



**COLEGIO DE POSTGRADUADOS**  
INSTITUCIÓN DE ENSEÑANZA E INVESTIGACIÓN EN CIENCIAS

**CAMPUS PUEBLA**

POSTGRADO EN ESTRATEGIAS PARA EL DESARROLLO AGRÍCOLA REGIONAL

**INNOVACIÓN DE DISEÑO EN ARTESANÍAS TEXTILES DE  
CUETZALAN, PUEBLA**

**RICARDO BÁRCENA DE LA VEGA**

TESIS

PRESENTADA COMO REQUISITO PARCIAL  
PARA OBTENER EL GRADO DE

**MAESTRO EN CIENCIAS**

PUEBLA, PUEBLA

2017



## COLEGIO DE POSTGRADUADOS

INSTITUCIÓN DE ENSEÑANZA E INVESTIGACIÓN EN CIENCIAS AGRÍCOLAS  
CAMPECHE-CORDOBA-MONTECILLO-PUEBLA-SAN LUIS POTOSÍ-TABASCO-VERACRUZ

CAMPUE-43-2-03

### CARTA DE CONSENTIMIENTO DE USO DE LOS DERECHOS DE AUTOR Y DE LAS REGALIAS COMERCIALES DE PRODUCTOS DE INVESTIGACION

En adición al beneficio ético, moral y académico que he obtenido durante mis estudios en el Colegio de Postgraduados, el que suscribe **Ricardo Bárcena de la Vega**, alumno de esta institución, estoy de acuerdo en ser participe de las regalías económicas y/o académicas, de procedencia nacional e internacional, que se derive del trabajo de investigación que realicé en esta institución, bajo la dirección del profesor **Dr. Miguel Sánchez Hernández**, por lo que otorgo los derechos de autor de mi tesis **Innovaciones de diseño en artesanías textiles de Cuetzalan, Puebla** y de los productos de dicha investigación al Colegio de Postgraduados. Las patentes y secretos industriales que se puedan derivar, serán registrados a nombre del Colegio de Postgraduados y las regalías económicas que se deriven serán distribuidas entre la institución, el consejero o director de tesis y el que suscribe, de acuerdo a las negociaciones entre las tres partes, por ello me comprometo a no realizar ninguna acción que dañe el proceso de explotación comercial de dichos productos a favor de esta institución.

Puebla, Puebla, México, 7 de noviembre del año 2017

RICARDO BÁRCENA DE LA VEGA

DR. MIGUEL SÁNCHEZ HERNÁNDEZ

Vo.Bo. DEL CONSEJERO O DIRECTOR DE TESIS

La presente Tesis, titulada: **Innovacion de Diseño en Artesanías Textiles de Cuetzalan, Puebla**, realizada por el alumno: **Ricardo Bárcena de la Vega**, bajo la direccion del consejo particular indicado, ha sido aprobada por el mismo y aceptada como requisito parcial para obtener el grado de:

MAESTRO EN CIENCIAS

ESTRATEGIAS PARA EL DESARROLLO AGRICOLA REGIONAL

CONSEJO PARTICULAR

CONSEJERO:



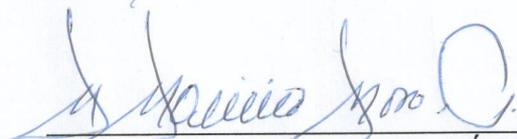
DR. MIGUEL SÁNCHEZ HERNÁNDEZ

ASESOR:



DR. JUAN ALBERTO PAREDES SÁNCHEZ

ASESOR:



MTRO. MAURICIO MORA PÉREZ

Puebla, Puebla, México, 7 de noviembre del año 2017

# INNOVACIÓN DE DISEÑO EN ARTESANÍAS TEXTILES DE CUETZALAN, PUEBLA

Ricardo Bárcena De la Vega, M.C.  
Colegio de Postgraduados, 2017

La venta de artesanías, en especial las artesanías textiles, en municipios del estado de Puebla como Cuetzalan, es y seguirá siendo una actividad económica muy importante para las mujeres artesanas por ser una de las actividades laborales a las que se dedican principalmente, por contribuir al ingreso familiar y a la subsistencia de las familias artesanas. Existen varios problemas con la venta de éstas, como falta de apoyo por parte del gobierno, la competencia entre las artesanas, falta de lugares donde venderlas, tiempo y dinero.

Es por ello que la investigación tiene como objetivo analizar seis de las características físicas de las artesanías que tienen por tradición para entender su significado y su posible innovación para futuros productos; con base en la perspectiva teórica que habla sobre estas características en general pero que se pueden aplicar a productos únicos como las artesanías textiles; ya que en muchos años no se han realizado cambios notorios o sobresalientes en las artesanías textiles y la innovación sigue avanzando.

Esto derivó a una investigación cuantitativa para identificar el conocimiento de las mujeres artesanas sobre sus tradiciones y significados ancestrales para conocer los cambios aplicables a dichas artesanías y hacerlas más atractivas según los teóricos especialistas. Todo esto a través de 40 cuestionarios aplicados a mujeres artesanas de la asociación Masehual Siuamej Mosenyolchicauani en Cuetzalan, Puebla.

Los resultados fueron positivos, probando las hipótesis de manera satisfactoria con las pruebas estadísticas usadas al estar las mujeres artesanas interesadas en cambiar las variables mencionadas antes para tratar de tener mejores ventas en sus artesanías.

*Palabras Clave: Artesanías Textiles, Cuetzalan, Diseño, Innovación, Masehual Sihuamej, Tradición, Venta.*

# DESIGN INNOVATION IN TEXTILE HANDCRAFTS FROM CUETZALAN, PUEBLA

Ricardo Bárcena De la Vega, M.C.

Colegio de Postgraduados, 2017

One of the most important activities in small indigenous towns in Mexico like Cuetzalan in the state of Puebla, is and will continue to be, the creation of textile handcrafts, because it is one of the most important economic activities involving the whole family and specially the women who create unique pieces of handcrafts that contribute to the families daily income. There is a big number of problems involving the way this textile handcrafts are sold in Cuetzalan, like the lack of space and markets where they can be exhibited, competition between vendors, help from the government, time and money.

The purpose of this investigation is to understand six characteristics of textile handcrafts that have been used throughout many years because of tradition and know if change could be applied on them, based on the meaning these characteristics have on the product and to the people creating them, so that future products and handcrafts can be innovated; based on the perspective and theories of several authors that talk about these characteristics in general but that could be used on textile handcrafts specifically. All of these because in many years of creating these pieces, there hasn't been done any noticeable changes that could improve a little the way this textiles are sold and innovations is a term applied now a days on everything and either you are in or you are out.

These doubts turned out into a quantitative investigation to identify the level of knowledge that the indigenous women have regarding their traditions and history, to find out the possible changes that could be taken by the handcrafts they create, in order to make them more attractive, according to some of the authors that talk about these. All of these results were gathered by the application of 40 questionnaires to indigenous women from an association called Masehual Siuamej Mosenyolchicauani in Cuetzalan, Puebla; with positive results for applying physical changes.

*Key Words: Cuetzalan, Design, Innovation, Masehual Siuamej, Sale, Textile Handcrafts, Tradition.*

## DEDICATORIAS

A mi mamá Ana Luz De la Vega Romero y a mi papá José Ricardo Bárcena Gama por apoyarme siempre, guiarme, aguantarme, animarme, regañarme, centrarme y amarme en esta aventura llamada vida. Por siempre alentarme a seguir mis sueños y conseguir lo que quiero. Por ser un ejemplo de pareja y de vida para mí. Éste logro es uno más de los que les dedico por ser dos personas maravillosas que me han acompañado durante toda mi vida, porque sin ustedes no habría sido posible.

A mi prima Gabrielle Fascinetto Bárcena porque fue mi compañera de maestría y siempre me apoyo en absolutamente todo, desde tareas hasta trámites, haciendo que mi experiencia en la maestría fuera aún mejor gracias a ella. Nunca olvidare las horas de tareas, estrés, risas, carreras, enojos, fiestas de bienvenida, exposiciones, lecturas, platicas, charlas, consejos, aventuras, etc. que hemos pasamos juntos.

A mi amigo José Miguel Vélez (Güero) por haberme aconsejado siempre, por haberme ayudado y explicado algunas tareas y por motivarme a acabar la maestría presumiéndome que el tiene dos maestrías y dos doctorados, por lo que una maestría no debía ser ningún problema.

## **AGRADECIMIENTOS**

Al Colegio de Postgraduados Campus Puebla, por haber aceptado mí proyecto de investigación, por apoyarme en cada momento de mi Maestría y por toda la gente maravillosa que conocí dentro del campus, Gracias.

Al Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACYT) por haberme apoyado con la beca, sin la cual, tal vez esta investigación no habría sido posible y por siempre estar a tiempo con los depósitos, Gracias.

Al Dr. Miguel Sánchez Hernández, mi consejero, porque aunque al principio no tenía idea de cómo hacer una investigación como ésta, me explicó, ayudó, me tuvo paciencia, entendió algunas de las salidas que tuve durante la investigación y las clases y siempre me alentó a seguir adelante, Gracias.

Al Dr. Juan Alberto Paredes Sánchez, mi asesor, porque me aceptó como su asesorado, me apoyo siempre con lo que necesité y siempre me ayudo con la tesis. Gracias.

Al Mtro. Mauricio Mora Pérez, mi asesor, porque siempre encontró tiempo para atenderme aunque estuviera muy ocupado y me ha dado muchos consejos sobre negocios, siempre con una sonrisa, Gracias.

A la Masehual Siuamej por haberme dado la oportunidad de trabajar con las artesanas y aceptar hacer mi investigación, Gracias.

A doña Rufina Villa y a doña Juana Chepe por haberme recibido muy bien en el hotel Taselotzin y porque gracias a ella pude contactarme con las mujeres artesanas para hacer mi investigación, siempre amables, muy bien preparadas y de mucha ayuda, Gracias.

Al Dr. Antonio Macías por haberme ayudado con la parte estadística de mi investigación porque sin su ayuda hubiera estado perdido.

A todos mis profesores del primer año de materias que me ayudaron a definir bien mi tema de investigación y me llevaron por el camino correcto.

<b>CONTENIDO</b>	<b>PÁGINA</b>
<b>I. INTRODUCCIÓN</b>	<b>1</b>
<b>II. MARCO DE REFERENCIA</b>	<b>4</b>
2.1 ¿Qué es una artesanía?	4
2.1.1 Historia de las artesanías	5
2.1.2 Transformación de las artesanías en el siglo XX	7
2.1.3 Artesanías en la actualidad	8
2.1.4 Artesanías en el mundo	9
2.1.5 Artesanías en México	11
2.2 Turismo y artesanías de México	14
2.3 Artesanos, indígenas y campesinos	15
2.4 Instituciones que apoyan a Artesanos	16
2.4.1 FONART	17
2.5 Porcentaje de la población dedicada a las artesanías en México	19
2.6 Materiales en las artesanías mexicanas	20
2.7 Ingresos de artesanos mexicanos	21
2.8 Leyes que protegen a los artesanos en México	24
2.9 ¿Cómo afecta la migración a los artesanos?	27
2.10 Necesidades	29
2.11 Soluciones	30
2.12 Artesanías en Cuetzalan	30
2.12.1 Masehual Siuamej Mosenyolchikauanij	33
2.12.2 ¿Por qué es necesaria la ayuda en Cuetzalan?	34
2.12.3 Cosmovisión indígena en Cuetzalan	37
2.12.4 Programas de apoyo a artesanos en Cuetzalan	38
<b>III. MARCO TEÓRICO</b>	<b>41</b>
3.1 Teoría del ser humano	41
3.2 Teoría de la razón	43
3.2.1 Crítica de la razón	43

3.3	Teoría de la evolución	49
3.4	¿Qué es un indígena?	50
3.5	¿Qué es un campesino?	53
3.6	Teoría del Arte	54
	3.6.1 ¿Qué es arte?	58
3.7	Teoría sobre las Artesanía	59
	3.7.1 ¿Qué es un artesano?	60
	3.7.2 Tipos de Artesano	63
	3.7.3 Tipos de Artesanías	65
3.8	Arte y Artesanía	66
3.9	Industria Vs. Artesanos	67
3.10	Teorías de diseño	68
	3.10.1 Teoría de la Moda	69
	3.10.2 Teoría de la Selección Colectiva	70
	3.10.3 Teoría de la Tendencia	70
	3.10.3.1 ¿Cómo surgen las tendencias?	70
	3.10.4 Innovación	73
	3.10.5 La innovación en el Diseño	73
	3.10.6 El diseño como teoría de Innovación	75
3.11	Teoría de la Psicología del color	75
3.12	Teoría de los Sentimientos	77
	3.12.1 Colores y emociones	78
	3.12.2 Significados, códigos y uso cultural de los colores	79
	3.12.3 El color en la historia	79
	3.12.4 Reacciones al color	80
	3.12.5 ¿Estas vendiendo el color correcto?	81
	3.12.6 Colores Nahuas	83
	3.12.7 Textiles indígenas y su color	83
3.13	Teorías de Materiales	85

3.13.1	Materiales	86
3.13.2	Ingeniería de materiales	86
3.13.3	¿Cómo influye el material en la toma de decisiones?	87
3.13.4	Calidad	87
3.14	Teorías de Formas	89
3.14.1	Estética	91
3.15	Teorías de Figuras	92
3.16	Teoría de Precios	93
3.17	Economía	94
3.17.1	Productos	94
3.17.2	Producción	94
3.17.3	Circulación – Distribución	95
3.17.4	Consumo	96
3.18	Teorías del mercado	98
3.18.1	Demanda	99
3.18.2	Oferta	101
3.18.3	Precios	102
<b>IV.</b>	<b>PROBLEMA, OBJETIVOS E HIPÓTESIS</b>	<b>106</b>
4.1	Problema Operativo	106
4.2	Problema de Investigación	106
4.3	Hipótesis General	107
4.3.1	Hipótesis específicas	107
4.4	Objetivo General	107
4.4.1	Objetivos específicos	107
<b>V.</b>	<b>REGIÓN DE ESTUDIO</b>	<b>109</b>
5.1	Cuetzalan del Progreso	109
5.2	Totonacos y Nahuas	112
5.3	Actividad Económica	113
5.4	Artesanas de Cuetzalan	114

<b>VI. METODOLOGÍA</b>	<b>116</b>
6.1 Diseño de la muestra	118
6.2 Tratamiento de datos	119
6.3 Operacionalización de la Hipótesis	119
<b>VII. RESULTADOS</b>	<b>123</b>
7.1 Estadística	124
7.1.1 Análisis (Prueba de T)	124
7.1.1.1 Diseño	126
7.1.1.2 Colores	127
7.1.1.3 Materiales	129
7.1.1.4 Formas	130
7.1.1.5 Figuras	132
7.1.1.6 Precio	133
7.1.2 Pruebas Mann – Whitney y Kruskal Wallis	135
7.2 Resumen de resultados estadísticos	137
<b>VIII. PRUEBA DE HIPÓTESIS</b>	<b>139</b>
8.1 Diseño	139
8.2 Colores	141
8.3 Materiales	142
8.4 Formas	144
8.5 Figuras	145
8.6 Precios	147
<b>IX. CONCLUSIONES</b>	<b>150</b>
9.1 Recomendaciones	151
<b>X. BIBLIOGRAFÍA</b>	<b>153</b>
<b>ANEXOS</b>	<b>158</b>

<b>LISTA DE FIGURAS</b>	<b>PÁGINA</b>
<b>Figura 1.</b> Bordados textil artesanal	1
<b>Figura 2.</b> Mapa de Cuetzalan	109
<b>Figura 3.</b> Logo de Cuetzalan pueblo mágico	110

<b>LISTA DE CUADROS</b>	<b>PÁGINA</b>
<b>Cuadro 1.</b> Esquema de colores	80
<b>Cuadro 2.</b> Línea de tiempo	111
<b>Cuadro 3.</b> Valor de comparación en base a resultados de la media (X)	125
<b>Cuadro 4.</b> Análisis estadístico de variable Diseño con resultados de porcentaje positivo, media, valor de comparación y valor de T	126
<b>Cuadro 5.</b> Análisis estadístico de variable Color con resultados de porcentaje positivo, media, valor de comparación y valor de T	127
<b>Cuadro 6.</b> Análisis estadístico de variable Materiales con resultados de porcentaje positivo, media, valor de comparación y valor de T	129
<b>Cuadro 7.</b> Análisis estadístico de variable Formas con resultados de porcentaje positivo, media, valor de comparación y valor de T	130
<b>Cuadro 8.</b> Análisis estadístico de variable Figuras con resultados de porcentaje positivo, media, valor de comparación y valor de T	132
<b>Cuadro 9.</b> Análisis estadístico de variable Precio con resultados de porcentaje positivo, media, valor de comparación y valor de T	133
<b>Cuadro 10.</b> Análisis de varianza de variable diseño	136
<b>Cuadro 11.</b> Resumen de resultados estadísticos de valores de T	137

## **LISTA DE ACRÓNIMOS**

<b>ANOVA</b>	Análisis de Varianzas
<b>CARTT</b>	Cooperativa Agropecuaria Regional Tosepan Titataniske
<b>CESOP</b>	Centro de Estudios Sociales y Opinión Pública
<b>CICA</b>	Confederación Internacional de Crédito Agrario
<b>FONART</b>	Fondo Nacional para el fomento de las Artesanías
<b>ONU</b>	Organización de las Naciones Unidas
<b>UNESCO</b>	Organización de las Naciones Unidas para la Educación, Ciencia y Cultura

## I. INTRODUCCIÓN

El mundo artesanal se puede considerar como un mundo de expresión de quien crea las artesanías dependiendo de su experiencia en la vida y su forma de ver el mundo, incluida su forma de pensar y que se deriva de una cultura. Engloba todo un universo de conocimiento que se refleja en el producto artesanal y se plasma de manera gráfica (como figuras, formas y colores) en algunas de ellas, como por ejemplo los textiles. En la figura 1, podemos observar algunas de estas características.



**Figura 1.** Bordado textil artesanal de México. Fuente Elisabel (2015)

Los textiles son unas de las artesanías más populares en México. En cada estado y municipio se distinguen por ser únicos y representativos de un lugar por contar la historia y pasado de ese espacio.

Todas estas artesanías han sido realizadas por tradición desde su creación, ya que la información y la manera de realizarse pasa de generación en generación para no perder esa historia que se cuenta a través de las imágenes plasmadas en las artesanías. Se transmite todo ese conocimiento pero con el cambio de generaciones se han modificado algunas características inevitablemente.

El objetivo principal de esta investigación fue conocer si el término innovación usado para cambiar algunas características físicas de las artesanías textiles exclusivamente de la organización llamada “Masehual Sihamej” en Cuetzalan, Puebla como diseño, color, materiales, forma, figuras y precio, se considera que podría influenciar la venta de los productos, buscando alternativas y cambios aplicables a los productos sin cambiar el significado tradicional y manteniendo la historia y cosmovisión plasmada.

Uno de los problemas principales que enfrentan las mujeres artesanas es la dificultad para vender sus artesanías textiles tradicionales, especialmente por la cantidad de competencia que existe entre los artesanos en el municipio de Cuetzalan y por no tener lugares de venta establecidos para sus productos.

Algunos investigadores hablan en específico de las características físicas que se consideraron para el cambio, en ese sentido Bartra (2005) menciona que “La artesanía tradicional, antes de ser un objeto de mercado, es un objeto que sirve como soporte para la conservación y transmisión de la memoria”. Pero ¿será la misma realidad para todas las personas que se dedican a la artesanía? Otro de los autores, Herbert (1969) dice que “La finalidad del diseño e innovación como transformar situaciones existentes en preferibles, por lo que vender más productos artesanales para la subsistencia con base en cambios físicos sería preferible”.

El resultado más impactante que se obtuvo fue que la necesidad es más fuerte que la tradición, las mujeres están dispuestas a aprender y aplicar todos los cambios que sean necesarios para vender más productos, no dejando del lado su tradición pero si realizando cambios significativos para obtener una mejor venta.

Esta investigación se divide en varios capítulos que describen a las artesanías y artesanos, necesidades, ayuda, posibles cambios, innovación, teorías que hablan sobre el cambio y características en específico, también los resultados de la investigación, conclusiones y la realidad sobre las artesanías textiles de Cuetzalan.

Una de las motivaciones principales para esta investigación fue el querer involucrar a las mujeres artesanas directamente con un mercado novedoso y más extenso, porque lo que realizan son productos únicos y especiales, incomparables con los productos de otros países, pero como es natural, todo evoluciona, por lo que los

productos también deben evolucionar y adecuarse a las nuevas necesidades de la gente/clientes, pero manteniendo la misma cosmovisión y razón por las que son realizadas, lo que significaría mejores ingresos para las familias y un mejor nivel de vida.

Ahora con los resultados de la investigación es más fácil saber cuales son los procesos, cambios e innovaciones que se pueden realizar con las mujeres artesanas para que los productos sean más atractivos para la venta.

## II. MARCO DE REFERENCIA

### 2.1 ¿Qué es una artesanía?

El tema central de esta investigación fueron las artesanías textiles en Cuetzalan, pero ¿Qué es una artesanía? Wordpress (2009) menciona que son objetos artísticos de significación cultural, realizados manualmente o con máquinas movidas con energía básicamente humana, en forma individual por un artesano o colectiva por una unidad productora de artesanías. Dichos objetos reflejan una autenticidad que enorgullece y revitaliza la “identidad”, y deben conservar técnicas de trabajo tradicionales y los diseños autóctonos de una determinada región.

Por su parte Sierralta (2014) argumenta que “La artesanía comprende, básicamente, obras y trabajos realizados manualmente y con poca intervención de maquinaria, habitualmente son objetos decorativos o de uso común”.

El término artesanía se refiere al trabajo realizado de forma manual por una persona en el que cada pieza es distinta a las demás, diferenciándolo del trabajo en serie o industrial ya que el detalle se realiza bajo circunstancias diferentes cada vez, por lo que sacar un modelo completamente igual al anterior es algo complicado, pero se tiene la misma magia e intención.

Como menciona Garrido (2013) “Existe un largo trabajo de reflexión sobre la manera de nombrar a la artesanía: arte popular, artesanía artística o simplemente como arte. Las discusiones empezaron en 1928 y seguirán, pero en el campo de lo cotidiano la importancia de este debate, más allá del plano conceptual, radica en el hecho de que el lenguaje modula nuestra percepción. Si se nos dice que algo es arte lo miramos de otra manera. Si se nos dice que es artesanía se nos ha enseñado a mirarlo de otra forma. La manera como se nos ha enseñado puede cambiar”.

Más allá del plano conceptual, el lenguaje modula nuestra percepción. Y la percepción del concepto artesanía provoca que el observador mire las obras desde una perspectiva conformada históricamente, en la que piezas y creadores se conciben como menores, pero todo esto viene desde la educación que se da sobre estos términos.

El fomento a través de la educación es un punto pendiente y necesario. Se deben incluir a las artesanías en los temarios de los distintos niveles educativos como una materia de conocimiento realmente importante. Muchos saben quién es Leonardo da Vinci, pero no conocen artistas locales o inclusive nacionales que destacan por creaciones artísticas impresionantes.

Inclusive los expertos en este tema tienen opiniones críticas sobre las artesanías tradicionales y su venta, tal como nos menciona Luft (2016) “La artesanía es una de las manifestaciones más visibles de la diversidad cultural de una sociedad, ya que refleja creatividad, identidad, y patrimonio cultural. Esta actividad posee un valor patrimonial cultural tangible que debe ser reconocido, protegido, proyectado y asegurado para el futuro.”

### **2.1.1 Historia de la artesanía**

Sobre la historia de las artesanías Santiago (2013) menciona “En la antigüedad se buscaba la manera de satisfacer ciertas necesidades; por falta de maquinaria se implementaron mecanismos de utilidad, con un beneficio para una sociedad. Lo que se creó eran básicamente obras y trabajos realizados manualmente y con poca o sin intervención alguna de maquinaria, habitualmente son objetos decorativos o de uso común. Algunos instrumentos como el telar y el telar de cintura se usan para crear prendas”.

El origen de las artes manuales data de hace muchos siglos, no se sabe con exactitud cuánto tiempo. Lo que sí se sabe es que data de la prehistoria, CICA (Confederación Internacional de Crédito Agrario) (2009) “Periodo de tiempo previo a la Historia, transcurrido desde el inicio de la evolución humana hasta la aparición de los primeros testimonios escritos”. Esta etapa se divide en tres periodos que se clasifican con la evolución de la humanidad, El más antiguo de estos tres periodos es el Paleolítico, cuyo comienzo se remonta a hace unos 2'500,000 años. En esta etapa el ser humano utilizaba herramientas elaboradas a base de piedra tallada, hueso y palos. Durante esta época el hombre fue cazador, pescador y recolector, por lo que llevaba una vida nómada y solía colocar sus campamentos en las orillas de los ríos donde se aseguraba de tener agua y la comida por un tiempo. En esta época se comenzó a utilizar el fuego y se tenían creencias religiosas de carácter mágico y se realizaban ceremonias funerarias.

El descubrimiento de la agricultura también conocida como Revolución Agrícola, marcó el inicio de la era Neolítica. El comienzo de esta etapa de la evolución humana es difícil de concretar, ya que cada grupo humano descubrió la agricultura en un momento distinto. Como fecha aproximada se puede decir que inició hace unos 5.000 años. En esta época, el ser humano descubrió la ganadería y la agricultura, aunque también seguía practicando la caza y la recolección, lo cual le permitió convertirse en sedentario y construir los primeros poblados, así como tener más "tiempo libre" que poder dedicar a otras tareas distintas de la constante búsqueda de comida. El hombre en esta época utilizaba herramientas más perfectas realizadas con huesos, piedras pulidas y comenzó a desarrollar el tejido y la cerámica.

El último periodo de la Prehistoria es la llamada la Edad de los Metales, ya que en esta los humanos descubrieron y comenzaron a utilizar los metales. A su vez este periodo se divide en tres etapas que reciben el nombre de los metales que el hombre fue utilizando progresivamente. La más antigua es la Edad del Cobre, primer metal trabajado, después vino la Edad del Bronce y por último la Edad del Hierro. Al igual que en el Neolítico, los metales no fueron descubiertos a la vez por todos los pueblos, por eso aquellos pueblos que utilizaron el cobre se impusieron a los que sólo utilizaban la piedra, aquellos fueron sometidos por los que usaron el bronce y por último el hierro se mostró durante mucho tiempo como el metal más fuerte. En esta etapa se desarrollan las primeras civilizaciones que acabarían por inventar la escritura, entrando en la Historia.

En la prehistoria no se consideraban a estos utensilios como artesanías, eran simplemente artefactos usados para cubrir ciertas necesidades que se tenían en diferentes etapas y en diferentes circunstancias.

El historiador Marini (2015) dice: "Las artesanías se originan desde el periodo Preclásico que es más o menos 1500 a. C. Las primeras artesanías elaboradas fueron de cerámica, lanzas de obsidiana, tejidos para la ropa, petates, piedras de moler, redes, cestería entre otros. Dentro de las artesanías se dieron diferentes tipos de uso como el religioso y el utilitario, de la misma manera que hoy en día los encontramos".

Existían dudas sobre las diferencias entre arte y artesanía, las diferencias fueron

marcándose más a finales de la Edad Media y se consolidaron con el Renacimiento, realizando la actividad y función social del arte con el artista y subordinando la artesanía junto con el artesano dentro de la visión occidental. Finalmente el verdadero valor de la artesanía varía de acuerdo a la demografía.

Durante el feudalismo, la artesanía tenía como finalidad ser el sustento de los vasallos que vendían sus productos, en la mayoría de los casos eran cestas, cestones, cuchillos y otros utensilios hechos para la época y que eran comercializados en las ferias que se llevaban a cabo dentro de los reinos feudales.

Algunas comunidades se han dedicado a la producción comercial, para venta, desde el siglo XVII y poseen una historia de mercadeo y distribución controlada localmente a través de redes locales o regionales.

Sobre la venta de artesanías EcuRed (2016) comparte que “La artesanía constituyó la base de la economía urbana en Europa hasta la Revolución industrial en el siglo XIX. Sin embargo, los artesanos desaparecieron prácticamente con el nacimiento de la producción en serie”.

Como reacción a los efectos de la industrialización se creó en Inglaterra, a finales del siglo XIX, el movimiento Arts & Crafts, liderado por el diseñador y reformista social William Morris. El gran interés que la artesanía despierta hoy en el mundo occidental tiene su origen en gran medida en este movimiento.

En muchos lugares del mundo la artesanía sigue practicándose como hace siglos. Tal es el caso de la cestería china, el batik indonesio y el encaje de bolillos español. En el sur de los Apalaches, en Estados Unidos, la cestería y los tejidos se elaboran hoy con las mismas técnicas empleadas por los pobladores originales de esta región. La gran mayoría de los países de América Latina son grandes creadores artesanales. Ello se explica por las altas tasas de desempleo producido, en muchos casos, por el éxodo de la población rural a las grandes urbes.

### **2.1.2 Transformación de las artesanías del siglo XX**

La historia nunca se detiene, Marini (2015) menciona que “La artesanía ha estado en continua evolución, introduciendo y adaptándose a los cambios tecnológicos e innovación de cada época. Hasta la primera mitad del siglo XX mantiene un cierto

prestigio, símbolo de resistencia a la mecanización. Ya en los años sesenta surge el reconocimiento social, empieza a ser coleccionada y exhibida en exposiciones y museos, haciéndose cada vez más exclusiva y cara por la demanda que comienza a crecer y la historia que le da riqueza a cada una de las piezas”.

A principios del siglo XX los indígenas mexicanos eran más de la mitad de la población, su participación en la Revolución Mexicana pidiendo tierras y mejores condiciones de vida, se vio satisfecha sólo parcialmente con la reforma agraria y creación de ejidos, pero continuaron siendo marginados y pobres. El zapatismo fue un movimiento fundamental que influye fuertemente entre los indígenas de zonas rurales, bajo el lema de *La Tierra es de quien la trabaja*.

### **2.1.3 Artesanías en la actualidad**

Al llegar al siglo XXI se considera a la artesanía como una actividad residual, con un fuerte desprestigio, falta de cohesión como sector, carencias formativas en gestión empresarial y diseño y dificultades para acceder a fuentes de financiación.

Durante la edad media en Europa la diferenciación y especialización artesanal e industrial fueron fundamentales, puesto que surgieron nuevas formas de organización y de control de la producción, se produjo la privatización de los medios.

Con respecto a estos cambios, Novelo (2004) dice que “Se pueden distinguir dos grandes tradiciones en la conformación del artesanado mexicano actual: la indígena y la española”. Con conquistas llegan cambios, los cuales se ven reflejados en las artesanías, todo es historia y todos cambios se adaptan a las necesidades del momento, como debe ser porque no se puede seguir contando la misma historia hasta un punto nada mas, la historia sigue día con día.

El artesanado europeo llegó a territorios mexicanos a partir de la Conquista con sus propias técnicas y formas de organización. Paulatinamente fueron mezclando estos insumos con la manera indígena de producir. A partir de entonces, los artesanos se dividieron en dos sectores, un grupo rural que se refugió en las unidades domésticas y conformó la mano de obra aprendiz en los oficios y talleres permitidos por el monopolio español y otro grupo de artesanos de carácter urbano, encabezado en un principio por los españoles, que tuvo un estatus importante en la sociedad colonial. Ambos grupos comenzaron a producir con nuevas técnicas pero con

patrones estéticos y simbólicos propios, fenómeno que da origen a un mestizaje de estética, destrezas y formas de trabajo, pero también al establecimiento de jerarquías, responsabilidades, privilegios y exclusiones.

En México, la mayoría de sus artesanos viven en condiciones de pobreza y son artesanos, muchos de ellos viven en lugares donde no existen las condiciones mínimas para que puedan generar ingresos sustentables por medio de la producción de artesanías.

Un comentario de Ecured (2016) es que “Actualmente, la artesanía se ocupa de principalmente de la elaboración de alfombras y otros textiles, bordados, cerámica, madera y metalistería. Este oficio lo practican los artesanos, que trabajan en sus hogares con un equipo mínimo”.

Los trabajos de artesanía se utilizan como terapia ocupacional, muchas personas enfermas realizan trabajos para fortalecer los músculos o para adquirir habilidad con un miembro artificial. También sirve como terapia en diversos trastornos mentales, proporcionando una vía para expresar los sentimientos. La artesanía facilita a las personas discapacitadas la posibilidad de ocupar su tiempo y distraer la atención de sus problemas. Los prisioneros de guerra han creado artesanía de gran calidad.

Cuando hablamos de artesanías en la actualidad muchas veces seguimos pensando que la manera de realizarlas debe ser siendo la misma y para los mismos propósitos como cuando empezaron, pero esto no es así. La constante evolución del todo es un fenómeno natural, de cual hablaremos en el marco Teórico, pero uno no puede esperar que existe historia si todo siguiera igual, al contrario, la evolución y la innovación son necesarios para crear un pasado y un futuro.

Con el pasar del tiempo y con toda clase de problemas, soluciones, inventos, terapias, etc. que existen ahora, se pueden relacionar muchas disciplinas para ayudarse unas a otras. Las artesanías no tiene porque quedar fuera de esto, se pueden mezclar conocimientos para crear algo con la misma ideología y sentimiento pero de una manera distinta físicamente, que no le resta valor, al contrario, se hace más grande.

#### **2.1.4 Artesanías en el mundo**

Cada país expresa su historia de diferentes maneras y la plasma en sus artesanías de forma única. Monge (2016) menciona que “Cada país en el mundo tiene una historia y una herencia, lo cual muchas veces se plasma y se cuenta a través de sus artesanías, por los cuales se mantiene vivo el arte popular y la cultura”.

Cada vez que una persona visita un país diferente no solo se asombra con sus lugares turísticos, su gastronomía, sus costumbres y tradiciones, sino también con sus artesanías. Y es que todo pueblo o territorio posee un producto artesanal emblemático y cargado de belleza que refleja su cultura.

No solo es México quien produce artesanías de calidad, sino todo el mundo, cada país tiene al menos un objeto en específico que es el más representativo de un lugar, que cuenta una historia y que esta cargada de cultura, por lo que cada vez que una artesanía es comprada, no solo es un pedazo de madera o un textil, es toda una carga cultural y un pedazo de ese país.

Como por ejemplo las canastas de Quindío en Colombia, el vidrio de Barcelona, la caligrafía de Marruecos, el pectolite de Santo Domingo, el Murano el Italia, telas en Vietnam, las tejedoras de Cusco, telas de Guatemala, el cuero de Venezuela, entre muchas otras. Todas esta reflejan características de un país, dándonos información sobre los materiales que más se utilizan y por qué, impregnándolos de cultura e historia, trasformando un pedazo de material en una pieza de arte que refleja lo más profundo de una cultura.

Sobre la producción artesanal Reyna (2013) dice “A escala mundial, el sector artesanal es una actividad que se niega a desaparecer y se adapta a los nuevos entornos del consumo masivo, o bien, como sucede en los países subdesarrollados, sobrevive en un entorno de marginación y pobreza”. Sea cual sea el caso, se considera un sector ligado al folclor y a la tradición de los pueblos que se niega a perderse por contener una parte muy importante de la historia de una región.

Las estadísticas señalan que el mercado mundial de importaciones en 2009 se valuó en 852 mil millones de dólares y registró un crecimiento de más de 500 mil millones de dólares, tomando en cuenta que para 2006 el tamaño del mercado era de 326 mil millones de dólares.

De esto se desprende que el mercado de las artesanías en el mundo tiene de hecho un importante potencial de consumo. En términos de oferta, los seis países que concentran el grueso de las exportaciones son: China, Alemania, Estados Unidos, India, Italia y Japón, países que se quedan con 40% de la exportación mundial. En el caso de China se debe precisar que en los últimos años se ha mantenido como el principal exportador de artesanías, abarcando cerca de 15% de lo exportado a nivel mundial. Sin embargo, las artesanías de países como Italia o Japón siguen siendo reconocidas a nivel mundial por la calidad y belleza de los productos que ofrecen.

