de los que dominan. La industria se adopta a los deseos por ella misma pensados, sin embargo nada debe quedar como estaba, todo debe transcurrir incesantemente, es decir, estar en movimiento.

La industria cultural puede jactarse de haber llevado a cabo con energía y de haber fundado en principio la a menudo, torpe transportación del arte en el mundo del consumo y de haber liberado a la diversión de sus ingenuidades más molestas y de haber mejorado la confección de las mercancías.

Se considera a la industria cultural, como la industria de la diversión, siendo así, el placer se petrifica en aburrimiento ya que para seguir siendo tal, no debe costar esfuerzos y debe por tanto moverse específicamente en el carril de las asociaciones habituales, ya que el espectador no debe necesitar de ningún pensamiento propio ya que el producto debe prescribir toda reacción, no en virtud de su contexto objetivo, sino a través de señales. Es decir, toda conexión lógica que requiera esfuerzo intelectual es cuidadosamente evitada, los desarrollos deben seguir, en la medida de lo posible, de la situación inmediatamente anterior, y no de la idea del todo.

Por lo tanto, la industria cultural, no sólo hace comprender que su engaño es el cumplimiento de lo prometido, sino que además debe contentarse en cualquier caso con lo que se ofrece. Por lo tanto, el engaño no reside en que la industria cultural brinda distracción, sino que echa a perder el placer al quedar ligada, por su celo comercial, a los clichés de la cultura que liquida a sí misma. Esta industria tiene que prometer que es capaz de mostrar la vida llena de sentido, tanto más vacía se vuelve necesariamente la ideología que ella difunde.

Esta industria tiende a presentarse como un conjunto de proposiciones protocolarias y así justamente como profeta irrefutable en lo existente, sin embargo, también refleja la asistencia positiva y negativa a los administrados como solidaridad inmediata de los hombres en el mundo de los fuertes y capaces.

Aunado a esto, y de vital importancia es que la cultura industrializada enseña e inculca la condición que es preciso observar para poder tolerar de algún modo la vida despiadada.

Un punto que hay que resaltar, ya que este es el enfoque de esta tesina, es que para la industria cultural, el valor de uso del arte, su ser, es para ellos un fetiche, y el fetiche, su valoración social, que ellos confunden con la escala objetiva de las obras, se convierte en su único valor de uso, en la única cualidad de la que son capaces de disfrutar, es decir, el arte

es una especie de mercancía, preparada, registrada, asimilada a la producción industrial, adquirible y fungible.

La cultura es una mercancía paradójica. Se halla hasta tal punto que sujeta a la ley del intercambio que ya ni siquiera es intercambiada; se disuelve tan ciegamente en el uso mismo que ya no es posible utilizarla, por ello se funde en la publicidad.

Y un poco hablando de publicidad, actualmente se puede considerar como un principio negativo o un dispositivo de bloqueo, ya que todo lo que no lleva su sello es económicamente sospechoso. Pero al mismo tiempo la publicidad universal no es absolutamente necesaria para hacer conocer a la gente los productos, a los que la oferta se halla ya de por sí limitada, sólo indirectamente sirve a la venta.

La publicidad se convierte en el arte por excelencia, con el cual Goebbels, lleno de olfato, la había ya identificado, el arte por el arte, publicidad por sí misma, pura exposición del poder social.

Para esta industria la personalidad no significa más que dientes blancos y libertad frente al sudor y las emociones. Es el triunfo de la publicidad en la industria cultural, la mimesis compulsiva de los consumidores hacia las mercancías culturales, desenmascaradas ya en su significado.

Se puede concluir que Horkheimer y Adorno, proponen una imagen del proceso de recepción y consumo de los productos de la industria cultural excesivamente lineal, es decir, una cosa es demostrar que los productos de la industria cultural se caracterizan por formatos uniformes, y otra es demostrar que, al recibir y consumir tales productos, los individuos se ven forzados a actuar de manera imitativa y conformista, o actuar de un modo que sirve en general para atarlos al orden social, aunado a esto, se lleva a la falsa creencia de imaginar que las características de un mensaje o producto simbólico pueden tener un efecto directo sobre el público en el momento de su consumo.

3.1.7 Identidad Cultural

De acuerdo con Daniel Scheinsohn en su libro “Comunicación estratégica Management y Fundamentos de la Imagen Corporativa” dice que la noción de identidad se refiere a:

La condición misma de cada cosa y encierra una interdependencia de tres elementos que la determinan: la forma, la función y la sustancia (Scheinsohn, 1993, p. 53).

Así mismo la comunicación estratégica entiende a la identidad corporativa como a una representación ideológica que, a partir de un sistema paradigmático de signos, genera sinergismo en la comunicación.

Se pueden utilizar objetos y entornos para construir ciertos signos que identifiquen quienes somos, para poder expresar la idea que tenemos de nuestra identidad. Sin embargo, la construcción de identidad va mucho más allá de la expresión de quienes somos, es decir crear una determinada imagen y un significado con la finalidad de sustituir lo que los demás perciben y entienden.

Debido a esto, se sugiere que las industrias deberían responder a las diferentes necesidades culturales en formas que ayuden a mejorar la calidad de vida, como por ejemplo, diseñando productos y servicios accesibles, adecuados, comprensibles y placenteros, y que puedan integrarse en sus costumbres.

Es necesario hacer énfasis que existe una continua confusión entre imagen e identidad, y como lo señala Heskett, en su libro *Diseño en la vida cotidiana*:

La primera se refiere a la imagería visual que permite a los clientes reconocer fácilmente a una empresa determinada, una función obviamente deseable y necesaria; pero la segunda se refiere a cómo llega esa imagen a los clientes, o a las expectativas que éstos tienen de la compañía (Heskett, 2005, p. 141).

3.3 COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA

Es claro que la comunicación estratégica pretende asumir una perspectiva distintiva, en donde Daniel Scheinsohn en su Artículo “El poder de la comunicación estratégica” empezó a platear desde hace 25 años y dice:

Hacer que las cosas que han de suceder efectivamente sucedan de la mejor manera posible (Scheinsohn, 2011, pp. 16).

En dicho artículo se entiende que la organización es un medio complejo dinamizado y que opera junto con la interacción de actores dentro de alguna situación, en donde éstos a su vez determinan las decisiones y logros de una organización, y en cada organización establece diferentes espacios para un encuentro con el público, y que a partir de éstos pretenderá alcanzar sus anhelos, en el caso de esta tesina se haremos alusión a las tres diferentes organizaciones que conformadas los grupos de artesanos.

Al mismo tiempo, todas las personas que están involucradas dentro de la organización deben ser capaces de colaborar con las de competitividad organizacional sistémica, en donde se deben emplear nuevas realidades y nuevos desafíos en los que se imputan nuevas soluciones.

En este documento, se hará alusión a que cada organización construye su “ser” en lo que expresa, en su hacer, sentir y pensar, ante los públicos y ante si misma.

En conclusión, para que las cosas sucedan se necesita diseñar la realidad y provocar una transformación a la idea principal.