### **2.1.5 Artesanías en México**

La artesanía mexicana es una enorme riqueza que nuestro país ofrece a los visitantes extranjeros ya que abarca todas las ramas artesanales esenciales, siendo la mayor parte de sus derivaciones el resultado del trabajo de miles de artesanos que se distribuyen en el territorio mexicano, quienes ayudados por el ingenio y la creatividad aprovechan los materiales que ofrece la naturaleza de las diversas regiones de nuestro país.

Todo cambia constantemente, sobre esto, Rubín (2013) tiene una importante opinión, “En el proceso del desarrollo de las artesanías ha habido cambios significativos. La aparición de los obrajes y las industrias fue desplazando su valor utilitario a lo largo del siglo XIX, en su utilización como iconos de lo que se llamó “cultura nacional”, con la construcción del Estado-nación, y poco después, en la etapa posrevolucionaria de la primera mitad del siglo XX, al buscar las raíces prehispánicas de la cultura y recrear las tradiciones se reinventaron objetos que hoy día consideramos como lo más representativo”.

Cuando aparecieron las instituciones de fomento artesanal, a partir de la década de 1950, se crearon los concursos artesanales, aparecieron los diseñadores y el Estado se volvió comercializador. En ese momento, se dio una marcada tendencia a dejar el valor utilitario de las artesanías y se pasó a verlas como piezas de colección, decoración y lujo para sectores que las consumen fuera de la comunidad productora.

De acuerdo con Reyna (2013) dice que “En México, en el ámbito internacional, el monto por exportación de artesanía asciende a 5,339 millones de dólares. Como

puede observarse, dista mucho del monto que obtuvieron por exportaciones países como Italia o India. Italia exportó 26 mil millones; India, 37 mil millones; China, 141 mil millones y Alemania, 67 mil millones”.

Existen varias razones por las que se dicen se crean las artesanías, una de ella dice Sierralta, (2014) es “Con el objeto de definir a la artesanía y distinguirla de la industria, ha propuesto como definición de artesanía “toda técnica manual creativa, para producir individualmente, bienes y servicios”.

Uno de los principales problemas de la artesanía es la competencia con los productos industriales de bajo costo, con apariencia similar a los productos artesanos, pero de menor precio y calidad.

Otra dificultad para los artesanos es la forma de comercializar sus productos, ya que es una característica de la artesanía, que se realiza en talleres individuales o de pocas personas, con poca capacidad para llegar al mercado.

Páginas como México desconocido (2016) mencionan que “Existen diferentes tipos de artesanías a lo largo y ancho de todo el país, estos son algunas de las más representativas y con las que la gente se siente mas identificada e identifica a México”.

1. Alebrijes – Este término lo comenzó a utilizar la familia Linares de San Martín Tilcajete, Oaxaca, muy famosa por sus piezas elaboradas en cartón. Pedro Linares, una persona de mucho talento, les dio el nombre de alebrijes a estas artesanías inspirado en sus sueños que representan animales místicos y raros.
2. Sombrero de Charro - una mezcla entre prenda, accesorio y obra de arte, que se usa como complemento de toda una vestimenta. Originalmente, los sombreros de charros, servía para que estos pudieran protegerse del sol al supervisar la elaboración de los diversos trabajos del campo en las haciendas. Durante el siglo XIX, los sombreros, hechos básicamente de fibras, para su uso en eventos especiales o algunas fiestas religiosas, tuvieron que ser transformados o enriquecidos con ciertos toques que poco a poco fueron dando como resultado el sombrero que hoy todos conocemos, lo cual es muy emblemático de nuestro país.

3. Barro negro – se comenzó a trabajar en la región desde tiempos precolombinos. Se sabe que se atribuye a los zapotecos, y más tarde los mixtecos, habitantes de los valles centrales de Oaxaca. Durante esa época hacían maravillas con el abundante lodo de donde era extraído el material para la elaboración de vasijas, ollas y demás figurillas.
4. Talavera poblana - El origen de este arte es aún incierto, pues se dice que su nombre se debe al parecido que tiene con el elaborado en la ciudad de Talavera de la Reina, España. Sin embargo, y aunque la loza poblana se decora a semejanza de la dicha ciudad, ello no basta para suponer que hayan sido talaveranos los primeros loceros que llegaron a Puebla. Existe la posibilidad de que fueran sevillanos, pues Sevilla fue punto de emigración hacia la Nueva España y centro productor de loza y azulejería con influencia árabe.
5. Rebozos - La producción artesanal de esta tradicional prenda data del año 1764, en Santa María del Río, San Luis Potosí, como necesidad de las mujeres por tener una prenda para cubrir sus cabezas al entrar a los templos.
6. Arte Huichol - Las tablas de estambre (nierikas), son uno de los objetos del arte huichol, que han sido los más exitosos tanto por sus diseños "psicodélicos", inspirados en visiones producidas bajo los efectos del peyote, como por las complejas y esotéricas representaciones simbólicas y místicas.
7. Árboles de la vida – originarios de Metepec, Estado de México. Lo que representa es el universo en el que viven los hombres: en un primer plano el árbol sagrado, como símbolo de la vida, y emanando de él, infinidad de alegorías que representan todo lo que pasamos en este viaje llamado vida.
8. Sarape - Es típica de la ciudad de Saltillo. Son prendas que lucían las mujeres durante la época prehispánica y que eran elaboradas mediante un telar de cintura. Con el tiempo, éstas fueron hechas ya no de yute sino de algodón y también dejándose de producir mediante ese rudimentario sistema dando paso a su confección en modernos telares de trabajo industrial.
9. Plata - Según la tradición, desde tiempos prehispánicos, los habitantes de las regiones occidente y sur del país (los actuales estados de Michoacán, Oaxaca y Guerrero) dominaban a la perfección las técnicas para dar vida en esos metales a maravillosas joyas (aretes, collares, pendientes, bezotes, brazaletes, anillos, entre otras) que sólo las clases altas podían lucir como

símbolo de su poder y status.

10. Barro - Desde la época prehispánica, las culturas que habitaron en nuestro actual territorio eran ya todas unas expertas en el arte de trabajar la arcilla, las arenas y diversos tipos de tierras “ligeras” que, mezcladas con el agua, servían para crear magníficas piezas.

Como vemos, muchas de las artesanías más importantes de nuestro país datan de la época prehispánica, pero con la llegada de los españoles hubo ciertas características que cambiaron pero se encontró la manera de seguir representando toda la magia y misterio que se impregna en cada una de las piezas artesanales.

## **2.2 Turismo y artesanías de México**

En la medida en que el turismo crezca como actividad económica se abren oportunidades para el mercado de las artesanías, sin embargo, también aumenta el riesgo de masificar la producción y crear artículos sin carga simbólica, es decir, sin el bagaje cultural propio de la producción artesana.

Algo muy importante es la relación entre artesanía, comercio y turismo. México ha hecho una de sus apuestas económicas en el turismo, con múltiples productos entre los que se incluyen las culturas tradicionales y las prácticas artesanales, con el propósito de dinamizar la economía nacional y las locales depositarias de los patrimonios promovidos. Es importante pensar en los riesgos y potencialidades del turismo cultural, es importante en la medida en que la artesanía, los artesanos y sus saberes forman parte de un sistema patrimonial, que en el caso concreto de poblaciones rurales o indígenas se transforman en los polos principales para la atracción turística.

El artesano vende artesanía, el Estado vende su conocimiento tradicional, su quehacer, su oficio. Esto es lo que compra el turista. Puede o no comprar artesanía, porque lo que ha adquirido realmente ha sido el concepto de la experiencia turística de conocer el patrimonio cultural.

Los hoteles y los restaurantes son los verdaderos beneficiarios del valor de la artesanía. El turismo trae eso y ellos son los beneficiarios. Se necesita que esos recursos bajen a las comunidades, no sólo a los artesanos, sino a la gente que vende el atole y el tamal. Ya es suficiente que se centralice la artesanía en manos

de unas cuantas instituciones. No se ha logrado hasta ahora cambiar las circunstancias de los artesanos. Esto es un ejemplo de que si se siguen creando o fortaleciendo instituciones en vez de al artesano, todo seguirá igual.

El turismo es una de las fuentes económicas importantes en México, de acuerdo con Juárez (2010) “El turismo en Cuetzalan constituye la segunda actividad económica más importante. Tiene 26 hoteles, 11 son de una estrella, 3 son clasificados como de dos, 6 tienen tres, 1 posee cuatro y otro tiene cinco estrellas, 346 cuartos de hospedaje, 35 restaurantes (entre fondas, cafeterías, comida internacional y regional), servicios de gasolineras, ventas de refacciones para automóviles y farmacias”. Existen carreteras seguras, que han reducido hasta en un 40% el tiempo de traslado de la ciudad de Puebla a la zona de estudio.

### **2.3 Artesanos, indígenas y campesinos**

Importantes sectores gubernamentales como la Cámara de diputados (2016) [www.diputados.gob.mx](http://www.diputados.gob.mx) mencionan que “Un campesino es la persona que desempeña sus labores en el ámbito rural, normalmente en actividades agrícolas o ganaderas que tienen como principal objetivo la producción de diversos tipos de alimentos o sus derivados”.

Por lo general, un campesino puede producir estos elementos tanto para consumo propio o para comercializarlos en el mercado y obtener de ello alguna ganancia. Aunque normalmente el campesino se identifica con la producción de hortalizas, frutas o viñas, el también puede poseer diferentes tipos de ganado.

A diferencia del campesino, el artesano crea piezas únicas de arte que tienen diferentes funciones, aunque como hemos visto, muchas veces el artesano debe de buscar un trabajo alternativo para poder sustentarse y complementar sus pocas ganancias de las artesanías. Por lo que una persona puede ser ambos, pero dentro de todo esto también encontramos el término indígena.

Una de las diferencias principales entre estos 3 términos es que artesano y campesino son oficios/trabajos y la palabra indígena es una descripción de lo que es una persona, no de lo que hace, en uno se nace y en los otros 2 se eligen dependiendo claro de muchos factores, que influyen en esta toma de decisiones, ya que incluso por tradición te debes convertir en lo que la familia haya elegido, pero

siempre se pueden tomar cartas en el asunto y cambiar lo que haces pero no lo que eres.

Se consideran indígenas aquellos cuyas condiciones sociales, culturales y económicas les distingue de otros sectores de la colectividad nacional, y que están regidos total o parcialmente por sus propias costumbres o tradiciones o por una legislación especial. Son considerados indígenas por el hecho de descender de poblaciones que habitaban en el país, o en una región geográfica a la que pertenece el país, en la época de la conquista o la colonización o del establecimiento de las actuales fronteras estatales y que, cualquiera que sea su situación jurídica, conservan instituciones sociales, económicas, culturales y políticas, o parte de ellas. El idioma/lengua es una de las características principales con las que podemos identificar a un indígena, actualmente, todavía existen 56 grupos indígenas con sus respectivas lenguas, que son reconocidas como nacionales, aunque en la práctica su uso está bastante limitado. El náhuatl es el idioma nativo con mayor número de hablantes y su población se concentra en Guerrero, Hidalgo, Morelos, San Luis Potosí, Estado de México, Puebla y Veracruz.

El hecho de que una persona se involucre en las artesanías tiene que ver mucho con la cultura, tradiciones, familia y lugar donde nació. Existen pueblos alrededor del país que son de origen indígena que se dedican mucho a las artesanías por ser una tradición y un modo de vida. Estos tres términos están muy relacionados entre si porque se mezclan mucho, ya que una persona puede estar dentro de estas tres categorías.

Principalmente la artesanía se da en comunidades indígenas alejadas de la ciudades grandes porque son una fuente de ingreso que se hace con los materiales e ideas que se encuentran en lo que los rodean, haciéndolo imposible en la ciudad porque no se encuentran los mismos elementos y la gente se dedica a actividades distintas ya que existen muchas mas posibilidades.

#### **2.4 Instituciones que apoyan a Artesanos**

La Secretaría de Desarrollo Social (2016) informa que “Existen instituciones que se dedican a apoyar las necesidades de los mexicanos, creando fuentes de trabajo y desarrollo”.

1. SEDESOL (Secretaría del desarrollo social) – Trabaja para construir una sociedad en la que todas las personas, sin importar su condición social, económica, étnica, física o cualquier otra, tengan garantizados sus derechos sociales y gocen de una vida digna.
2. INAES (Instituto nacional de la economía social) – ofrece oportunidades de financiamiento a quienes no tienen acceso a ellas. Entre los programas sociales que dirige está el Programa de Fomento a la Economía Social.
3. FONART (Fondo Nacional para el Fomento a las Artesanías) – Promueve el invaluable trabajo de nuestros artesanos para que ellos y sus familias tengan un ingreso justo. Cuenta con programas de capacitación, comercialización y apoyo a la producción.
4. INDESOL (Instituto Nacional de Desarrollo Social) – Promueve acciones contra la pobreza y la vulnerabilidad social. Trabaja en alianza con Organizaciones de la Sociedad Civil. Es responsable de operar el Programa de Apoyo a las instancias de Mujeres en las Entidades Federativas.
5. Prospera – Coordina programas y acciones de política social bajo esquemas de trabajo y responsabilidad compartida con los beneficiarios. Su misión es mejorar las condiciones de vida de las personas más necesitadas y asegurar que disfruten de sus derechos sociales y del acceso al desarrollo social con igualdad de oportunidades.

#### **2.4.1 FONART**

Una de las instituciones más importantes que apoyan a los artesanos es el FONART (Fondo Nacional para el Fomento de las Artesanías). Es un organismo del Fideicomiso Público del Gobierno Federal que fue fundado por decreto presidencial en junio de 1974. Le antecedió un antiguo Fideicomiso para el Fomento de las Artesanías que estaba inserto en el ya extinto Banco Nacional de Fomento Cooperativo.

El objetivo son directamente los artesanos, sobre todo los tradicionales con respecto al manejo de materiales, técnicas, diseños y elementos iconográficos.

Para cumplir sus objetivos generales y particulares, el programa de FONART cuenta con cuatro vertientes. La primera de ellas es la capacitación integral y asistencia técnica. Esta actividad se destina fundamentalmente a los grupos de artesanos que requieren información acerca de cómo organizarse, cómo distribuir los trabajos según sus habilidades y cómo conformar jurídica y administrativamente el grupo hasta llegar a la comercialización. Es decir, la asistencia intenta ser integral. Cuando existe la posibilidad de insertarlos en un mercado para darle más oportunidades a sus productos, se proporciona la asistencia técnica. En este punto, el diseño es fundamental. El organismo cuenta con un grupo de técnicos diseñadores que aportan sus ideas para que los artesanos apliquen sus habilidades en nuevos productos, en el entendido de que todo proceso cultural lleva aparejado irremediablemente un proceso económico.

La segunda vertiente es de apoyo a la producción, un recurso que el organismo brinda a los grupos de artesanos para la compra de materiales o de herramientas.

La tercera fase del programa es la adquisición de artesanías y apoyos a la comercialización. La intención es que, una vez resuelta la primera etapa de apoyo en diseño, los artesanos tengan forma de comercializar sus productos.

La cuarta vertiente es la adquisición y comercialización de artesanías, que tiene dos variantes: la compra directa al artesano, sujeta a las reglas de operación del programa y el acompañamiento que el organismo hace para beneficiar a los artesanos con recursos que les permitan asistir a ferias y exposiciones especializadas.

Otra forma en que el FONART apoya es a través de concursos de arte popular. Esto apoya a los artesanos que se distinguen por la calidad, creatividad y preservación de técnicas y materiales de tradición, pero también hay un componente importante de innovación en las convocatorias, lo cual da la oportunidad de crecer cada vez más a través de los años. Ya que con estas innovaciones se crea la posibilidad de acercarse cada vez más a mercados nacionales e internacionales que pudieran interesarse.

Se le ha preguntado al FONART si con todo ese esfuerzo ¿se ha mejorado la calidad de vida de los artesanos en México? La respuesta la dieron ellos mismos:

No. No se ha logrado impactar como se quisiera porque no hay recursos, porque las políticas no lo permiten.

Uno de los problemas es que tiene por objeto el combate a la pobreza, en lugar de considerar a la artesanía como una rama productiva, que hacia allá es donde se debería dirigir todo el esfuerzo. Pero existen problemas con las reglas de operación en todos lados: economía, agricultura, etc. Las reglas de operación muchas veces no son problema de las instituciones, la misma Secretaría de Hacienda tiene una forma de cuidar los recursos que a veces son muy confusas.

¿Qué clase de país no ayuda a sus habitantes de manera de directa? ¿En verdad es necesario explotar a muchos por el beneficio de unos cuantos? Pareciera que la gente es tan egoísta y avariciosa que no pueden ver más allá de lo que cada quien necesitan, una buena educación es lo que el país necesita, información de calidad para todos y no solo manipulada para el beneficio de unos cuantos. Darle a la gente la oportunidad de tener una vida digna y decente es un derecho que todos debemos de tener, cualquier trabajo debería ser lo suficientemente pagado para tener una vida digna.

## **2.5 Porcentaje de la población dedicada a las artesanías en México**

Los artesanos con un pequeño pero muy importante grupo de trabajadores dentro de nuestro país. Sobre el sector artesanal Cisneros (2015) dice que “en el inicio de la segunda década del siglo XXI, el sector artesanal en México aún debe aspirar a una sustentabilidad económica y a que exista una institución que, mediante un método fiable, maneje sus políticas públicas para realizar un censo nacional y así saber cuántos de los 112 millones de personas en nuestro país realizan alguna actividad relacionada directamente con el proceso artesanal”.

A la fecha, y después de la celebración del bicentenario de Independencia, no se sabe con exactitud quiénes son ni cuántos artesanos hay en México. Si bien las crisis son cíclicas y recurrentes, lo que se ha vivido en los últimos 15 años en México constituye una de las crisis más constantes y severas, que pone en riesgo el futuro del artesanado en numerosas localidades.

En la medida en que se pierde la producción para el autoconsumo o para el consumo regional tradicional y surge el consumidor nacional e internacional con la

globalización, crece la dependencia del productor hacia consumidores que tienen múltiples opciones, no solo dentro de México sino en el mundo.

También se pierde, porque el artesanal es un oficio donde no se valora el trabajo. Es común el regateo por parte de toda la cadena de compradores: el acaparador local, los mayoristas, el de la tienda, el propio turista, el coleccionista y demás consumidores.

Dentro de este ámbito, es triste notar la reacción de los padres en años recientes, que ha sido desalentar a los hijos a continuar la actividad artesanal y promover el estudio de alguna carrera técnica o universitaria que les ofrezca un reconocimiento social y mayores opciones económicas.

En la actualidad, cerca de 80% del artesanado tiene de 40 a 80 años de edad; el 15% restante tiene de 25 a 40 años de edad y la caída drástica se da en 5% del grupo de cinco a 20 años de edad, absolutamente vitales para la transmisión de la artesanía y el arte popular tradicional.

En México la participación de la mujer es mayor en la rama textil y los hombres registran una mayor participación en actividades de cerámica.

## **2.6 Materiales en las artesanías mexicanas**

Empresas como Gran Canaria (2016) que saben sobre artesanías textiles mencionan; “El trabajo del hilo, la tela y el cuero resultan fundamentales, ya que proporciona algo imprescindible como el vestido. Se trata de un trabajo principalmente femenino y que toda mujer debía conocer”.

Preservan tradiciones de origen prehispánico como el cultivo del algodón, el uso de hilos de lana teñidos con tintes naturales y el telar de cintura.

Las iconografías que bordan en sus productos representan la flora y fauna del entorno natural, como menciona México lindo (2011) “Las artesanías mexicanas por siempre han sido y serán un distintivo de México y van de lo más simple a lo complejo, están hechos de varios materiales, como barro, madera, cerámica, alambre, migajón, cobre, textiles, cantera, vidrio, y la más famosa de Puebla que es la Talavera”. Dentro de los distintos estratos de una sociedad jerarquizada, los antiguos mexicanos consideraban a los artesanos como un sector privilegiado y

estimados altamente por sus dignatarios quienes recurrían a ellos para elaborar los atuendos y objetos necesarios para su vida cotidiana y ceremonial.

Las artesanías en general se producen en los talleres familiares o en los talleres del maestro artesano en áreas rurales e incluso en áreas urbanas, se dirigen a un consumo para cubrir necesidades elementales con productos como la loza de barro, sombreros, petates, huaraches, muebles, bordados, etcétera. Incluso, aún se producen objetos ligados a la vida ceremonial de las clases campesinas y populares urbanas que siguen siendo muy importantes.

## **2.7 Ingresos de artesanos mexicanos**

No es ningún secreto que las artesanías no se pagan al valor que deberían recibir, porque aún es difícil establecer y querer pagar ese precio. De acuerdo con Novelo (2004) menciona que “desafortunadamente algunos proyectos de producción artesanal no logran generar ganancias suficientes para cubrir los costos de producción”. En gran medida esto se debe a los esquemas existentes de producción y venta, porque en principio, este tipo de producción no se concibe con la misma lógica de un proyecto productivo rentable. La mayor parte de los artesanos venden a precios muy bajos su trabajo, su producción y venta se conciben tanto para el autoconsumo como para el intercambio en una economía de trueque, donde no se establece claramente un valor económico al trabajo. Muchas de las artesanías son objetos de uso cotidiano, como prendas de vestir y utensilios de cocina destinados al autoconsumo, por lo tanto, determinar el tiempo y costo de los materiales utilizados en su elaboración no es una práctica común. La lógica de este tipo de producción es el intercambio de productos distintos, para complementar los utensilios y enseres necesarios en la vida cotidiana.

Algunas mujeres artesanas han comentado que la venta de artesanías no es principalmente para ganar dinero, porque esta producción va más allá de generar un valor económico, en la medida que está enfocada a la supervivencia diaria. También existen artesanos que deciden ampliar su escala de producción y que consideran la actividad artesanal como un medio de sustento, pero algunos de los obstáculos que enfrentan son la escasa oferta de financiamiento y asesoría para fortalecer sus formas de comercialización.

La demanda de artesanías depende de factores muy concretos como el uso cotidiano de las comunidades productoras, el turismo, el comercio de artesanías o el coleccionismo de arte popular (Piezas de colección únicas).

Una insuficiente valoración de las artesanías es una de las causas de que los artesanos en pobreza no puedan generar ingresos sostenibles con su venta. En general, las artesanías mexicanas no se perciben como objetos costosos, por tanto el público que las consume está acostumbrado a pagar poco por objetos que, al mismo tiempo, puede considerar un legado cultural o un referente de identidad regional y nacional.

La valoración de los objetos artesanales en México, puede ser de dos formas:

1. Como objeto de valor cultural, tradicional
2. Como un objeto de uso cotidiano para satisfacer alguna necesidad, incluida la estética.

La desaparición de los oficios artesanales se debe a que los artesanos en pobreza no tengan las condiciones para generar ingresos sostenibles con su oficio. El hecho de que la producción artesanal no genere una ganancia constante que permita a los artesanos en pobreza mejorar sus condiciones de vida, es una de las razones por las que muchos de ellos han preferido dejar el oficio de artesano y dedicarse a actividades más rentables.

Algunos artesanos han tenido que modificar las técnicas tradicionales de producción en función de las demandas del mercado, fenómeno relacionado también con que los artesanos en pobreza buscan opciones para que su trabajo pueda generarles mayores ingresos. En algunos casos los cambios en la producción no modifican la esencia del trabajo artesanal, no obstante, en la mayoría de ellos se ha perdido mucha de la calidad que en un principio distinguía a las artesanías. El trabajo en serie con materias primas de baja calidad, demerita en muchos de los casos el trabajo artístico de los artesanos, además de que esta nueva forma de producción tampoco implica una mejoría en su nivel de ingresos.

Sobre todo entre los jóvenes, puede no ser muy atractivo continuar haciendo algo que no es redituable y que viendo las duras condiciones de la artesanía tradicional,

en particular el aprendizaje a veces es muy largo si se quiere alcanzar la perfección, prefieran buscar trabajo mejor pagado o menos exigente en las fábricas o las industrias de servicios.

Según con El economista (2014) “La producción de artesanías no es rentable en México”. Esto tiene gran impacto dado que esta investigación se hizo para probar si esto es real y los resultados apuntan a una triste realidad.

La institución especialista en arte y artesanías FONART (2015) menciona que “para aumentar la rentabilidad del sector artesanal falta diseñar proyectos que permitan a los 12 millones artesanos mexicanos participar en la promoción sus artículos y así lograr ingresos decentes”.

“El consumo de artesanías en México mantiene una tasa anual de crecimiento superior al 4%, sin embargo, se deben crear empresas sociales artesanas que aumenten la rentabilidad de la actividad, principalmente, al incorporar al turismo en sus estrategias de comercialización. El turista es, quizás, el principal cliente directo de los artesanos”, afirmó el director Comercial del FONART.

En México, 12 millones de artesanos se dedican parcialmente a la producción de artesanías, sin embargo, solo 600,000 comercializan su producción a través del FONART, fideicomiso público del gobierno federal que promueve la actividad artesana en el país y que forma parte de la secretaría de Desarrollo Social.

Actualmente no hay información precisa sobre los ingresos que genera la venta de artesanías en México ni del porcentaje de las ganancias que se queda en manos de los artesanos, sin embargo, se debe lograr que la actividad artesanal deje de ser vista como un reflejo de pobreza y se logre avanzar en su rentabilidad económica.

Lograr que se cree una nueva producción de artículos que puedan venderse mejor sin dejar del lado ese bagaje cultural que es tan importante en las artesanías, sería una posible solución a los problemas a los que se enfrentan los artesanos.

En una junta con artesanas textiles de Puebla Aréstegui (2013) dice que “una artesana de Cuetzalan, Puebla, relató la problemática que viven ella y sus compañeras artesanas al no tener un lugar fijo para vender y tener que malbaratar

sus productos por la falta de apoyos en la comercialización adecuada de sus artesanías”.

El complejo oficio del artesano en la ley actual, revisada en el CESOP (Centro de estudios sociales y de opinión pública) pone a la micro-industria y a las artesanías juntas. Sin embargo, el sector público se encuentra posicionado en la SEDESOL (Secretaría de Desarrollo Social). Es decir, hay algo de incongruencia en la política pública que se aplica hoy a las artesanías.

Fuentes promotoras de México como ProMéxico (2014) menciona que “A nivel internacional las artesanías mexicanas tienen un amplio reconocimiento y valoración y por consiguiente representa un mercado muy atractivo con potencial de crecimiento y prometedor día a día. En materia de exportación las tradicionales artesanías mexicanas tienen una mayor demanda en países como España, Canadá, Estados Unidos, Colombia, Alemania, Italia, Australia entre otros”.

Es necesario buscar incrementar los negocios comerciales en el extranjero, con la finalidad de abrir mercados para la exportación de artículos, permitiendo que las artesanías mexicanas lleguen a diferentes lugares del mundo para ser valoradas por el trabajo que tienen implícito.

El costo de exportación de las tradicionales artesanías mexicanas tiende a ser menor comparado con la exportación de artículos que se echan a perder, lo cual tiende a abaratar el costo del transporte de carga, incurriendo en un precio de exportación más bajo que permite tener un mayor margen de utilidad para el artesano rural o urbano, además de la mejor aceptación en el extranjero vía precio.

En cuanto a las ventas Hernández (2008) dice que “a pesar de las complicaciones y los riesgos. Y es cierto, algunos venden más que otros, y nosotros nos preguntamos por qué tal compañero vendió todo en la primera semana, algo hizo. Y eso es lo que vamos a tener que buscar para promover entre nuestros compañeros artesanos: qué es lo que hacen algunos para que les vaya bien. Eso es lo que tenemos que buscar que hagan todos para que les vaya bien, porque yéndole bien a nuestros compañeros artesanos, le irá bien a México, así estaremos en todo el mundo”.

## **2.8 Leyes que protegen a los artesanos en México**

Las leyes sirven para proteger y respaldar a los ciudadanos, pero, ¿son todos tomados en cuenta? Como menciona Gaspar (2013) “Es urgente trabajar en la creación de una ley que dé beneficios directos al artesano y, en consecuencia, a su actividad artesanal”. Es necesario contemplar dentro de esa ley:

1. El derecho a la seguridad social.
2. La oportunidad de un retiro digno.
3. Un esquema en el cual los alumnos de las instituciones educativas universidades, tecnológicos, etc. Puedan liberar su servicio social en talleres artesanales, como contadores, administradores, diseñadores gráficos, especialistas en mercadotecnia, diseñadores industriales, ingeniería mecánica, biólogos, etc.
4. Convenios entre las organizaciones de artesanos y las universidades o tecnológicos para llevar a cabo proyectos en beneficio de las técnicas artesanales, su comercialización, y la realización adecuada de proyectos, de manera que tengan acceso a recursos gubernamentales, estudio e investigación, y manejo de proyectos sustentables para la obtención de materias primas.
5. La tipificación del artesano dentro de la miscelánea fiscal no como microempresario, ya que en este esquema no se puede cumplir con los requisitos considerados para esta figura, sino dentro de un renglón especial que permita al artesano trabajar en forma legal en talleres debidamente registrados. Existen muchos problemas en el pago de impuestos.
6. Becas para los hijos de artesanos o incluso para los mismos artesanos que necesiten superarse.

Muchas veces los representantes del gobierno no tienen mucho conocimiento sobre el mundo de la artesanía, lo cual es un tema delicado porque es uno de los sectores de trabajo más necesitados. Enseñarle a los gobernantes lo que se necesita para que estos puedan hacer los cambios y apliquen los elementos necesarios toma tiempo y cuando se logra desarrollar algo, se cambia de gobierno, por lo que todo lo

logrado desaparece, teniendo que volver a empezar con el nuevo gobierno pero alcanzando cero cambios o ayuda.

En cuanto a inclusión de artesanos Cárdenas (2013) menciona que “es necesario revisar puntualmente los temas que excluyen a los artesanos del progreso, como son las reglas de operación y función, toda vez que las instituciones del sector tanto federal como estatal se convierten en meros agentes intermediarios con las instituciones que tienen programas y recursos, no se tiene acceso a esos recursos por no estar dentro de los parámetros que exigen las reglas de operación, ya que el término artesano no está considerado en programas de inversión productiva”.

El FONART, requiere urgentemente de cambios, requiere de certeza y esto se logra con la modificación de su acuerdo de creación para formalizar un organismo descentralizado con personalidad jurídica y patrimonio propio. Los más de ocho millones de hablantes de lenguas en este país, los artesanos que no pertenecen a ninguna etnia, no pueden seguir esperando a que pasen los tiempos de la política electoral, a seguir en la contemplación de las instancias que tienen en sus manos la responsabilidad social de actuar y cumplir el mandato que se ha encomendado. Ser artesano no tiene que ser sinónimo de pobre, pero pareciera que los artesanos están predestinados a ello.

Para crear mejoras notables Aragón (2013) dice que “existe un punto en el que no coinciden los institutos y casas de artesanías y es en que se haga una institución más. Lo que se necesita es modificar el acuerdo de creación, y en la medida en que eso se logre habrá certeza jurídica para emprender todas las acciones que los artesanos requieren”.

Se necesita una personalidad jurídica, un patrimonio propio, porque hoy se trabaja con reglas de operación que sólo buscan dar una beca de 2 mil pesos, un empleo temporal o una ayuda mínima de 15 mil pesos al año para un artesano. Esto no funciona porque está pegado a las reglas de operación de una institución que no tiene que ver con el espíritu de la artesanía y de los artesanos.

Es sabido que la gente dedicada al fomento cultural toca miles de puertas todos los días y que se han ido abriendo poco a poco, pero es tiempo de que se abran todas y una manera de conseguirlo es una ley. Por ejemplo, los artesanos van a un primer

curso de capacitación, pero ya no van al segundo porque ya no tienen derecho sino hasta el siguiente año como está estipulado en las reglas de operación. Lo que necesitamos es continuidad, certeza, progreso y que le den la oportunidad a la gente de crecer tanto como ellos quieran y lo necesiten, de nada sirve tener una embarrada de conocimiento si no se le puede dar el crecimiento que necesita para llegar a los niveles deseados.

México tristemente es un país en donde los pobres deben seguir siendo pobres para beneficio de algunos ricos, todas las instituciones que se crean y que están a beneficio de un grupo de personas supuestamente, solamente las controlan y las tienen en observación para saber exactamente en donde están paradas, pero todos los beneficios y apoyos que se dan a esas instituciones están mal distribuidos porque la gente ve principalmente el beneficio propio al beneficio colectivo. Podría llamarse algo cultural porque ha estado sucediendo durante mucho tiempo, y la gente que más lo sufre es la que menos debería hacerlo. Los artesanos son la minoría por lo que es difícil que logren tener todo los derechos, facilidades, oportunidades que tiene los demás, como vemos en todos los otros grupos minoritarios del país.

Algo que me entristece mucho es saber que en México no existen esas leyes que defienden lo que hecho por manos mexicanas artesanas que reflejan una cultura y todo un bagaje de información que se transmite en algo tan bello como las artesanías. Están más ocupados haciendo leyes que tratan de bajar cada vez más el salario mínimo para que unos cuantos disfruten cada vez más de su poder y sus ganancias a costa del trabajo mal pagado de muchos.

No se puede seguir pensando en los artesanos como sostenedores de la tradición, simplemente para que sobrevivan. También tienen derecho a una vida buena y esa vida buena es vivir en armonía con la naturaleza, pero al mismo tiempo tener acceso a servicios de salud y educación que para todos son imprescindibles.

La artesanía es una actividad económica prioritaria en México y uno de sus contrastes es el claro y manifiesto rezago en el impulso de ésta, ya que más de 8.5 millones de artesanos se encuentran en una realidad lamentable, sin acceso a la gran mayoría de apoyos crediticios e instituciones importantes, a programas de

capacitación para mejorar e innovar sus procesos de producción, y al respaldo formal para la protección y comercialización de sus productos.

A la fecha, el sector artesanal no cuenta con un ordenamiento legal que lo proteja, lo incentive y lo regule. No hay un respaldo jurídico que asegure sus procesos productivos, comercialización y difusión que brinde asesoría técnica al artesano en la administración de sus actividades y en el cumplimiento de sus obligaciones fiscales que preserve el medio ambiente, su salud y la de sus consumidores, que dé acceso al artesano a un régimen de seguridad social derivado del reconocimiento de su actividad que fomente la actividad artesanal y la haga competitiva.

## **2.9 ¿Cómo afecta la migración a los artesanos?**

Se dice que las artesanías se están perdiendo, y aunque algunas ya desaparecieron, las artesanías desaparecen a medida que los artesanos dejan de serlo para convertirse en obreros o jornaleros, por lo que emigran de sus lugares de origen. Las artesanías reviven cuando encuentran nuevos mercados (el de turismo y el de decoración) y naturalmente se transforman.

Lo que se vive hoy es el surgimiento de una nueva relación del artesano con sus materiales, sus formas de producción, su intención y sus ganancias. Con base en todo esto es necesaria a veces una transformación en procesos, materiales y formas para poder llegar a ese nuevo mercado.

Existen problemas no específicamente de las artesanías pero que también las afectan. Según Verver (2013) “la situación de guerra que vive México en la actualidad ha hecho que la gente ya no visite los lugares donde tradicionalmente se han producido las artesanías, por lo que los artesanos han tenido que salir de sus lugares de origen a venderlas”.

También Gaspar (2013) menciona que “las artesanas cuyas parejas emigraron a Estados Unidos, quedaron en el abandono. No saben si está vivo o muerto y enfrentan la problemática de subsistir solas con sus hijos. En muchos casos, por el hecho de ser mujeres y hablar un idioma indígena, son discriminadas. A todo eso se enfrentan los artesanos”.

Hablando específicamente de Cuetzalan, Báez (2004) comparte que “hasta inicios del siglo pasado, la presencia de forasteros en la región de Cuetzalan fue numéricamente irrelevante: todavía en 1807, el párroco y el maestro de escuela eran los únicos habitantes no indígenas de Cuetzalan”. Fue hasta mediados del siglo XIX, con la introducción del café en la Sierra, cuando, a pesar de la resistencia de los indígenas, los mestizos tuvieron presencia relevante en la región. Por esa época, llegaron a residir a Cuetzalan inmigrantes españoles e italianos, cuyos descendientes, hasta hoy, controlan el poder económico y político.

La Sierra Norte de Puebla es una región predominantemente rural, con un alto índice de población indígena y un elevado grado de marginalidad, sobre todo entre esta población, aspecto que explica el alto índice de expulsión de mano de obra que caracteriza a esta zona. Hasta hace unos diez años, los migrantes se dirigían a las ciudades de Puebla y México, donde trabajaban por lo general en la industria de la construcción y otra población todavía más marginal buscaba trabajo en las fincas cafetaleras de Puebla y Veracruz. Actualmente, la migración hacia Estados Unidos se ha intensificado de manera notoria, debido a la crisis que afectó seriamente el cultivo del café, a las pocas posibilidades de desarrollo en la región y a la escasez de trabajo en las ciudades.

## **2.10 Necesidades**

Se necesita diferenciar tipos de realidades artesanales agrupadas en grandes rubros para poder abordar sus necesidades. Los problemas detectados desde mediados del siglo pasado son prácticamente los mismos que los que ahora se exponen, sin embargo, las instituciones de atención y los apoyos se han multiplicado. Los problemas son los mismos, los apoyos son muchos, las instituciones que atienden este asunto no somos pocas, pero ¿será la solución una nueva institución?, el Instituto Mexicano de Artesanías, ¿es realmente la clave para la solución?

Una nueva institución no es la solución a los problemas de los artesanos, es increíble que aun existiendo varias, sigan existiendo los mismos problemas en todos lados y los mismos problemas. Una nueva institución no es la solución, muchas veces la gente encargada de estos organismos buscan el beneficio propio y no necesariamente el de todos los que en verdad lo necesitan.

Lo mejor es trabajar directamente con los artesanos, hacer sus problemas los nuestros, encontrar soluciones, trabajar en equipo sin dejar que alguien externo a los problemas trate de manejarlos. Muchas veces los grupos de voluntarios son los que mejores resultados pueden dar, sin tantos tramites burocráticos que solo ponen obstáculos y buscan tener beneficios fuera de los problemas establecidos.

Muchas instituciones esparcidas por todos lados trabajando individualmente no sirve de mucho, todas deberían estar unidas buscando el bien común de los artesanos y no tratando de conseguir dinero para ayudarlos sin ser una institución lo suficientemente grande y fuerte para conseguirlo, solo se consiguen intentos fallidos que no resultan en nada.

Cuatro puntos son los que resumen lo que se necesita

1. La necesidad de la puesta en valor del patrimonio artesanal como patrimonio y producto cultural
2. El vínculo entre artesanía, comercio y turismo
3. Los concursos artesanales como estrategia de promoción
4. La falta de acceso de información

## **2.11 Soluciones**

1. Apoyo e impulso a jóvenes artesanos.
2. Acceso a información de programas, recursos, leyes y toda información que tenga el gobierno y que incida en beneficio o perjuicio del artesano.
3. Involucramiento de la academia para proteger la innovación e investigación, y que ésta se comprometa a transferir los conocimientos de los artesanos.
4. Reconocimiento oficial de la educación de la actividad artesanal como otras profesiones.
5. Valoración justa de la artesanía y que se promueva su importancia y su uso o búsqueda de nuevos usos.
6. Comercialización por personal capacitado.
7. Reconocimiento de la artesanía como arte popular.
8. Participación de los artesanos en la toma de toda decisión que afecte al sector.
9. Es necesario cambiar la percepción de la gente sobre la palabra artesanía.

10. Para cambiar una mentalidad se debe cambiar el sistema educativo.

Hablar de artesanías es hablar de un fenómeno diverso complejo y multifactorial, en consecuencia es necesario definirlo a fin de diseñar políticas de fomento integral para los aspectos comunes y particulares, para las diferencias existentes de tipo étnico, de género, de origen, de mercados y de productos, entre otras.

La artesanía no es lo fundamental en el problema, lo fundamental es la cultura y la educación del mundo indígena. La artesanía es el resultado de la visión del mundo indígena. La creación de escuelas de arte popular es lo fundamental.

## **2.12 Artesanías en Cuetzalan**

Las artesanías son el principal ingreso económico para las familias que se dedican a eso.

Las artesanías son herencia cultural de los pueblos indígenas y por ello forman parte importante de la identidad histórica, siendo los artesanos quienes mantienen viva esa historia, y la escriben a diario en cada pieza que elaboran. En la mayoría de los casos, familias completas viven directamente de este trabajo, generando además empleo a muchas otras personas que surten de materias primas a los talleres artesanales o a los comerciantes que venden las artesanías.

Las artesanías según Juárez (2013) “son representativas de un lugar y/o una cultura, variará dependiendo la cultura en la forma, el color, el material y por supuesto la manera en la que fue hecha, la manera en que el artesano aprendió a hacerla. Una artesanía es un elemento que combina cultura, tradición, inspiración y esfuerzo, e inclusive llega a tener un sentido espiritual, como está hecha a mano en ella se impregnan las huellas digitales del artesano, podría decirse que es su firma o sello personal y le dedica el tiempo necesario a la artesanía, se inspira y se deja llevar por lo que su corazón y la naturaleza dicte, para que quede a la perfección”.

El artesano es meramente un artista y su trabajo es su obra de arte. Gracias a la experiencia y a las experiencias de la vida que le han brindado, tanto su familia como su entorno, puede realizar sus trabajos. Pero, más que nada, la habilidad y el sentimiento con que trabaja el artesano es de lo más importante, pues él es portador de la imaginación e inspiración, cada objeto artesanal que produzca el artesano

tiene su “personalidad” o esencia, la cual las hace diferentes y especiales ante el ojo del comprador/espectador y ante el mismo creador.

El trabajo artesanal genera diversas fuentes de trabajo e ingreso para los artesanos que viven en medios rurales, y una forma de representar internacionalmente a México, ya que las artesanías mexicanas son símbolo de la riqueza natural y cultural que existe en el país.

Báez (2004) menciona: “La importancia de las artesanías de la región radica en que la mayor parte de los artesanos siguen utilizando técnicas e instrumentos muy antiguos. La actividad artesanal, en el caso de los hombres, es una práctica complementaria a las labores del campo, y en el de las mujeres, a las domésticas”. El aprendizaje inicia desde la infancia, los niños son instruidos por sus padres y en ocasiones aprenden viendo, pero siempre como parte de un juego.

En la Sierra Norte de Puebla cada comunidad se dedica a la elaboración de una artesanía en particular, especialización que depende precisamente de los materiales proporcionados por el entorno, lo cual les asegura la venta del objeto.

El tejido de textiles, una de las actividades más importantes, es una tradición milenaria que se mantiene vigente. La indumentaria entre los grupos indígenas es también un medio de expresión cultural, una manera de destacar la pertenencia a un grupo, y en algunas comunidades es distintiva de rango y estatus de quien la porta. Por otro lado, los diseños expresan una simbología que remite a la cosmovisión. La indumentaria femenina, que es la que prevalece, se conforma por el enredo, cuyo color varía de acuerdo con cada comunidad (anteriormente esta prenda se elaboraba en telar de cintura, utilizando lana y algodón, pero lo complejo del proceso y lo costoso de los materiales obligó a la utilización de telas comerciales) la faja, la cual se elabora en telar de cintura, cuyo diseño y colores identifican a cada comunidad; blusa bordada y quexquemitl o huipil, que es como lo llaman en la región de Cuetzalan, finalmente, la vestimenta de las mujeres se complementa con el rebozo. Respecto de la faja, junto con el quexquemitl, es una de las prendas más antiguas, pues su uso se remonta a la época prehispánica.

Las fajas pueden ser elaboradas con algodón, lana o incluso, fibras sintéticas. La blusa es una prenda de introducción más reciente. El diseño y color de esta prenda varía de acuerdo con la comunidad productora.

En Cuetzalan, los hombres utilizan para los días de fiestas una faja blanca de algodón llamada *xochipayot*, tejida en telar de cintura, las puntas se tejen con la técnica de macramé, y con hilo y lentejuela se bordan colibríes. El atuendo masculino se complementa con el sombrero, los huaraches y el morral.

Hablando de problemas artesanales Cisneros (2013) menciona: “La problemática de las artesanías en nuestro país es un tema importante en dos niveles de relevancia: el primero es que las artesanías expresan la riqueza cultural de nuestro país; el segundo, que caracterizan la utilidad y belleza de los elementos que tradicionalmente usamos”.

Dichas características, dada nuestra riqueza cultural, podrían perderse si no se fomenta esta actividad entre la población más joven, si no se logra que gracias a la difusión, organización y apoyo reciban ingresos dignos y que las actividades de los artesanos se profesionalicen, mejoren, innoven.

### **2.12.1 Masehual Siuamej Mosenyolchikauanij**

Esta es una organización de mujeres artesanas Nahuas en Cuetzalan, que significa “mujeres que trabajan juntas y se apoyan”. Esta organización tiene un hotel al que han puesto mucho trabajo y esfuerzo, el hotel “Taselotzin”, este cumple 17 años de brindar sus habitaciones, albergues, restaurante y salón de usos múltiples a los visitantes de Cuetzalan, es un ejemplo de igualdad de derechos, de toma de decisiones y de trabajo para las mujeres que forman parte de dicha organización, quienes han hecho un modelo que ha impactado en la cultura y en las costumbres de la región.

Taselotzin significa “Lugar de plantitas” en náhuatl, ya que las integrantes de la cooperativa ven a su hotel como una plantita con un gran potencial para crecer.

Iniciaron con la idea de que sus artesanías y telares de cintura, fueran reconocidas y valoradas en el mercado nacional como piezas auténticas y con un gran nivel de riqueza cultural y alto grado de dificultad para realizarse. Se deslindaron del maltrato

en sus casas al conocer mejor los derechos de la mujer y se asesoran para apoyar a las mujeres de la comunidad que sufrían de violencia intrafamiliar.

Rufina Villa Hernández, fundadora y administradora de la organización, al lado de Juana Chepe, consideró que a lo largo de estos 17 años el proyecto se ha mantenido gracias a la confianza que las mujeres han puesto en el hotel, pues los beneficios se han reflejado en el mejoramiento de sus condiciones de vida.

Doña Rufina consideró que las 45 mujeres que comenzaron el proyecto, más las 10 que se han sumado a lo largo del tiempo, se han mantenido trabajando, “porque ha sido un reparto equitativo de las utilidades en especie que les han permitido construir o hacer mejoras en su casa”.

Al funcionamiento interno de la organización se suman la constante capacitación en la que participan las mujeres, el mantenimiento del hotel, el trabajo en equipo y el programa de difusión que se ha actualizado con en el Internet y las redes sociales, mismo que se refuerza con la eficiencia del servicio que prestan al turista.

Doña Rufina destacó que además del servicio de hotelería, las mujeres del Taselotzin ponen al alcance del visitante la gama diversa de productos que son resultado de su trabajo organizado, como las artesanías, incluidas las textiles, los productos comestibles y otros de uso en la medicina tradicional.

Todos los productos que venden son realizados por las artesanas que son socias de la Masehual, pero también otras artesanas que no están asociadas.

Desde el 2010 forman parte de la Red de Turismo Indígena de México (RITA), además de que como empresa social realizan intercambio de productos con otras organizaciones del municipio y la región.

En conjunto, la calidad de su servicio ha posicionado al hotel y a las mujeres indígenas que lo administran como un ejemplo en la Sierra Norte, por lo que en dos ocasiones han obtenido reconocimientos del programa Moderniza.

Actualmente el Hotel Taselotzin, ubicado en la calle Yoloxochitl sin número del Barrio de Zacatipan, en Cuetzalan, tiene una ocupación promedio de entre cinco y ocho personas diariamente, y en temporada alta suelen tener lleno total, como lo

son los días cercanos y posteriores al 4 de octubre, fecha en que se festeja a san Francisco, patrono del municipio.

### **2.12.2 ¿Por qué es necesaria la ayuda en Cuetzalan?**

Rufina Edith es una mujer artesana de Cuetzalan y pertenece a una organización de mujeres indígenas nahuas de la sierra norte del estado de Puebla, Cuetzalan. Con base en su experiencia y demandas se puede tener una idea de lo que significa ser artesana en ese municipio y de las necesidades que se tienen.

Como experta en el tema, Villa (2013) dice que “en la organización de mujeres, se dedican a hacer la artesanía textil, que es principalmente el bordado a mano, como la blusa que porto. Los huipiles hechos en telar de cintura y la cestería de jonote. El jonote es una fibra con la que se hace el papel amate. Éstos son principalmente los tres tipos de artesanías que realizan y que antes hacían sólo para uso propio como vestimenta, para fiestas o para el uso cotidiano. Éste es un conocimiento que fue adquirido de generaciones pasadas, es un conocimiento ancestral. Es algo que se ha ido conservando, porque es parte de la cultura misma, es algo que les da identidad como pueblo indígena”.

Con la llegada del turismo a Cuetzalan, empezaron a vender prendas por la necesidad de aportar económicamente a sus familias. Han tratado de crear fuentes de empleo para seguir adelante. Han conservado técnicas tradicionales. No han cambiado la técnica, aunque sí han hecho algunos diseños diferentes a los que ocupan en su indumentaria, porque es lo que el turista puede comprar. Los materiales que usan principalmente son algodón, fibras, maderas flexibles que ellas llaman “bejuco”, cortezas, semillas, flores, plantas, y hasta la tierra misma para hacer los tintes naturales.

Con creatividad, con sensibilidad e inspiración toman de su entorno las figuras para ir plasmando en los bordados y en el telar de cintura. Para hacer este trabajo necesitan paciencia, concentración y dedicarle tiempo a esta actividad porque son procesos lentos, tardan varios días para terminar una prenda.

Durante varios años han luchado por conseguir mercado a precios justos para sus productos, pero el trabajo artesanal textil tiene un mercado muy limitado. Los precios son muy bajos, existe mucha competencia y no hay un reconocimiento

sobre ese trabajo, no es valorado, no se ve como arte indígena o como arte popular, sino como mera artesanía. Sin embargo, es una de las principales actividades que se siguen realizando porque es lo que saben hacer.

Uno de sus principales reclamos es que a pesar de que se habla mucho de la igualdad de derechos, de justicia y de desarrollo para las comunidades, como artesanos/artesanas, no hay lugares apropiados donde se puedan ir a vender los productos ni hay espacios permanentes para poder hacerlo.

En este momento no existe una conciencia verdadera de este problema que viven los artesanos y las artesanas, porque no se han dedicado los recursos necesarios para la creación de programas de colaboración para mejorar ese mercado. Falta darle más atención a esta problemática.

En la ley, como ya se ha dicho, no se les reconoce, no se toman en cuenta. Esta ley no protege los conocimientos como arte de un pueblo. Se ha hablado mucho de las marcas colectivas, pero sienten que no, que no funcionan para los artesanos pobres y que los recursos se destinan a los artesanos que no son tan pobres. También es necesario no poner tantos candados para que los recursos puedan llegar a las personas que necesitan.

Positivamente Villa (2013) menciona que “es una esperanza de algo que se puede mejorar y puede ayudar a que se haga un mejor trabajo con los artesanos, es decir, que realmente sean tomados en cuenta en la ley que se plantea para el trabajo de artesanos”.

Tienen la experiencia también de que sí se puede trabajar de forma coordinada con las instituciones cuando hay buena voluntad y disposición de ambas partes. Si se involucra a más participantes se puede enriquecer el trabajo, se pueden hacer propuestas más estratégicas que ayuden a que realmente las artesanas, los artesanos y el trabajo que realizan pueda tener mejores frutos, en el sentido de que puedan tener una mejor calidad de vida.

Ella celebra que hayan podido participar y que pueda expresar la necesidad de sus compañeras y de su organización, porque en una reunión que tuvieron, sus compañeras le explicaron cuales eran los problemas y preocupaciones que tenían respecto a las artesanías. Lo que ellas piden es que se les den respuesta a sus

peticiones y preocupaciones, pero lo más importante para ellas es que sigan siendo tomadas en cuenta.

A finales del año 2010 el FONART, con algunos institutos y casas de artesanías, hizo un estudio y análisis del proyecto denominado Iniciativa de Ley Federal para el Fomento, Desarrollo y Promoción de la Actividad Artesanal, que tiene como objetivo principal proteger y fomentar la actividad artesanal y hacerla competitiva, al igual que asegurar al artesano, procesos de producción, distribución y porque es una actividad generadora de riqueza cultural y económica prioritaria que propicie una mejor calidad de vida para el artesano.

Algunos de los objetivos que tiene esta iniciativa son:

1. Apoyar a los artesanos para integrarse en organizaciones altamente productivas
2. Sensibilizar a los grupos de artesanos acerca de las ventajas de trabajar en equipo y como empresas legalmente constituidas de acuerdo con sus tradiciones y costumbres
3. Propiciar la coordinación entre instancias federales, estatales, municipales y organismos privados y sociales afines
4. Salvaguardar, fomentar y desarrollar el patrimonio cultural tangible e intangible respetando las artesanías e identificándolas en las diferentes comunidades, localidades, regiones, pueblos indígenas y centros urbanos del país
5. Hacer que las artesanías se realicen con base a los parámetros de sustentabilidad
6. Impulsar la comercialización artesanal considerando los parámetros que marcan tanto el mercado nacional como el internacional.

### **2.12.3 Cosmovisión indígena en Cuetzalan**

Hablando sobre historia y tradiciones Báez (2004) dice: “La idea de los nahuas de la Sierra Norte de Puebla, respecto a la geografía del cosmos, contempla la tripartición del universo en planos horizontales. Así, para los nahuas de Cuetzalan, el mundo en el cual se desarrolla la existencia del hombre, con todo lo que le rodea, es designado como *cemanahuac*, que literalmente significa “lo que está rodeado por

las aguas”, término que se asocia con otros dos: *talticpac*: “en la tierra”, y *talmanic*: “sobre la tierra plana que se extiende”. Por tanto, la idea que prevalece entre los nahuas es la de que el cosmos es una superficie plana y finita, sobre y bajo la cual se encuentran los otros dos planos del mismo: el cielo, *ilhuicac*, rodeado por los astros y los fenómenos atmosféricos, y el inframundo, *talocan* en cuyo interior habitan las fuerzas y seres terrenales que mantienen un comportamiento ambiguo respecto del hombre.

Sin embargo, en estos dos últimos conceptos existe cierta ambigüedad, ya que para la ideología cristiana el cielo es también referido a la “Gloria”, el destino de los “buenos”, y el inframundo es identificado como el “infierno”, el destino de quienes, de acuerdo con la moral cristiana, tuvieron comportamientos negativos. El “infierno” es también designado en náhuatl como *mictan*, término que en el pasado prehispánico no tenía esa connotación negativa”.

Históricamente los pueblos nahuas tenían tradiciones propias diferentes de otros pueblos indígenas que hablan lengua distinta. Los nahuas modernos han heredado algunas tradiciones, mitos y creencias heredadas de la civilización azteca que prevaleció en Mesoamérica desde un siglo antes de la llegada de la conquista española. Hay un número importante de rasgos culturales y ancestrales que divergen del mundo occidental y que prevalecen en las comunidades indígenas que hablan el idioma náhuatl principalmente en México y en El Salvador.

#### **2.12.4 Programas de apoyo a artesanos en Cuetzalan**

En general, las localidades en donde residen los artesanos no cuentan con instituciones de crédito, por lo que los artesanos deben generar estrategias para poder financiar su producción. Algunos han recurrido, por ejemplo, a los programas de apoyo que ofrecen los gobiernos locales y federal, algunos otros han podido acceder a fondos de organismos internacionales, pero la gran mayoría trabaja con financiamiento propio. En muchos de los casos el financiamiento propio se origina de la venta de algún bien de la familia.

De nuevo Báez (2004) sabe que entre los nahuas, las organizaciones más relevantes han surgido en el municipio de Cuetzalan del Progreso. Una de las pioneras en la región es la CARTT (Cooperativa Agropecuaria Regional Tosepan

Titataniske), que surge a fines de los años setenta y se consolida en los ochenta. Está conformada por pequeños productores, cuya finalidad es mejorar su nivel de vida. En principio, esta organización se orienta a la producción y abasto de productos básicos; actualmente se trabaja en diversos proyectos, en los que se han incorporado activamente las mujeres y sobre todo, los niños.

La presencia de la CARTT se ha fortalecido gracias a que sus intereses no son únicamente la producción, comercialización y abasto, sino que ha incursionado en la política regional con buenos resultados, pues en distintas ocasiones varios de sus socios han ganado la presidencia municipal, desplazando del poder a quienes tradicionalmente, durante años, lo habían ostentado. La adscripción a la CARTT se realiza no en forma individual, sino que es el grupo familiar en conjunto el que se afilia. Entre los productos que se comercializan están la pimienta, el café y otros productos agro-comerciales. Los socios llevan su cosecha a la CARTT, que paga un precio justo. Han implementado una forma de aprovechar los desechos del café, como la cáscara, para elaborar abono orgánico destinado a los cafetales. Tienen beneficio de café, una caja de ahorro, y además han instalado molinos, tortillerías, panaderías y tiendas de artesanías y de abarrotes en distintas comunidades.

Programas de apoyo como Prospera (2017) menciona que “existe otro programa que ayuda a los artesanos llamado Prospera (Programa de inclusión social). Este es un programa federal mexicano que ayuda a la gente en problemas de pobreza extrema, con educación, salud, nutrición e ingresos económicos. El objetivo es contribuir a fortalecer el cumplimiento efectivo de los derechos sociales que potencien las capacidades de las personas en situación de pobreza, a través de acciones que amplíen sus capacidades en alimentación, salud y educación. Tiene también como objetivo, la asistencia social directa, promoviendo la autonomía económica mediante la producción de empleos y la inclusión de la mujer en más actividades”. Apoya a los artesanos ayudándolos a vender sus productos en espacios céntricos, esto con el fin de que generen más recurso económico para sus familias, no teniendo ningún costo.

Maseualpajti surge en 1992 como una iniciativa del Instituto Nacional Indigenista para conformar la Sociedad de Solidaridad Social de Médicos Tradicionales Indígenas de la Sierra Norte de Puebla “Maseualpajti”, organización a la que fueron

invitados los curanderos tradicionales de la región. Ya en 1978, el Hospital Integral de Cuetzalan, que dependía del INI, se instala como parte de un proyecto piloto de carácter indigenista para dar servicios de salud a la población indígena, y en 1999 pasa a ser coordinado por la Secretaría de Salud.

La Maseual Siauxochitjkitini es una organización de mujeres nahuas artesanas en el municipio de Cuetzalan con más de 10 años de creación se dedican al bordado: blusas, camisas de hombre, diademas, separadores, y en telar de cintura, rebozos, bufandas, *quexquemitl* de artisela y algodón de diferentes colores. En la actualidad cuenta con una tienda de artesanías en su comunidad a la que asisten los turistas, así como un restaurante de comida indígena. Uno de sus últimos logros es la construcción de un hotel ecoturístico que se construye en Yohualichan.

### **III. MARCO TEORICO**

#### **3.1 Teoría del ser humano**

El ser humano es la base del desarrollo tecnológico, sin el poder de razonamiento, nada fuera de la evolución natural sería posible, de acuerdo con González (2011) “El ser humano procede de la evolución de la familia de los primates, se caracteriza por estar dotado de un genoma propio de la especie, del que procede una inteligencia simbólica y social que procesa información y que le permite:

1. Comunicarse
2. Dirigir su propio comportamiento
3. Crear manifestaciones culturales que introducen cambios decisivos en el modo de usar su propia inteligencia y su relación con el entorno social y físico”.

Otras paginas como Filosofía y ciudadanía (2014) mencionan que “el ser humano es todo aquel individuo que ha nacido de padres humanos. Todos nosotros hemos sido engendrados por una pareja de humanos, macho y hembra, y por esa razón somos humanos, al margen de que seamos altos o bajos, más o menos sociables, inteligentes, bondadosos o malvados”. Este criterio permite distinguir a los seres humanos de otros animales que no lo son y nos diferencia de los robots y otras máquinas "inteligentes", así como de posibles criaturas extraterrestres, de los ángeles, los dioses, o cualesquiera otros seres que pudiera haber y que presentaran características humanas sin serlo.

El concepto es un concepto biológico, somos humanos por una simple razón genética. Hemos nacido humanos y eso nos constituye. Sin embargo, el criterio biológico resulta insuficiente para muchos pensadores, que ven en el ser humano algo que trasciende la naturaleza, que va más allá del mundo natural. A diferencia del resto de seres naturales, el ser humano puede tener conciencia de sí mismo, capacidad de pensar y actuar con libertad, sentido del bien y del mal. Este conjunto de facultades son las que configuran a la persona como algo distinto de los animales y del resto de seres del mundo natural.

No solo encontramos el concepto científico, también el concepto filosófico de Rubio (2009) donde dice que “el concepto filosófico del ser humano ha sido estudiado desde tres puntos de vista diferentes:

1. La relación entre mente y cuerpo
2. La forma de actuar según la razón o según los sentimientos
3. El ser humano como persona”

Mente/Cuerpo – El cuerpo es la parte física del ser humano mientras que la mente o el alma es la parte abstracta, lo que se podría denominar como la esencia de la persona.

Razón/Sentimientos – El ser humano se distingue por la capacidad de razonar, lo cual nos diferencia de los animales que se rigen por el instinto de supervivencia más que por una toma de decisiones. Los sentimientos se encargan de reacciones químicas que nos hacen sentir ciertas sensaciones dependiendo de la razón.

Persona – El ser humano al tener raciocinio, tiene la capacidad de desarrollarse con base en muchas características humanas y pasar a ser un individuo/persona y dejar de ser solo un humano, distinguiéndose por la conciencia de sí mismo, la racionalidad y el sentido del bien y del mal.

Cada quien es una persona en construcción, ya que la condición de persona no se hereda, sino que se realiza a través de la acción y el contacto con los demás. Somos personas, porque los otros nos reconocen como tales y, a la vez, nosotros les reconocemos a ellos, a medida que vamos adoptando los comportamientos característicos de la persona. Desde este punto de vista, la persona sería un producto social, resultado de la vida en común con los otros humanos, de la convivencia y el aprendizaje.

Un punto interesante sobre el ser humano es el crear manifestaciones culturales que introducen cambios decisivos en el modo de usar su propia inteligencia y su relación con el entorno social y físico, lo cual encaja perfectamente con el oficio de ser artesano. La relación con su entorno social y físico es una de las principales razones por las cuales se hacen las artesanías, se plasma todo lo que se ve a su alrededor y principalmente es una actividad humana por esa pequeña característica

que nos hace únicos y que se llama razón. Los animales viven por instinto, los humanos desarrollan maneras de vivir mejor y dejar su huella por el mundo.

La inteligencia y esa capacidad de crear es lo que hace únicos a los humanos, plasmando esa inteligencia en la creación de piezas de arte únicas como son las artesanías. Por esta razón y por leyes naturales es que a un artesano se le considera un ser humano que envuelve todas esas características únicas.

### **3.2 Teoría de la razón**

Según Marías (1947) “Todos los sentidos de la razón envuelven, en efecto, tres notas”:

1. Referencia a la realidad
2. Conexión de ésta
3. Posesión por mí de ella y de mí mismo

La razón es la facultad del ser humano de pensar, reflexionar para llegar a una conclusión o formar juicios de una determinada situación o cosa. La palabra razón proviene del latín ratio, rationis que significa “cálculo, razón o razonamiento”.

#### **3.2.1 Crítica de la razón**

Para entender un poco más la decisión racional de las personas, hay que entender lo que se dice la filosofía sobre la razón, Kant (1787) desde hace muchos años menciona que “Los seres humanos, se han considerado como sujetos que no trabajan por inercia, que existe un motor que es el que hace las decisiones, lo mismo que tampoco se trabaja bajo ejes de pensamiento netamente racionales. Si no todo lo contrario, para tener un pensamiento racional, se parte de la experiencia que se tiene con el mundo, lo mismo que de la comprensión de teorías de ciencias o saberes específicos para armarse de una mejor estructura de pensamiento”.

Uno de los niveles más avanzados de la razón es la crítica, cuya finalidad no solo es analizar los conceptos, es más bien la capacidad de confrontar lo a priori y a lo a posteriori, para que sea reflexionado pero en especial analizado.

Según Kant, la razón se queda estancada inmediatamente de llegar a su fin o cuando para alcanzarlo, se ve obligada a retroceder una y otra vez y a tomar otro camino, cuando, de todas maneras, no es posible poner de acuerdo a los distintos colaboradores sobre la manera de realizar el objetivo común, cuando esto ocurre se puede estar convencido de que semejante estudio está todavía muy lejos de haber encontrado el camino seguro de una ciencia no es más que un camino lento y largo.

Kant (1787) menciona que “La razón humana tiene, en sus conocimientos, el destino particular de verse acosada por cuestiones que no puede apartar, pues le son propuestas por la naturaleza de la razón misma, pero a las que tampoco puede contestar, porque superan las facultades de la razón humana”.

La razón se extrae enteramente por sí misma, no puede esconderse, la razón misma es traído a la luz, tan pronto como se ha descubierto el principio común de todo ello. Cuando pensamos acerca del hombre creando artesanías, nos enfocamos en pensar que ha sido primeramente un simple invento para cubrir una necesidad, pero podría pensarse también que era algo que ya existía y que con el evolucionar de la razón simplemente se materializó lo que ya existía para cubrir ese propósito y esa necesidad que tenía el humano. La razón le da sentido y es única del ser humano por ser racional, por lo que pueden existir muchas teorías sobre el por que un humano crearía un objeto llamado artesanía.

De nuevo Kant (1787) menciona: “Todo lo que llamamos metafísica se refiere a todo lo que va más allá de lo que podemos ver y tocar, principalmente lo científico y lo religioso, como por ejemplo los átomos y dios. Viene a ser una mera ilusión de supuesto conocimiento racional de lo que en realidad solo da la experiencia está sacado y ha recibido por el hábito la apariencia de la necesidad”.

Una de las principales obsesiones durante el tiempo del humano ha sido el poder vivir para siempre, tratando de encontrar la fuente de la eterna juventud para ser inmortales. Una de las maneras en las cuales el ser humano ha logrado esto es por medio de las artesanías, pueden existir muchas construcciones que marquen el paso de ser humano y su historia, pero no existe nada como las artesanías que tiene impregnada la historia del momento en que se realizaron, las cosas, la naturaleza, la gente, todo lo que en ese momento los rodeaba queda impregnado, quedando inmortalizado el paso del hombre en esa época. A través de la razón se

crea el conocimiento. Analizar la vida y las circunstancias da paso a la creación de un conocimiento que no lleva a saber más y todo sobre lo que significan las cosas y momentos en la historia.

En el pensamiento científico, la manera en la que podemos vivir para siempre es con ese conocimiento de que la materia no se crea ni se destruye, solo se transforma, en el pensamiento religioso es Dios y en la realidad física, son las artesanías, ya que guardan información muy importante sobre la gente y su alrededor en un tiempo en específico.

El alma está creada en la mente, es la manera en la cual en esa parte metafísica, el hombre puede llegar a ser inmortal, la idea de una vida después de la muerte es la razón de tranquilidad para muchos y la manera en la cual se puede llegar a vivir para siempre. Todas las religiones lo manejan de forma distinta, pero para todas existe algo más allá de lo físico. Alma es puramente un término religioso y la diferencia con el espíritu es que vive dentro de nuestra cabeza y es quien nos ayuda a pensar, hablar con nosotros mismos y tomar decisiones, muy importante dentro del concepto de racionalidad, ya que es quien se entrena, aprende, analiza y piensa todas las posibles soluciones, causas, razones, formas, de algún problema. Este interviene dentro de la creación de cualquier cosa, la creatividad vive dentro del espíritu. Esta racionalidad es la responsable de la creación y de la invención de conceptos como son el tiempo, el espacio y se encarga de captar la realidad que nos rodea, la cual es plasmada, junto con una visión del mundo, en las artesanías.

Tratar de mantener una historia viva o para siempre no ha sido un secreto de la humanidad, Enríquez (2011) hablando sobre Marx menciona que “planteó en sus manuscritos económico-filosóficos de 1844 el problema de la enajenación del hombre. En los manuscritos define las distintas formas en que la enajenación (que es transmisión de la propiedad de un bien) se da en el ser humano y de su análisis explica el origen mismo de la propiedad privada, con esto, Marx hace una consideración filosófica, humanista, de la economía, revelando el origen humano de los fenómenos económicos”.

En su análisis de la enajenación, Marx parte de un hecho económico, la situación del obrero que vende su fuerza de trabajo al capitalista. Lo cual tampoco es nada nuevo porque dentro de muchas comunidades y grupos de personas lo vemos. En

esta situación se observa que en la medida en que el obrero da valor con su trabajo, a las mercancías que produce, él mismo se desvaloriza, puesto que ha gastado sus energías en producir una cosa que no le pertenece y además, en un trabajo forzado.

El análisis tiene como resultado tres diferentes tipos de enajenación del obrero:

1. La enajenación del obrero en su producto – Consiste en el hecho de que lo producido por el trabajador es el objetivo de su trabajo, de su vida, de su fuerza y se vuelve algo independiente de su voluntad que lo afecta. Aunque es fruto de su trabajo, la mercancía producida es ajena al trabajador. Este proceso es el producto de la actividad práctica del hombre, puede decirse que el hombre es pasivo o apasionado, mientras se enajena en su producto, mientras se deja dominar por él y es activo o libre, mientras produzca sin volverse objeto de sus propios productos. La enajenación respecto de los productos del trabajo humano no sólo es exclusiva del trabajador que los produce, sino que también es vivida por cualquiera que los posea y los utilice.
2. La enajenación de la misma actividad productiva (del obrero con respecto a sí mismo) – En la situación del obrero que vende su fuerza de trabajo para sobrevivir, su vida no le pertenece porque no puede hacer uso libre de ella. Su vida es un medio para el fin de seguir viviendo, de sobrevivir meramente. Esta situación, desde el punto de vista ético, constituye una inmoralidad, porque se trata al ser humano, al obrero, como un medio y no como un fin. La libertad del ser humano es negada en la enajenación del trabajo. Marx dice que el único fin que se impone es el del Capital, el dinero, el de la riqueza producida por los trabajadores que adquiere una personalidad propia y domina al hombre, tanto al trabajador como al no trabajador, se impone también esta forma enajenada del trabajo. El dinero, que es el producto enajenado del trabajo, se reproduce a sí mismo en la enajenación del trabajo, es decir, del trabajador con respecto a su propia actividad productiva.
3. La enajenación del obrero respecto del género humano – Toda producción humana se distingue de toda producción animal por el acto de la consciencia. Pero este acto de la consciencia implica desde un principio la colaboración, que son relaciones sociales para potencializar la producción humana. La

invención del lenguaje no puede ser concebida sin pensar en un acuerdo entre diversos individuos que marca ciertas relaciones entre ellos. Esta posibilidad de un marco común de representación de la experiencia a través del lenguaje permite que los individuos diferencien entre sus representaciones particulares y las de ese marco común. Pero además del lenguaje, está también el uso social de herramientas, que con la organización del trabajo posibilita el desarrollo de la consciencia. Por esto a través del trabajo organizado primero y luego con el uso del lenguaje, es que el hombre se ha hecho humano. Se puede decir entonces, que la enajenación del hombre en el producto de su trabajo y con respecto a su propio trabajo, que son esencialmente hechos sociales, en los que se expresa la esencia genérica del hombre, implican una enajenación del individuo respecto de la humanidad en general.

Desde una perspectiva antropológica, la enajenación del trabajo significa su deshumanización, porque el hombre sólo puede tenerlo como algo exterior, no como algo que sea expresión libre de la esencia del hombre. ¿Cuál es la diferencia entonces con un artesano? En el caso del obrero esta situación se expresa de otro modo, sintiendo el valor de su personalidad tan sólo fuera del trabajo y sintiéndose fuera de si mismo en él, lo que muestra que el trabajo enajenado orilla al trabajador a una existencia individualista, limitada a la satisfacción de necesidades elementales como el descanso, el comer y el beber, entre otras. Igualmente, tiende a alejarlo de la vida propiamente humana, la que se desarrolla en colaboración con los demás.

La manera en como vemos un objeto puede ser de manera individual pero también de manera universal, de acuerdo con Kant (1787) "Sean cual sea el modo y los medios con que un conocimiento se refiera a objetos, la referencia inmediata se llama intuición".