3.3.1 Teoría de la comunicación

Esta teoría se especializa en las prácticas interactivas de los seres vivos, que supone un esfuerzo de los actores orientado a controlar mediante la información, el intercambio energético en el sistema. Asimismo esta teoría para poder reflexionar sobre la clase de intercambio que se realiza en la interacción comunicativa, debe tomar en cuenta las materias, las energías, los animales irracionales y racionales y las obras materiales y culturales de la sociedad humana, las cuales cada una de ellas forma parte del objeto material de esta teoría (Serrano, Piñuel, Gracia, Arias, 1982).

En el libro, Teoría de la comunicación, los autores señalan:

La teoría de la comunicación está interesada en explicar cómo el ser vivo controla su entorno mediante el recurso de la información (Serrano, Piñuel, Gracia, Arias, 1982, p. 86).

Aunado a esto la teoría de la comunicación, tiene coincidencias y diferencias entre otras ciencias, pero dentro de las que competen para este estudio, son las ciencias Sociales o las Ciencias de la Cultura, de las cuales mencionaremos sus características:

Comparte con las Ciencias Sociales (antropología, psicología social, sociología), el estudio de las relaciones sociales en los grupos humanos, dado que esas relaciones se efectúan mediante procesos de intercambio de información y afectan al desarrollo de ese intercambio; y coincide de igual manera con estas ciencias en el estudio de las organizaciones, pero se interesa en ellas en cuanto a sistemas comunicativos.

Mientras que, con las Ciencias de la Cultura, comparte el estudio de los valores y de los productos materiales e ideales que los encarnan, tal como aparecen objetivados en las prácticas jurídicas, religiosas, estéticas, lúdicas, de la enseñanza, de la comunicación o del consumo; pero se preocupa por los valores y normas en cuanto a modelos comunicativos de representación del mundo; así como también se encarga de los objetos que encarnan esas representaciones en cuanto expresiones comunicativas (Serrano, Piñuel, Gracia, Arias, 1982).

3.2.1 Teoría del valor

Esta teoría es una teoría general del trabajo dentro de la economía mercantil y no una investigación metafísica sobre el valor puro del producto, ya que el valor mismo es una categoría que pertenece específicamente a la economía mercantil. El objetivo general de Marx es, ver cómo necesariamente los productos del trabajo aparecen dentro de la economía mercantil como productos clave de valor y cómo se basan en el hecho de que las relaciones sociales de trabajo se codifican en propiedades de los productos del mismo.

La forma de valor es la característica fundamental de la intercambiabilidad de los productos del trabajo, es la forma mercancía, la cual adoptan los productos en una sociedad mercantil. El valor, por lo tanto, no es idéntico al trabajo. Marx afirma que el secreto del valor está en la igualdad entre los hombres y que esta igualdad entre todos los hombres ha

de estar extendida lo suficientemente, como para que el producto de sus trabajos privados sea considerado equivalente, intercambiable y, por tanto, mercancía.

En el mercado, los productores de mercancía igualan sus trabajos mediante el intercambio de sus productos como cosas de valor. Este proceso se conoce como trabajo social, el cual consiste en una abstracción de todas las propiedades concretas de cada actividad laboral y desemboca en el concepto de trabajo abstracto, el cual según Marx, es la sustancia del valor.

En su libro *Capital*, Marx, indica que el trabajo abstracto es el gasto de la energía humana en un sentido fisiológico, de lo cual señala:

Si se prescinde del carácter determinado de la actividad productiva y por tanto del carácter útil del trabajo, lo que subsiste de éste es el ser un gasto de fuerza de trabajo humano. Aunque actividades productivas cualitativamente diferentes, el trabajo del sastre y el del tejedor son ambos gasto productivo del cerebro, músculo, nervio, mano, etc., humanos, y en este sentido uno y otro son trabajo humano (Marx, 2009, p. 59).

Ésta y otras afirmaciones parecidas pueden despertar la impresión de que el trabajo abstracto es trabajo en sentido general, como gasto de energía humana y que en este sentido es este trabajo creador de valor.

Para concluir, la teoría del valor analiza el carácter y la organización que adquiere el trabajo en una economía de mercado así como las relaciones sociales entre productores de mercancías, donde la sociedad capitalista no es simplemente una economía de mercado, se trata de una forma de producción, cuyo principal motor es la acumulación de plusvalía en todas sus formas.

3.2.3 Cultura organizacional

La perspectiva social-económica, también es de suma importancia, ya que desde estos aspectos, podemos ahora entender el efecto que tuvo en las empresas y que ha tenido para conformar lo que hoy en día se conoce como cultura organizacional en las empresas.

La cultura organizacional, son aquellos aspectos de una organización que configuran una constelación distintiva de creencias, valores, estilos de trabajo y relaciones que distinguen a una organización de otra (Rojas, s/f, pp. 5).

Asimismo, por ser un marco de referencia no atiende cuestiones puntuales, sino que establece las prioridades y preferencias acerca de lo que es esperable por parte de los individuos que la conforman. Así como también, dentro de este concepto de cultura organizacional, se deben considerar los aspectos intangibles, como lo son el conocimiento o los mismos valores, como aquellos que son tangibles, propios del sistema.

Aunado a esto la cultura organizacional también cuenta con elementos, los cuales están dados por las características del entorno, como la tecnología, hábitos y modos de conducta; cargos y funciones; roles, ceremonias y rutinas; redes de comunicación; sistema de valores, mitos y creencias. Mientras que la cultura organizacional, en si misma, contiene elementos con aptitud para construir, transformar y generar condiciones organizacionales, hallándose entonces en el dominio de la capacidades que existen, por lo tanto en el de la auto organización.

IV. APARTADO METODOLÓGICO

La presente investigación se realiza considerando una perspectiva de investigación de orientación mixta, en donde se abordarán estudios basados en contextos estructurales y situacionales, en el tipo de investigación cualitativa, será inductiva, desarrolla conceptos partiendo de los datos y no recogiendo datos para evaluar modelos, hipótesis o teorías preconcebidas, es decir, sigue un diseño de investigación flexible, en donde comenzaremos con preguntas formuladas, que en este caso el investigador ve a las personas desde una perspectiva holística; las personas, los escenarios, los grupos no reducidos y variables independientes son vistas como un todo, las estudia en el contexto de su pasado y de las situaciones en las que se encuentran y es sensible a los efectos que puede causar sobre las personas que son objeto de estudio.

Asimismo, la investigación cualitativa exigirá el reconocimiento de múltiples realidades y trata de capturar la perspectiva del investigador. De acuerdo con Fetterman (1989), señala que es crucial la documentación de múltiples perspectivas de la realidad, para poder entender el porqué la gente piensa y actúa de diferentes formas.

En cuanto a la investigación cuantitativa, será deductiva, se realizará un análisis de la realidad objetiva, para poder medir el fenómeno utilizando estadísticas para después generar resultados, en este caso el investigador debe tomar una postura imparcial para poder asegurar los procedimientos rigurosos y objetivos de la recolección de datos, así evitará que sus valores puedan influir en los resultados.