La intuición es cuando, con base en experiencias pasadas, podemos saber que es lo que puede pasar en un futuro próximo. Se debe tener un conocimiento previo para poder entender una situación y conectar los puntos de la situación para saber que es lo que puede pasar. Para que algo sea percibido es necesario que quien lo esta viendo sea afectado de alguna manera sensorial o emocional. La capacidad de recibir representaciones por el modo como somos afectados por objetos, se llama

sensibilidad. De la manera en que somos afectados se capta por los sentidos inmediatamente, esta es la manera en la que somos afectados emocionalmente, desde agrado hasta repudio, los mismo pasa al ver una artesanía. Así, pues, por medio de la sensibilidad nos son dados objetos y ella sola nos proporciona intuiciones, captamos el objeto por medio de los sentido y podemos intuir algo dependiendo de lo que nos hace sentir. Por medio del entendimiento empírico son pensados y en él se originan conceptos. Todo pensar tiene que referirse directa o indirectamente a intuiciones, a la sensibilidad, porque ningún objeto puede ser dado de otra manera. Esta manera en la que somos afectados por algo a diferentes escalas, está influido por la manera en como crecemos dentro de una cultura, por hábitos y costumbres que hacen cambiar o educar nuestra percepción. Por esto y por la falta de educación en el país es que seguimos viendo a las artesanías y artesanos que muchas veces son indígenas, como personas por debajo de humano en general.

Para entender un objeto es necesario captar los sentimientos que este nos transmite, porque es una de las maneras en las que directamente entre a nuestro sistema por medio de la sensibilidad. Una artesanía que no proyecta o no hace sentir nada ha fallado como tal, ya que esa es una de las principales características del arte. El artista plasma sus sentimientos en cada pieza, sea cual sea, esperando pasarlo directa o indirectamente a sus espectadores.

La receptividad del sujeto para ser afectado por objetos, precede necesariamente a todas las intuiciones de esos objetos, se puede comprender como la forma de todos los fenómenos puede ser dada en el espíritu antes que las percepciones reales y, por tanto, a priori y como ella, siendo una intuición pura en la que todos los objetos tienen que ser determinados, puede contener principios de las relaciones de los mismos, antes de toda experiencia.

El conocimiento acumulado hasta nuestros días nos permite afirmar que nunca se podrá encontrar una teoría que lo explique todo. Esa teoría tendría que comprender al todo, pero como la teoría no sería el todo, ¿Cómo algo menor al todo podría contener al todo? No parece posible. Toda teoría es incompleta. La filosofía nunca se terminará y nunca se podrá explicar todo por completo, pero por eso existen diferentes teorías que se complementan.

### 3.3 Teoría de la evolución

Esta teoría de las más viejas que existen y Darwin (1859) fue el primero en hablar sobre esta. “En la naturaleza hay una gran diversidad de seres vivos y en cada especie hay poblaciones cuyos individuos tienen pequeñas variaciones en sus características, estas variaciones no son buenas ni malas, en principio, pero situada esa población en determinadas condiciones ambientales, unas características darán ventajas y otras desventajas, para sobrevivir, ocurrirá una selección natural de los individuos con las características que mejor se adopten al medio”.

Cuando el número de variaciones acumuladas es tan grande respecto de la especie inicial serán muy diferentes, tanto que incluso los individuos originarios y los “nuevos” no sean compatibles para reproducirse, en ese momento habrá dos especies diferentes.

En la introducción al *Origen de las Especies*, Darwin reflexiona sobre las afinidades entre las diversas especies, sobre sus relaciones embriológicas, su distribución geográfica, su sucesión geológica y otros hechos semejantes, para concluir que las especies no han sido creadas de manera independiente, sino que se han originado unas de otras. Uno de los procesos de evolución más aceptados es el de adaptación, esto no habla solamente de los seres humanos, aunque es el ejemplo más claro que se da.

La evolución y adaptación sucede cuando algo debe adecuarse a las nuevas demandas y normas a las que se está expuesto algo, digamos un objeto en este caso. Todo se rige a base de normas que se encuentran escritas o que están explícitas en la naturaleza y que todo lo que está alrededor es influenciada por esto, de manera que no hay escape y de una u otra manera se debe encontrar la manera para sobrevivir. Lo mismo sucede con los productos digamos como las artesanías. Se llega a un punto donde la sociedad avanza y se deben de adecuar a esos cambios que ahora son notorios dentro de esa sociedad. La gente puede adquirir algo, pero después no va a querer comprar esa misma cosa, se deben realizar algunos cambios para que de esta manera se vuelva a hacer atractivo, por muy pequeño que sea el cambio y que se vaya adaptando a esas nuevas necesidades que tiene la gente.

El verbo evolucionar se encuentra ligado al cambio. Para percibirlo es necesario asumir el tiempo, como el parámetro íntimamente ligado al cambio y la relación entre dos tipos de formas: las anteriores y las posteriores. Ignorar cualquiera nos niega la percepción del hecho. La evolución en este sentido está fuertemente ligada a objetos diferentes y la relación entre éstos es realmente la evolución, de tal modo que evidenciamos la evolución aunque los organismos diferentes comparados no sean siempre los mismos.

### **3.4 ¿Qué es un indígena?**

Existe muchas veces confusión entre indígena y artesano pero tienen mucha relación. ¿Se tiene claro quiénes son los indígenas? Es posible el planteamiento de palabras sueltas o la construcción de imágenes mentales, pero el concepto indígena tiende a matizarse como dice Maica (2013) es “Aquella población que no ha sufrido mestizaje y que a través del tiempo, ha mantenido su perfil genético y cultural”.

La cultura es un elemento fundamental de la vida social, pues permite ser parte de algo, retornar como seres nacidos de un mismo hemisferio donde todo logra conectarse por medio de un sentimiento para cumplir un sólo fin, el equilibrio social. Actualmente la mayoría de las comunidades indígenas han tenido que modificar sus costumbres para poder sobrevivir. El desinterés por estudiar las lenguas que identifican a diversos grupos está provocando que la preservación cultural cada vez sea vea más limitada.

Los grupos indígenas han sido cada vez más menospreciados y marginados, las nuevas generaciones de indígenas ya no quieren aprender una lengua indígena por miedo a ser discriminados, cuando al contrario, deberían estar orgullosos de sus raíces y de poder hablar un lenguaje tan ancestral, pero no es así. Viendo como esta la situaciones actuales de los pueblos indígenas es mejor cambiar de lengua, tratar de estudiar una carrera técnica y olvidarse de ser campesino o artesanos, porque esas actividades no dejan una buena vida, eso es lo que han expresado algunos campesinos-indígenas.

Pero, ¿por qué es difícil para los indígenas artesanos vender sus artesanías? Una respuesta de Chamochumbi (2006) es que “Las poblaciones indígenas han sido excluidas de los procesos de modernización y desarrollo impulsados por los

gobiernos. Y desde la perspectiva global de desarrollo, se las sigue percibiendo como sociedades menos evolucionadas”.

Siempre que se menciona el término evolución es fácil pensar en las teorías evolutivas sobre el origen de los organismos o especies. Lo bueno es que ahora se ha podido dejar del lado toda esa ilusión que la iglesia ha creado, pero hoy en día no hay duda que la evolución de los organismos se constituye en un hecho científico incuestionable. No obstante, la teoría evolutiva de Charles Darwin marcó una etapa mundial sin precedentes cuando sostuvo que a lo largo de la historia los seres vivos quienes se han ido adecuando al entorno ambiental mediante el proceso de selección natural.

La Teoría Gaia que menciona Lovelock (1995), habla sobre nuevas explicaciones científicas cuestionando la teoría evolutiva de Darwin y sosteniendo lo contrario, que no es la vida la que se adecua al entorno sino al revés, es ella misma la que ejerce su influencia sobre el entorno ambiental adecuándola a sus requerimientos.

Ocurre una situación similar cuando se quiere explicar el proceso de evolución que pueden haber seguido las poblaciones indígenas de nuestro continente. Y es que en materia de evolución y cambio social existen distintas teorías y formas de percepción de los procesos históricos y de transformación social seguidos por las distintas culturas y etnias que habitaron la región desde la antigüedad. Se debe entender la evolución como un proceso dialéctico, de constante cambio y de transformación social, en tanto es un hecho incuestionable de la realidad en la que múltiples culturas y etnias se han desenvuelto en el espacio y tiempo a través de la historia de la humanidad.

Existen algunas teorías sobre lo que significa un grupo indígena. Son agrupamientos humanos que de forma general o particular resultan originarios de un lugar o constituyen grupos tribales, migratorios que presentan distintos patrones de asentamiento y localización espacial-territorial. Son comunidades que han conformado sociedades simples como altamente complejas, presentando diversos agrupamientos sociales y representando múltiples grupos culturales y etnias que se encuentran dispersas en las distintas regiones geográficas y siguiendo diferentes procesos de ocupación-adaptación territorial y de uso de los recursos naturales.

Existen varios factores en cuanto a su evolución. Todos los pueblos indígenas descienden de los grupos mesoamericanos que existían antes, estos pueblos asumen una identidad étnica con base en su cultura y que tienen una historia que los define como integrantes de un país y de una región.

Las comunidades indígenas evolucionaron siguiendo un patrón ascendente en el tiempo, simultáneamente involucraron también múltiples caminos, con avances y aparentes retrocesos, pero con una tendencia final multidimensional y progresiva. Por lo tanto, los diferentes rumbos evolutivos seguidos por las comunidades indígenas han estado condicionados por diferentes factores relativos a los territorios que ocuparon y a sus entornos ambientales y sociales, en cuyos procesos particulares y su estrategia adaptativa se han ido diversificando y complejizado.

Durante los procesos de ocupación y adaptación territorial, las comunidades indígenas tuvieron que investigar la tierra en la que estaban asentados, para entender como funcionaba el ecosistema y de esta manera poder asegurar su supervivencia. Estos procesos involucraron distintos impactos y efectos ambientales. Sin embargo, los conocimientos que las comunidades indígenas lograron aplicar en los territorios ocupados, con miles de años de observación, experimentación y aprendizaje, no solo se reflejan en las técnicas de supervivencia, además, en el mismo proceso desarrollaron fuertes vínculos de identidad cultural y formas armónicas de relación con la naturaleza.

La cosmovisión de las comunidades indígenas está arraigada a la explicación de fenómenos naturales y al origen del humano, ya sea de forma animal, objetos inanimados o en semejanza a la complejidad humana. La cosmovisión es la forma de percibir al mundo, la que se encuentra en constante movimiento y evolución, como todo en el universo. Está encabezada por las deidades que cuidan cada comunidad, seres extraordinarios que tienen un valor relevante en el nacimiento de la cultura.

El indígena tiene una mirada que lo distingue y lo salva de la decadencia contemporánea en la que está sumergida el mundo. Es él quien posee las mayores riquezas, aquellas que no pueden adquirir un valor monetario, pero sí una admiración estética a través de su artesanía y forma de expresión, ya que es única y

contiene toda un mundo de conocimientos dentro de algo que cabe en la casa de cualquier persona.

La evolución de las comunidades indígenas se ha dado en función de múltiples procesos adaptativos en ámbitos territoriales específicos, con base en la oferta de recursos naturales disponibles y según los tipos de organización socioeconómica. Sin embargo, en forma simultánea estos procesos adaptativos se debieron al desarrollo de determinadas capacidades de resiliencia social, gestadas por las distintas sociedades y culturas para enfrentar y superar las dificultades y lograr adaptarse al entorno territorial ocupado. Existen otros factores directos e indirectos, internos y externos, como el crecimiento demográfico de los países y la mayor presión de uso sobre los recursos naturales, la expansión del proceso de globalización y la economía de libre mercado, las políticas de desarrollo de los países, la dependencia tecnológica y el papel de las corporaciones transnacionales, etc. Factores que sin duda han impactado en el comportamiento y evolución de la problemática de las comunidades indígenas y en los problemas de desarrollo que hoy presentan.

### **3.5 ¿Qué es un campesino?**

Wolf (1971) menciona que “Los campesinos son labradores, a veces ganaderos rurales, cuyos excedentes son transferidos a grupos dominantes de gobernantes que los emplea para asegurar su propio nivel de vida y que distribuyen a los demás grupos sociales que no labran la tierra pero a cambio de ser alimentados dan a cambio otros artículos que ellos no fabrican”. Esta diferenciación indica un orden social complejo que unido a altos índices de productividad y organización traen consigo el fenómeno de la civilización. La producción de excedentes puede estar detrás de esa división, ya que sociedades que no han llegado al mínimo de 2000 calorías por persona y también por día, es decir, que no generan excedentes, si cuentan con esa diferenciación.

Esta definición tan simple y tan determinante nos explica concretamente lo que significa ser campesino, por lo que un campesino puede o no ser indígena y puede ser o no artesano. Muchas veces es necesario que una persona cubra las 3 actividades por falta de recursos y porque necesitan el dinero para poder sustentar

la economía familiar. Si no existe ese excedente dentro de la producción agrícola, es necesario complementar con otro tipo de actividades para que haya un equilibrio.

Al igual que con los artesanos, el futuro de los campesinos está determinado por su capacidad de transformarse en empresarios agrícolas capitalistas, o tendrían una inevitable transformación en proletarios.

En la actualidad todo es negocio, toda actividad de la que se pretende tener ingresos y poder vivir de ella, se considera que debe ser o transformarse en un negocio capitalista. Lo cual puede ser cierto, pero con esto se estaría perdiendo la esencia de lo que significa ser un campesino, aunque como vimos antes, la evolución es una cualidad de la naturaleza, adaptarse a las nuevas condiciones de vida para poder sobrevivir.

### **3.6 Teoría del Arte**

De acuerdo con Jiménez (2013) el modelo arsológico (que es el método científico del arte) crea teorías, es una teoría nueva por lo que no existen muchos modelos, pero una de las más importantes es la teoría general del arte. Cada teoría se crea con base en este modelo, acomodándose como mejor se pueda para explicar una teoría aunque no siempre es la más correcta.

Esta teoría del arte se considera científica por el proceso que lleva y porque solamente esta explicando lo que es el arte y su relación con otros campos de conocimiento. Todo debe relacionarse y ésta teoría debe ser explicativa además de descriptiva. También pueden predecir lo que puede suceder dentro de las observaciones previas, lo que nos da una tercera dimensión dentro de una teoría científica, porque es algo que va a suceder siempre dentro de esas condiciones.

El arte no debe ser estático, debe ser dinámico, se puede manipular para saber y predecir como es que la gente va a reacciones dependiendo las condiciones y el ordenamiento en el que se acomodan las características del arte.

La coherencia es otro elemento muy importante dentro de una teoría, la ciencia exige que no se puede contradecir una teoría dentro de otra, como por ejemplo la física con el arte, si una contradice a la otra entonces no se puede dar.

El arte fue inventado por los romanos, ellos creían que cada parte existente era

parte de un universo, pero que este universo tenía dos caras, una era la natural, donde todo era resultado de la naturaleza y la otra la artificial, la cual era creada por el hombre, como lo es el arte. La palabra artificial tiene la palabra arte en su contenido, ya que es específicamente todo lo creado por el hombre. Lo cual no dice que el arte es toda la facultad humana de crear. Es el proceso por el cual el ser humano crea formas; es un proceso que tiene productos. La palabra “crear” como la conocemos, se refiere más a una transformación, ya que la materia y la energía solo se transforman, al igual que el concepto de lo que se está haciendo, si ya existe, no se está creando, solo se está materializando. Una creación es producto de un artista, no de ingenieros o científicos, ellos lo materializan pero la creación es producto de la mente de un artista.

Se puede tomar como referencia a el arte para explicar a las artesanías. Un artista es quien imagina un producto, dándole un significado claro para impregnarlo de magia y tradición para después materializarlo. Una artesanía es arte, pero no puede seguir siéndolo si siempre se crea de la misma manera, figura y significado, es necesaria crear diferentes ideas para que este pueda evolucionar; no quiere decir que va a cambiar la esencia, solo la forma, para tener una reacción diferente a quien va a observar o adquirir ese producto.

Se necesita una mente abierta y una vista panorámica para captar todo lo que conlleva a la verdadera creación de artesanías y no simplemente a la transformación de la materia. Las artesanías fueron piezas de arte alguna vez, pero con el pasar del tiempo se convirtieron en productos que pueden seguir siendo transformados para no perder sus cualidades artísticas.

México tiene una riqueza artesanal muy grande, según Portilla (2005) Mesoamérica es una de las raíces del arte popular mexicano. Lo más cercano que se ha encontrado a un discurso artístico para este ámbito cultural es el término *toltecatl*.

*Toltecatl* es el que crea, discípulo, abundante, múltiple, inquieto. El verdadero tolteca: capaz, se adiestra, es hábil, dialoga con su corazón, encuentra las cosas con su mente.

El verdadero tolteca todo lo saca de su corazón, obra con deleite, hace las cosas con alma, con tiento, obra como tolteca, compone cosas, obra hábilmente, crea, arregla las cosas, las hace atildadas, hace que se ajusten.

Otra teoría nos dice que el término artesano proviene del idioma italiano “artigiano”, que significa ejercer un arte mecánico. A su vez este provenía del latín ars, artis, lo que en español sería arte.

El arte y las artesanías tiene una historia milenaria, WordPress (2007) hablando de historia dice que en Grecia apareció la representación de los dioses en sus obras, predominó el pensamiento mítico y el religioso, los griegos fueron quienes crearon la filosofía. Todas las figuras hechas por la mano del hombre cumplen un fin de comunicación ya que plasma y utiliza sus pensamientos o sensaciones. Un ejemplo de este tipo de arte o artesanía es Altamira con obras mágico-comunicativas. Este tipo de obras se concentran más en los textiles y en la cerámica y en ellas el significado es mágico o mítico de la vida cotidiana. Las artesanías cubrían necesidades religiosas mientras que las tecnológicas satisfacían las populares.

Tomando la opinión de Blázquez (2003) en cuanto a otros artistas como Burckhard, Schweitzer y Biandinelli “se referían a los artistas, o mejor dicho, a los artesanos, según la opinión griega y romana, como quienes ocupaban un lugar muy bajo en la escala y la consideración social”.

Schweitzer, señala que los artesanos en épocas homéricas procedían de fuera de Grecia y que eran el resultado de las redadas que los griegos hacían en esas tierras. En la odisea, se les consideraba a los artesanos como vagabundos porque iban de un lugar a otro.

Se dice que fue Prometeo (el creador del hombre), quien enseñó todos los oficios y todas las ciencias al hombre. Todas las técnicas se crearon cuando se dominó al fuego, pero todos estos oficios se refieren más a la alfarería, metalurgia y herrería.

El artesano fue mejorando con el tiempo por la tiranía en la época arcaica, porque les pedían obras de todo tipo que servían como propaganda política o religiosa para su gobierno. Con esto, algunos artesanos llegaron a ser ricos y de gran renombre. Esto permaneció así hasta los últimos años de la independencia griega, después, en el periodo Helenístico, decayeron, empezaron a ser más importantes los arquitectos

y los pintores. Por ser la sociedad de Grecia y Roma una sociedad aristocrática, no podía estimar el trabajo artesanal, aunque valorara el arte.

El problema de “ver como menos” a los artesanos no es un problema que haya surgido en la actualidad. Al ser las artesanías un producto estético principalmente pero también funcional, muchas veces la gente no se da cuenta de todo el trabajo que conlleva la realización de cada pieza, la gente solo quiere adquirirlo para que cumpla la función para que lo necesitan. Por eso, es necesario educar a la gente para que entiendan que una artesanía no solo es una pieza de decoración, sino que tiene toda una historia ancestral impregnada, junto con un sentimiento y la identidad de cada una de las comunidades que la realizan.

Mossé (1993) menciona que según Sócrates: “Los oficios llamados artesanales, están desacreditados y es muy natural que sean despreciados en las ciudades, arruina el cuerpo de los obreros que los ejercen, y de los que los dirigen, lo que los obliga a llevar una vida casera, sentados todo el día en un taller junto al fuego, lo que les ablanda el cuerpo y el alma, no dejándoles tiempo para sus amigos ni tiempo para defender a su patria, es por esto que se llega hasta a prohibir el oficio de artesanos”.

Según la etimología de la palabra, el artesano es un artista con las manos, pero no como un pintor, sino más bien se le dice artista por su destreza manual. A partir del siglo XV fue que se hizo la diferencia entre artista y artesano, en el renacimiento italiano.

El oficio de artesano viene de siglos atrás, al principio era un trabajo bien pagado pero después fue decayendo al otro tipo de actividades tomar más importancia. Todo el conocimiento dentro de un oficio era muy bien utilizado, solo que algunas actividades crecieron en importancia y fueron siendo más pedidas por grandes capitales. Estas actividades desplazaron a algunos artesanos, dejándolos en los niveles más bajos, pero que hasta nuestros días siguen existiendo, sobreviviendo y tomando nuevos significados para poder seguir adelante, por lo que un cambio de dirección no es algo fuera de contexto.

Hay quienes afirman que la artesanía es un punto medio entre el diseño y el arte. Por otro lado están quienes dicen que es la continuación de los oficios

tradicionales como orfebre, carpintero, herrero, etc.

Los fines del artesano muchas veces son más artísticos que de lucro, ya que podemos imaginarnos que alguien que vende pequeñas piecitas en un parque no podrá generar los suficientes recursos monetarios como para sobrevivir, ellos atraviesan un proceso creativo para lograr su producto final.

### **3.6.1 ¿Qué es arte?**

A los artesanos no les importa tanto cómo se les llame, sino en la medida en que ello implique un cambio en la valoración de su obra y su quehacer. Las artesanías, como bienes culturales que son, se mueven en el mercado del arte y la cultura, en el cual se construye el valor económico a partir de la suma del valor cultural y el valor monetario, es el cultural el que determina el segundo. El aprendizaje que nosotros tenemos de lo que implica un Picasso es lo que hace que estemos dispuestos a pagar cantidades millonarias por el nombre y no por la obra en sí.

Marx dice: “El reino de la libertad comienza sólo donde termina el trabajo determinado por la necesidad y las consideraciones mundanas”

Marx era un amante de arte, aunque nunca lo expresó en ninguno de sus escritos, y aunque no lo dice explícitamente, se entiende de esa manera.

La opinión de Trostky (1939) es que “Un mundo capitalista sería completamente insoportable, porque sería un mundo inhumano y el actual mundo alienado del capitalismo ya de por sí es bastante inhumano. Las condiciones en las que vivimos y trabajamos ya son bastante insoportables”. Millones de personas encuentran consuelo en la música, el baile y se implican emocionalmente en el cine, con las estrellas cinematográficas y las series de televisión. Todas estas cosas son una expresión del arte, otra cosa distinta es que sea bueno o malo.

El arte pone un elemento de color a un mundo incoloro. Lleva un rayo de esperanza a las vidas sin sentido. El arte en todas sus formas nos hace abrir los ojos, aunque sea sólo por un momento, ante nuestra monótona existencia cotidiana, nos hace sentir que hay algo más en la vida, que podemos ser mejores de lo que somos, que las relaciones entre las personas pueden ser humanas, que el mundo puede ser un lugar mejor. El arte es el sueño colectivo de la humanidad, la expresión del

sentimiento arraigado de que nuestras vidas no deberían ser así y que deberíamos luchar por algo diferente.

La mercancía se ha convertido en una parte tan corriente, tan acostumbrada y tan familiar de nuestra vida diaria que ni siquiera se nos ocurre considerar por qué los hombres dan objetos importantes, necesarios para el sostenimiento de la vida, a cambio de pequeño discos de oro o de plata que no se utilizan en parte alguna de la tierra. El asunto no se limita a la mercancía. Todas y cada una de las categorías de la economía del mercado parecen ser aceptadas sin análisis, como evidentes por sí mismas y como si fueran las bases naturales de las relaciones humanas. Sin embargo, mientras las realidades del proceso económico son el trabajo humano, las materias primas, las herramientas, las maquinas, la división del trabajo, la necesidad de distribuir los productos terminados entre los participantes en el proceso del trabajo, etc. Para descifrarlos es necesario un análisis científico completo.

### **3.7 Teoría sobre las Artesanía**

El punto central son las artesanías, ya se sacó la información importante pero es necesario saber que dicen otros investigadores como Bartra (2005) quien menciona que “La artesanía tradicional, antes de ser un objeto de mercado, es un objeto que sirve como soporte para la conservación y transmisión de la memoria. Es uno de tantos puntos de materialización de una idea colectiva. Se dice de ellas que son predominantemente anónimas, ya que a diferencia de los artistas que firman sus obras, los artesanos no lo hacen, dependen principalmente de la habilidad manual más que de la imaginación creativa, a menudo cumplen con una función práctica inmediata, tienden a ser muy repetitivas y a elaborarse colectivamente”.

Iturriaga (2005) menciona que “Algunas de las características más importantes de la artesanía tradicional son las siguientes”:

1. Es tradicional: se transmite de generación en generación.
2. Suele ser comunitario o colectivo, pueblos enteros se dedican a la misma rama artesanal.

3. Por lo general es anónimo, y en consecuencia rara vez se encuentran piezas firmadas, aunque si se puede dar el caso de artistas populares consagrados o de fama que sí firman sus obras.
4. Suele ser utilitario o cotidiano, son objetos con un fin práctico, y entre ellos se pueden incluir algunas piezas religiosas, pues las creencias del pueblo se expresan en la vida cotidiana.
5. Está determinado por el medio ambiente, pues se realiza con materiales naturales del entorno propio de cada población o región.

### **3.7.1 ¿Qué es un artesano?**

Un artesano es una persona mística y muy trabajadora, como dice Reyna (2013) “Hay muy poco trabajo de investigación y de acción social que permita conocer la profundidad del mundo del artesano y acompañarlo en la preservación y el desarrollo de su capital cultural”.

Según Cárdenas (2013) “En el ámbito cultural, los artesanos son los guardianes de los secretos ancestrales de nuestra identidad nacional, portadores de una tradición y de una cultura que, pese a los avances científicos de la era digital, se niega a morir. Pero si no se hace una revisión a fondo con la mirada puesta hacia el futuro, se perdería terreno por falta de estímulos”. De ahí la urgencia de las instituciones de diseñar responsablemente proyectos concretos, acertados y encauzados al verdadero desarrollo, no sólo de los aspectos culturales, sino también en función de activar empresas comunitarias que generen empleo y motiven el arraigo en las comunidades.

Otra definición de artesano es de Gardey (2013) quien dice que “Un artesano, es alguien que realiza labores manuales y se dedica a vender sus productos de forma particular, sin intermediarios. Muchas veces, incluso, trabaja bajo demanda, elaborando piezas a gusto de sus clientes. Generalmente los fines de ese trabajo son artísticos: la pasión por una tarea más que el resultado monetario de la misma. Dicho esto es importante aclarar que dada la etimología de la palabra, un artesano es un artista con las manos”.

Existen diferentes sectores en los que los artesanos se destacan, los más conocidos

son: confección de objetos decorativos (desde colgantes, anillos, prendas, hasta lámparas y diseños amplios), mobiliario y objetos de madera (muebles para el hogar y objetos decorativos fabricados únicamente en madera o combinando este material con hierro u otros), comida de tipo artesanal (se elabora sin ingredientes industriales o artificiales), ilustraciones y libros de pequeñas tiradas (a diferencia de las grandes editoriales; estos artesanos fabrican cada libro de forma individual, una labor intensa y llena de pasión).

Dentro de este termino de artesano, existen algunos problemas como la marginación de los artesanos por parte de la sociedad. Cortés (2006) menciona que “La marginación en su versión más abstracta intenta dar cuenta del acceso diferencial de la población al disfrute de los beneficios del desarrollo. La medición se concentra en las carencias de la población de las localidades en el acceso a los bienes y servicios básicos, captados en tres dimensiones: educación, vivienda e ingresos”.

La marginación es un fenómeno que afecta a las localidades y no necesariamente a las personas que viven en ellas. Una localidad puede ser de muy alta marginación, pero algunos de sus habitantes pueden ser alfabetos, vivir en casas con agua entubada, energía eléctrica, piso, bajo índice de aglomeración y ganar un ingreso suficiente como para no ser considerados al margen del desarrollo.

Hablando sobre marginación Germani (1962) mencionó que “La marginalidad es un concepto que se sitúa dentro de la teoría de la modernización, según la cual las sociedades subdesarrolladas se caracterizarían por la coexistencia de un segmento tradicional y otro moderno, donde el primero es el principal obstáculo para alcanzar el crecimiento económico y social autosostenido. La noción de "marginal", en su concepción más abstracta, remite geográficamente a las zonas en que aún no han penetrado las normas, los valores ni las formas de ser de los hombres modernos. Se trata entonces de vestigios de sociedades pasadas que conforman personalidades marginales a la modernidad”.

Se puede decir que los artesanos viven en un estado de marginalidad porque las actividades a las que se dedican tiene su origen muchas décadas atrás. La cosmovisión indígena que muchas veces es la de los artesanos tiene su origen muchos años atrás y es la misma que se sigue plasmando porque es la que pasa de

generación en generación por eso es que la modernización no es un tema que se vea muy seguido en las artesanías, se usa una figura y un significado y este se repite año tras año.

Pero ¿Por qué los indígenas y artesanos han sido desplazados a lugares lejanos y marginados?

1. La ONU (Organización de las Naciones Unidas) (2008) dice que “Los pueblos indígenas son vulnerables a toda una gama de factores sociales y económicos que afectan a sus derechos humanos. Tienden a no tener acceso a la educación, a vivir en tierras vulnerables a los desastres naturales, sin saneamiento o con saneamiento inadecuado, y con un acceso nulo o limitado a los servicios de salud, todo lo cual contribuye a reducir la productividad y los ingresos de las poblaciones indígenas”.
2. Los pueblos indígenas emigran cada vez más hacia las zonas urbanas, tanto voluntariamente como involuntariamente. Sin embargo, el crecimiento de las comunidades indígenas urbanas no es impulsado solamente por la migración desde las zonas rurales hacia las zonas urbanas, sino también, lo que es probablemente más importante, por el aumento natural, a saber, la diferencia entre el número de nacimientos y el número de defunciones en una población.
3. Entre los factores que contribuyen a la migración urbana de los pueblos indígenas cabe citar la desposesión de las tierras cuando los pueblos indígenas son desplazados por la fuerza o expulsados de su suelo natal, la pobreza, la militarización, los desastres naturales, la falta de oportunidades de empleo y el deterioro de los medios de vida tradicionales.
4. Sin alternativas económicas viables en las zonas rurales, los pueblos indígenas se sienten atraídos por la posibilidad de encontrar trabajo y seguridad económica en un entorno urbano.

Desde la conquista en 1492, existieron varios factores por los cuales los indígenas fueron dominados y desplazados. Una razón muy importante fue el uso de tecnología moderna, que a diferencia de la gente que habitaba América era muy escasa. El uso del caballo, armas de fuego y epidemias eran las razones por las que los indígenas tuvieron que buscar refugio en lugares alejados del territorio donde

vivían, teniendo que dedicarse a actividades sustentables dentro del nuevo territorio donde habitaban.

A partir del siglo XVI las conquistas de los europeos: españoles, portugueses, ingleses y franceses, provocaron el derrumbe político y militar de las civilizaciones indígenas de América. Algunas de ellas, como la de las Antillas, desaparecieron totalmente. Otras más fuertes, como las de Mesoamérica y la región andina, sobrevivieron y lograron conservar muchos rasgos de su cultura, a pesar de la dominación a que fueron sometidas.

La extrema pobreza y la alta marginalidad permanecen como signos estructurales de la vida de los pueblos indígenas. A ello habría que agregar un racismo semiculto que en el plano local y regional actúa bajo diferentes formas políticas y nunca le falta ocasión para volverse venenoso.

Prácticamente todas las zonas donde habitan los pueblos indígenas, se resienten de manera grave las consecuencias de la descapitalización del campo, la falta de inversión productiva, la baja productividad, los altos niveles de erosión del suelo y las escasas posibilidades de agregar valor a sus productos.

En la actualidad muchas de las razones por las cuales los indígenas se mueven de un lugar a otro es por las grandes corporaciones que realizan grandes proyectos dentro del territorio donde habitan los indígenas, todo eso porque los indígenas no tienen leyes que los protejan y al ser minorías con quienes más salen afectados, donde como resultado un desplazamiento hacia diferentes áreas donde tiene que cambiar muchas de sus costumbres para volver a adaptarse a ese nuevo lugar.

### **3.7.2 Tipos de Artesano**

Un artesano entra en una categoría específica, pero dentro de ésta, existan también pequeñas divisiones, como menciona Borbolla (2013) “Hablar de los artesanos en México significa hablar de un tema en verdad amplio, pues debemos reconocer las diferencias que se presentan de acuerdo con la geografía, la cultura y el estrato social al que se pertenece”.

Las diferentes categorías de artesanos según Márquez (2013) son “*El artesano tradicional*, como soporte para la conservación y transmisión de la memoria, es

anónimo y trabaja comunalmente. Aquí, la enseñanza se transmite en forma oral, es intergeneracional y está determinada por el ambiente de cada región. La actividad artesanal es utilitaria y representa un modo de vida y de trabajo, con procesos productivos y con materiales de la región”.

*El artesano formal urbano* busca en la elaboración del objeto también una realización utilitaria. Pero la elaboración de ese objeto tiene aspiraciones y conceptos artísticos con la depuración de la técnica y la experimentación de nuevos materiales, y puede responder a una necesidad de consumo.

*El artesano formal de academia* aprende técnicas bajo el resguardo de un plan de estudios en una institución educativa, con un conocimiento y procesos sistematizados. Este tipo de artesano transforma el material y crea objetos utilitarios con aspiraciones estéticas y artísticas tomando en cuenta la necesidad de consumo.

Otra definición es la de ARQHYS (Arquitectura Construcción y Decoración) (2012) “Un artesano es un obrero calificado en un comercio o artesanía, Es considerado entre un trabajador y un profesional, con un alto grado de conocimientos teóricos y prácticos de su oficio”.

Un artesano suele comenzar como aprendiz en un trabajo y aprender de un maestro, y después de varios años es liberado del servicio de su amo, como un jornalero.

La definición de la UNESCO sobre artesanía nos señala que es: “La naturaleza especial de los productos artesanales se basa en sus características distintivas, que pueden ser utilitarias, estéticas, artísticas, creativas, vinculadas a la cultura, decorativas, funcionales, tradicionales, simbólicas y significativas religiosa y socialmente”.

De nuevo Báez (2004) menciona que “Artesanías son los objetos elaborados por el hombre con un fin utilitario, para cuya fabricación emplea, en su mayor parte, materiales a su alcance, proporcionados por el entorno natural. Las necesidades de todo ser humano para su reproducción y subsistencia son el alimento, el vestido y un lugar donde vivir. Para satisfacer estas necesidades, aprovecha lo que le ofrece su hábitat, se apropia de los elementos que le son de utilidad y los transforma”. Por

tanto, la función primaria de lo que llamamos artesanía es cubrir las necesidades del mismo productor.

La UNESCO es la única organización internacional que tiene una visión global del papel sociocultural y económico de la artesanía en la sociedad y desde hace numerosos años, se ocupa de desarrollar una acción armoniosa, coherente y concertada en favor de este sector. Los programas dedicados a la artesanía integran actividades de formación y promoción, estimulando la cooperación necesaria entre los organismos nacionales interesados, las organizaciones regionales, internacionales y no-gubernamentales. El objetivo de estas actividades es demostrar a las autoridades concernidas la prioridad que merece la artesanía en los programas nacionales de desarrollo.

Respecto a las artesanías WordPress (2016) menciona que “Son objetos artísticos de significación cultural, realizados manualmente o con máquinas movidas con energía básicamente humana, en forma individual por un artesano o colectiva por una unidad productora de artesanías. Dichos objetos reflejan una autenticidad que enorgullece y revitaliza la “identidad”, y deben conservar técnicas de trabajo tradicionales y los diseños autóctonos de una determinada región”.

El concepto etimológico de artesanía es hacer arte con las manos.

Una artesanía es un objeto o producto que tiene una identidad cultural de una comunidad, realizado mediante un proceso manual con la ayuda de herramientas rudimentarias, donde puede haber también alguna de función mecánica que acelere alguna labor. La manualidad, en cambio no tiene una identidad cultural comunitaria y puede realizarse con herramientas más sofisticadas.

### **3.7.3 Tipos de Artesanías**

Artesanía Tradicional: para su creación se utilizan materias primas de la región y herramientas de tipo rudimentario, conservando las raíces culturales transmitidas de generación en generación. Estas son creadas con fines utilitarios y decorativos.

Artesanía Autóctona Aborigen: es la que mantiene viva la producción artesanal de los pueblos y comunidades indígenas, usando para ello materiales, técnicas y demás elementos proporcionados por su entorno.

Artesanía de Proyección Aborigen: como su nombre lo indica establece un vínculo con los diseños de origen, pero proyecta los mismos adecuándolos a las exigencias del mercado.

Artesanía Típica Folclórica: es la que permite diferenciarnos de los demás países del mundo, se identifica con nuestras sólidas raíces folclóricas, manteniendo nuestra identidad.

Artesanía Urbana: son aquellas que utilizan insumos y técnicas urbanas en respuesta a una necesidad de consumo, surgen del ingenio popular e inspirado en la universalidad de la cultura.

Artesanía Suntuaria: como su nombre lo indica, son aquellas creadas únicamente con fines de lujo, utilizándose materias primas naturales.

La elaboración de cada pieza realizada por un artesano representa, la cultura, la cosmovisión y las historias indígenas, una manera de difundirlas y preservarlas es dando a conocer la importancia de estas manifestaciones.

En la búsqueda del posicionamiento de sus productos en el mercado y del impulso al comercio justo, los artesanos día con día se ven en la necesidad de salir de sus lugares de origen para poder vender su trabajo a un precio justo y en algún lugar donde sean bien remunerados para de esta manera poder aportar a la economía del hogar.

### **3.8 Arte y Artesanía**

Cuando se habla de arte y artesanía, cada quien tiene una idea de cuales creen que son las diferencias entre cada una, pero también es fácil confundirse. Se refieren, a modos de percibir, que son cambiantes, son procesales, estructurales, que encierran y definen las cosas como quieren que sean vistas, aunque pudieran ser apreciadas de forma distinta.

Hoy en día cualquier cosa puede ser considerada “arte”, la idea moderna de arte y de artista, surgió en el renacimiento. “Artesanía” es considerada como cualquier objeto elaborado manualmente, de manera tradicional y con fines utilitarios o decorativos. Una pieza de artesanía puede ser exhibida en un museo y llegar a considerarse como arte popular pero no como arte tal cual.

Pero ¿por qué un artesano no es considerado artista? De acuerdo con lo que dice Shiner (2010) “Todas las características de la antigua imagen del artesano/artista, como son la gracia, la invención y la imaginación, quedaron adscritos únicamente al artista mientras que el artesano quedó solamente como aquél que posee cierta destreza o habilidad para trabajar de acuerdo con reglas y que se lo retrató como individuo al que sólo le interesaba el dinero”

La manera en la que Shiner describe las diferencias es notable en estos días. El artista, que es quien crea arte, piensa de manera individual en un concepto y lo desarrolla de manera subjetiva, plasmando un sentimiento y un sentido dentro de esa pieza de arte, en la que la persona que la ve puede sentir lo mismo o poner su interpretación. Con las artesanías sucede algo similar, una persona puede interpretar a su gusto y experiencia lo que está plasmado en una artesanía, la diferencia es que esa visión y ese concepto es integral, de la comunidad, donde todos saben lo que significa y eso es lo que se plasma, la cosmovisión que todos comparten, la historia de la cultura y el territorio, que los artesanos plasman en las artesanías. Cada quien puede tener un estilo propio, pero lo que se plasma sigue siendo lo mismo.

Otra percepción de artesanía es la de Novelo (2002) quien dice que “La artesanía es la hermana bastarda del arte culto y de la clase dominante”. En este sentido, valdría la pena aclarar en este texto, los conceptos de artesanía y de arte popular. Parece ser la misma cosa, pero su significado también ha estado cambiando de acuerdo a los discursos oficiales que se han tejidos y por los espacios ocupados a lo largo de la historia.

Arte popular entonces fue la danza, la música y la plástica de los grupos indígenas considerados por la fracción burguesa triunfante, en un mecanismo de neta apropiación de la historia, como los legítimos herederos de las formas de vida prehispánicas.

Tratar de convertir a un artesano en un artista parece algo complicado, ser un artista parece un proceso mucho más largo y aunque se escuche mal, también de estudios y preparación. Es cierto que no todos entienden el arte y que es algo abstracto y subjetivo muchas veces, pero un artesano no tiene que ser un artista, ya que por eso existe su propio término y su propia manera de trabajo, una artesanía es

diferente a al arte solo por el hecho del significado que se le impregna al producto. Aunque cambiando un poco el proceso de creación, es claro que una artesanía puede convertirse en una pieza de arte de así quererlo.

### **3.9 Industria Vs. Artesanos**

Uno de los principales problemas para los artesanos es la fuerte competencia que tienen del lado de la industria, ya que existen productos similares a menor precio, producidos por las fábricas porque es más económica.

Pero la gran diferencia es que los productos industriales no tienen los detalles del artesano, ni tampoco son tan buenos los materiales a veces.

Otro problema es que los artesanos tienen muchas limitaciones para llegar al mercado, porque su producción no es muy grande, entonces no podrían abastecerlo.

Uno de los principales problemas de la artesanía es la competencia con los productos procedentes de procesos industriales de bajo costo, con apariencia similar a los productos artesanos, pero con menor precio y calidad.

### **3.10 Teorías de diseño**

El diseño se define como el proceso previo de configuración mental, en la búsqueda de una solución en cualquier campo de desarrollo. Utilizado normalmente en el contexto de la industria, ingeniería, arquitectura, comunicación y otras disciplinas creativas.

Se deriva del término italiano *disegno dibujo, designio, signare, signado* que significa lo por venir. El proceso de diseño es toda la serie de actividades y búsqueda antes de llegar a la solución o al producto final. Se plasma el pensamiento de la solución o las alternativas mediante dibujos, bocetos o esquemas trazados en cualquiera de los soportes, durante o posteriores a un proceso de observación de alternativas o investigación. El acto automático de diseñar podría llamarse creatividad como acto de creación o innovación si el objeto no existe o se modifica algo existente.

El diseño es buscar una solución a un problema, donde el resultado cubra todas las necesidades que se tienen y que sea de una manera funcional donde todos los elementos necesarios estén en equilibrio. Diseño no simplemente es que se vea “bonito”, es principalmente que cubra satisfactoriamente lo que se necesita.

El diseño debe ser funcional pero también debe llevar otras características, como dice Bustos (2012) “Es importante definir cuáles son elementos del diseño y la importancia que tienen en el ámbito psicológico de las personas con el fin de lograr el propósito que se busca, que es el de persuadir e informar”.

En ese sentido, se debe tener en cuenta lo que puede significar un color, una forma, un tamaño, una imagen y la disposición determinada de los elementos que se van a incluir en el diseño, pues esto establece una buena comunicación, logrando con ello la atracción, motivación o interés de las personas a las que nos dirigimos.

Para lograr el objetivo de un diseño, se deben tomar en cuenta los siguientes requisitos:

- a) Tener plena información de lo que se quiere comunicar
- b) Elegir los elementos adecuados
- c) Hacer una composición atractiva y adecuada de dichos elementos

Un buen diseño es una pieza con atractivo visual, con personalidad y de gran equilibrio estético que cumple de la mejor manera posible su función.

### **3.10.1 Teoría de la Moda**

Hay quienes dicen que la palabra moda suena a algo superficial pero no es así, porque hasta en la economía existe el término moda y según Kotler (1997) “Existen tres diferentes tipos de modas: los estilos, las modas y los gadgets (que son objetos que se ponen de moda por un tiempo). El estilo es una expresión distinta nacida en un dominio particular. La moda es el estilo dominante en un momento dado. Al principio una moda tiene un carácter distintivo y por ello interesa a ciertos consumidores líderes. Los productos relativos a la moda están distribuidos en pocas cantidades, a veces a la medida. Después sigue un periodo de emulación por parte de los seguidores o imitadores: cada vez más gente sigue a los líderes de opinión con lo que se crea un mercado masivo. Como progresivamente se vuelven masivos,

los mercados de moda se caracterizan por un volumen de producción elevado, que tiene que ser compartido entre numerosos fabricantes para poder cubrirlo. Al final, la moda pasa por una fase de decadencia, dando cabida a una nueva moda.

### **3.10.2 Teoría de la selección colectiva**

La moda colectiva surge por gustos similares en la gente, estos gustos colectivos y el espíritu de la moda de esos tiempos y la modernidad, tienen influencia en lo que serán las tendencias de la moda.

Existen cazadores de moda, que se fijan en lo que a gente usa en común y que podría convertirse en una moda. Las grandes marcas analizan todas estas características y aprovechan para sacar esos productos que se pueden hacer moda y sacar ventaja en las ventas.

En el caso de los textiles indígenas podría no ser diferente, se puede tomar un producto que esté de moda y transformarlo para darle un significado, un uso y aumentar las ventas.

### **3.10.3 Teoría de la Tendencia**

La moda, es la culpable de haber introducido a la mente de las personas el significado incorrecto de la palabra.

Una tendencia es un patrón de comportamiento de los elementos de un entorno particular durante un periodo de tiempo. En términos de análisis técnico, la tendencia es simplemente la dirección o rumbo del mercado.

Para el propósito de esta investigación, al estar directamente relacionado el diseño textil con el diseño de moda, se usara el concepto de tendencia que tiene la moda.

#### **3.10.3.1 ¿Cómo surgen las tendencias?**

En el diseño de productos y servicios, las tendencias dependen de tres factores, que se mueven cada uno en dirección propia. Ninguno de los tres es más importante que el otro y están muy relacionados entre si, estos son:

- Tecnología
- Mercados

- Sociedad

Con el pasar del tiempo, estos tres factores van cambiando y adaptándose a los cambios universales. Lo que pasa con la sociedad es que existen cambios demográficos a nivel mundial con las migraciones, la población es cada vez más anciana, nuevas estructuras familiares, cambios en la tan llamada “familia natural”, cambios en los valores de consumo, cambios constantes de productos, cambios en el paradigma del trabajo, nuevas formas de empleo, inestabilidad laboral, incertidumbre entre otros.

En los mercados existe mayor diferenciación de productos, personalizados y de individualización, existe una fabricación selectiva o bajo pedido, se da importancia al uso y seguridad, también se da algo muy importante que es la concientización sobre el medio ambiente, límites ambientales y eco-diseño.

Uno de los factores que avanza con gran rapidez es la tecnología, lo que facilita muchas técnicas en la actualidad y que se toma en cuenta para la producción y venta de algunos productos. Encontramos avances como los microchips y la nanotecnología, la aparición y aplicación de nuevos materiales inteligentes y materiales reciclados, todo para ayudar al ecosistema, nuevos productos más rápidos, más baratos y limpios, algo muy importante es el poder de las redes sociales en la época actual.

Para lograr un balance entre todo esto y sea aplicable al diseño para nuevos productos y simplemente mejorarlos, existen también características que deben de tener estos diseños.

- Simplicidad – Es una mezcla en el uso de lo complejo y lo simple, encontrar la manera en que el uso de tecnología sea fácil para quien consume los productos.
- Personalización – Hacer “mío” el producto con la adaptación del producto a lo que el cliente pide, gusto, personalidad, talla, etc.
- Globalización – Hacer los productos atractivos no solo para una región sino para todo el mundo, abriendo la posibilidad de importación y exportación.
- Ornamentación – Detalles únicos.
- Democratización del diseño – Crear varias opciones de venta, desde lo caro

usando técnicas y materiales específicos, hasta los productos de bajo costo.

- Diseño con causa – Ser amigable con el medio ambiente, reciclar, no desperdiciar materiales.

Es difícil saber con exactitud que es lo que la gente necesita, ya que somos millones los que tenemos gustos y necesidades diferentes, pero también existen lineamientos sobre cómo se deben de hacer ciertas cosas. (Sales, 2013) “La respuesta quizá está en ciertas tendencias de las sociedades altamente industrializadas que dan paso a objetos y creaciones vinculados a lo tradicional o a la producción artesanal en tanto supone una conexión estrecha entre las personas”.

En el ámbito mundial hay cuatro tendencias que inciden en el sector industrial y obviamente, aplican en nuestro país. La primera de ellas es el cuidado del medio ambiente. El deterioro de los recursos naturales, la consecuente escasez de materia prima e incluso, el daño a la salud de los artesanos debido a ciertos procesos de producción, afectan directamente el desarrollo del sector. En este sentido, el FONART ha emprendido acciones para, por ejemplo, impulsar a través de los gobiernos de los estados la producción de alfarería vidriada sin plomo.

La segunda tendencia es la tecnología de la información aplicada al comercio artesanal. Aquí la palabra mágica es Internet. Esta herramienta permite a los artesanos exponer sus catálogos, comunicarse con clientes potenciales y, además, cerrar sus ventas en línea.

Una tercera tendencia es la incorporación de estadística sobre el sector. Ya se ha hablado en este foro que en el caso de México existe una gran carencia de datos duros confiables. De ahí que, al no saber quién está vendiendo qué y cómo lo está haciendo, no estamos considerando una cuarta tendencia: la innovación y el diseño de nuevos productos.

En México, el arte popular ha sido abordado desde disciplinas cercanas a esta actividad, como la antropología, la crítica del arte, la historia y las artes plásticas. Cada una de ellas ha puesto énfasis en los aspectos que más le atraen y ha dejado constancia de la importancia de la artesanía en el legado cultural prehispánico y colonial.

### **3.10.4 Innovación**

Innovación se refiere a un cambio que introduce una novedad a un ámbito, contexto o producto haciendo que se incremente el interés al tener algo no visto antes. También aumenta los niveles de competitividad de un producto dentro del mercado al ofrecer ciertas características o cambios que otros productos no tienen, adaptándose a las nuevas demandas que surgen día con día en la sociedad actual.

### **3.10.5 La innovación en diseño**

La innovación es un cambio que vienen con la necesidad de mejorar, de adaptarse mejor a la adversidad y el concepto de diseño es uno de los primeros en darle gran importancia a esta. Una de las definiciones sobre esto es la de Cross (1982) quien dice que “Diseño y tecnología funcionarían como sinónimos a la hora de designar una “tercera cultura” en la educación, distinta de las ciencias y las humanidades, cuyo interés central sería la concepción y realización de cosas nuevas”. Esto se define con “la experiencia acumulada en la cultura técnico-material” y con “el cuerpo completo de experiencia, habilidad y conocimiento exhibido en las artes de la planificación, la invención y el hacer”, lo que sucede con las artesanías, pero que en un punto se queda estancado. Implica una síntesis de conocimientos provenientes tanto de las ciencias y las humanidades en la consecución de tareas prácticas. Son los artefactos los productos de esta “tercera cultura”.

Lo que plantean Cross, es que diseño en la actualidad se toma como innovación, como creación, como avance, como solución renovadora, como un nuevo modo de relacionar un número de variables o factores, como una nueva forma de expresión, como el logro de una mayor eficacia.

Desde siempre se ha buscado la manera de resolver problemas y vivir en situaciones favorables, lo vemos en autores que hablan de innovación desde 100 años atrás. Como menciona Sarli (2016) “La Teoría General de los Sistemas, se encarga de tratar a los problemas en un entorno crecientemente complejo. Buchanan en 1992 parte del pensamiento de Rittel para elaborar su “doctrina de las colocaciones”, muy productiva para analizar el modo en que los diseñadores piensan el diseño de productos”.

Una de las teorías más interesantes es la de Buchanan (1989) “La doctrina de las colocaciones” que dice es una herramienta por la cual el diseñador intuitivamente o deliberadamente da forma a una situación de diseño a partir de la posibilidad de cambiar el contexto o lugar desde donde esta situación es pensada, lo que le permite “generar una nueva percepción de esta situación y por lo tanto una nueva posibilidad de ser probada”. El reposicionamiento conceptual funciona así como un patrón sistemático de invención del diseño.

“El problema del diseño es concebir un plan que todavía no existe y esto ocurre en un contexto de lo indeterminado de los problemas, antes de que se sepa el resultado final”. Sus soluciones están, por lo tanto, en el ámbito de aquello que no es definitivo, es un posible.

Para entender y describir detalladamente el problema y determinar la información necesaria para su resolución, deben previamente definirse las soluciones posibles. Así, la búsqueda de información para resolver un problema va a estar guiada por la solución que quien lo resuelva crea posible aunque a veces los productores no tengan la solución pero alguien más si.

Para encontrar una solución, se deben de considerar todas las soluciones posibles dentro del grupo afectado. El diseño es una variable que engloba muchas características que pueden ser analizadas y cambiadas para la innovación de un producto.

Para cambiar o innovar una situación o un producto es necesario llevar un proceso, ya que cambiar repentinamente puede causar otro tipo de problemas, lo cual tiene mucho sentido y Hugues (1987) dice que “La evolución de los grandes sistemas tecnológicos sostiene que los grandes sistemas tecnológicos siguen un patrón evolutivo dividido en siete pasos: invención, desarrollo, innovación, transferencia, crecimiento, competencia y consolidación”. A cada una de estas fases le corresponden invenciones diferentes. Durante la fase de invención, se producen “invenciones radicales”, las cuales crean un nuevo sistema tecnológico. En cambio, en las etapas de crecimiento, competencia y consolidación prevalecen las “invenciones conservadoras”: aquellas destinadas a resolver problemas prácticos que surgen durante la expansión de un sistema y que mejoran los sistemas existentes.

### **3.10.6 El diseño como teoría de Innovación**

El diseño de productos, construcciones, coches, etc. Ha tomado mucha fuerza con el paso de los años, tanto que puede decirse que diseño es sinónimo de innovación. Alexander (1971) menciona que “La producción de lo artificial es el proceso por medio del cual, como se sabe, el hombre convierte naturaleza en cultura. Imprime así formas a la materia o configura formas (parte del mundo que está bajo nuestro control) de acuerdo a contextos (parte del mundo que hace exigencias a la forma). Esta conversión, sin embargo, está cargada de intencionalidad, realiza valores”.

Todo es un proceso de transformación e implementación de nuevas normas, por lo que si se busca solucionar una necesidad, se buscan las mejores opciones, ya que no toda la innovación es funcional a todas las situaciones. Flusser (1994) considera el “gesto del hacer” anti-mundano: niega las cosas como son y procura transformarlas en lo que deberían ser. Se trata del proceso histórico de apropiación e instrumentación del mundo. El ser en el mundo lo transforma en el mundo para el ser”.

La definición principal del diseño es que debe solucionar una necesidad y siempre existen maneras de hacerlo, algunas pueden ser convencionales y otras no, todo depende de que tan lejos se puede y se quiere llegar para lograrlo. Herbert (1969) En “La Ciencia de lo Artificial”, define la finalidad del diseño como “transformar situaciones existentes en preferibles”.

Se puede tomar lo preferible como aumentar las ventas de artesanías textiles en esta caso, por lo que la innovación y transformación del diseño nos llevaría a esta situación preferible, pero sin perder el bagaje cultural que tiene impregnada cada pieza. El futuro de las artesanías depende en gran medida del diseño, de la capacidad para abrir nuevas líneas de producto y revitalizarlo por medio de la renovación.

### **3.11 Teoría de la Psicología del Color**

Existen muchos factores que influyen la manera en como percibimos ciertas situaciones u objetos, una de estas es el color, que puede desde aumentar nuestro agrado hacia algo hasta transformar completamente lo que sentimos en referencia a algo. Como menciona Heller (2004) “El color es más que un fenómeno óptico y que

un medio técnico. Los teóricos de los colores distinguen entre colores primarios rojo, amarillo y azul, colores secundarios verde, anaranjado y violeta y mezclas subordinadas, como rosa, gris o marrón. También discuten sobre si el blanco y el negro son verdaderos colores, y generalmente ignoran el dorado y el plateado aunque, en un sentido psicológico, cada uno de estos trece colores es un color independiente que no puede sustituirse por ningún otro, y todos presentan la misma importancia”.

El rosa procede del rojo, pero su efecto es completamente distinto. El gris es una mezcla de blanco y negro, pero produce una impresión diferente a la del blanco y a la del negro. El naranja está emparentado con el marrón, pero su efecto es contrario al de éste.

Para aquellos que deseen trabajar con los efectos de los colores, el aspecto psicológico es esencial.

Los resultados del estudio muestran que colores y sentimientos no se combinan de manera accidental, que sus asociaciones no son cuestiones de gusto, sino experiencias universales profundamente enraizadas desde la infancia en nuestro lenguaje y nuestro pensamiento. El simbolismo psicológico y la tradición histórica permiten explicar por qué esto es así.

La creatividad se compone de un tercio de talento, otro tercio de influencias exteriores que fomentan ciertas dotes y otro tercio de conocimientos adquiridos sobre el dominio en el que se desarrolla la creatividad. Quien nada sabe de los efectos universales y el simbolismo de los colores y se fía sólo de su intuición, siempre será aventajado por aquellos que han adquirido conocimientos adicionales.

Si se sabe como usar los colores, se puede ahorrar mucho tiempo y esfuerzo para llegar al fin deseado.

Conocemos muchos más sentimientos que colores. Por eso, cada color puede producir muchos efectos distintos, a menudo contradictorios. Un mismo color actúa en cada ocasión de manera diferente. El mismo rojo puede resultar erótico o brutal, inoportuno o noble. Un mismo verde puede parecer saludable, o venenoso, o tranquilizante. Un amarillo, radiante o hiriente. ¿A qué se deben tan particulares efectos? Ningún color aparece aislado; cada color está rodeado de otros colores.

### 3.12 Teoría de los Sentimientos

Todos hemos sentido algún tipo de emoción al ver algo que nos gusta, nos asusta o nos desagrada por varios factores, esto es lo que estudia Gardey (2013) quien dice que “Los sentimientos están vinculados a la dinámica cerebral y determinan cómo una persona reacciona ante distintos eventos. Se trata de impulsos de la sensibilidad hacia aquello imaginado como positivo o negativo. Los cambios en las cargas emocionales determinan las características de los sentimientos. Las emociones pueden ser breves en el tiempo, pero generar sentimientos que subsistan a lo largo de los años”.

Controlar las emociones no es sencillo, muchas veces lo que sentimos puede no ser racional y muchas veces no podemos elegir sentir o no. Polo (1998) menciona que “La conducta humana debe ser racional, es decir, guiarse por la razón, también debe obedecer a los dictados de la voluntad. Pero esto, se dice que se relaciona de manera directa con los sentimientos. Sin embargo, no se conoce exactamente el puesto de los sentimientos, es decir de qué manera se relacionan con la inteligencia y con la voluntad”.

Según algunos psicólogos, los sentimientos, especialmente los profundos, son algo así como disposiciones que favorecen la actividad si son positivos o la inhiben si son negativos. Por otra parte, los sentimientos son de dos tipos: profundos y duraderos o superficiales.

La importancia de los sentimientos reside sobre todo en su relación con la inteligencia y con la voluntad, y no simplemente como precedentes suyos, sino como derivados de las dimensiones activas del ser humano. Sin embargo, en nuestra época las facultades espirituales del hombre, la inteligencia y la voluntad, están desacreditadas. Por eso ha aumentado el relativismo, es decir, la opinión que niega la universalidad de la verdad, así como el control de la voluntad. Por eso, en nuestra época se concede un mayor crédito a los sentimientos; se acude a ellos por considerar que son lo que resta después de la duda sobre el alcance de la inteligencia y de la voluntad. ¿Qué sientes? ¿Qué te dice tu corazón? ¿Qué te provoca?

### **3.12.1 Colores y emociones**

El experto en color Disseny (2016) argumenta que “El color es sensorial, individual y subjetivo”. La psicología clasifica sus percepciones adjudicándole significados y atendiendo a las funciones que en él se aprecian, de adaptación y de oposición.

Las funciones de adaptación desarrollarían respuestas activas, vivaces, animadas e intensas. Por el contrario, las funciones de oposición sugieren respuestas pasivas, depresivas y débiles. Las de adaptación son estimulantes y excitantes; las de oposición, sedantes y tranquilizadoras. Estas reacciones emocionales ante la percepción del color serían las que contribuirán a darles sus significados primarios.

Se han realizado estudios sobre el simbolismo cromático en diferentes culturas, sociedades y civilizaciones, y así mismo sobre su lectura e influencia en campos como la religión, la ciencia, la ética, el trabajo, etc. El color tiene mucho de poder de influencia sobre el ser humano. La humanidad le ha conferido significados que trascienden de su propia apariencia. Sus efectos son de carácter fisiológico y psicológico, produciendo impresiones y sensaciones de gran importancia, pues cada uno tiene una vibración determinada en nuestra visión y por tanto en nuestra percepción.

El color es capaz de estimular o deprimir, puede crear alegría o tristeza. Así mismo, determinados colores despiertan actitudes activas o por el contrario pasivas. Con colores se favorecen sensaciones térmicas de frío o de calor, y también da impresiones de orden o desorden.

Se identifica al color con lo masculino y con lo femenino, con lo natural y con lo artificial, con lo romántico y con lo clásico, con la popularidad, la exclusividad y con la colectividad.

El color entonces, no sólo es sensación, principalmente es emoción. Sus atributos como significantes son apreciados no solamente por los artistas, sino también por publicistas, diseñadores, decoradores, científicos, educadores, políticos y agentes sociales y laborales, etc. Lo que el color es esencial en cualquier tipo de producto que pueda tener un impacto sobre el cliente.

### **3.12.2 Significados, códigos y uso cultural de los colores**

El lenguaje del color es conocido por artistas y profesionales de campos donde su utilización es fundamental en la elaboración de sus productos, como el diseño, la decoración, la publicidad, etc. Es un medio atractivo que, consciente o subconscientemente actúa sobre el observador, por lo cual sus características son explotadas por los mismos en sus trabajos.

Diferentes códigos visuales se basan precisamente en la adjudicación de un determinado significado de cada color, así, en el tráfico el rojo simboliza peligro o prohibición, el amarillo, precaución, y el verde es el utilizado para permitir la circulación (lo vemos en los semáforos y también en las señales).

En la industria, los distintos colores simbolizan aparatos, conducciones o piezas de maquinarias según a lo que corresponda cada cual. En topografía, los distintos signos que se utilizan en planos y mapas han de estar coloreados también según un código establecido que impida la confusión. Los arquitectos e ingenieros igualmente identifican los trazados de esquemas eléctricos, de fontanería o gas, según determinados colores cuya lectura ha de ser conocida por quienes han de realizarlos.

### **3.12.3 El color en la historia**

La historia empieza con Aristóteles, el cual describió los colores “básicos”, los cuales tienen relación con la tierra, el agua, el cielo y el fuego. Luego Da Vinci, siguiendo las definiciones de Aristóteles, clasificó los colores básicos en amarillo, verde, azul y rojo, pero también agregó 2 nuevos colores: el blanco, como receptor de todos los demás colores y el negro como su ausencia.

Después Newton estableció la “teoría lumínica del color” donde demostró que la luz blanca estaba formada por una banda de colores (rojo, naranja, amarillo, verde, cian, azul y violeta) que podían separarse por medio de un prisma (y no que el prisma producía estos colores, como se creía anteriormente).

Es decir que, dependiendo de muchos factores como la ubicación geográfica, cultura, vivencias personales, entre muchas otras cosas, los colores se interpretan de forma distinta. En el cuadro 1 podemos observar cómo el color se relaciona con producto que se está ofreciendo y está reflejado en el logo.

Cuadro 1. Esquema de color usado en marcas famosas

COLOR	INSPIRA:	MARCAS QUE LO UTILIZAN <span style="float: right; font-size: small;">MANATI</span>
<b>ROJO</b>	Amor, calor, valor, pasión, poder, espontáneo, sexo, ira e incluso peligro	
<b>NARANJA</b>	Transmite amabilidad, alegría, innovación, energía y diversión	
<b>AMARILLO</b>	Optimismo, hospitalidad, tranquilidad, creatividad, atemporalidad.	
<b>VERDE</b>	Crecimiento, renovación, relajación, juventud, orgánico, seguridad	
<b>AZUL</b>	Fuerza, frío/fresco, calma serenidad, descanso, confianza, inteligencia	
<b>MORADO</b>	Misterio, sofisticación, eternidad, excentricidad, lujo, moda, frívolo, exótico	
<b>ROSA</b>	Ilusión, ensueño, infancia, tierno, delicadeza, cortesía, erotismo, dulce, encanto	
<b>CAFÉ</b>	Acogedor, estabilidad, confort, amargo, cálido, corriente, rústico	

Fuente: Pinterest

### 3.12.4 Reacciones al color

Las reacciones al color de acuerdo con Lamancusa (2003) es “Entender cuales son las reacciones a ciertos colores es muy importante en la mercadotecnia, moda, diseño de productos, diseño gráfico y arquitectura. El color es uno de los elementos más importantes en determinar como nos sentimos sobre un producto. Investigadores han probado que el 60% de las primeras impresiones en la gente de

un producto es el color. De hecho el color es tan importante que un tono de color específico, puede ser patentado”.

El poder de los colores en la mente es grande, existió una marca de detergente en 1950 llamado “Cheer” de los cuales existían 3 colores, rojo, amarillo y azul, la gente decía que el Amarillo no limpiaba bien las prendas y que el rojo las dañaba, que solamente era el azul el que las limpiaba bien. En realidad el color no tenía ningún impacto sobre la limpieza de la ropa, todo era la percepción de la gente al color.

Los colores pueden llevar un mensaje que va más allá de la etnicidad, religión, género y fronteras, lo que los hace universales. De acuerdo con un estudio realizado en 1997, por una empresa de mercadotecnia, el poder se ve representado por el rojo para el 25%, negro para el 17% y azul violeta para el 13%, más de el 55% escogió uno de esos tres colores por encima de 100 colores diferentes, los colores que representaron fragilidad fueron rosa 27%, blanco 9% y morado 9%. Hablando un poco de un mercado extranjero, los americanos escogieron tres colores como sus favoritos, Azul un 35%, Verde 16%, Morado 10% y Rojo 9%.

### **3.12.5 ¿Estas vendiendo el color correcto?**

El poder de los colores es muy fuerte, como dice Mubeen (2005) “induce reacciones basadas en instinto y asociación. Los colores alteran el significado de un objeto o de una situación dependiendo con lo que sea asociado ese color por parte de los consumidores”.

Existen dos teorías sobre la percepción del color según los investigadores, una nos dice que existe una relación innata con el color en cada persona, el cerebro manda señales para tener esa reacción con un color en específico. La otra teoría nos dice que esa relación se va dando con base en la experiencia a lo largo del tiempo con lo que se asocian experiencias con ciertos tipos de color. Se dice que todo se puede manipular y como todas las reacciones pueden ser sometidas a cambios.

El color es una de las principales armas en la venta de un productor, pero muchas veces es imposible que un color sea atractivo para absolutamente todo el mundo, por lo que se debe buscar cual es el color que tiene mayor preferencia había los consumidores. Muchas marcas han fracasado no por el diseño o funcionalidad del producto, pero por el color.

Hemos visto entonces que los colores son un factor básico en la percepción de la gente porque transmiten emociones. Cada quien tiene una percepción diferente de los colores dependiendo de experiencias propia con las cuales crean su propio criterio.

Los colores son un factor definitivo (hablando de ventas) en las compras, el 60% de las compras hechas están basadas en el color que tiene en este caso la prenda. Cada persona tiene emociones diferentes sobre un color, pero también existen emociones universales que son relacionadas con un cierto color, ya que se usan universalmente en ciertos casos para vivir en sociedad.

Todo se basa en la respuesta psicológica que se tiene en cada individuo, muchas veces se sabe la razón por la cual un color refleja tal emoción, pero existen situaciones en las que no se sabe porque se siente lo que se siente, tomando en cuenta que siempre los colores nos hacen sentir algo.

Para una cultura (como en el caso de esta investigación) ciertos colores representan emociones, símbolos o ideas en específico, que a veces no van de acuerdo con las leyes universales del color, pero eso es lo que los hace tan especiales, porque fuera de todo existen creencias, experiencias y representaciones únicas que van más allá de una simple regla, pero que al combinar estas 2, se puede llegar a un concepto nuevo de diseño, simbología y venta.

Magdalena Oliveira (25/10/2016) *“El gusto por las prendas es muy variado, para unas personas el color es todo no importando la forma, y para otras, el diseño es lo más importante, siempre que sea una forma que acentúe su cuerpo la van a comprar, pero en general, el color es lo que atrae primero la atención de una persona”.*

Una característica importante que se debe tomar en cuenta también es la simetría de las prendas y los adornos. Mucha gente no se da cuenta de cual es el problema que ve en la prenda pero el subconsciente lo sabe, es la simetría. Muchas prendas no son compradas por este detalle que es crucial para la venta, a veces se crean las prendas y aparte se crean los bordados, y al momento de la construcción de la prenda es cuando se pierde todo el detalle de simetría porque no se piensa previamente en esto antes de crear el diseño.

Sea el color que sea o el diseño que sea, el portar una prenda define todo lo que esa persona siente. No a todos nos quedan los mismos colores por los diferentes tonos de piel, pero siempre la actitud, porte, presencia y seguridad definen que tan bien o mal se puede ver una prenda.

Para los turistas es importante comprar algo que en verdad puedan usar, no una pieza de arte que solo se use en ocasiones especiales y que no se pueda lavar en lavadora. Todos esos pequeños detalles también definen el hecho de que una prenda se compre o no.

La mayoría de las artesanas saben hacer los bordados y los diseños pero no los saben aplicar o armar correctamente, todo tiene un sentido y aunque sean artesanías deben de seguir la reglas del diseño, todo esto si quieren vender mejor y la simetría es una de las características que logran eso.

### **3.12.6 Colores Nahuas**

Sobre colores y Nahuas Ferrer (2010) describe “La palabra Náhuatl que significa color es *tlapalli*. De ella se deriva el termino tlapalería, que con el pasar del tiempo, se refiere a los lugares donde venden pintura. En la actualidad venden otro tipo de productos, sumado a la pintura que es básica”.

México es un país prodigio en color, abundan intensamente las formas cromáticas de su lenguaje, que es algo que esta presente desde una historia remota. Se han analizado las raíces de los colores para tratar de darles un referente original para convertirse en un adjetivo aplicable a objetos e ideas. Cada cosa nombrada es un sin fin de valores e imágenes asociadas. Los términos de color están profundamente ligados a su uso simbólico.

### **3.12.7 Textiles indígenas y su color**

El color en los textiles indígenas tienen una historia, una referencia y una razón, pero, ¿Sigue teniendo el mismo significado para las artesanas en estos tiempos? La teoría dice que sí pero algunas veces la realidad ha dicho que no. INAH (2016) dice que “los textiles indígenas, realizados con fibras y tintes naturales, son un espejo de las culturas y un saber social que va más allá del tiempo, un texto que puede ser descifrado, porque representan mitos y dan cuenta de su relación con el entorno”.

“El conocimiento ancestral para elaborar textiles demuestra el saber matemático de los pueblos indígenas porque anudar es lo mismo que contar, se suman y se restan nudos para crear figuras”, así lo dice González (2016), subdirector de Etnografía del Museo Nacional de Antropología. “Hay que decir que desde el tiempo de la Conquista, el único saber que se mantuvo ininterrumpidamente es el textil, y fue a través de las mujeres, por eso significa un acto de resistencia doble. Porque encierra un legado de conocimientos que pasó de boca en boca, de madres a hijas, hasta la actualidad”.

La elaboración de los tintes naturales tiene un significado para los pueblos indígenas, los consiguen del propio medio en el que se desenvuelven y son de origen animal, vegetal y mineral.

Las técnicas de obtención, aplicación y fijación de los pigmentos sintetizan los saberes prácticos milenarios sobre el comportamiento químico y físico de los materiales, base que va desde la ebullición, destilación, decantación, oxidación, reducción y desoxigenación.

La gama de colorantes naturales de origen vegetal, animal o mineral, a través de un largo proceso, se pone en contacto con el textil para que pueda absorber el color, las fibras que absorben mejor el color son el algodón, la seda y la lana. Entre los que se encuentran los “mordentes”, sustancias naturales a base de sales minerales, el más común es el alumbre, pero también la sosa cáustica, la ceniza y la sal, además, como fijadores de color están el pulque, los orines y el limón, pero también la grana cochinilla, los moluscos marinos (de donde se obtenía el púrpura) y el añil o el zacatlaxcalli (que tiñe de color amarillo).