Es por eso que dicho lo anterior, se realizó una encuesta con preguntas abiertas, en donde los artesanos expresaron su punto de vista abiertamente para conocer más sobre su entorno y sus oficios. Cabe destacar que la encuesta es uno de los métodos más utilizados en la investigación, ya que permite obtener amplia información, que de acuerdo con Díaz de Rada (2001), la encuesta es la búsqueda sistemática de información en la cual, el investigador pregunta a los investigados sobre los datos que desea obtener, para posteriormente reunir estas notas individuales para conseguir durante la evaluación datos agregados, es por esto que el cuestionario debe contener una serie de preguntas respecto de una o más variables a medir. Aunado a esto, las preguntas formuladas para esta encuesta, fueron formuladas con base a las cinco categorías específicas que son el principal interés de este documento, éstas son acerca de: artefactos, valores, supuestos, símbolos e identidad, de

las cuales se definieron y se simplificaron en diferentes preguntas, redactadas de una manera coloquial para el mejor entendimiento de los artesanos. (Cuadro 1)

Por otra lado, al hacer esta investigación ofrecerá al investigador métodos y herramientas viables y confiables para poder hacer de esta investigación una fuente de información para la toma de decisiones. En el caso de este documento, los resultados que se obtuvieron de las encuestas que se realizaron a los artesanos servirán para poder saber que hacer para apoyarlos en la venta de sus artesanías, ya que hay que resaltar que éstas son su principal fuente de ingresos.

Cabe destacar que en la investigación cualitativa es la ciencia y el arte de describir un grupo ó una cultura, ya que el trabajo que se realiza es similar a la de un periodista investigativo. La investigación cualitativa tiene un enfoque peculiarmente valioso porque problematiza las formas en las que los individuos y los grupos constituyen e interpretan las organizaciones y las sociedades, además que facilita el aprendizaje de las culturas y las estructuras organizacionales y que le provee al investigador formas de examinar el conocimiento, el comportamiento y los artefactos que los participantes comparten y usan para interpretar sus experiencias (Schwartzman, 1993).

El diseño de la investigación, será descriptivo, no existirá manipulación de variables, solo se describirán los hechos del fenómeno observado y la información que se recolectó en un solo espacio de tiempo. La metodología que se adoptará para la realización del presente documento, se fundamenta en la artesanía acateca y sus artesanos, es por eso que primero se desea conocer la situación actual de las organizaciones alfareras.

Dentro de las herramientas utilizadas para este estudio se encuentra la observación participante que se empleo como un elemento más para poder aumentar la validez de este estudio, también ayudó a tener una mejor comprensión del contexto, al mismo tiempo se emplearon encuestas y entrevistas para profundizar aun más acerca de las personas estudiadas, en este caso a los artesanos, ubicados en tres organizaciones diferentes.

4.1 Población y muestra

De acuerdo con Tamayo (1998), la población, es la totalidad del fenómeno a estudiar en donde las unidades de población poseen una característica común, el cual estudia y da origen a los datos de la investigación.

Por consiguiente, la población estará constituida por las tres organizaciones de alfareros en el municipio de Acatlán, que ya se describieron ampliamente en el apartado contextual. Los participantes son todos los alfareros que conforman las tres organizaciones, sin embargo sólo se analizarán a profundidad 20 artesanos, ya que la muestra fue saturada.

4.2 Observación participante

Debido a algunos inconvenientes, cuando se llevó acabo la investigación de campo, se tuvo que modificar la metodología, y por consiguiente se realizó una observación participante la cual es definida como:

“El proceso que faculta a los investigadores a aprender acerca de las actividades de las personas en estudio en el escenario natural a través de la observación y participando en sus actividades. Provee el contexto para desarrollar directrices de muestreo y guías de entrevistas” (DeWALT & DeWALT, 2002, p.7).

Es así que en esta investigación, la observación participante ayudó a poder darse cuenta sobre las expresiones no verbales de los artesanos, así como la forma de interactuar y como se comunican entre ellos. De igual manera, con las observaciones hechas previamente, se pudieron detectar algunos términos que usan los artesanos y poder emplearlos en la formulación de las preguntas, también se pudo percibir que muchos no querían o no podían compartir sus experiencias por cuestiones personales.

Es así que se comenzó en primera instancia a dirigirse a la primera congregación, la que esta situada en la entrada a Acatlán, ahí existen aproximadamente quince locales, de los cuales sólo se encontraban abiertos siete, todos dieron la oportunidad de aplicar la encuesta. Al momento de hacer las preguntas, se pudo percatar que aunque las preguntas eran muy sencillas había gente que no las comprendía o no las entendía, por lo cual hubo algunas preguntas que tuvieron que ser anuladas, debido a que no podían contestarlas, aunque también hubo en algunas preguntas en donde las respuestas fueron más amplias.

Un punto importante que hay que destacar es que en algunos casos, la gente antes de realizar las preguntas comentaban que no querían responder, ya que mencionaron que con anterioridad había ido gente de instancias importantes las cuales les prometieron ayuda, sin embargo, nunca regresaron. Por tal, situación se les aclaró que este era un proyecto escolar de maestría y que no se podía prometer nada porque no está al alcance, pero que se haría lo posible por beneficiarlos.

Después de realizar las encuestas a los artesanos presentes en la organización de la entrada, se siguió el camino hacia la Casa del Artesano, sin embargo esta organización ha desaparecido y en su lugar se construyó el mercado de sabores y artesanías, pero al ingresar al mercado se pudo observar que sólo tiene unos cuantos locales ocupados pero todos son de comida, ninguno sobre la alfarería acateca, se indagó sobre la presencia de los artesanos, pero nadie sabe donde están, sólo una persona comentó que sobre su instalación es cuestión que ellos mismos se organicen y den apertura a sus locales. Se han mandado correos a la secretaria de turismo de Acatlán y otras instancias, pero no se ha recibido respuesta, incluso se visitó la Casa de Cultura, sin embargo se encuentra en estado de abandono.

Es así que después de la visita al mercado anteriormente mencionado, el traslado fue hacia los artesanos ubicados en los portales que se encuentran ubicados a un lado de la Presidencia Municipal pero no se encontraba ningún artesano, sólo la persona encargada de vender, por lo tanto, no fue posible concretar más encuestas en ese sitio, sin embargo, se consiguió el contacto de uno de los artesanos más representativos de este municipio, el maestro Augurio Martínez al se pudo ir a su domicilio que también es su taller, pero al llegar se informó que por cuestiones personales, no podía atender a la encuesta, pero en su representación se encontraba su hijo, el también maestro Gerónimo Martínez.

Es así que en este caso se pudo realizar una entrevista que fue bastante amena, con mucho significado para la investigación, compartió datos y experiencias muy agradables y bonitas tanto de él como de su padre, en donde se pudo dar cuenta que gracias a ellas, actualmente son uno de los íconos más representativos dentro de la producción de la alfarería acateca.

4.3 Reporte

La visita hecha el pasado 10 de marzo al municipio de Acatlán de Osorio fue con la finalidad de poder realizar un análisis de la producción alfarera así como también tratar de identificar las fuentes de financiamiento de los artesanos del municipio.