Los hilos de estos textiles tienen un legado, la cosmovisión, la historia mítica y la forma de vida de quienes los realizaron, así, se dice que es como un bosque de símbolos, integrado por diferentes pueblos en el país. Cada pueblo tiene una historia diferente y cada uno interpreta los colores de manera única, así como Cuetzalan, pero ¿sigue teniendo la misma importancia el color?

Para entender mejor a el color en las artesanías es necesario primeramente, apreciar su belleza inmediata, en segundo, tener presente que son considerados “como señal social o como emblema de una comunidad frente a otras” y, además,

considerar que se sitúan “en un tejido imaginario más amplio, que incluye el juego de imágenes que las tejedoras tienen de sí mismas y de su tradición”.

### **3.13 Teorías de Materiales**

Las fibras naturales como el algodón, son las mejores para crear prendas de vestir, por sus características naturales como buena resistencia, Confortable y suave, tiene buena absorbencia, es térmica y fresca, se seca rápido, aunque puede debilitarse cuando se expone mucho tiempo al sol.

La propuestas de diseño y aplicación de nuevas tecnologías a la artesanía textil debe de asumirse a partir de la investigación sobre el uso de materiales en los objetos artesanales. Se trata de adaptar a la actividad artesanal a los cambios y estéticas actuales que existen dentro del mercado.

Por otra parte, existe una tendencia al cambio que ha marcado a la sociedad actual, con la búsqueda de nuevas opciones que pretenden el planeamiento de propuestas nuevas mediante la creación de diseños diferentes, con formas innovadores, materiales distintos y la apertura para hacer los cambios.

Los materiales usados en el tejido de cintura son muy específicos por el trabajo que desempeñan, aunque al momento de hacer el lienzo es posible meter diferentes tipos de hilo, desde algodón puro hasta mezclas o puro poliéster. Las mujeres artesanas de la Masehual en Cuetzalan usan algodón por la las líneas que deja en el lienzo cuando es tejido, con estas, las mujeres se guían para hacer los bordados y que queden derechos, pero, en la actualidad existen maquinas que realizan los bordados más rápido y más preciso, lo que ahorra tiempo pero elimina por completo el trabajo artesanal, aunque puede ser una opción dependiendo las necesidades.

Hablando con Oliveira (2016) comentó que “Los materiales que se utilizan son los se han utilizado durante muchos años de tradición, pero lo que ella ve como un pequeño problema no es el hecho de usar esos materiales o ver la posibilidad de cambiarlos por algo mejor o innovador, sino que sea pagado el trabajo de las mujeres artesanas por todo el esfuerzo y tiempo que ponen en los bordados, podrían bordar sobre cualquier tela, pero el trabajo es lo que se debe de pagar, no la prenda”.

Es necesaria la innovación en las artesanías textiles para una mejor venta, que las mujeres deben abrir los ojos a nuevos horizontes y entender todas las posibilidades de creación que tienen, ya que la mayoría de sus productos son adquiridos para gente de la ciudad, nacionales y extranjeros pero ellas siguen produciendo prendas de vestir para la comunidad en la que viven y para ellas, lo que no funciona de la misma manera para la gente de la ciudad. Puede que compren una prenda para usarla en ocasiones especiales, pero nunca la van a usar todos los días como ellas a menos que quieran ser la “comidilla”. Lo necesario es crear prendas que puedan ser usadas todos los días, ropa moderna que lleve todo el trabajo artesanal de las mujeres.

### **3.13.1 Materiales**

Las fibras textiles tienen diferentes usos dependiendo de cual sea su procedencia, desde cubrir, adornar, calentar o incluso para mostrar riqueza. Las fibras se dividen en 3 categorías:

- Naturales
- Artificiales
- Sintéticas

Cada clasificación de fibra tiene diferentes tipos.

Naturales – Algodón, Lino, Yute, Cáñamo, Ramina, Sisal, Fibra de Coco, Piña, Lana, Seda, Vello y Asbesto.

Artificiales – Rayón, Acetato y Tri-acetato.

Sintéticas – Nylon, Aramida, Poliéster, Acrílico, Spandex, Olefinas, Policarbonato, Elastano y Caucho.

Todas tienen características diferentes que se usan para determinadas funciones y que se deben explotar al máximo para cubrir las necesidades del cliente.

### **3.13.2 Ingeniería de materiales**

Esta rama de la ingeniería se fundamenta en las relaciones propiedades-estructura y diseña o proyecta la estructura de un material para conseguir un conjunto

predeterminado de propiedades. Esta ingeniería está muy relacionada con la mecánica y la fabricación.

Los objetivos son dominar al máximo nivel las técnicas avanzadas de producción y transformación de los materiales y ser capaz de contribuir al desarrollo de materiales nuevos y de nuevos procesos de producción. En el mundo cambiante de las nuevas tecnologías del siglo XXI.

### **3.13.3 ¿Cómo influye el material en la toma de decisiones?**

Los materiales son un factor determinante muchas veces para decidir comprar una prenda. Existen diferentes tipos de materiales para funciones determinadas, pero dentro de estas también existen diferencias como grosor, número de hilos o tipo de tejido, donde su utilidad y función pueden variar.

No solo influyen los materiales en la compra de un producto, pero también la calidad con la que se realizan los productos. Las artesanas usan normalmente el tipo de tela por la facilidad para bordar, la mayoría de prendas artesanales se hacen en manta o popelina por el tipo de tejido, fuera de que ellas lo hagan con el telar de cintura, pero el bordado debe ser lo suficientemente amplio en sus puntos para que sepan hacia donde darle dirección al bordado, de lo contrario es difícil para ellas calcular bien y se desgastan mucho la vista.

### **3.13.4 Calidad**

Los controles de calidad en las prendas se hacen para poder cubrir una necesidad de la mejor manera posible, asegurándose de que la función del producto sea óptima y duradera.

Algunos de los factores a controlar en una inspección de calidad son:

- Medidas de las prendas
- Puntadas interiores y exteriores
- Costuras sueltas
- Hilos sin pulir
- Diferencia de tonos
- Posición de la marquilla
- Revisión de la prenda por el derecho y el revés

- Colocación de botones, cierres, hebillas, encajes, ojales, bolsillos, etc.
- Imperfectos en tela
- Imperfectos en costura
- Perforaciones por aguja, tijeras, etc.
- Marcas con elementos inapropiados
- Tonos

La calidad es el elemento principal de los materiales y técnicas que se ven reflejados en la venta, como dice Gómez (2001) “La calidad de los materiales es la principal variable que determina la decisión de compra y en segundo lugar esta el precio. Se debe innovar permanentemente con nuevas referencias de producto que mejoren el desempeño de los materiales al igual que implementar procesos de mejoramiento de la calidad para garantizar la homogeneidad de los materiales”.

Una mejora en la calidad puede modificar la demanda y el consumidor estará dispuesto a pagar un precio mayor. De modo inverso, el precio puede ser interpretado por el consumidor como un indicador de la calidad del producto. Este uso depende de la disponibilidad de otros indicadores de la calidad, de la diversidad de precios, del grado de conocimiento del precio por el consumidor, etc.

La calidad es el trabajo extra y la atención al detalle que hace que una prenda artesanal sube de valor, tal y como mencionan Rojas/Leffler (2003) “La calidad se refiere a la cantidad del atributo no apreciado contenido en cada unidad del atributo apreciado”. (Rojas/Feigenbaum, 2003) “Calidad significa lo mejor para ciertas condiciones del cliente que son el uso actual y el precio de venta del producto”

El poder usar una prenda constantemente sin tener el temor de que se va a gastar muy rápido es lo que da seguridad de compra, de acuerdo con Juran (2004) dice “Calidad es aptitud para el uso”. Una forma de calidad está orientada a los ingresos, y consiste en aquellas características del producto que satisfacen necesidades del consumidor y como consecuencia de eso producen ingresos. En este sentido, una mejor calidad generalmente cuesta más para lograr calidad abarca tres procesos básicos: la planificación de la calidad, el control de la calidad y el mejoramiento de la calidad.

### **3.14 Teorías de Formas**

Una forma en relación a las prendas textiles artesanales se refiere a la manera en la que la prenda cae sobre el cuerpo, la manera en la que viste un cuerpo y como se desenvuelve dentro de este. Alexander (1971) menciona que “La forma está ante los ojos y las manos del ocupante. Consecuentemente, no hay problemas de diseño formulados en abstracto. En las culturas conscientes de sí mismas “el proceso de diseño está distante del conjunto mismo, la forma no es modelada mediante interacción entre las exigencias del contexto real y los desajustes reales de la forma, sino mediante una interacción conceptual entre la imagen conceptual del contexto que el diseñador ha aprendido e inventado, por una parte, e ideas y dibujos que corresponden a las formas, por la otra.”

El método de producir formas, se vuelve progresivamente indirecto. Entre el contexto y la forma se interpone una representación. Antes el “hacedor de formas” manipulaba la forma directamente sobre los materiales para cubrirlos, pero ahora se debe de modelar sobre el objeto para que la forma quede a la medida. Ahora las necesidades deben ser adaptadas a la forma, por ejemplo, para aumentar las ventas de productos, es necesario adaptar la forma a lo que se pide en el mercado, lo que significa un pequeño cambio para un gran impacto. Las mujeres artesanas no tienen ningún problema con esto, ya que saben que cubrir una necesidad dará mejores resultados de venta.

Las artesanías textiles como mencionamos antes, cubren un cuerpo, pero no lo visten, dando como resultado que la personalidad de una persona sea más difícil de transmitir al usar una prenda tradicional que habla sobre cultura pero no hace nada por el cuerpo de una persona. La forma es importante y de acuerdo con Aparicio (2015) “La forma en que vamos vestidos habla de nosotros, transmite información. De ahí la importancia de ir vestido de manera adecuada según las circunstancias. En la forma de vestir se refleja parte de la personalidad de cada uno, se puede apreciar el buen gusto, la estridencia, la provocación, la elegancia, refleja si la persona es más clásica o se deja guiar más por la moda, si es más agresiva o más pacífica, también encontramos diferencias según la edad. Es una forma de comunicación no verbal”.

La tradición puede manipularse de ciertas maneras para dar una vista diferente sin perder su contexto. Como menciona Altamirano (2004) “A las estructuras o formas

de varias prendas se les conoce por ser convencionales y tradicionales. La mejor propuesta de mejora es la de ofrecer modificaciones a las prendas de vestir para integrar en una, en dos o tres partes una sola pieza que conforman dichas prendas”. Agregar y no quitar abre un mayor número de posibilidades de venta.

Para algunos autores, las características físicas dicen más de lo que se ve, esto dice Soriau (1998) “No puede haber contradicción entre lo bello y lo útil, el objeto posee belleza desde el momento en que su forma es expresión manifiesta de su función”. Esto nos dice que todo posee belleza cuando es útil y funcional. Pero visto desde otro punto de vista, no todo lo que es bello es útil y no todo lo que es útil es bello, todo depende del contexto en el que se esté usando.

Belleza – La belleza produce un placer que proviene de las manifestaciones sensoriales y que puede sentirse por la vista (por ejemplo, con una persona que es considerada atractiva desde el punto de vista físico) o el oído (al escuchar una voz o una música agradable). El olfato, el gusto y el tacto, en cambio, no están relacionados con la belleza.

Utilidad – Algo que es útil significa que cubre una necesidad.

Función – Es lo que define el uso final u objetivo de un objeto o producto.

Si algo funciona bien haciendo su trabajo, pero no cubre una necesidad entonces no tiene una utilidad, aunque posea o no posea belleza.

Siempre han existido dudas y contradicciones sobre utilidad o función por un lado y estética por otro, presentando el diseño como una disciplina carente de interés por lo estético enfocado principalmente en la funcionalidad pero no es así. Hoy día, ambos son componentes de un mismo objetivo, es cierto que la funcionalidad debe primar en todo diseño, pero la utilidad no está peleada con la belleza.

Los profesionales en diseño tienden a considerar que los aspectos formales y de funcionalidad tienen la misma importancia. Un objeto es bello porque satisface una necesidad pero también porque presenta una forma que comunica su función y es visualmente atractiva para complacer al consumidor.

Cuando la función principal de los objetos es la simbólica, no satisfacen las necesidades básicas de las personas y se convierten en medios para establecer

estatus social y relaciones de poder. Las joyas hechas de metales y piedras preciosas no impactan tanto por su belleza, lo hacen por ser claros indicadores de la riqueza de sus dueños. Las ropas costosas de primera marca han sido tradicionalmente indicadores del estatus social de sus portadores. Se da un caso similar con el de las prendas textiles indígenas, su objetivo principal es el simbólico, lo que nos dice que dentro de una comunidad es señal de estatus, pero fuera de esa comunidad no significa lo mismo, ya que al querer vender sus artesanías, pierden ese valor a los ojos del cliente, se tiene el conocimiento del valor cultural y de la importancia para las artesanas, pero al usar alguien externo la prenda, pierde el mismo significado.

Los cuadros de tela con lo que se hacen las prendas artesanales funcionan bien para el propósito para el que son creados, cubrir, pero excluyen la forma estilizada, ceñida, con bordados simétricos que son características de la forma que llaman la atención de los clientes por ser un producto con los que están más acostumbrados. Una opción más de venta es todo el lienzo de bordado, de la manera como sale del telar de cintura así venderlo y de esa manera se puede agregar bordado a otras prendas al gusto del cliente, y lo que se paga es el trabajo del bordado.

“Los trajes indígenas se distinguen por sus coloridos diseños y elaboradas técnicas de tejido incluyendo formas diversas en sus prendas, esto es la influencia extranjera se puede estudiar por medio de un diseño plano que define la construcción básica de una prenda. Los elementos europeos de la construcción de prendas que han sido incorporadas al traje indígena durante casi 500 años incluye mangas, cuellos, puños, bolsillos, escudetes y pretinas”, esto es lo que dice Chacón (2006). Toda tradición empezó en con algo y a lo largo del tiempo es casi imposible no cambiar, ya sea por necesidad, equivocación, influencia, etc. El problema no es e cambio, el problema es que la gente lo acepte pero las artesanas de Cuetzalan están dispuestas a hacerlo.

### **3.14.1 Estética**

La estética es un termino muy viejo y muy subjetivo, según Santayana, 2006 “Hoy en día el término ‘Estética’ no es sino una palabra imprecisa, últimamente aplicada en círculos académicos a todo lo que tiene que ver con objetos de arte o con el sentido de la belleza.”

Esta definición se presenta como una disciplina cuya riqueza de contenido puede contribuir beneficiosamente al campo del diseño y la comunicación visual en todas sus formas. Dentro de la estética se abre un vasto abanico de conceptos que influyen en los productos específicos de diseño.

Pero sin intenciones de adentrarse aún en especificidades, ¿qué implica hablar de estética? Heidegger (1995) hace referencia que “El saber acerca del comportamiento humano sensible relativo a las sensaciones, sentimientos y de aquello que lo determina” Esta definición sitúa a la estética dentro del plano de los sentidos. La reflexión estética relaciona los datos sensibles, aquellos que se obtienen a través de los sentidos, con las sensaciones y sentimientos a los que dan lugar en las personas.

### **3.15 Teorías de Figuras**

Son los elementos geométricos que ocupan cierto espacio y que podrían definirse esencialmente como un conjunto de puntos que tienen un propósito en el mismo lugar.

Las figuras plasmadas en los textiles tienen diferentes significados, todas tienen una razón y una interpretación, la cual representa las diferentes deidades de una comunidad, al igual que la naturaleza que los rodea, animales con los que tienen contacto, el estatus social de una persona, la historia y cosmovisión de un lugar que es la manera en la que entienden el universo y su razón de estar en un lugar en determinado tiempo y espacio.

Las artesanías textiles se caracterizan principalmente por tener muchas figuras llenas de color, la figura tiene un significado pero la posición no y como dice Martí (1960) “Todos y cada uno de los detalles tienen su lugar, su significado y su razón de ser y todos contribuyen a darle unidad, vitalidad y belleza al conjunto de la composición, o sea, la sociedad indígena. No cabe duda que la compenetración y fusión armoniosa del hombre con la naturaleza, forma la base de la integridad y de la fuerza del mundo indígena”. Las figuras están basadas en las revoluciones de los astros y sobre cálculos, estos ciclos van, partiendo del más simple el de la muerte y resurrección anual de la Naturaleza, hasta englobar unidades inmensas que tienen por fin la búsqueda mística de los momentos de liberación suprema, es decir, las

concordancias entre el alma individual y el alma cósmica, el tiempo y la eternidad, lo limitado y lo infinito.

Existen conceptos que son los que rigen la aparición de figuras dentro de las artesanías, de las cuales se desprenden muchas pero por alguna razón, siempre se utilizan las mismas desde hace mucho tiempo. De nuevo Martí (1960) menciona que “Es necesario tener presente la antigüedad, origen y etapa de evolución a través de diferentes culturas. Las etapas más sobresalientes de esta evolución religiosa corresponden a las tres concepciones del mundo que tiene la humanidad: la mágica, la religiosa y la histórica. Estos conceptos están representados y se translucen a través de los tres paraísos indígenas: *Tlalocan*, “concepción mágico-agrícola”, *Ttillan T!apallan* “la tierra del negro y el rojo”, “creación místico-sacerdotal” inspirada en las enseñanzas del gran iniciado *Quetzalcóatl* y el *Tonatiuh ichan*, el *Valhala* americano, basado en un concepto político-expansionista”.

Dentro de las figuras que existen, se puede encontrar una división de significados, no todo significa lo mismo y no todo tiene la misma importancia. Como menciona Chacón (2006) “Toda la decoración posee un significado especial”. Algunas de las figuras bordadas únicamente cumplen una función estética y por eso se les llama “motivos”, mientras que a las que encierran significados particulares se les llama “símbolos textiles”.

El árbol de la vida que simboliza el paso del hombre en la tierra acompañado de la madre naturaleza representada en la flora y fauna de la región, el guajolote o pavo es un símbolo representativo de los compromisos de orden cultural y religioso que caracterizan a la mayoría de las poblaciones indígenas de nuestro país. Estas figuras son las más representativas de los pueblos indígenas, pero dentro de la flora y fauna de un lugar existen muchas opciones que podrían ser igual de representativas e importantes, lo que falta es darles un significado.

### **3.16 Teoría de Precios**

Para entender mejor la forma en la que los precios son determinados, es necesario primero entender la manera en la que se desenvuelven dentro de un mercado y de la economía como se presenta en los siguientes sub-capítulos.

### **3.17 Economía**

Es difícil pensar en la venta de un producto y en la supervivencia sin dinero, es una realidad a la que hemos estado sometidos durante mucho tiempo y se la ha dado tanto importancia que es difícil apartarse de ella, inclusive para pueblos indígenas que están alejados de las grandes ciudades. La economía es el motor que hace que una sociedad gire y de acuerdo con Sombart (2009) “El capitalismo subsistirá para transformarse internamente en la misma dirección en la que ha comenzado ya a transformarse”. El capitalismo puede no tener ya un fin, se ha convertido en un monstruo, una bola de nieve que conforme va avanzando se hace más grande y más poderoso, aplastando a los que nos sepan incorporar a esta.

### **3.17.1 Productos**

Todo producto que sale al mercado tiene un fin, llegar al consumidor y cumplir el propósito para el cual fue hecho. Para que esto suceda se debe tener un nivel de poder adquisitivo, ya que todos los productos tienen un precio en dinero.

El capitalismo nos habla de hacer mucho dinero para de esta manera poder comprar y adquirir muchas cosas que a veces ni siquiera son necesarias pero las industrias nos hacen creer que sí. Es ahí donde viene el consumismo muy relacionado con el capitalismo, lo cual es lo que rige la economía de Estados Unidos y que países como Cuba luchan contra eso.

Para que un producto salga al mercado debe de pasar por todo un proceso que se divide en 4 partes.

- Producción
- Circulación
- Distribución
- Consumo

### **3.17.2 Producción**

Sobre la producción de algún material Vélez (2017) dice “Es la etapa inicial de todo proceso económico, mediante el cual, se busca obtener un producto específico, mediante el cual se integran los bienes, mediante el trabajo como actividad fundamental, para satisfacer las necesidades humanas”.

Los tres factores principales de producción son: el capital, el trabajo y la tierra.

Los medios de trabajo necesarios son, en primer término, los instrumentos de producción (máquinas, instalaciones, herramientas), con las cuales el hombre modifica los objetos

La producción se caracteriza por las relaciones de los hombres entre sí en el proceso productivo.

El régimen social de producción abarca la producción, la distribución, la circulación y el consumo de los productos. La producción es donde se crean los artículos de consumo, y donde se determina el carácter, el modo del consumo. Asimismo, la distribución, el cambio y el consumo, ejercen una determinada influencia sobre la producción.

La producción se divide en dos: la producción de medios de producción y la de producción de artículos de consumo. Se desarrolla en consonancia con leyes económicas y está subordinada a la finalidad de obtener ganancias.

Desde otro punto de vista como el de Timms (2017) “La producción son los procesos y métodos usados para transformar materiales tangibles físicamente e intangibles como ideas a bienes y servicios. Se usan varios recursos para crear un producto de venta que se pueda usar y tenga valor de intercambio”.

### **3.17.3 Circulación – Distribución**

Vélez (2017) está seguro de que “Es el intercambio de mercancías o productos que se efectúa por medio del dinero, es decir de la compra-venta. Distribución y circulación son los vínculos entre la producción y el consumo; son lo que enlaza lo uno con lo otro”.

La distribución lleva a los consumidores los bienes y servicios a cambio del pago de un precio fijado, por el mercado a través del sistema de precios.

El dinero se constituye como el mecanismo de valor universal, por lo que todas las mercancías traducen su valor en dinero.

Todo aquel que tiene alguna mercancía o producto debe primero establecer su valor en dinero y luego venderla para poder después cambiar el dinero por otra mercancía o producto que necesite.

La circulación está subordinada a la acción de leyes económicas y se efectúa en las condiciones de la oferta y la demanda.

La función de la distribución consiste en hacer llegar el producto a su mercado meta y lo que dice Timms (2017) es “La circulación o intercambio, es una transacción donde bienes y servicios son transferidos del vendedor al comprador como resultado de un interés económico que beneficie a ambas partes, dejando a ambas partes con la idea de quedar en una mejor posición después de la transacción”.

También Timms (2017) menciona que “La distribución es el movimiento de bienes o servicios de la fuente de producción al canal de distribución hasta llegar al comprador o usuario y el movimiento de dinero en dirección contraria, hasta llegar al productor”.

#### **3.17.4 Consumo**

En este proceso Vélez (2017) dice que el consumo “Es la parte del proceso y es donde se da la utilización del producto o mercancía para satisfacer tanto las necesidades de la producción como las necesidades personales”.

El consumo productivo es donde se integra directamente el proceso de producción y significa que en dicho proceso se utilizan diversos medios de producción.

El consumo no productivo o personal es donde el hombre llega a satisfacer sus necesidades (como alimentos, ropa, calzado, etc.).

En economía, el consumo constituye uno de los componentes fundamentales del PIB (Producto Interno Bruto), desde el punto de vista del gasto o demanda. Este consumo se divide en privado y público.

- Privado: Las compras de bienes y servicios realizados sin ánimo de lucro.
- Público: Las compras y gastos que realiza el gobierno en el desempeño de sus funciones.

El maestro Timms (2017) dice “El consumo es cuando la sustancia base de un producto es usada o incorporada a algo más. El consumo es el tiempo de uso o funcionamiento dentro de un periodo de tiempo”.

El Dr. Vélez (2017) dice “Los modelos económicos que se usan para la venta de un producto que no es artesanía no pueden aplicarse de la misma manera. Cuando se produce en serie, se pierde el valor artesanal, que es lo que le da más valor a un producto y levanta su costo, por lo que no se pueden vender como si fueran un producto cualquiera, no se le puede dar el mismo valor a un objeto hecho por una maquina la cual hace 200 iguales, a uno que se hace a mano, cada uno es diferente y se le impregna un sentimiento”.

Timms (2017) siendo de Estados Unidos, país donde el capitalismo y el consumismo existen en su máximo esplendor, nos dice que las teorías de la economía y los pasos descritos anteriormente se pueden aplicar a absolutamente todo lo que se desea vender, ya sea una televisión, un coche o una pieza de artesanía. Nos dice que por ejemplo, una persona vende televisores, uno de ellos cuesta 3000 pesos, pero el cliente esta buscando comprarlo por 2000 pesos, el vendedor, de no encontrar comprador va a tener que reducir sus precios pero tomando en cuenta que debe seguir teniendo una ganancia adicional del costo real para que la transacción sea conveniente. Lo mismo sucede con las artesanías, una persona involucra tiempo, esfuerzo e insumos en la creación de un productor y si alguien lo quiere comprar debe pagar por todo lo que se le ha invertido.

Pero, ¿tendrá acaso un costo extra toda la cosmovisión, historia y tradición impregnada a una artesanía? O sigue siendo simplemente un producto de venta.

En estos tiempos, los jóvenes, quienes son los encargados de seguir con las tradiciones, están dejando toda actividad artesanal del lado, por no ser una practica con la que puedan sobrevivir. Aún existe confusión entre los artesanos sobre cuanto cuesta su trabajo, ya que no es lo mismo hacer un producto a mano donde se impregna toda una historia y una cultura, a usar maquinas para hacer el trabajo sin sentimiento alguno.

Ellos deben de poner un precio a las artesanías para sobrevivir, no simplemente para acumular riquezas como se hace con otros productos en el mercado. Actualmente la gente toma las artesanías como souvenirs a los que no les dan mucha importancia pero que es un trabajo manual de muchas horas y mucho valor.

### **3.18 Teorías del mercado**

El mercado es quien decide si algo se vende o no, si es necesario o no, si está bien enfocado un producto o no, este elemento es aún más importante que la venta, ya que es lo que decide lo que se vende y a quien. El especialista Ramírez (2011) dice “El mercado es uno de los principales elementos del sistema capitalista, en el que ocurren las diversas transacciones de compra y venta de bienes, servicios y factores productivos. Es ahí donde se manifiesta la oferta, la demanda y el precio de todo lo que se compra y se vende”.

Existen diferentes términos de mercado:

- 1) Área geográfica a la cual concurren vendedores y compradores de mercancías y servicios con el objeto de realizar transacciones de tipo comercial, de tal manera que los precios de las mercancías y servicios tienden a unificarse.
- 2) Grupo de personas más o menos organizado, en constante comunicación para realizar transacciones comerciales.
- 3) Relación que existe entre oferentes y demandantes de bienes y servicios.
- 4) Ámbito dentro del cual las relaciones de oferta y demanda concurren para la formación de un precio.
- 5) Lugar donde se genera y difunde información acerca de los precios de los bienes y servicios para que se puedan efectuar las transacciones.
- 6) Conjunto impersonal de presiones que relacionan la oferta y la demanda para la fijación de los precios de los bienes y servicios. Las presiones entre oferentes y demandantes es de naturaleza mercantil, se refieren al intercambio.

Existen criterios dentro de las artesanías para que puedan ser aceptadas en el mercado, este es un concepto universal pero dependiendo de cada una de las regiones/lugares puede cambiar.

- Se debe usar nuevas tecnologías en alguna de las fases de producción
- La utilización de nuevos materiales o la utilización innovadora de materiales tradicionales

- La adaptación o readaptación de un diseño tradicional en sus aspectos formales, funcionales o ambos
- La aportación a nuevos usos, nuevos hábitos o nuevas realidades
- La calidad técnica y formal

También existen diferentes tamaños de mercado:

- 1) Local: Es pequeño y no rebasa las localidades, por ejemplo los tianguis de cualquier barrio de alguna ciudad.
- 2) Regional: Es más grande que el local y se forma de varios mercados locales que se integran en una región geográfica y económica.
- 3) Nacional: También conocido como mercado interno, está formado por el conjunto de mercados locales y regionales que existen en un país. Es el conjunto de transacciones comerciales que ocurren dentro de un país, el mercado mexicano, el mercado colombiano, el mercado estadounidense, etc.
- 4) Mundial: es el conjunto de transacciones comerciales que se realizan entre diferentes países, también se les conoce como mercado internacional. Se puede integrar con varias zonas que forman mercados regionales, como el mercado centroamericano, el mercado europeo o el mercado asiático.

Para que un mercado pueda funcionar y los productos circulen de manera constante y el dinero se mueva, debe de existir una demanda de los productos, que en este caso serían las artesanías textiles. Saber cómo se mueven, qué tan demandadas son, quién las compra en su mayoría (nacionales o extranjeros), por qué las compran y cuándo generan de ingreso total para definir más al mercado meta.

### **3.18.1 Demanda**

Esta teoría también conocida como la teoría del consumidor, examina las diversas cantidades que los consumidores están dispuestos a adquirir a diferentes precios, tanto de mercancías como de servicios en un momento determinado.

Varios elementos deben trabajar en conjunto para determinar quiénes pasan las pruebas para vender un producto, son como los jueces en un concurso de talentos. Para lo que Ramírez (2011) dice que “La demanda puede ser individual si se refiere

a una sola persona, y de mercado si se refiere al conjunto de individuos de la sociedad”. Se encuentra determinada por diversos factores que son los más importantes:

1. Gustos y preferencias de los consumidores – Es la más importante para la compra, si la gente prefiere más un artículo que otro, la demanda incrementa y disminuye en caso de que no sea preferido por el cliente. Los gustos y preferencias dependen de muchos factores, entre los cuales destacan: costumbres, religión y en general, la cultura de la sociedad en un momento determinado.
2. Precio del bien – Es un elemento que condiciona tanto la demanda individual como la del mercado, y es uno de los determinantes básicos, porque no solo interesa que uno prefiera o le guste un artículo, sino que pueda comprarlo, que su precio sea accesible, de acuerdo con el presupuesto con el que se disponga.
3. Ingresos de los consumidores – Determinan el presupuesto que se destina a la compra de determinados artículos. Permaneciendo los demás factores fijos, a mayor ingreso mayor demanda y viceversa.
4. Precios de la competencia – Los consumidores no compran el primer producto que ven, normalmente ven varias opciones antes de decidirse por uno. Además, si los precios de la mercancía que se piensa adquirir se modifican, el consumidor puede demandar bienes sustitutos, por ejemplo, si la mantequilla eleva su precio, aumentará la demanda de margarina.
5. Expectativas – Los consumidores analizan el comportamiento del mercado en el corto plazo, si saben que el precio de algunos productos va a aumentar, incrementan su demanda antes de que los precios cambien; si saben que habrá ofertas, esperan para adquirir los bienes a menores precios. En algunos casos se espera que los precios bajen; por tanto, el consumidor aguarda para realizar sus compras.
6. Publicidad – Para que un producto tenga demanda es necesario que el consumidor lo conozca, que esté informado, lo cual se logra por la publicidad informativa.

7. Sentimientos de benevolencia – Es necesario caerle bien a los clientes cuando se quiere vender un producto, sin esto el intercambio no sería tan considerable y ni siquiera existiría en muchos casos. Nadie quiere comprarle a alguien al que odia, a menos que se pueda obtener una clara ventaja. La gente preferirá no comprarle a una persona o empresa a la cual detesta.
8. Irracionalidad – Muchas veces los consumidores demandan productos que no desean o que en apariencia no le son útiles. Esto se puede deber a un impulso repentino, a la satisfacción de un capricho, esta conducta del consumidor se sale del supuesto de racionalidad y ocurre muchas veces. Lo que conocemos como comprador compulsivo.

### **3.18.2 Oferta**

La oferta es la cantidad de servicios o bienes que instituciones o personas están dispuestos a poner a la venta en el mercado, que es un lugar determinado como un pueblo, país, continente, etc. Y con un precio establecido, ya sea por el interés de quien ofrece el producto o por pura economía. Los precios no tienen que ser iguales para cada tipo de producto e incluso el precio en un mismo producto pueden ser diferentes, dos vendedores pueden decidir poner un precio más alto o bajo que otro igual.

Lo que sucede con las artesanías es que las mujeres artesanas tienen mucho producto pero poca demanda, los realizan porque es una tradición y porque es lo que saben hacer principalmente, no se pueden quedar de brazos cruzados esperando a que se vendan los productos que ya tienen hechos, lo que necesitan es que se vendan más rápido, porque su ritmo de producción sigue siendo el mismo. Crean sus artesanías porque aunque deban conseguir trabajos alternos, las hacen por tradición y por ese ingreso extra que les genera; a veces es el ingreso primario que tienen.

La oferta juega un papel fundamental en la determinación del precio, ya que es la interacción de la oferta con la demanda en un momento la que pondrá el precio a la cuantificación y valoración de los productos. Nunes (2015) dice que “La relación que existe entre el precio y la cantidad ofrecida es normalmente positiva, que resulta en una curva de oferta con pendiente positiva, lo que significa que cuanto mayor sea el

precio, mayor es la cantidad de bienes que los productores quieren producir y vender". En el caso de las artesanías es negativa. Existe una posibilidad de que el producir estos productos no tenga una relación directa con la venta de los mismos, lo cual quedaría fuera de los márgenes de la teoría de la demanda, pero no es así; los productos que se crean son meramente para ser vendidos.

Todas estas reglas del mercado son aplicables a cualquier producto o servicio que se ofrece, son reglas establecidas que no solo se rigen de manera social, pero porque son fórmulas que funcionan prácticamente y lo seguirán haciendo. Algunos de los problemas que tienen las artesanas son la competencia, porque cada una pone el precio que quiere a su trabajo, dependiendo de cómo los hacen, cuanto tiempo se tardan, si es a mano o no y porque no se toman en cuenta reglas como oferta y demanda, como tampoco otras relacionadas a moda, innovación y precios.

### **3.18.3 Precios**

Precio es el valor monetario que tiene un producto para su intercambio, costo es la cantidad de dinero que se invierte para crear ese producto.

El precio es el elemento de marketing que produce ingresos. El precio también es uno de los elementos más flexibles, se puede modificar rápidamente, a diferencia de las características de los productos.

El precio ha operado como principal determinante de la decisión de compra. El precio sigue siendo uno de los elementos más importantes que determinan la participación de mercado y la rentabilidad de una empresa.

La demanda de una mercancía en particular por parte del consumidor es un cuadro de las cantidades que los consumidores comprarían a diversos precios unitarios. Las cantidades dependen de numerosos factores que se pueden clasificar en dos condiciones necesarias y suficientes: el deseo de adquirir y la capacidad de comprar. Para que un producto pueda ser competitivo debe tener esas 2 características.

El padre de la economía Smith (1776) plantea dos clases de precios: el precio real y el precio natural. El primero se refiere al costo de producción y sus elementos son el salario, la renta y el beneficio. El segundo viene dado por la relación entre oferta y

demanda en cada mercado y en un tiempo determinado. También existe la demanda absoluta o potencial, basada en las necesidades o deseos de consumir, y la demanda efectiva, que añade a este concepto el respaldo monetario o los medios de compra y menciona que "Cuando el precio de una cosa no es ni más ni menos que lo suficiente para pagar la renta de la tierra, los salarios del trabajo y las ganancias del fondo empleado en crearla, se dice que la cosa se vende por su precio natural". El precio de una mercancía nunca puede estar por debajo de su precio natural.

Smith hablaba en la paradoja del agua y del diamante, de cómo el valor de un objeto puede verse alterado en función de su escasez, aunque siempre relacionado con el trabajo necesario para obtener ese bien.

Hablar de precios es hablar de uno de los temas más importantes y delicados pero el más necesario cuando se trata de venta, esta simple pero poderosa palabra engloba muchos detalles que siempre se deben de tomar en cuenta. De acuerdo con Ricardo (1973) "Lo común es que ninguna mercancía se ofrezca por mucho tiempo, solo en la cantidad de necesidades y deseos que los hombres requieren, de lo cual resulta que ninguna de ellas deja de estar sujeta a variaciones accidentales y temporales de su precio". El valor de cambio de los bienes producidos sería proporcional al trabajo empleado en su producción, no solo en su producción inmediata, sino en todos aquellos implementos o máquinas requeridos para llevar a cabo el trabajo particular al que fueron aplicados.

Para David Ricardo los determinantes de los precios naturales y precios de mercado se daban de acuerdo a:

1. El costo por el insumo de mercancías, las materias primas, donde se da de acuerdo a las condiciones técnicas de producción vigentes en una época y lugar que exigen determinados volúmenes físicos de insumo-producto y los precios de los insumos.
2. El costo por insumo de trabajo aquí depende de las condiciones técnicas de la producción y el salario
3. Los beneficios sobre el capital utilizado, se expresa la relación entre el beneficio total obtenido sobre el capital total que se puede indicar como la tasa de ganancia.

La compra y venta de bienes y servicios ha existido por una larga parte de la historia, pero cada vez salen más y más datos que se deben de tomar en cuenta para determinar un precio, como es el valor. Marx (1848) tiene una definición de esto y es que “Valor de una mercancía es la cantidad de trabajo que lleva incorporado, tanto para su elaboración, fabricación, extracción, instalación, transporte, que es el trabajo vivo, cuanto para las instalaciones que requiere, la fabricación de las máquinas herramientas necesarias y las materias primas que integra, que constituyen el trabajo muerto. El valor de las instalaciones y máquinas se repercute entre todas las unidades que se produzcan durante su vida útil”.

Precio de mercado o precio de compra, es el precio que alcanza una mercancía en un mercado en un momento dado. Se evalúa en dinero o en precio de la competencia.

El análisis de Marx tiene las subcategorías valor de uso y valor de cambio. Con estas categorías, Marx define a la mercancía como la unidad que contiene el valor de uso y el valor, por eso es que se define una mercancía por la propiedad que tiene de ser útil y porque puede intercambiarse en el mercado con otros valores concretos.

Es muy fácil ir a una tienda y comprar lo que necesitamos, sea lo que sea, pero esto también depende de la disponibilidad, pero, ¿qué fuerza es la que hace que se fabrique un número determinado de productos? ¿qué motivo a la tienda a vender ciertos productos? ¿quién decidió que artículos se deben de producir? Para las mujeres artesanas, la tradición y cultura dicta lo que producen pero no la cantidad, lo hacen para cubrir una necesidad de venta que se traduce en ingresos pero deberían existir más razones de producción dictadas por la tradición pero no las hay.

Dentro del mercado la pieza clave de información son los precios, esta variable responde instantáneamente a las preguntas Qué, Cómo y Cuanto. Los precios cumplen tres funciones en la organización de la actividad económica, en primer lugar transmiten información, segundo, aportan el estímulo para adoptar los medios de producción menos costosos, tercer lugar, determinan quienes obtienen las distintas cantidades del producto.

El mercado se ve muy influenciado por el azar, no vale lo mismo un talento o habilidad hoy que hace 100 años por la condiciones física de tiempo y espacio. El precio es una estructura compleja, se basa también en el ensayo, la aceptación y el rechazo. El precio se basa en la libertad de elegir, el poder ser distinto uno del otro.

La tradición deja muchas preguntas sin responder, nos dice el por qué las mujeres artesanas hacen lo que hacen con referencia a artesanías textiles, pero deja del lado otras variables. Si, es verdad que se hacen por tradición y siempre han sido para la venta y subsistencia, pero entonces, ¿Por qué no dejaron claro también los precios que se deben de poner?, ¿Cuántas prendas se deben producir? ¿Cuánto vale su trabajo? ¿Cuánto tiempo se debe tardar en hacer una prenda artesanal? ¿Se pueden vender a todos por igual? ¿Son imposibles los cambios?

## **IV. PROBLEMA, OBJETIVOS E HIPÓTESIS**

### **4.1 Problema Operativo**

Según resultados estadísticos, la venta de artesanías ha estado en decadencia en los últimos años, se necesita hacer algo para poder incrementar las ventas para que esta actividad pueda seguir siendo redituable, ya que muchas familias que se dedican a la producción de artesanías y sobreviven día a día con la venta de las mismas.

La comercialización de los productos requiere de un trabajo paralelo de valoración y difusión para que el público consumidor no solo se lleve el producto, pero también que lleve la información, historia, memoria e identidad de sus creadores.

De acuerdo con Vega (2013) “Uno de los principales problemas respecto de las artesanías mexicanas es su proceso de comercialización. Rafaela Luft Dávalos (Directora del FONART), son pocos los artesanos que exportan sus productos y es necesario promover un marco jurídico de defensa de las artesanías, sobre todo para combatir la piratería”

“Las implicaciones que tiene un objeto artesanal son muchas e interactúan entre si, van desde el diseño hasta la situación económica, social, tecnológica, etc. En que se produce el mismo”. Esto es lo que dice Turok (1988).

“Una de las mayores contradicciones de los artesanos es que entre más dependan de la artesanía en sus formas originales y tradicionales de producción, más aumenta el riesgo de mantenerse en niveles escasos y de miseria”.

### **4.2 Problema de Investigación**

Entonces tenemos la pregunta ¿Cómo influyen las variantes independientes que son diseño, color, materiales, forma, figura y precio en la variable dependiente que es venta pero se toma como la cantidad de artesanías textiles vendidas si se toman desde un punto de vista teórico para aplicarse mezclado con en conocimiento tradicional y lograr una innovación favorable y aceptada por todos?

Desde un punto de vista textil, estas variables son las más importantes y visibles de un producto textil, que tienen efectos directos de atracción o repele sobre los

clientes, produciendo diferentes reacciones, por lo que se buscaron las mejores opciones de mejora para innovar las artesanías textiles artesanales.

### **4.3 Hipótesis General**

La cantidad de productos textiles artesanales vendidos dependen de los factores diseño, color, materiales, forma, figuras y precio para tener un incremento en la venta.

#### **4.3.1 Hipótesis Específicas**

1. El diseño de un producto influye en la decisión de compra del mismo.
2. Los colores en un producto tienen un efecto psicológico positivo o negativo que influyen en la venta.
3. El material es uno de los factores principales para la venta dependiendo de su función, vista y utilidad para su venta.
4. La forma de una prenda necesita complacer, satisfacer y gustar al cliente para su venta.
5. Figuras significativas en los textiles pueden ser reorganizadas y cambiadas para crear un impacto visual diferente y tal vez mejorar las ventas.
6. Los precios de las artesanías textiles abarcan diferentes factores que se toman en cuenta para llegar a un número adecuado de venta produciendo un mejor ingreso.

### **4.4 Objetivo General**

Innovar los diseños tradicionales en las artesanías textiles de Cuetzalan cambiando/mejorando y dando nuevas propuestas de variables independientes para mejorar la cantidad vendida de productos, manteniendo la cosmovisión e historia plasmada que las caracteriza, dándole a las artesanas un mejor ingreso.

#### **4.4.1 Objetivos Específicos**

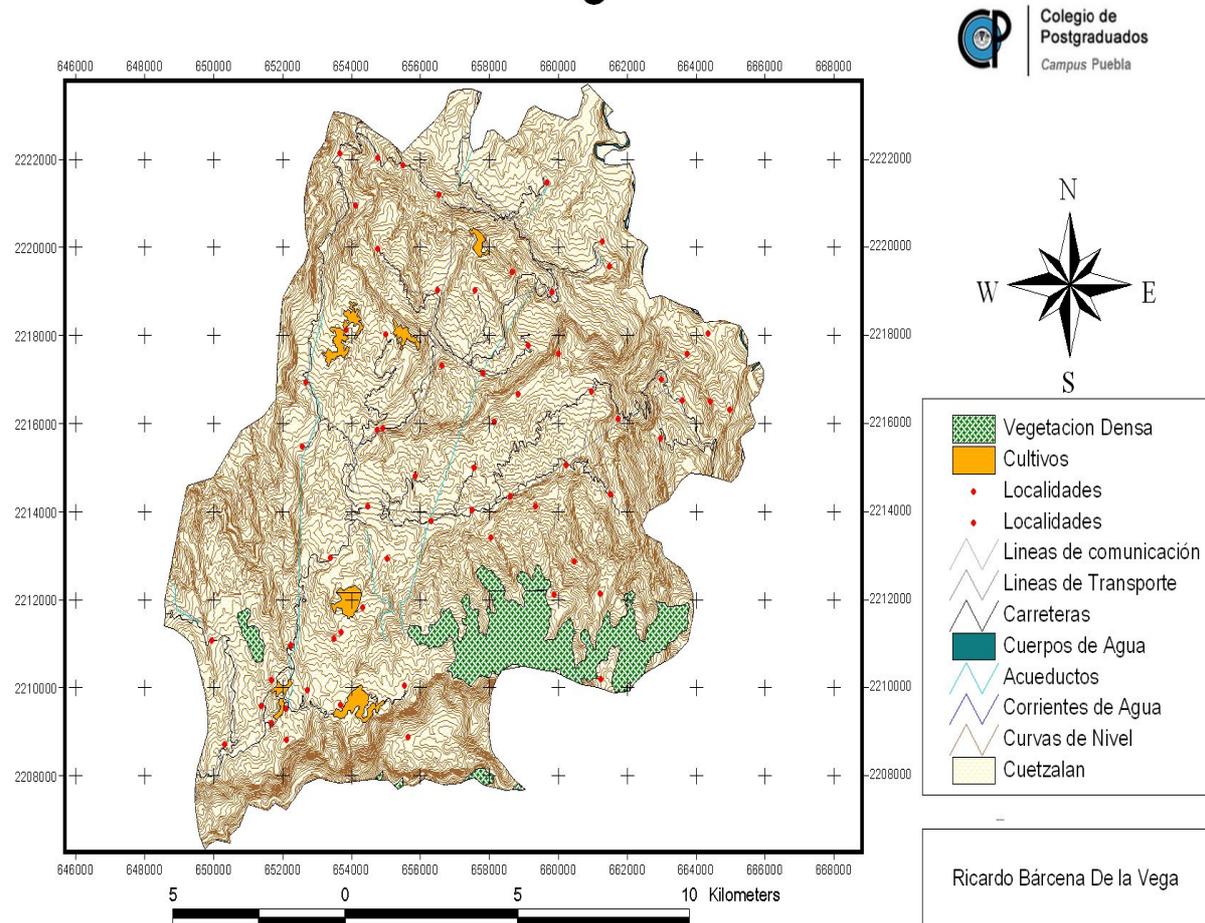
1. Conocer si el diseño es un factor que las artesanas conocen y usan en la creación de piezas artesanales.

2. Saber si la venta de artesanías incrementa con cambios en el diseño.
3. Saber si mejores ventas se traducen a mayores ingresos.
4. Investigar con los artesanos si es posible aplicar cambios de diseño en las artesanías textiles de Cuetzalan.
5. Conocer cuales factores de diseño como color, material, figura, forma y precio pudieran influir en la cantidad de productos artesanales vendidos.

## V. REGIÓN DE ESTUDIO

### 5.1 Cuetzalan del Progreso

# Cuetzalan del Progreso



**Figura 2.** Mapa de Cuetzalan Fuente: elaboración propia con el programa SIGS

El nombre de Cuetzalan proviene de los vocablos en Náhuatl “*cuezali*”, que significa “pájaro colorado” y la preposición “*tlán*” o “*lan*” significa lugar, por lo que Cuetzalan puede definirse como el “lugar donde abundan los pájaros colorados”. Está ubicado en la Sierra Norte de Puebla, su altitud es de 1000 metros sobre el nivel del mar con las coordenadas geográficas: 20° 01' de latitud norte y 97° 31' de longitud oeste.

Tiene una superficie de 735 km<sup>2</sup>, que lo ubica en 16º lugar con respecto a los demás Municipios del Estado. Limita al norte con el Municipio de Jonotla, al Sur con el Municipio de Tlatlauquitepec, al este con el Municipio de Ayotoxco de Guerrero, al

poniente con el Municipio de Zoquiapan, al Noroeste con el Municipio de Tenampulco, al suroeste con los Municipios de Zacapoaxtla y Nauzontla.

Es uno de los 217 municipios del estado de Puebla. Se encuentra a 183 kilómetros desde Puebla de Zaragoza, la capital poblana. Una de las características principales de la ciudad es que sus calles tienen grandes y marcadas pendientes. Fue incorporado al sistema turístico de *Pueblos Mágicos* en el 2002. Su valor radica en el desarrollo de la vida indígena con gran número de habitantes que conservan su forma de vida. En la **figura 3** podemos observar el logo designado a Cuetzalan por ser nombrado pueblo mágico y atracción turística.



**Figura 3.** Logo de Cuetzalan pueblo mágico Fuente: SECTUR 2015

Perteneció al Totonacapan fundado en el año 200 A.c. por los Totonacos que fueron los primeros habitantes, lo que se puede notar en la zona arqueológica que existe en la localidad de Yohualichan correspondiente al municipio de Cuetzalan.

En 1522 fue sometido por los españoles y evangelizado por los frailes franciscanos. En 1547 fue considerado como centro de actividades sociales, económicas y comerciales importantes, por lo que se le da el nombre de San Francisco Cuetzalan.

Su territorio perteneció al antiguo Distrito de Zacapoaxtla y en 1895 se estableció como municipio libre (por decreto del supremo gobierno) con cabecera en la villa de Cuetzalan del progreso. Fue denominada como Ciudad de Cuetzalan el 4 de octubre de 1986. En el **cuadro 2** se puede observar la línea del tiempo de los acontecimientos más importantes del municipio de Cuetzalan.

## Cuadro 2. Línea del tiempo, historia de Cuetzalan

<b>Año</b>	<b>Acontecimiento</b>
200 A.c.	Pertenece al Totonacapan.
1522	Es sometido por los conquistadores españoles.
1547	Arribo de los Frailes Franciscanos denominándolo San Francisco Cuetzalan.
1895	Se le nombra como municipio.
1986	Se le denomina como Ciudad de Cuetzalan

Fuente: elaboración propia

Cuetzalan es uno de los pueblos mágicos del estado de Puebla con más turismo, esto por la enorme cantidad de atractivos que tiene, como una gran gastronomía, arquitectura, artesanía, música, museos, fiestas, tradiciones y monumentos.

De acuerdo a los estudios de INEGI (2010) (<http://www.inegi.org.mx>) Cuetzalan tiene una población de 47.433 habitantes según datos del INEGI.

De los 47,781 habitantes de Cuetzalan, 23,171 son mujeres y 22.610 son hombres, lo que quiere decir que el 49.39 por ciento de la población son hombres y el 50.61 mujeres.

Si comparamos los datos con los del estado de Puebla concluimos que ocupa el puesto 23 de los 217 municipios que hay en el estado y representa un 0,8505 % de la población total de Puebla. A nivel nacional, ocupa el puesto 406 de los 2.454 municipios que hay en México y representa un 0,0443 % de la población total del país. INEGI (2010)

Una parte importante del quehacer cotidiano de los pobladores es la gran variedad de productos artesanales, dentro de los que hay que destacar los textiles en telar de cintura y los bordados a mano. En telar de cintura se encontraron huipiles, rebozos, blusas, bufandas, vestidos, diademas morrales y otras prendas como los rebozos de seda, el juego de mantelitos individuales y las servilletas, dentro de los bordados a

mano están las blusas tradicionales, blusas de manga larga, vestidos y juegos de mantelitos.

Los cambios en las costumbres, la vestimenta, los hábitos alimenticios, el idioma e incluso la forma de actuar, evolucionan independientemente del lugar, ya que la influencia de agentes externos conformados por medios de comunicación o turistas, atraen la atención de cualquier local que no posee ciertos lujos externos, contando con que Cuetzalan puede no ser la excepción.

Los propios habitantes del centro del país turístico tienden a cambiar sus hábitos y costumbres. El contacto con los extranjeros crea nuevas necesidades, provoca apetitos y ambiciones que pueden ser de carácter positivo y creador, también en muchos casos, estar cargados de efectos negativos y destructores, provocan tensiones, causando el abandono de una actividad por otra más cómoda pero menos productiva.

## **5.2 Totonacos y Nahuas**

Los primeros asentamientos fueron totonacas en el año 200 A.c. mismo que queda demostrado por las diez zonas arqueológicas que hay en la región. Los totonacas construyeron los principales centros ceremoniales que son: el Tajín, Yohualichan (la casa del misterio de la noche) y Xiutetelco, alcanzando su mayor esplendor del siglo VI al IX. Según estudios, la zona de Cuetzalan fue un corredor o ruta de toda índole entre el altiplano y la costa.

Yohualichan, inicialmente se llamó Miquishuacan (lugar de la muerte), debido a que los totonacas celebraban cada tres años festividades, sacrificando a tres niños ofrendando sus corazones a su Dios Tloque-Nahuaque.

Con la construcción de las pirámides, los Totonacas, enseñan el uso de la piedra en la arquitectura, en la alimentación: el uso del maíz, el frijol, la raíz del chayote, el chile, el venado, los peces. En la indumentaria: se empezó a usar el quexquemitl, la falda, la pluma en los tocados. En la cacería: el arco y la flecha, la lanza con puntas de obsidiana, la macana de madera dura etc.

En la actualidad los descendientes de los totonacos y nahuas residen en los estados de Veracruz, Puebla e Hidalgo.

Las mujeres totonacas eran expertas tejedoras y bordadoras, según los estudios de Báez (2004) “se vestían con glamour y trenzando sus cabellos con plumas, en todos los aspectos de su apariencia, las mujeres eran "muy elegantes", vestían faldas (bordado para los nobles) y un poncho pequeño de forma triangular que les cubría el pecho. Las mujeres nobles usaban collares de concha y jade además de pendientes y a menudo se pintaban el rostro con tinta roja. Del mismo modo, los hombres nobles se adornaban con capas multicolores, taparrabos, collares, brazaletes y productos hechos de plumas del preciado quetzal”.

Martí (2003) dice que “Los nahuas son un grupo de pueblos nativos de Mesoamérica, la región del continente que comprende aproximadamente del centro al sur de México, incluyendo territorios de Guatemala, El Salvador, Belice, Honduras, Nicaragua y Costa Rica, cuyos ancestros fueron los aztecas o mexicas y otros pueblos antiguos de la región histórica del Anahuac que tenían en común la lengua náhuatl”.

La presencia nahua en la región tuvo lugar en distintos periodos y espacios, uno de los primeros grupos de habla náhuatl que incursionó en ella fueron los toltecas, quienes llegaron a Tuxpan hacia el año 622 D.c. posteriormente, en el año 648, se internaron en la Sierra para ocupar las poblaciones de Tzicoac y Tulancingo, aunque, al parecer, no lograran ejercer el control sobre la región sino hasta el año 917.

### **5.3 Actividad Económica**

Las actividades económicas primarias comprenden a las labores que se basan en extraer bienes y recursos provenientes de la naturaleza.

1. Agricultura
2. Ganadería
3. Pesca
4. Minería

Las actividades económicas secundarias concentran el total de los sectores que en la economía se dedican a crear productos terminados.

1. Industria: Dentro de la actividad industrial con que cuenta el municipio se

encuentran las industrias manufactureras, elaboración de pan y pasteles, fabricación de muebles de madera y materiales de concreto para la construcción. Beneficios de café con tecnología de punta, industria artesanal del vestido, rescate de artesanías y vestidos por medio de cooperativas como Masehual Siuamej.

2. Comercio: Existen establecimientos dedicados a la venta de productos básicos como alimento, ropa, calzado, productos para el hogar, farmacias, mueblerías, papelerías, tiendas artesanales, entre otras.

Por último, la actividad económica terciaria es la que se dedica a la provisión de servicios que satisfacen las necesidades de las personas.

1. Servicios: Cuentan con hospedajes en hoteles ecológicos, establecimientos de reparación, alimentos, bebidas, instituciones financieras, hoteles, restaurantes, bares y fondas.

#### **5.4 Artesanas de Cuetzalan**

La elaboración de artesanías es otro rubro de la economía nahua, los artesanos venden sus productos desde los más finos y elaborados hasta las más sencillas a precios accesibles, lo cual solo tienen gastos de recuperación por la manufactura.

La producción y venta de artesanías para uso local y para el turismo ha sido una estrategia económica importante para muchas comunidades indígenas. La situación actual, como lo hemos mencionado antes, es menos alentadora de lo que hemos visto hace algunos años. La crisis que se vive en el país ha sido un factor muy importante que se refleja en el mercado artesanal. Esto es por la pérdida de poder adquisitivo de la clase media, que antes compraba una importante parte de artesanías en la región y de México en general.

Villa (2017) comentó que la artesanía textil de Cuetzalan es una tradición milenaria, que el hecho de crear textiles para vestimenta comenzó como una necesidad hace mucho tiempo. Las mujeres eran las encargadas de hacer la vestimenta para toda la familia e inclusive tenían funciones específicas, como guardar comida, semillas, etc.

Las mujeres usaban, para cubrirse, un lienzo que usaban alrededor del pecho, usaban solo eso y encima usaban el Huipil, por eso era tan importante, de otra

manera hubieran estado casi desnudas de la parte superior. Los hombres usaban el calzón hecho en telar, que fueron las primeras prendas que usaron. También las mujeres eran las encargadas de hacer los “paltel”, que eran unas bolsas hechas en telar, en donde los hombres guardan su comida para irse a trabajar, principalmente tacos, al igual que unos paltel más pequeños que eran usados como monederos.

Toda la información, como hemos mencionado antes, pasa de generación en generación y es una de las principales fuentes de ingreso de quien las realiza, por lo que es muy complicado deshacerse de una actividad como esta.

Las artesanías textiles pasaron de ser una necesidad de uso diario, a ser un adorno, lo cual es entendible por todos los avances en tecnología, innovación y desarrollo en vías de comunicación, lo cual hace que todo esté al alcance de quien lo necesite, pero siendo una tradición cultural, es difícil deshacerse de ella, por eso es necesario no solo guardar las técnicas e información, sino seguir haciéndola para mantenerla viva.

Con base en estos puntos, es necesario entender el por qué de una tradición, pero es necesario también tomar en cuenta que la innovación y la evolución es parte natural de la vida y la tierra, por lo que unos cambios pueden ser clave para mayores beneficios, inclusive cuando al principio estos cambios se sientan fuera del área de comodidad y sabiduría, pero que a la larga van a traer grandes beneficios a quienes los apliquen.

## VI. METODOLOGÍA

Es necesario contar con más información para saber cómo aumentar la venta de productos textiles artesanales de la organización Masehual Siuamej, en el municipio de Cuetzalan; este fue el principal motivo de esta investigación y se utilizaron cuestionarios que fueron aplicados a las mujeres artesanas.

En esta investigación se han tomado diferentes teorías que explican y apoyan varias características que se deben tener en cuenta en la realización de prendas textiles, que en este caso serían las artesanías textiles. Cuando se realiza un tipo de proyecto o se hace algo que ya alguien más ha hecho antes, existen reglas que podrían considerarse como básicas, puntos que se deben de seguir para tener un producto exitoso, pero a veces estas reglas surgen después de ya haber realizado el producto, se aplican a las nuevas creaciones y la gente las acepta de manera natural al ser coherentes con lo ya establecido, pero, ¿Qué pasa con esos objetos que se realizaron antes de que las reglas aparecieran? Bueno, existen posibilidades para que se adapten las nuevas reglas en cierta escala y puedan cambiar ciertas características para que el mercado al que van dirigidas las acepte de una manera más sencilla y no solo como un producto especial o como un adorno en el caso de las artesanías textiles. Estas teorías, explican cada uno de los elementos que lleva una artesanía textil y los significados que tienen, lo que se intenta saber es si esas teorías y reglas son aplicadas de alguna manera por los artesanos y artesanas.

Se presenta la región de estudio con las características básicas del lugar para una mejor ubicación, al igual que características de los habitantes y las actividades principales en las que se basa su economía.

Con las referencias presentadas, se pretende dar una idea de lo que se está hablando, como la importancia, historia, características, ventas, técnicas, entre otras. Todo el marco de referencia explica la situación actual de las artesanías y de los artesanos en México, al igual que instituciones que ayudan a los artesanos a crecer y apoyarlos, pero también se muestra la triste realidad de las cosas; donde dice que la realización de artesanías en México en la actualidad, no es una actividad sustentable, pero eso es lo que se pretende mejorar en el municipio de Cuetzalan.

Para obtener los resultados de la investigación, primero se ha concluido que las características que se podrían cambiar para incrementar las ventas, que serían las variables independientes, son seis y que se podrían mejorar para tener mejores resultados económicos. Fue necesario preguntar a las artesanas si consideran que esas variables se podrían cambiar con base en su conocimiento o si existen algunas otras que consideran ellas serían más impactantes y notorias.

Se consideraron tres opciones diferentes para la obtención de datos y para el tamaño de muestra. La primera fue ir a 2 o 3 pueblos cercanos al centro de Cuetzalan, buscar si existe una lista de artesanos textiles para poder sacar el tamaño de muestra y saber a cuántas personas se debe entrevistar dentro de esa lista de artesanas. La segunda opción fue caminar por las calles de Cuetzalan preguntando artesano por artesano esperando conseguir las respuestas necesarias y parar cuando las respuestas empiecen a repetirse, tomando eso como el tamaño de muestra. La tercera opción fue ir con la señora Rufina, quien es la representante de la **Masehual Siuamej Mosenyolchikauanij** y de las artesanas que están asociadas, más las artesanas que no son socias pero trabajan con ellas también para entrevistarlas y sacar las respuestas a las preguntas, sacando primero el tamaño de muestra dentro de las socias.

Con base en características como tiempo, confianza, seguridad, se consideró la tercera opción de investigación como la más viable, por la buena relación que se tiene con la señora Rufina, jefa de la Masehual y el apoyo para la investigación.

Después de tener las características claras, se realizaron consultas documentales para identificar teorías que hablaron sobre estas variables específicamente, tomando las definiciones que se tienen sobre estas variables para usarlas en el cuestionario aplicado y tener resultados precisos.

Se aplicaron cuestionarios a 40 artesanas en el municipio de Cuetzalan de la Masehual Siuamej durante el mes de Abril del año 2017. Se entrevistó de manera individual a las integrantes de la asociación para saber lo que pensaba cada una de ellas. Las artesanas son de seis comunidades diferentes, por lo que fue necesario ir a cada una y juntar a las artesanas para saber las opiniones que tienen sobre la venta de artesanías.

Los cuestionarios fueron estructurados con preguntas cerradas y abiertas sobre la manera en la que estas artesanas ven y venden sus artesanías, basadas en lo que dicen las teorías sobre las variables a investigar, se sacaron los indicadores necesarios para recavar la información sobre lo que hacen y saben las artesanas.

El principal tópico de la investigación es saber lo que piensan las artesanas de la historia de sus artesanías y principalmente la venta de estas. Saber cuales son sus problemas y sus aspiraciones para entender las características de las variables se pueden cambiar para tratar de mejorar la venta sin perder el significado.

Las variables que se usaron para las preguntas de los cuestionarios fueron físicas; todas con un significado especial para las artesanas; justo esa es la información que se necesitó para analizar los posibles cambios para tratar de mejorar la venta de las artesanías. El diseño, color, material, forma, figuras y precio son las variables centrales de esta investigación.

La investigación es de tipo cualitativo.

### 6.1 Diseño de la Muestra

Para determinar el número de artesanas a las cuales se les aplicó la encuesta dentro de la Masehual, se utilizó la siguiente fórmula, tomando como la **variable (N)** al número total de artesanas que están involucradas e inscritas en la Masehual.

$$n = \frac{N * Z \frac{2}{\alpha} p * q}{d^2 * (N - 1) + Z \frac{2}{\alpha} * p * q}$$

N – 100 artesanas de la Masehual Sihualej

Za – 1.64

p – 0.5

q – Varianza 0.5

d – Precisión .1%

n – 40 encuestas totales

## 6.2 Tratamiento de Datos

El análisis de los datos se realizó con el programa estadístico SPSS versión 15.0 para Windows, mediante una prueba de T para muestras independientes y pruebas no paramétricas de Mann – Whitney y Kruskal Wallis con el objetivo de identificar si existen diferencias estadísticamente significativas entre las respuestas de las artesanas de seis municipios (San Andrés Tzicuilan, San Miguel Tzinacapan, Cuauhtamazaco, Pepextla, Xiloxochico, Chicueyaco) dependiendo de la edad, escolaridad, actividad principal en la que trabajan y la ayuda que reciben del gobierno.

## 6.3 Operacionalización de la Hipótesis

Hipótesis	Variable	Definición	Indicadores
El diseño de un producto puede influir en la venta del mismo.	<b>Diseño</b>	El diseño es una idea que busca cubrir una necesidad mediante nuevas técnicas, es cambiante y se actualiza constantemente, busca respuestas a problemas inmediatos y largo plazo.	El diseño se crea con base en una idea previa. Es constante innovación y desarrollo de técnicas nuevas. Da un mensaje que debe ser claro. Tiene características cambiantes todo el tiempo. El diseño busca solucionar necesidades inmediatas. Busca soluciones al cambio.
Los colores en un producto tienen un efecto psicológico positivo o negativo que pueden influir en la venta.	<b>Color</b>	El color se produce por los rayos luminosos en los órganos visuales y es interpretada en el cerebro, produciendo emociones, con significados	Colores y emociones se relacionan directamente. Cada color tiene un significado general y un estímulo. Debe existir una armonía y

		<p>personales y universales que tienen una relación entre ellos, ya sea de complemento, contraste y luminosidad.</p>	<p>complemento entre colores. Los colores deben expresar un mensaje y una razón. Produce sensaciones e impresiones en la percepción. Un color es un atractivo visual.</p>
<p>El material es uno de los factores principales que pueden influenciar la venta dependiendo de su función, vista y utilidad para su venta.</p>	<p><b>Material</b></p>	<p>Es la materia prima con la que se hace un producto y dicta la función del mismo, buscando cubrir una necesidad con la calidad necesaria para su duración.</p>	<p>El material define la funcionalidad de un producto. Los materiales artesanales son usados con base en su función. Diferentes materiales crean una percepción distinta de un producto en el cerebro. El material debe estar nuevo. La calidad es la característica más importante de los materiales.</p>
<p>La forma de una prenda necesita complacer, satisfacer y gustar al cliente para su influencia la venta.</p>	<p><b>Forma</b></p>	<p>La forma es el molde y el conjunto de rasgos físicos de una prenda, manipulable y cambiante, que busca cubrir una necesidad específica de maneras distintas dependiendo del creador.</p>	<p>Conjunto de ideas contenidas físicamente en un producto. Jugar con las formas permite crear nuevas propuestas para objetos tradicionales. Cuando se crea un nuevo uso para un objeto tradicional tiene que modificar su forma. La forma es una</p>

			mezcla entre técnica e idea. La forma puede tener un significado especial.
Figuras significativas en los textiles pueden ser reorganizadas y cambiadas para tener un mejor impacto visual e influenciar una mejor venta.	<b>Figuras</b>	Son los elementos geométricos simétricos o asimétricos, de diferentes tamaños, colores, texturas, formas y significados, que ocupan cierto espacio y se basan en una idea para transmitir un mensaje.	Que las figuras estén distribuidas en la prenda es importante. Las figuras se basan en un concepto. El tamaño, color, forma, cantidad, influyen en la transmisión de un mensaje. Figuras reflejan naturaleza, tierra y fuerza del mundo artesanal. Son elementos decorativos opcionales. Existen muchos elementos que se pueden usar como figuras decorativas.
Los precios de una artesanía textil abarcan diferentes factores que se toman en cuenta para llegar a un número adecuado para la venta que podrían generar un mejor ingreso.	<b>Precio</b>	Pago o recompensa en dinero o productos, asignado a la obtención de bienes o servicio o una mercancía cualquiera, tomando en cuenta factores como tiempo, trabajo, conocimientos, precios de productos similares y demanda.	Generalmente se usan unidades monetarias. Cada productor puede manejar un precio propio. Se debe tomar en cuenta a los precios de la competencia. Un precio disminuye si pasa mucho tiempo en el mercado. Qué tan complicado de elaborar el producto afecta el

			<p>precio.          Los sentimientos aplicados a una prenda artesanal aumenta su precio.          El valor es proporcional al trabajo empleado.          El conocimiento y habilidades generales en todos los productos disminuye el precio.          Conocimiento único vale más.</p>
<p>La venta es la variable dependiente que puede ser influenciada cambiando seis de las variables independientes antes mencionadas</p>	<p><b>Venta</b></p>	<p>Un producto se vende por sus características, los beneficios de un producto produce la venta y las características justifican la compra.</p>	<p>Características como diseño, color, materiales, forma, figuras y precio justifican una compra.          La venta se basa en beneficios de un producto hacia el cliente.          La venta está influenciada por el deseo de poseer algo.          El cliente debe conocer bien un producto para llevar a cabo la venta.          En la venta el cliente se lleva un sentimiento, no un producto.</p>

## VII. RESULTADOS

La razón principal por la que las mujeres artesanas realizan artesanías textiles es para venderlas y tener ingresos para poder sobrevivir.

Es verdad que las artesanas realizan artesanías para ser una tradición y mantener viva la historia que ha sido transmitida durante muchas generaciones, pero los tiempos cambian al igual que las necesidades y todo al cambiar debe adaptarse a estos cambios, pasando estas razones de ser principales a ser secundarias, dejando como primer lugar la necesidad de venta.

Se visitaron las seis comunidades que están afiliadas a la organización de “mujeres que trabajan juntas y se apoyan” (San Andrés Tzicuilan, San Miguel Tzinacapan, Cuauhtamazaco, Pepextla, Xiloxochico, Chicueyaco) para saber las necesidades y actividades que se realizan en cada una de las comunidades. Para llegar a cada una desde Cuetzalan, fue necesario tomar una combi que en promedio se hace como 20 minutos hacia cada localidad. Se habló con 40 artesanas afiliadas a la organización, algunas no se pueden mover de su hogar por enfermedad o edad avanzada. Se visitaron los lugares donde se juntan las mujeres artesanas a trabajar; son pequeños locales que ellas han construido con dinero propio y dinero de la organización, es un espacio suficiente, pero no cuentan con el equipo de trabajo necesario ni las comodidades básicas para trabajar, pero aun así lo hacen. Cada una de ellas trabaja en su casa cuando tienen “tiempo libre” porque para sobrevivir deben de buscar trabajos alternos como empleadas domesticas, el local lo usan para juntas y para trabajos grupales donde tienen que comunicarse inmediatamente entre ellas.

Las mujeres artesanas de estas comunidades tienen un rango muy grande de edad, desde los 20 años hasta los 70, todas artesanas y todas con la necesidad de venta de sus artesanías, la educación que han recibido en general es muy básica, la mayoría solo llegó hasta el tercero de primaria, con excepción de algunas de las artesanas más jóvenes que han estudiado hasta la preparatoria y algunas la universidad. Todas se dedican a las artesanías pero también a las actividades domesticas para tener un ingreso extra, han recibido muy pocos talleres de capacitación, todas hablan el idioma Náhuatl como primera lengua. Algunas de ellas han recibido y aceptado dinero del gobierno pero siempre se muestran temerosas al

hablar de ese tema porque piensan que se les va a quitar, algunas la aceptan y algunas nos por varias razones pero también por no contar con los formatos en tiempo y forma.

No es una situación fácil en la que viven las artesanas, la necesidad de venta es cada vez más fuerte y más necesaria, salir día a día con los gastos necesarios para poder seguir adelante es cada vez más pesado, por lo que para problemas extremos se necesitan también soluciones extremas.

## **7.1 Estadística**

En esta sección se describen los resultados obtenidos de las pruebas de t para una muestra y para dos muestras independientes de las variables independientes, también las pruebas de Mann – Whitney y Kruskal Wallis no paramétricas, así como su interpretación y tablas de resultados.

### **7.1.1 Análisis Prueba de t**

En esta parte de resultados se muestran tablas con los resultados obtenidos de los cuestionarios aplicados a las artesanas, con diferentes columnas que explican los resultados positivos y negativos que se obtuvieron para de esta manera saber que cambios se pueden aplicar en futuras artesanías textiles.

En todos los cuadros se ven las mismas categorías de análisis, donde (No.) es el número de artesanas que contestaron todas las preguntas del cuestionario, que en total fueron 40; (Respuestas positivas) es el porcentaje de respuestas que cayeron dentro del rubro positivo, que fueron las respuestas 3, 4 y 5 de cada pregunta.

La media ( $\bar{x}$ ) es el promedio de respuestas positivas que dieron en cada pregunta, de resultados 3, 4 y 5, mientras la media de como resultado 3 o mayor, es un resultado positivo.