En dicha investigación pude realizar encuestas y entrevistas a los artesanos alfareros acatecos, las cuales fueron realizadas de manera satisfactoria, ya que la gran mayoría de estos artesanos fueron muy amables y accesibles en cuanto a la entrada a sus lugares de trabajo y poder platicar con ellos, fue muy grato encontrar a personas que comparten sus sentimientos y emociones al preguntar por algo que aman tanto como es el hecho de producir y vender sus artesanías realizadas en la mayoría de los casos, por sus propias manos.

Cabe destacar que durante el caminar y ver cada uno de sus pequeños locales que a simple vista parecieran iguales ya que son de la misma medida, estructura y las piezas fabricadas son muy parecidas, cada artesano planta su propia personalidad y le da un toque especial, en la que muy cómodos algunos me invitaron a pasar y sentarme junto a ellos y poder saber lo que pensaban; otros tantos mientras pintaban sus piezas escuchaban y contestaban las preguntas que les realizaba. Así mismo, me dirigí hacia el taller de uno de los artesanos más famosos de Acatlán, en la que por cuestiones personales no pude ser atendida por él, pero uno de sus hijos, Gerónimo Martínez que al igual que su padre sabe del mismo oficio y del cual imparte clases en el Instituto Tecnológico Superior de Acatlán de Osorio, se ofreció a contestar cada uno de mis cuestionamientos, haciendo de esta entrevista una plática muy amena, así mismo nos invito a pasar a su taller, en donde pude ver algunos de los procesos por los cuales pasa la pieza artesanal, antes de ser puesta en venta, realmente fue increíble estar en un lugar rodeada de cientos de piezas aún en proceso, en secado, en pintura e incluso en el momento en el que esta en molde, además de ver los hornos en donde la artesanía es puesta para sacarla a pintado o bruñido.

Después de charlar con el maestro Martínez, me dirigí hacia otro local a la entrada de Acatlán en donde el Sr. Cirilo artesano de mucha antigüedad que habita ahí. Al entrar a su local encontré a su hija la Mtra. Teresa, la cual muy amablemente me invitó a pasar a su casa, una vez ahí pude constatar que el señor Cirilo de avanzada edad, ya no puede hablar, pero la maestra muy cortés se sentó conmigo en medio de su patio, rodeado de mucha

naturaleza y tranquilidad, en dónde me platicó de cómo empezó su padre y como ella creció rodeada del trabajo artesanal y demás anécdotas que más adelante se relatarán de manera mas clara.

Por otro lado, un problema que se presentó en esta visita, fue que uno de los puntos centrales de mi investigación, es que también englobaba a los artesanos que radicaban en la Casa del Artesano, la cual hace unos meses fue demolida y en su lugar se construyó un mercado en donde supuestamente los artesanos deberían estar ahí, sin embargo ningún miembro de esta Casa se encontraba, el mercado es principalmente de comida típica, trate de indagar sobre éstos artesanos, pero nadie supo darme respuesta y la casa de cultura se encontraba cerrada, es así que por esta razón me centraré específicamente en los artesanos que fueron encuestados y que efectivamente, se encuentran abandonados por las autoridades competentes.

Es así que con los datos recabados, me pude dar cuenta que ciertamente existen diversos factores que me animan a seguir con mas entusiasmo al realizar mi investigación y que se puedan obtener resultados benéficos para los artesanos.

Por consiguiente, al escucharlos y hacer un pequeño análisis me pude dar cuenta que a los artesanos no les dan la importancia que se debiera, aún cuando este oficio es su único ingreso económico, la gran mayoría de los artesanos externo que ninguna autoridad hace nada por ayudarlos o promoverlos y que el turismo en general ha bajado considerablemente, siendo esto aún más grande el problema, ya que en temporada alta, éstos son los que realmente hacen que los artesanos puedan tener mejores ventas.

Por otro lado, me comentaban que ya se han acercado otras personas de las cuales no supieron decirme si venían de alguna institución, compañía o si iban de manera personal, pero les prometieron un mejora en sus lugares de trabajo, así como la promoción de tan bello oficio sin embargo nunca regresan, dejándolos con la ilusión de que pudiera existir una mejora.

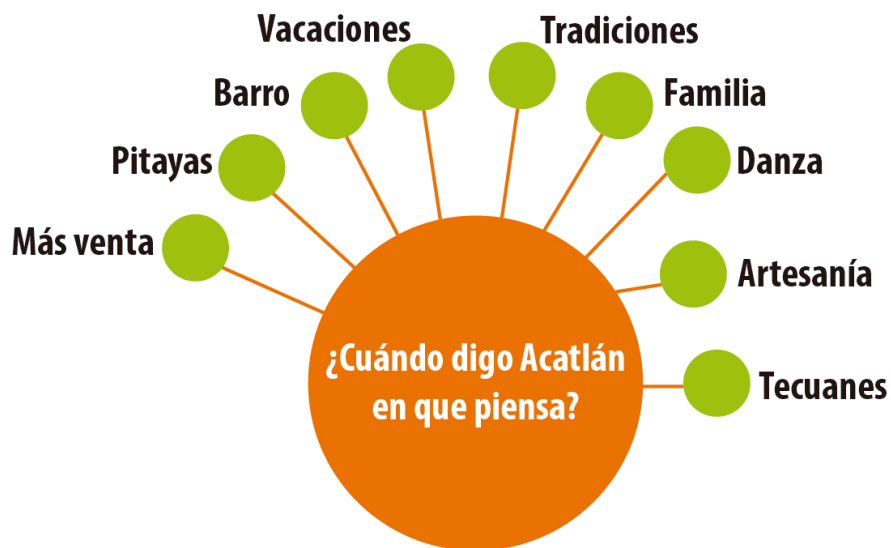
Al finalizar esta investigación de campo, se puede concluir que se recolectaron buenos resultados, que serán de gran pero cabe mencionar que la muestra se saturó y por lo tanto se tomarán en cuenta las respuestas mas relevantes.

4.4 Análisis De Encuestas

Las encuestas realizadas para este estudio, fueron analizadas por medio de la constelación de atributos, la cual fue creada por Moles en 1960 (1990), la cual se basa en la presentación de un estímulo, de un ejemplo de lo que se desea formular a la muestra del público-objetivo que verá estos caracteres y con palabras asociadas, cabe destacar que esas preguntas son empleadas por la mayoría de los individuos y éstas aparecen en mayor o menor frecuencia en el conjunto de la muestra, las asociaciones más frecuentes son las más cercanas al círculo central, que representa el estímulo. Es decir, las preguntas y respuesta son vaciadas en un diagrama, en el cual se pone la centro la pregunta, se realiza un análisis de las respuestas dadas, mientras más se repita la respuesta más cerca estará del centro, mientras sean menos las respuestas repetidas, éstas estarán más alejadas del círculo central.

Por lo tanto, después de reunir las preguntas, se concentran en el diagrama que es el que recibe el nombre de “constelación de atributos”. A continuación sólo se analizarán las más relevantes para este estudio.

PREGUNTA 1.



Dentro de la primera pregunta realizada, como se ve en la imagen, al preguntar que es lo que piensa cuando digo Acatlán, para la mayoría de los artesanos se refieren a los tecuanes y la artesanía. Cabe destacar que los tecuanes, son una danza en donde se representa el

trabajo de los campesinos al desmontar y preparar la siembra y su lucha contra el tigre o jaguar. Dentro de la artesanía se refirieron principalmente a la hecho con barro. Más adelante, se describen las figuras más representativas del municipio y que ellos fabrican.

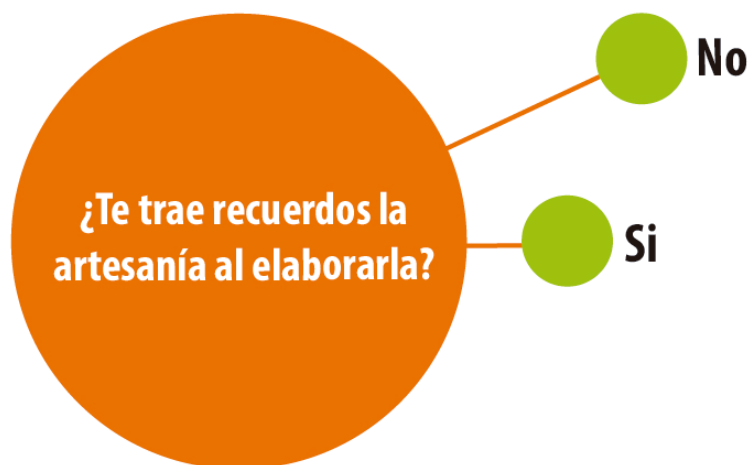
PREGUNTA 10.



Esta pregunta fue bastante significativa en cuanto a los resultados, pese a que en algunas preguntas parecían escépticos, cuando les realizaba esta pregunta la expresión en sus rostros era lo más valioso ya que antes de responder, sus caras con una sonrisa y unos tantos con su rostro colorado expresaban más que mil palabras. Sin embargo, al responder sólo mencionaron la palabra “gusto”, pero podemos inferir que realmente les encanta y disfrutan mucho realizar su trabajo, el cual muchos de ellos han trabajado desde que eran unos niños y que al realizarlos les traen buenos recuerdos.

Por consiguiente, al finalizar su pieza refirieron que sienten una gran satisfacción al ver ya todo completo, es decir la pieza ya realizada con todo y pintura, en donde los colores le dan alegría y reflejan la riqueza cultural que ofrece este municipio.

PREGUNTA 11.



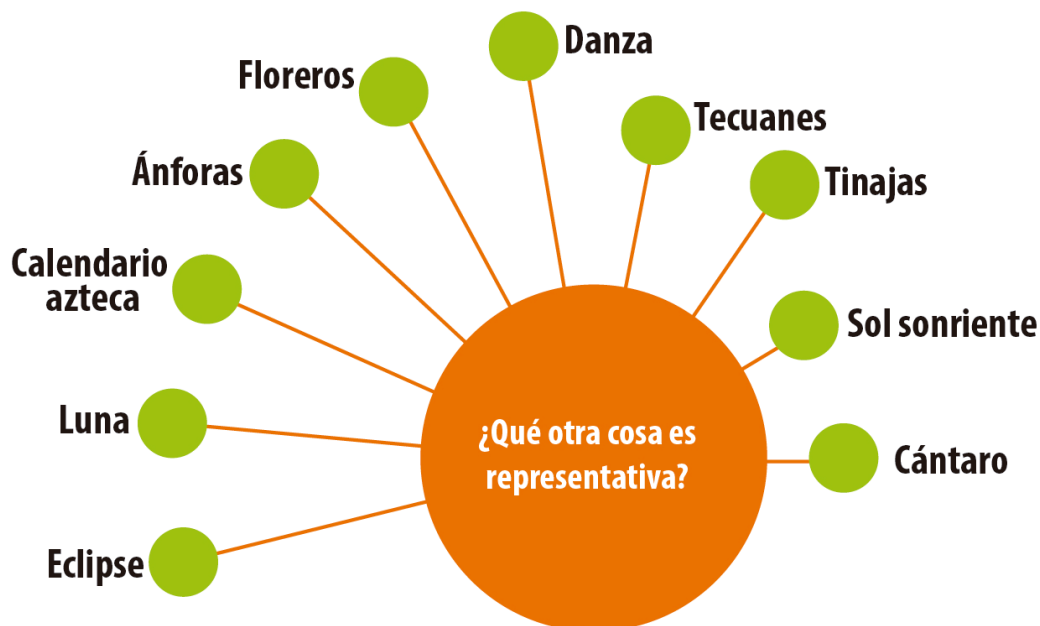
Aunado a la pregunta anterior, esta pregunta es importante ya que como se dijo a muchos de los artesanos el fabricar sus piezas les trae recuerdos muy significativos. Dentro de esta pregunta, muchos se limitaban a sólo responder si o no, mientras otros tantos, platicaban sobre las enseñanzas de sus padres, de cómo ellos fueron aprendiendo y queriendo el oficio, al mismo tiempo otros platicaban de cómo era la forma de vender antes y en donde se localizaban, también en dónde encontraban el material, como lo compraban o intercambiaban según el caso. Así también el cómo se sienten al manipular el barro en sus manos y todo el procedimiento que conlleva el poder realizar una sola pieza.

PREGUNTA 16.



Esta pregunta fue básica en esta investigación, ya que uno de los elementos más representativos de Acatlán, es la artesanía llamada el Árbol de la Vida, el cual es una pieza hecha de barro decorada con múltiples figuras, formas de colores y es una tradición milenaria. En cuanto a los artesanos, muchos hacen hincapié en que hace referencia a un pasaje bíblico en donde principalmente se muestra a Adán y Eva debajo del árbol con la serpiente y éste según la tradición de este municipio se regala a los próximos en casarse.

PREGUNTA 17.



Dentro de las preguntas, también nos enfocamos a recabar datos sobre algunas otras cosas representativas en cuanto a la alfarería de Acatlán, en las cuales las más mencionadas por la muestra son los cántaros, el sol sonriente y las tinajas, que son las que más se elaboran en esta comunidad y que ellos consideran los representan muy bien. En el caso del cántaro comentaban que los compran ya que el agua que almacenan en dichos recipientes se conserva bastante fresca y obtiene un sabor singular al estar contenida en el recipiente de barro; en cuanto al sol sonriente señalaron que a los consumidores les gusta ya que es una pieza singular el ver a un sol verdaderamente sonriendo y que en otras regiones o comunidades no lo producen. Se mencionaron algunos otros objetos sin embargo no daremos tanta relevancia, ya que fueron muy pocas las personas que los señalaron como lo son, los floreros, la luna y los eclipses.

PREGUNTA 19.



Con la respuesta de esta pregunta, fue muy grato y beneficioso la respuesta ya que este proyecto se basa en la alfarería, y al momento de preguntar con que se sentían identificados la principal respuesta fue la artesanía por lo tanto, hay que resaltar que los productores de estas obras, verdaderamente se sienten identificados y que es algo que en la comunidad de Acatlán de se ve y se produce mucho, agregando que es su principal fuente económica.

PREGUNTA 23.



Con esta pregunta, lo que se pretendió fue el conocer a profundidad que es lo que realmente quieren los alfareros en cuanto a la promoción de sus artesanía. Las respuesta fueron diversas, ya que las respuestas algunas fueron hacia cómo hacer para que llegue más gente a su municipio y otra fue que les gustaría que algunos elementos se encontraran dentro de la estrategia. Pero se concluyó que lo que más necesitan es que exista atracción del municipio, es decir, que las instancias correspondientes hagan trabajo de promoción sobre Acatlán. Y como ya se mencionó, dentro de alguna propuesta ilustrativa, si es que así se requiere, piden incluir algunos elementos que ellos consideran importantes en su localidad.

En conclusión, toda la información recabada tanto en la observación participante, las entrevistas y las encuestas, fue muy útil y bastante enriquecedora, todas se engloban en las necesidades a las que se enfrentan los alfareros acatecos y que al mismo tiempo todas coincidieron en cuanto a lo observado por el investigador y en las respuestas dadas por los artesanos. El uso de estas herramientas juntas, ayudo a comprobar algunos cuestionamientos que tenia el investigador y sobre las inquietudes que expresaban todos los alfareros incluso siendo de diferentes organizaciones.

V. CONCLUSIONES

El objetivo fundamental de esta tesina era abordar el tema de la alfarería acateca, con base a su valor social identitario. Así pues, a lo largo de la presente investigación sobre todos los factores que inciden en la intervención de la alfarería, se ha encontrado lo siguiente:

- Existe gran carencia de idóneas vías de comunicación en el municipio de Acatlán de Osorio.
- La venta de artesanías, con el paso del tiempo ha ido disminuyendo en cuanto a producción y ventas.
- No existe ayuda por parte del gobierno municipal para apoyar a la gente, existe un rezago y falta de compromiso de su parte.
- La comunidad de artesanos de Acatlán de Osorio, necesita ayuda para poder promover sus artesanías.
- Esta actividad milenaria, es una de las mas bellas ya que forma parte de una vida, en la que se involucran sentimientos, emociones, sueños, trabajo y sobre todo mucha dedicación.
- La dirección turística de Acatlán no cuenta con la información necesaria para dar a conocer uno de sus principales atractivos turísticos.
- Los resultados analizados muestran un gran compromiso por parte de los alfareros.
- La elaboración de estas artesanía es especial, lo cual la hace única.
- Existe una gran ausencia de publicaciones sobre el barro bruñido específicamente de Acatlán de Osorio.

Sin embargo, a pesar de todas las carencias ya mencionas puedo concluir que con las investigaciones realizadas, la elaboración de alfarería acateca es única y es completamente bella, el compromiso y responsabilidad por parte de los artesanos está, sin embargo al no recibir apoyo de nadie, esta actividad puede desaparecer ya que como principal fuente de ingreso, los maestros artesanos buscan la forma de ayudarse económicamente, dejando de lado la creación de sus bellas piezas.

Desde mi punto de vista, la alfarería acateca necesita de un gran impulso tanto económico y cultural para mejorar la situación de los artesanos, así mismo, el dar a conocer como se fabrica dicha artesanía de forma local como nacional será muy beneficioso ya que es un oficio maravillosos en las que muestra a las personas en su máxima expresión.

Así mismo, para poder mejorar las condiciones de los artesanos, se sugiere, realizar una campaña de promoción, en la que se muestre el proceso de producción y de venta, para poder concientizar a la gente sobre la importancia y el trabajo que conlleva realizar estas artesanías. Asimismo, se sugiere que en la Casa de Cultura de Tepeaca se pudieran impartir cursos sobre la realización de la alfarería para poder enseñando a jóvenes y que este bello oficio no se pierda.

De igual manera sería idóneo, que las autoridades correspondientes pudieran destinar algún apoyo tanto económico como comercial a las artesanías de su municipio, que de igual manera generaría una derrama económica y que ayudaría a sus habitantes a tener mejores condiciones.

Por lo tanto, se plantea que partiendo de esta investigación se pueda retomar para poder generar una estrategia de comunicación efectiva, en busca de apoyar a los artesanos acatecos.

BIBLIOGRAFÍA

- Adorno, Theodor W; Horkheimer Max. (2013). *La industria cultural*. Madrid. Ed. Trotta.
- Aragüés Aliaga, Rafael. (2013). *Apuntes sobre la teoría del valor de Marx*.
- Calhoun, Craig. (1995). *Critical social theory*. Malden, MA: Blackwell.
- Chaves, Norberto. (2006). *La imagen corporativa*: Ed. Gustavo Gili.
- Costa, Joan. (2004). *Identidad Corporativa*. Editorial Trillas.
- Daniel Rubín de la Borbolla. (1974). *Arte Popular Mexicano*. México: Fondo de la Cultura Económica.
- Daniel Rubín de la Borbolla. (2003). *La cerámica y el vidrio desde Puebla*. Puebla: Secretaría de Cultura del Gobierno del Estado de Puebla.
- DeWalt, Kathleen M. & DeWalt, Billie R. (1998). *Participant observation*. In H. Russell Bernard (Ed.), *Handbook of methods in cultural anthropology* (pp.259-300). Walnut Creek: AltaMira Press.
- Frankenberg, G. (2001). Teoría crítica. *Revista sobre enseñanza del derecho*. No. 17
- García Canclini, Néstor. (1989). *Las culturas populares en el capitalismo*. Ed. Patria S.A de C.V.
- González, Liliana. *El imperialismo cultural y los procesos de integración latinoamericanos*. Recuperado en octubre 2015 de: <http://www.redalyc.org/articuloBasic.oa?id=199016809009>
- Heskett, Jonh. (2005). *El diseño en la vida cotidiana*. Barcelona. Ed. Gustavo Gili.
- Informe Final. FIDA, FLACSO, PRODERNEA-PRODERNOA, Buenos Aires, Argentina.
- Isabel Marín de Paalen. (1976). *“Historia general del arte mexicano”, Etno-artesanías*, Hermes, México-Buenos Aires.
- Juan Acha. (2003). *Introducción a la teoría del diseño*: Trillas.
- Kawulich, Barbara B. (2006). *La observación participante como método de recolección de datos* [82 párrafos]. *Forum Qualitative Sozialforschung / Forum: Qualitative Social Research* [On-line Journal], 6(2), Art. 43, <http://nbn-resolving.de/urn:nbn:de:0114-fqs0502430>.
- Levi-Strauss, Claude. (1996). *Raza y Cultura*. Colección Teorema, Ediciones Cátedra, España.

- Marx K. (2204). *El capital. Biblioteca de Autores Socialistas*. Editores Siglo XXI.
- Marx, K. (1989). *Contribución a la crítica de la economía política*. Moscú: Progreso.
- Marx, K. (2009). *El Capital. Crítica de la economía política*. Tomo I, vol. I. Madrid: Siglo veintiuno.
- Moctezuma, P. (2002) *Artesanos y artesanías frente a la globalización*. Zipiajo, Patambán y Tonalá. Fondo Nacional para la Cultura y las Artes, México.
- Morales, G. (2005). *Artesanías y patrimonio cultural. Arte del pueblo. Manos de Dios*. Colección del Museo de Arte Popular, Landucci, S. A. de C. V., México.
- Morgan Beltrán, Josefina. (s.f.). *Identidad y cultura organizacional en un mundo globalizado*.
- Murdock, Graham. (1998). *Organizar lo imaginario. Control y autonomía de la comunicación masiva*. México: Premiá Editora.
- Rojas, Jorge. (s/f). *Red de desarrollo institucional*. Santiago Chile.
- Rowden, Mark. (2004). *El arte de la Identidad: Creación y manejo de una identidad corporativa exitosa*. McGraw-Hill: México
- Rubín de la Borbolla. (1974). *Arte Popular Mexicano*. Fondo de Cultura Económica, Primera edición, México.
- S/A. (2010). *Barro bruñido, maestros de Acatlán de Osorio*. Puebla: El errante.
- Scheinsohn, Daniel. (1993). *Comunicación estratégica. Management y fundamentos de la imagen corporativa*. Ediciones Macci.
- Serrano, M., Piñuel, J., Gracia, J., Arias, M. (1982). *Teoría de la comunicación*. Madrid
- Benítez Aranda, Surnai. (2009). *La artesanía latinoamericana como factor de desarrollo económico, social y cultural: a la luz de los nuevos conceptos de cultura y desarrollo*.
- Victoria Novelo. (1976). *Artesanía y Capitalismo en México*. México: SEP-INAH.
- Victoria Novelo. (1996). *Artesanos, Artesanías y arte popular en México*. Colima: Agualarga-DGCP-U.
- Vilchis Esquivel, Luz del Carmen. (2014). *Metodología del diseño: Fundamentos teóricos*. Editorial. Designio.

REFERENCIAS ELECTRÓNICAS

http://portalcomunicacion.com/lecciones_det.asp?id=62

<http://glossarium.bitrum.unileon.es/Home/teoria-critica-de-la-informacion>

http://www.ecured.cu/Imperialismo_cultural

Acatlandeosorio.com.mx/acatlandeosorio/historia.html

Brisselda Sarabia. (2013). Se desploman ventas. El Sol de Puebla, 1.

FONART <http://www.fonart.gob.mx/>

<http://raicesdelpueblocatlan.blogspot.mx>

Olga Correa, Genero Correa, Rosaura Carmona, (2004). Los tipos de espacios de la economía artesanal-turística en México. 2015, de UNAM Sitio web:

<http://observatoriogeograficoamericalatina.org.mx/egal12/Geografiasocioeconomica/Geografiaturisticas/10.pdf>

<http://raicesdelpueblocatlan.blogspot.mx>

ANEXOS

Cuadro 1.

CATEGORÍA	¿QUÉ QUIERO SABER?
<p>ARTEFACTO</p> <p>(Lo visible, lo tangible, lo perceptible del comportamiento basado en las normas culturales, valores y creencias)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • ¿Porqué son así las formas? • ¿Cuál es la producción mensual? • ¿Cómo es la forma de producción? (taller familiar, individual, con obreros) • ¿Qué tiempo tarda en realizar una pieza? • ¿Qué funcionalidad tiene? • ¿Qué es lo que la gente considera estético de una artesanía? / (bonito) • ¿Qué es lo que más compran los turistas? • ¿Quién los ayuda a promover su trabajo? • ¿Cómo es un día de producción?
<p>VALORES</p> <p>(Principios sociales, objetivos, estándares que están dentro de una cultura como intrínsecos, constituyen la base de los juicios de lo que está bien o mal, lo cual es referido como ético o moral)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • ¿Qué valor sentimental le da a la artesanía? • ¿Qué significan los colores? • ¿Cuándo comienzas con la producción artesanal? • ¿Qué valores son los que más te representan? • ¿Qué valores son los que más representan a la comunidad? • ¿Qué es lo que ves en una artesanía para venderla? • ¿Qué es lo que hace bella una pieza? • ¿Qué sientes al tener contacto con el barro, antes de moldear la pieza? (experiencia) • ¿Cómo estableces el precio?
<p>SUPUESTOS</p> <p>(Representan lo que los miembros creen que es realidad así como la manera</p>	<ul style="list-style-type: none"> • ¿Qué sientes al elaborar estas piezas? • ¿Qué recuerdos te trae al elaborar esas piezas? • ¿Qué significa para ti el árbol de la vida? • ¿Qué sensación tienes al ver terminada tu artesanía?

<p>en la que ellos perciben y como se sienten o piensan)</p>	
<p>SÍMBOLOS (Asociación con algún concepto o significado más amplio, entonces el símbolo tiene dos formas: una tangible y otra con la cual este asociado)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • ¿Qué significado tiene cada elemento? • ¿El color? • ¿Qué asocias con esos elementos? / ¿Por qué esos elementos? • ¿Qué elementos debe tener el taller en donde fabricas tus piezas? •
<p>IDENTIDAD</p>	<ul style="list-style-type: none"> • ¿Qué quieres reflejar en tus artesanías? • ¿Qué éstas representando? • ¿Qué significa el árbol de la vida? • ¿Qué te gustaría reflejarle a la gente? • ¿Qué color es el que más te gusta emplear en tus artesanías? ¿Por qué?

- 8. ¿Cuál es su producción mensual? ¿Y cómo es?**

- 9. ¿Qué tiempo se lleva haciendo una pieza?**

- 10. ¿Qué sientes al elaborar estas piezas?**

- 11. ¿Te trae recuerdos la artesanía al elaborarlas? ¿Cuáles?**

- 12. ¿Qué sientes al tener contacto con el barro, antes de moldear la pieza?**

- 13. ¿Qué sensación tienes al ver una artesanía terminada?**

- 14. ¿Qué significado tiene cada elemento? (color, ornamentación, forma, material)**

- 15. ¿Por qué esa forma del objeto? ¿ y porque las depositas en el objeto?**

16. ¿Qué te significa el árbol de la vida?

17. ¿Qué otra cosa es representativa, aparte del árbol de la vida?

18. ¿Qué es lo que le dice la gente de su artesanía?

19. ¿Con qué se sientes identificado?

20. ¿Cuál es la sensación que tienes al vender una pieza?

21. ¿Quién los ayuda a promover su trabajo?

22. ¿Cómo estableces el precio?

23. ¿Qué te gustaría reflejarle a al gente?

TRANSCRIPCIÓN DE ENTREVISTA

CARLA (C): Buenas tardes maestro, vengo de la Universidad Autónoma de Puebla, estoy estudiando una maestría en comunicación estratégica acerca de los artesanos alfareros de aquí, de Acatlán, ¿me permitiría hacerle una entrevista?

GERÓNIMO MARTINEZ (GM): Hola si, claro, adelante pasen.

C: ¿Cuándo comienza su producción artesanal?

GM: Si, de hecho ehh yo empecé, eh, en una familia ya de artesanos ya este mi papa fue el que empezó a hacer eso desde los 16 años, su papá de él, mi abuelo era ladrillero, hacia ladrillos de barro, entonces, ehh, a los 16 años mi papá no quiso seguir con tan dura profesión que es hacer ladrillos, empezó con el mismo material a hacer figuras de barro, a hacer ehh angelitos, floreritos, piezas de ornato, ornamentales para adornar.

C: ok, ¿Cómo es un día de producción?

GM: Para empezar el día de producción tiene que ser a fuerza de 12 a 14 horas de trabajo, si, aquí no podemos darnos el lujo de trabajar 8 horas nomás, ehh, por ejemplo, hasta los muchachos y los que vienen se les asigna un precio a cada pieza, aa ahha, por decir a si, 5 o 10 pesos, de dependiendo la pieza que este haciendo, y el depende, de él depende cuanto quiere ganar si quiere conformarse nada mas con poquito pues va a hacer poquitas piezas pero se les pone un estándar de, vamos a decir 20 piezas al día, un ejemplo, entonces si él rebasa eso ya es ganancia y a veces estamos trabajando, empiezan a trabajar a las 7 8 de la mañana y están terminando alas 10 11 de las noche.

C: ¿Qué necesita su taller para que funcione? Ósea un horno, leña me decían algunas personas...

GM: No, ehh en específico me estás preguntando del mío,

C: Si, de usted.

GM: Necesito clientes

C: Pero producir alguna pieza, ¿qué necesita? ¿Barro? Ósea, del material

GM: El material si, la materia prima es el barro, la tierra, nosotros estamos combinando un material que están sacando aquí en la colonia allende, un lugarcito

aquí como a 15 km, están sacando mineral, me parece que le llaman serpentina, vienen unos tráiler se lo llevan, y lo hacen, es lo usan para la fundición de la varilla y todo eso, si, pero en tons lo que queda en, en las tolvas, el polvo, ese lo estamos mezclando con el barro para darle más dureza a nuestra mercancía.

C: ¿Cuál es su producción mensual?

GM: Es variable, Si dependiendo, a veces hay piezas grandes, piden piezas grandes a veces piden muchas piezas chicas, entonces no hay una cantidad exacta. Cuando estábamos nosotros exportando a Holanda, estuvimos exportando chimeneas en el 97, 98 y 2000 ehh, les hacia un promedio de 650 chimeneas cada mes, pero ahorita, ahorita, es variable no tenemos muchos clientes, y los poquitos que están ehh, piden diferentes piezas dependiendo el tamaño también es la producción. Por decir así, vamos a decir de esta pieza (señala un macetón a lado de él) no se pueden hacer 20 diarias, solecitos chiquitos se pueden hacer hasta 50, ehh dependiendo lo que pida el cliente.

C: ¿Qué siente usted al elaborar una pieza?

GM: ¿Te refieres a cuando se crea una nueva pieza?

C: Si, que sensación cuando usted está armando una pieza

GM: Es, es, para empezar te tiene que gustar lo que haces. Te tiene que gustar lo que haces, para que no lo veas como trabajo si tu empiezas a ver lo que haces como un trabajo, realmente lo vas a sentir como un trabajo tedioso, pesado y te tiene que gustar para que sea fácil de hacer.

C: ¿Le trae recuerdos hacer artesanía?

GM: ¿Recuerdos? No, así recuerdos, recuerdo no.

C: Ehhm. ¿Qué sensación tiene usted al tener contacto con el barro? Cuando esta haciendo la pieza

GM: (Se queda pensando) y se ríe.

C: O ¿Nada?

GM: Nooo sii!, es una sensación relajante, es un, el trabajo de nosotros es desestresante, es muy terapéutico, se puede decir, muchas veces cuando tienes problemas o estas furioso por algo cualquier circunstancia diaria que logres vivir vas a al trabajo y se te olvida. Cuando yo estoy creando alguna pieza nueva, única, algo que

agarre el lapicero y dibuje una pieza nueva, pueden pasar 4, 6, 8 tal vez 10 horas, no hay hambre, no hay cansancio, no hay sueño, hasta que ves la pieza terminada una vez que ya la terminaste te sientas a verla, entonces viene el hambre, el cansancio, el sueño, pero mientras tu estás haciendo eso, aa a mi en lo personal no.. ni hambre, ósea, no me da, no es que no quiera yo ir a comer, no me da hambre.

C: ¿Qué siente cuando ya la vende?

GM: Satisfacción, satisfacción enorme y mucho más cuando las personas vienen y te dicen : 'no, que bonita está la pieza' o simplemente muchas personas vienen y no pueden expresar que les gusta pero ehh, lo hacen con una mirada o una sonrisa, se sonríen, y y te pregunta, 'bueno, ¿cómo lo hiciste?' y yo les he dicho, que todos, inclusive tú, que estas escribiendo, puedes hacerlo, puedes hacer cualquier cosa, porque?, porque ehh, tenemos manos, tenemos, ósea, todos lo podemos hacer, ellos alegan que no, que nada más, ehh son ciertas personas las que pueden hacerlo, pero yo pienso que todos,

C: ¿Qué significa el árbol de la vida?

GM: El árbol de la vida, es una., lo han sacado de un pasaje bíblico, una representación de un pasaje bíblico, y lo han estado ehh explotado a través de los tiempos.

C: ¿Hay otra cosa artesanía que sea representativo aquí en Acatlán? Aparte del árbol

GM: El sol

C: ¿Es el Sol que viene con la luna? O aparte, o nada mas el sol

GM: Puede ser en diferentes modalidades, puede ser el Sol Sonriente, es lo que realmente es representativo de aquí de Acatlán de Osorio por el mismo, también clima que hay, el calor, ehh.. sol con la luna, dependiendo eclipses, pero tienen que ser el Sol, es muy representativo de aquí de Acatlán, los cántaros

C: Usted, ¿Con qué se siente identificado?

GM: (Sé queda pensando)

C: En cuanto a hacer su trabajo

GM: A las piezas únicas, por ejemplo, ehh estoy trabajando mucho haciendo bustos de personajes, ehh histórico o revolucionarios de aquí de México o aquí de la región.

C: ¿Qué sensación tiene usted al vender una pieza?

GM: (Sonríe) Es el. yo creo al recompensa o sacrificio de tanto tiempo de trabajo

C: ¿Alguien les ayuda aquí a promover el trabajo de artesanía?

GM: Debería de haber alguien, no lo hay

C: Usted ¿Cómo estable el precio de sus productos?

GM: La, las piezas muchas veces le pone precio el cliente, viene, nosotros quisiéramos, por ejemplo, una pieza de 100 pesos, nos las pagaran a 100 pesos, no pues sabes que, quiero 20 piezas, 50 piezas pero te las voy a pagar a 80 pesos ehh ahí es donde se empieza a negociar y muchos clientes si vienen, no hay problema, de 100 a veces hasta dejan propina de más.

C: Y por último ¿si se construye una identidad, un logotipo para poder atraer mas gente hacia ustedes, ¿qué le gustaría que reflejara ese logotipo?

GM: Mira, de rapidito te voy a ir a mostrar, vamos a ir allá al taller, te voy a mostrar una de las piezas. Estoy haciendo unas chimeneas que me pidieron con diferentes motivos, cada una es, ehh todas son iguales, pero el motivo es diferente, cambia porque es único, es hecho a mano, y en una de esas chimeneas puse algo que me gustaría que tú pusieras en tu logo que quieres hacer, para que mas o menos te des una idea de que es lo que quisiera que realmente la gente se diera cuenta que estamos haciendo.

Nos dirigimos al taller

GM: ¿Qué ves ahí?

C: El alfarero que esta moldeando

GRÁFICAS