El (valor de comparación) es una escala con la que se mide que tan positivo o negativos son los resultados como se explica en el Cuadro 3

**Cuadro 3.** Tabla del valor de comparación con base en resultados de la media

Escala	Descripción
4.5 - 5	Excelente
4 - 4.49	Muy Bueno
3.5 - 3.99	Bueno
3 - 3.49	Regular
<3	Malo/Deficiente

Fuente: elaboración propia

Los números de la escala deben ser menores inmediatos al número de la respuesta más positiva de la media, en este caso 5, por lo que la escala debe ser menor.

El mínimo valor de comparación es 3 porque es la respuesta del cuestionario más baja pero aún positiva. El valor de t debe salir siempre en positivo por arriba de 2, se puede bajar el valor de comparación para que t salga positivo pero de esta manera también baja su calificación en la tabla.

Por último el valor de t nos indica la desviación estándar que se divide en 3 niveles, -1, -2 y -3 negativo y positivo 1, 2 y 3; para que los resultados sean favorables es necesario que el Valor de t sea de 2 o mayor porque representa solo el .05% de error que se usó para los resultados, ya que menor de 2 representa un mayor grado de error por lo que los resultados serían negativos y no favorables.

### 7.1.1.1 Diseño

**Cuadro 4.** Análisis Diseño con resultados del porcentaje de respuestas positivas, media, valor de comparación y valor t.

Pregunta	No.	Respuestas positivas	Media (X)	Valor de Comparación	Valor de T	Valoración Cualitativa
2. ¿Sábe cómo quedara la prenda?	40	100%	5	4.5	** -----	Excelente
7. ¿Cree que el diseño ayuda a venta?	40	100%	5	4.5	** -----	Excelente
8. ¿Aceptaría hacer cambios físicos?	40	100%	5	4.5	** -----	Excelente
6. Ha usado siempre la misma técnica?	40	100%	4.95	4	** -----	Excelente
4. ¿Ha cambiado alguna característica?	40	70%	3.68	3	* 2.36 p=.023	Bueno
5. Ha cambiado alguna característica a sus blusas?	40	67.5%	3.70	3	* 2.36 p=.022	Bueno
1. ¿Conoce las características del concepto diseño?	40	42.5%	2.30	3	- 3.06 p=.004	Malo/ Deficiente
3. Cree que se puedan crear nuevas técnicas de bordado?	40	25%	1.98	3	- 3.77 p=.001	Malo/ Deficiente

\*\* *Significativas al .05 para excelente*

\* *Significativas al .05 para bueno*

En los aspectos de diseño sobre las prendas textiles artesanales, el 100% está de acuerdo en que antes de crear ya tienen una idea de cómo va a quedar la prenda antes de empezar a hacerla, piensan que un buen diseño ayuda a la venta, que aceptarían hacer cambios a sus artesanías para mejorar la venta y en que usan la misma técnica de tejido o bordado que siempre han usado. En esta variable se considera que la opción de las artesanas es excelente.

En los aspectos de si han cambiado alguna característica de sus diseños o de sus blusas la opinión de las artesanas es regular con un 70% (t=2.36;p=.023) y 67.5% (t=2.36;p=.022).

Las artesanas dijeron conocer las características de diseño un 42.5% ( $t=-3.06$ ;  $p=.004$ ) y tan solo el 25% ( $t=-3.77$ ;  $p=.001$ ) cree que se pueden crear nuevas técnicas de tejido o bordado. Esto indica que la percepción de las participantes es mala o pésima, por lo que se considera que en su programa de trabajo se deben de mejorar estos aspectos.

Para darle mayor contundencia a estas afirmaciones se realizó una prueba de t para una muestra, dándole mayor fuerza a las aseveraciones. Estos resultados se muestran con detalle en el cuadro 4. Sabe cuáles

### 7.1.1.2 Colores

**Cuadro 5.** Resultados de Color con porcentaje de respuestas positivas, media, valor de comparación y valor de t.

Pregunta	No.	Respuestas positivas	Media (X)	Valor de Comparación	Valor de T	Valoración Cualitativa
12. ¿Cree que el color influye en la venta?	40	100%	5	4.5	-----	Excelente
13. ¿Todas sus artesanías llevan color?	40	95%	4.55	3.5	8.149 $p=.000$	Excelente
9. ¿Tiene un significado cada color?	40	62.5%	3.25	3	.819 $p=.418$	Regular
11. Sabe cuáles son combinaciones básicas de color?	40	42.5%	2.17	3	-3.64 $p=.001$	Malo/ Deficiente
10. ¿Conoce emociones relacionadas a color?	40	5%	1.33	3	-14.515 $p=.000$	Malo/ Deficiente

\*\* *Significativas al .05 para excelente*

\* *Significativas al .05 para regular*

Sobre el uso de color en las artesanías, el 100% de las mujeres artesanas están de acuerdo que el color influye en la venta de las artesanías, lo que nos lleva a que el 95% ( $t=8.149;p=.000$ ) de las mujeres artesanas utilizan color en todas sus creaciones artesanales, algunas de las artesanas prefieren dejar las artesanías solo de un color, lo cual significa que en estos rubros la valoración es excelente. Los colores, según los teóricos del color, tienen un significado, el 62.5% ( $t=.819;p=.418$ ) de las mujeres tienen una relación con el significado del color, que puede ser personal y que relacionan principalmente con lo que tienen a su alrededor, en esta pregunta la valoración es regular.

Las combinaciones de color son técnicas que se usan para provocar una reacción en la gente, solo el 42.5% ( $t=-3.64;p=.001$ ) de las artesanas tienen una idea de las combinaciones básicas de color, y tan solo el 5% ( $t=-14.515;p=.000$ ) de las mujeres saben cuales son las emociones que se relacionan con el color, que es una de las partes más importantes sobre de las teorías del color, por lo que es necesario mejorar drásticamente ya que la valoración es mala. Estos resultados se muestran con detalle en el cuadro 5.

### 7.1.1.3 Materiales

**Cuadro 6.** Resultados de Materiales con porcentaje de respuestas positivas, media, valor de comparación y valor de t.

Pregunta	No.	Respuestas positivas	Media (X)	Valor de Comparación	Valor de T	Valoración Cualitativa
18. ¿Aplica siempre la calidad?	40	100%	5	4.5	* -----	Excelente
16. Cree que el material influye en la venta?	40	100%	4.83	4.5	* -----	Excelente
19. Busca siempre la calidad?	40	97.5%	4.90	4.5	* -----	Excelente
15. Considera importante el material?	40	92.5%	4.55	4	* 3.97 p=.000	Excelente
17. Ha usado materiales distintos?	40	30%	2.30	3	- 2.759 p=.009	Malo/ Deficiente

\* *Significativas al .05 para excelente*

Los materiales que se usan en la elaboración de las artesanías son una parte esencial para su desarrollo, ya que lo que se use debe de cubrir ciertas necesidades. El 100% de las mujeres aplican la calidad en sus artesanías para la venta, porque saben que una buena presentación y duración puede reflejarse en las ventas, también el 100% de las artesanas creen que los materiales influyen en la venta. El 97% busca siempre la calidad en sus artesanías, a veces por los materiales que hay en existencia es difícil llegar a la calidad que les gustaría. De las mujeres, el 92.5% ( $t=3.97; p=.000$ ) considera importante el material con que hacen actualmente sus artesanías principalmente por la tradición y el significado que durante los años se le ha dado, estas variables se consideran excelentes.

La última de las variables tiene una valoración calificada como mala, ya que solo el 30% ( $t=-2.759; p=.009$ ) de las artesanas, han usado distintos materiales para la creación de sus artesanías principalmente por la tradición. Estos resultados se muestran con detalle en el cuadro 6.

#### 7.1.1.4 Formas

**Cuadro 7.** Resultados de Formas con porcentaje de respuestas positivas, media, valor de comparación y valor de t.

Pregunta	No.	Respuestas positivas	Media (X)	Valor de Comparación	Valor de T	Valoración Cualitativa
24. ¿Cree que la forma influye en venta?	40	100%	5	4.5	*** -----	Excelente
26. ¿Cree que diferentes formas tengan una mejor venta?	40	100%	5	4.5	*** -----	Excelente
27. ¿La forma tiene un significado especial?	40	87.5%	4.05	3.5	** 2.905 p=.006	Muy Bueno
23. ¿Consideraría cambiar la forma de sus artesanías?	40	65%	3.43	3	* 1.451 p=.155	Regular
25. Sabe crear diferentes formas?	40	30%	1.93	3	-4.86 p=.000	Malo/ Deficiente

\*\*\* *Significativas al .05 para excelente*

\*\* *Significativa al .05 para muy bueno*

\* *Significativa al .05 para regular*

Dentro de esta variable, el 100% de las artesanas creen que la forma que usan en las prendas artesanales influye en la venta, el mismo porcentaje cree que el hacer formas diferentes podría reflejarse en una mejor venta de las prendas, lo que da un resultado de valoración excelente.

El 87.5% ( $t=2.905;p=.006$ ) de las artesanas considera que la forma que usan en sus prendas tiene un significado especial, que principalmente es por tradición, el porcentaje restante hace las prendas sólo para venta, sin ponerle un significado extra, esta pregunta tiene una valoración muy buena.

El porcentaje de artesanas que considerarían cambiar la forma física de las prendas para una mejor venta es del 65% ( $t=1.451;p=.155$ ) lo que da una validación regular. Casi la mitad de las artesanas están dispuestas a probar nuevas formas para mejorar sus productos lo que nos habla de una innovación necesaria.

Tan solo el 30% ( $t=-4.86;p=.000$ ) sabe crear formas diferentes para las artesanías por lo que sería necesaria capacitarlas para poder ampliar sus posibilidades, ya que la validación es mala. Estos resultados se muestran con detalle en el cuadro 7.

### 7.1.1.5 Figuras

**Cuadro 8.** Resultados de Figuras con porcentaje de respuestas positivas, media, valor de comparación y valor de t.

Pregunta	No.	Respuestas positivas	Media (X)	Valor de Comparación	Valor de T	Valoración Cualitativa
29. Usted escoge las figuras que borda?	40	100%	5	4.5	** -----	Excelente
31. Usa simetría en sus bordados?	40	100%	5	4.5	** -----	Excelente
33. ¿Cree que las figuras influyen en la venta?	40	100%	5	4.5	** -----	Excelente
35. ¿Consideraría hacer figuras diferentes?	40	100%	5	4.5	** -----	Excelente
30. ¿Cree que la simetría importa?	40	100%	4.88	4	** -----	Excelente
34. ¿Es necesario que sus bordados lleven figuras?	40	100%	4.88	4	** -----	Excelente
32. ¿Sus figuras transmiten un mensaje?	40	62.5%	3.33	3	* 1.305 p=.200	Regular

**\*\*** Significativas al .05 para excelente

**\*** Significativas al .05 para regular

Dentro de esta variable encontramos que las artesanas respondieron positivamente a casi todas las preguntas, con una valoración excelente/muy buena. El 100% de las mujeres escogen las figuras que bordan en cada una de sus prendas o artesanías, usan simetría en las figuras que hacen, piensan que crear nuevas figuras en los bordados podría significar una mejor venta del producto, todas consideran hacer figuras diferentes para ayudar a la venta, saben que la simetría es importante para la vista y piensan que es necesario que las prendas lleven figuras de algún tipo.

La única pregunta que tiene 62.5% ( $t=1.305; p=.200$ ) es sobre el mensaje o mensajes que transmiten las figuras que bordan, algunas de las artesanas no

transmiten un mensaje o no le impregnan ese significado a la prenda. Estos resultados se muestran con detalle en el cuadro 8.

### 7.1.1.6 Precio

**Cuadro 9.** Resultados de Precios con porcentaje de respuestas positivas, media, valor de comparación y valor de t.

Pregunta	No.	Respuestas positivas	Media (X)	Valor de Comparación	Valor de T	Valoración Cualitativa
41. ¿Cree que el precio influye en la venta?	40	100%	5	4.5	**** -----	Excelente
45. ¿Acepta un pago que no sea dinero?	40	100%	5	4.5	**** -----	Excelente
37. ¿Usted pone el precio a las artesanías?	40	82.5%	4.47	4	*** 2.602 p=.013	Muy Bueno
38. ¿Vende al mismo precio a mexicanos y extranjeros?	40	75%	4.13	3.5	*** 2.720 p=.010	Muy Bueno
43. ¿Pone sentimiento a su artesanía?	40	70%	3.63	3	** 2.339 p=.025	Bueno
42. ¿Sabe poner valor a su trabajo?	40	77.5%	3.23	3	* 1.245 p=.221	Regular
39. ¿Todos ponen el mismo precio?	40	45%	2.85	3	- 4.79 p=.635	Malo/ Deficiente
40. Comparte sus habilidades?	40	45%	2.45	3	-2.196 p=.034	Malo/ Deficiente
44. ¿Se deja regatear?	40	40%	2.53	3	-2.211 p=-.033	Malo/ Deficiente
46. ¿Considera difícil hacer artesanías?	40	22.5%	1.58	3	-7.822 p=.000	Malo/ Deficiente

\*\*\*\* *Significativas al .05 para excelente*

\*\*\* *Significativa al .05 para muy bueno*

\*\* *Significativa al .05 para bueno*

\* *Significativa al .05 para regular*

El precio de venta es uno de las variables más importantes en las artesanías, ya que determinan principalmente si se vende o no una pieza. El 100% de las artesanas saben que el precio influye en la venta y consideran que es el factor principal y ninguna de ellas acepta un pago que no sea en dinero. Lo que tiene una valoración excelente.

El 82.5% ( $t=2.602;p=.013$ ) de las artesanas ponen directamente el precio sobre sus artesanías, mientras que el 75% ( $t=2.720;p=.010$ ) venden al mismo precio a mexicanos y extranjeros, lo cual es bueno pero el tipo de cambio de otros países tienen un valor diferente, por lo que sería bueno adaptar eso a los precios de venta. Esto tiene una valoración muy buena o buena, aunque puede ser puesta esta última a consideración.

70% ( $t=2.339;p=.025$ ) ponen algún tipo de sentimiento a las artesanías que realizan, lo que debe considerarse como un valor extra en el precio total, teniendo una valoración buena o regular.

Poner precio al trabajo artesanal realizado y todos los rubros que esto cubre es una característica básica de quienes realizan trabajos artesanales, el 77.5% ( $t=1.245;p=.221$ ) dicen saber poner valor a su trabajo y no solo sacar el precio total por los insumos usados, pero tiene una valoración regular.

La valoración en las siguiente preguntas es malo porque de acuerdo con las artesanas, el 45% ( $t=-.479;p=.635$ ) todas las artesanas ponen el mismo precio, lo cual en base al porcentaje nos indica que la mayor parte de las mujeres saben que los precios puede variar mucho, lo que afecta la venta para algunas. También el mismo porcentaje 45% ( $t=-2.196;p=.034$ ) comparten sus habilidades y a las demás no les gusta que las demás artesanas sepan todo lo que ellas saben.

Estas últimas preguntas tienen una valoración como mala por el tipo de respuesta pero no debe ser considerada así, solo el 45% de las mujeres aseguran que se dejan regatear por la necesidad de venta, pero el otro 55% no, por lo que es una valoración buena. Al igual que solo el 22.5% considera difícil hacer artesanías, por lo que el resto del porcentaje se siente cómodo haciendo los productos para la venta. Estos resultados se muestran con detalle en el cuadro 9.

### **7.1.2 Pruebas Mann – Whitney y Kruskal Wallis**

Para determinar si existen diferencias significativas sobre las mujeres que reciben apoyo del gobierno y las que no, se realizó una prueba no paramétrica de Mann – Whitney y Kruskal Wallis para saber si de alguna manera esto influye en los resultados. La prueba Mann – Whitney es para 2 variables, que en este caso fueron las respuestas si y no para ayuda gubernamental y se utilizó la prueba de Kruskal – Wallis para las 5 variables del rango de edad de las artesanas.

Se utilizó esta prueba porque se sacaron muestras de seis comunidades diferentes, pero que tienen las mismas necesidades de venta. Se hicieron diferentes preguntas en cuanto a datos sociodemográficos y solamente dos de ellas tuvieron diferentes respuestas, pero comparando los resultados con las pruebas estadísticas es notorio que todas tienen los mismo problemas.

Estos resultados de las pruebas nos dijeron si existe algún tipo de variación entre las respuestas de cada pregunta cuando la significancia es  $<.05$  o  $.05$ . En esta caso ninguna de las respuestas tiene variación en cuanto a respuestas, lo que nos dice que casi todas las mujeres artesanas contestaron de la misma manera, no importando tanto el apoyo gubernamental o la edad que tienen, todas ellas concuerdan en que es necesaria la innovación de sus productos al pensarse que es una de las opciones necesarias que lograrían incrementar la venta de sus artesanías.

**Cuadro 10.** Resultados de pruebas no paramétricas con Significancia y Chi <sup>2</sup> de Mann – Whitney y Kruskal Wallis para variable diseño

Preguntas	Apoyo Gubernamental		Edad	
	Si	No	20-30	31-40
	16	24	5	8
			10	10
			7	
Diseño	Sig.		Chi <sup>2</sup>	Sig.
1. Características	p= .967		4.565	p= .335
2. Visión	1.000		.000	1.000
3. Nuevas técnicas	.521		1.609	.807
4. Cambios	.031 *		5.568	.234
5. Vestidos/Blusas	.084		4.948	.293
6. Misma técnica	.838		4.000	.406
7. Venta	1.000		.000	1.000
8. Cambios	1.000		.000	1.000

\* *Significativas al .05*

(Ver Anexo para cuadros 12 – 16 de variables color, material, forma, figura y precio)

## 7.2 Resumen de resultados estadísticos

**Cuadro 11.** Resumen de resultados estadísticos para preguntas con resultados deficientes, regulares y excelentes.

Resumen			
Variables, No. pregunta	Deficiente, Malo	Bueno, Regular	Excelente, Muy bueno
Diseño	1, 3	4, 5	2, 6, 7, 8
Colores	10, 11	9	12, 13
Materiales	17	-----	15, 16, 18, 19
Forma	25	23	24, 26, 27
Figuras	-----	30, 32, 34	29, 31, 33, 35
Precio	39, 40, 44, 46	42, 43	37, 38, 41, 45

Mejora Radical

Sobre las respuestas de las mujeres artesanas encuestadas, sabemos que el concepto de diseño es desconocido para ellas, no saben otras técnicas, no saben sobre emociones o combinaciones del color, han usado siempre los mismos materiales y formas, la competencia es su rival mas fuerte y son muy celosas de su conocimiento.

Mejorar

Las mujeres han cambiado pocas características físicas de sus prendas, no tienen una significado claro, solo referencias, se necesitan cambios de forma y simetría, no transmiten mensajes, dicen no ser necesario que lleve figuras, no saben por precio y no les imprimen un sentimiento.

Mantener

Tienen una visión clara, una técnica bien dominada, saben que hacer cambios a sus artesanías en cada variable puede significar una mejor venta, estan dispuestas a hacer cambios, siempre usan colores, la calidad y la tradición son elementos importantes, ellas escogen las figuras bordadas, ponen el precio y lo más importante para ellas es la venta.

En el cuadro 11, Podemos conocer los resultados estadísticos con base a un resumen; en este resumen, se muestra un número que representa una de las preguntas realizadas en el cuestionario a las mujeres artesanas de la Masehual Sihamej. Cada pregunta/número cae dentro de una categoría que describe cuales son las posibles acciones que se deben de tomar para de alguna manera mejorar los resultados obtenidos en diferentes escalas o simplemente mantener esa característica de la misma manera en la que la han estado realizando las artesanas.

La descripción “mejora radical” describe las posibles acciones o soluciones que se pueden tomar como respuesta a las preguntas que cayeron dentro de la categoría deficiente/malo, con base en los resultados del cuadro 3, por lo que se sugiere hacer cambios y mejoras de manera drástica.

La descripción “mejorar” sugiere hacer pequeños cambios que pueden mejorar la percepción de los clientes hacia las artesanías textiles; esta descripción se le dio a las preguntas que cayeron dentro de la categoría bueno/regular.

“Mantener” es uno de los resultados que obtuvieron las preguntas que cayeron dentro de la categoría muy bueno/excelente porque con base a lo que algunos teóricos dicen sobre las variables estudiadas, las mujeres cumplen casi en su totalidad con la aplicación de las reglas señaladas, por lo que mantenerse de la misma manera puede resultar en un gran beneficio tomando en cuenta la mejora de las otras categorías.

## VIII. PRUEBAS DE HIPÓTESIS

Esta investigación tuvo como propósito identificar algunas de las características de las artesanías textiles que podrían tener un impacto en la venta de ser innovadas. Se obtuvieron resultados sobre las variables consideradas para saber cuáles de estas características podrían cambiarse sin interferir con el la tradición milenaria que las mujeres artesanas han trabajado durante tantos años. Las variables que se tomaron como referencia para la venta fueron **diseño, color, materiales, formas, figura y precio**. Para cada una de estas variables se tomaron referencias sobre teorías que explican como funcionan cada una de estas variables.

De acuerdo con los resultados de la investigación se puede decir que es posible innovar estas características en base en lo que dijeron en los resultados las mujeres artesanas, ya que para ellas en general, lo más importante es vender el producto; pero existen puntos muy importantes sobre las características de las artesanías y lo que dicen los teóricos que significa cada una de estas características, de las cuales las mujeres no tienen conocimiento pleno.

### 8.1 Diseño

- *Hipótesis – El diseño de un producto influye en la decisión de compra del mismo*

Con base en los resultados obtenidos de las mujeres artesanas de la Masehual, la hipótesis sobre diseño se sostiene porque se probó en un (75.6%) basado en el porcentaje general de respuestas positivas que se obtuvo de cada pregunta en el cuestionario. 6/8 preguntas tuvieron respuestas positivas del cuestionario de indicadores como 1. idea antes de crear una prenda, 2. un buen diseño genera una mejor venta, 3. aceptar hacer cambios, 4. uso de la misma técnica de bordado, 5. cambios físicos de diseño y 6. cambios de características en vestidos y blusas. Tan solo 2/8 de las preguntas tuvieron respuestas negativas, en los indicadores sobre el 1. conocimiento del concepto diseño y en 2. la imposibilidad de crear técnicas nuevas de bordado, lo cual no es negativo, simplemente no se conocen otras técnicas manuales para llegar al mismo resultado.

Los estudios sobre diseño en artesanías de Cuetzalan son pocos, por lo que se tomaron teorías sobre diseño en general que pueden ser aplicadas a las artesanías

textiles. Buchanan (1989) habla sobre la doctrina de las colocaciones, donde se dice que el diseñador o creador de un objeto da forma con base en la posibilidad de poder cambiar el contexto o situaciones desde donde es pensada, lo que permite una nueva visión y por lo tanto una nueva posibilidad.

Las artesanas de la Masehual en Cuetzalan no saben, principalmente, cuales son las características del concepto diseño, por lo que es complicado que se pueda cambiar algo que no se conoce. Tienen muy bien dominada la técnica que utilizan, lo que significa que ahora puede llevarse esa técnica a nuevas posibilidades con base a lo que ya saben hacer a la perfección. Están dispuestas a cambiar algunas características pero no saben cómo. El diseño es una visión mental del objeto a realizar, lo cual dominan las artesanas al 100% porque siempre visualizan cómo va a quedar el producto, por lo que es posible ampliar y aplicar directamente el diseño en las artesanías.

Otra teoría es la de Herbert (1969), quien dice que para que exista diseño se deben transformar situaciones existentes en preferibles, refiriéndose a que si un elemento no está funcionando es necesario cambiar, mejorarlo o adaptarlo para que sea funcional o cubra esa necesidad que no esta siendo satisfecha.

La venta es el principal problema que encuentran las artesanas, ya sea por la competencia entre ellas o porque no tienen un lugar de venta. Están dispuestas a probar nuevas opciones para transformar esa situación existente que no las esta favoreciendo, en una preferible. No creen que se puedan crear nuevas técnicas para elaborar las artesanías, pero con las técnicas que saben es posible ampliar los resultados.

Cambiar está en la naturaleza, evolucionar para sobrevivir, todos los seres vivientes lo hacen y no hay excusa para que las creaciones de los humanos sean diferentes, cambiar no es perder la esencia, es adaptarse al cambio.

Uno de los problemas principales es que no tienen la capacitación suficiente para hacer esos cambios a las artesanías, tienen el interés, la disposición, el anhelo, la técnica y la necesidad para hacerlo, ahora solo falta que reciban ese conocimiento necesario para poder hacerlo.

## 8.2 Colores

- *Hipótesis – Los colores en un producto tienen un efecto positivo o negativo que influyen en la venta.*

Los colores usados en las artesanías textiles tradicionales tienen un significado de referencia para las mujeres artesanas, pero no saben el significado del color, utilizan mucho el color verde porque les recuerda la vegetación y naturaleza que las rodea, pero no toman en cuenta que el color verde es frío y que puede ser combinado de manera contrastante o similar con otros colores. Algo que notan las artesanas es que con el cambio de temporada y cambio de prendas textiles que sacan, usan diferentes tipos de colores, pero, como ellas lo dijeron, solo usan los colores que están disponibles, pero con este cambio cada seis meses notan un pequeño aumento en las ventas pero no lo suficiente, por lo que la hipótesis de color se sostiene porque se probó en un (61%) ya que teniendo cambios más significativos y constantes en las prendas, se podría llegar a una mejor venta de los productos.

Los indicadores que hablan sobre 1. la influencia del color en las ventas, 2. todas las artesanías llevan color y 3. la existencia de un significado a los colores fueron positivas 3/5, mientras que indicadores sobre él 1. conocimientos de las combinaciones básicas de colores y 2. las emociones relacionadas al color tuvieron respuestas negativas 2/5 dentro de las artesanas al no conocer sobre los temas.

Para la variable de color, Disseny (2016) dice que las reacciones al color son sumamente importantes en la mercadotecnia y en el diseño de productos, definen como se sienta una persona con tan solo mirar por primera vez el producto. Los colores generan un estímulo, las reacciones a los colores son las que dan significado a estos, cambian los estados de ánimo, sus efectos son de carácter fisiológico y psicológico, producen impresiones y sensaciones de gran importancia, pues cada uno tiene una vibración determinada en nuestra visión y por tanto en nuestra percepción.

Según Mubeen (2005) El poder de los colores es muy fuerte, induce reacciones basadas en instinto y asociación. Los colores alteran el significado de un objeto o de una situación dependiendo con lo que sea asociado ese color por parte de los consumidores.

El problema que existe con el uso de colores dentro de las mujeres artesanas de la Masehual en Cuetzalan es que utilizan básicamente los que tienen a su alcance, los hilos de algodón con los que bordan las artesanías sólo vienen en pocos colores, por lo que es difícil tomar los colores necesarios para manejar el estímulo psicológico en las personas que crea esa reacción de querer comprar la prenda.

A los colores que tienen a su alcance les dan una relación, principalmente con la naturaleza y con los objetos que rodean la zona donde viven las artesanas, pero esa relación de colores sólo es significativa para ellas, lo que representa muy bien la tradición textil de la cultura, pero hablando en un contexto de venta, no tiene gran impacto sobre las emociones de las personas/clientes, que son los que van a dar el sustento para estas familias artesanas.

Es necesario, con base en los resultados, considerar que las mujeres artesanas de la Masehual, están dispuestas a aprender y a aplicar las relaciones que tienen los colores con las emociones positivas y negativas que actúan sobre las personas. Están dispuestas a utilizar los colores que podrían significar una mejor venta de sus productos para beneficio de ellas.

La tradición de los colores usados por las artesanas, se basa principalmente en la disponibilidad de materiales. Es difícil explicar la manera en la que una tradición se basa en la escasez de un producto, pero que se podrían mejorar la manera en la que se venden estas artesanías por la inclusión de nuevos colores con un significado universal que de igual manera se les puede dar un significado propio pero que afecta también directamente a quienes no conocen este significado.

### **8.3 Materiales**

- *Hipótesis – El material es uno de los factores principales para la venta dependiendo de su función, vista y utilidad para su venta.*

La calidad del material que trabajan las artesanas es de suma importancia, primero porque es requerido por la organización y segundo porque los clientes están interesados en que la prenda “les dure”, por lo que esta hipótesis también se sostiene porque se probó en un (84%) basado el porcentaje de respuestas positivas. Usando materiales con buena calidad y bordados tradicionales de buena calidad con nuevos diseños, se puede llegar a tener un incremento en las ventas.

4/5 preguntas tuvieron respuestas positivas en los indicadores de 1. calidad en las artesanías, 2. materiales influyen en la venta, 3. se busca siempre la calidad en las prendas y 4. considera importante el material con el que se realizan las artesanías. Todas las respuestas con porcentaje positivo y solo 1/5 con respuesta negativa al no haber usado materiales distintos.

Dentro de esta variable existe una característica que es la que tomaremos como principal dentro del materiales que es la calidad. Según Juran (2004) la calidad es la aptitud que tiene un producto para el uso. Una forma de calidad está orientada a los ingresos, y consiste en aquellas características del producto que satisfacen necesidades del consumidor y, como consecuencia de eso producen ingresos. En este sentido, una mejor calidad generalmente cuesta más. para lograr calidad abarca tres procesos básicos: la planificación de la calidad, el control de la calidad y el mejoramiento de la calidad.

Los materiales definen que tan resistente puede ser un producto para su uso, lo que se transforma en calidad. No solo es una característica importante que debe existir en un producto, si no es la más importante, inclusive por encima del precio que muchas veces se ha dicho es la más importante.

Las artesanías son hechas 100% a mano, por lo que el control de calidad debe ser una prioridad en la realización de las mismas, lo que podría traducirse a una mejoría en las ventas. Para Joseph Juran el uso es un factor importante, si se cambia alguna de las otras variables, como es la de forma, la calidad debe ser aún más importante porque la artesanía dejaría de ser un artículo exclusivamente simbólico, para pasar a ser de uso diario.

Las artesanas de la Masehual consideran de lo más importante la calidad, tanto de los materiales como del terminado de producto, ya que saben que la venta se basa en ofrecer un producto duradero y de buena calidad. Algunas de las artesanas venden en el hotel Taselotzin que es de la Masehual y ahí también les exigen calidad en los productos.

Rojas/Leffler (2003) dicen que “La calidad se refiere a la cantidad del atributo no apreciado contenido en cada unidad del atributo apreciado”.

La calidad usada por las artesanas, no sólo refleja la atención al detalle para una mejor venta, también se refleja el esfuerzo y dedicación que las mujeres ponen a sus artesanías como forma de respeto a sus tradiciones, por lo que ese trabajo se debe de mantener para combinarse con las otras variables y dar como resultado una mejor venta.

#### **8.4 Formas**

- *Hipótesis – La forma de una prenda necesita complacer, satisfacer y gustar al cliente para su venta.*

La forma tradicional que usan las mujeres en sus artesanías sirve para cubrir el cuerpo, no para mostrarlo como lo hacen las prendas contemporáneas, este pequeño cambio puede ser muy significativo para la venta con base en la experiencia que las mujeres han tenido con clientas que buscan algo “más moderno” por lo que esta hipótesis también se sostiene porque se probó en un (76.5%), las respuestas positivas fueron 4/5 en indicadores como 1. influencia de la forma en la venta, 2. saber si una forma diferente puede significar una mejor venta, 3. la forma tiene un significado especial y 4. si considerarían probar nuevas formas. El único problema es que las mujeres no saben hacer cortes diferentes, pero están dispuestas a aprender y hacerlos.

Alexander (1971) dice que “La forma no es modelada mediante interacción entre las exigencias del contexto real y los desajustes reales de la forma, sino mediante una interacción conceptual entre la imagen conceptual del contexto que el diseñador ha aprendido e inventado.”

También Heidegger (1995) menciona que “La forma es el saber acerca del comportamiento humano sensible relativo a las sensaciones y a los sentimientos, y de aquello que lo determina” y Kotler (1997) dice que “La moda es el estilo dominante en un momento dado. Al principio una moda tiene un carácter distintivo y por ello interesa a ciertos consumidores líderes”.

La forma, como las otras variables, está relacionada directamente con la tradición, la manera en la que relacionan la artesanía con su vida ha sido pasada de generación en generación sin alteraciones mayores. La forma es única y ha experimentado

pocos cambios a través del tiempo pero principalmente porque las artesanas no saben hacer o crear ninguna otra.

Una artesanía como prendas de vestir puede seguir algunos lineamientos del tema relacionado a la moda que podrían aportar elementos positivos para mejorar la venta.

Las mujeres artesanas están dispuestas a probar nuevas propuestas de forma, el problema es que no saben hacerlas. Esta disposición al cambio es el resultado de la necesidad de venta y subsistencia que tienen las familias, la tradición es importante pero sobrevivir es aún más importante. Un problema que tiene la tradición es que no deja entrar nuevas posibilidades, condenándose a repetir los mismos errores una y otra vez, quedando estancada la posibilidad de progreso.

Las artesanas saben cómo funcionan las temporadas, ya que dependiendo de la estación crean artesanías enfocadas a cubrir esa necesidad de vestimenta. Lo mismo pasa con la moda, por lo que artesanías y moda no son extrañas la una a la otra. Tomar más elementos de esta rama puede beneficiar de gran manera la venta de artesanías, como, caída de la prenda, tamaño, mangas, cuello, ancho, largo, ajuste, etc.

Según Alexander (1971), la forma cubre la necesidad que el diseñador ve y de cierta manera puede ser resultado de la subjetividad, por eso las necesidades de unos pueden no ser importantes para otros porque no lo ven como una necesidad, pero para otros puede ser muy importante y de cualquier manera se debe de cubrir, por lo que existen obviamente una cantidad incontable de necesidades para diferentes grupos de personas y todas deben resolverse de alguna u otra manera.

Es por esto que la venta de artesanías con base en variables específicas pueden no ser importante para algunos pero para las mujeres artesanas de la Masehual si.

## **8.5 Figuras**

- *Hipótesis – Figuras significativas en los textiles pueden ser reorganizadas y cambiadas para tener un impacto visual diferente y podría mejorar las ventas.*

Las figuras bordadas en las artesanías tienen un significado especial para las artesanas, todo lo bordado representa un elemento que ven a su alrededor, desde montañas y árboles hasta pollos, todo representativo para ellas de una manera “tradicional” lo han hecho durante muchos años pero algunas de ellas no saben exactamente qué significa, sólo lo que representa, por lo que cambios de organización en las figuras es posible, la hipótesis se sostiene porque se probó en un (94.6%) al tener resultados positivos en todas las preguntas 7/7. Solamente el indicador de la transmisión de mensajes por medio de figuras tuvo un resultado regular pero sigue siendo positivo.

Martí (1960) dice que “El significado de las figuras, dentro de los pueblos indígenas, tienen relación con la tierra, la naturaleza y la fuerza del mundo hasta englobar unidades inmensas que tienen por fin la búsqueda mística de los momentos de liberación suprema, es decir, las concordancias entre el alma individual y el alma cósmica, el tiempo y la eternidad, lo limitado y lo infinito”.

Las figuras son representativas de una cultura, pero existen infinidad de imágenes que podrían usarse en la representación de la cosmovisión que se tiene, cambiando los tamaños, posiciones, simetría y la variable de color se puede dar una visión diferente pero significativa para la cultura.

Esta variable al igual que las otras, es considerada por las artesanas como un elemento que influye en la venta de sus artesanías y que de modificarse, podrían tener un mayor impacto en los clientes.

Un punto importante es que esa necesidad de venta se ha hecho tan grande que las artesanas están dispuestas a probar nuevas propuestas que reflejen una mejor venta. Cada figura tiene un significado, ya sea personal o por tradición, que la mayoría de las veces transmiten un mensaje, pero otras no, a veces las figuras se usan de manera aleatoria para buscar cual es la que atrae más a los clientes, por lo que el uso de nuevas figuras, nuevos significados y nuevos mensajes puede reflejar una mejor venta.

Todas las prendas artesanales llevan figuras según las artesanas, ya sean objetos animados o inanimados por lo que las posibilidades son ilimitadas.

Sobre las figuras dice Chacón (2006) “Toda la decoración posee un significado especial. Algunas de las figuras bordadas únicamente cumplen una función estética y por eso se les llama “motivos”, mientras que a las que encierran significados particulares se les llama “símbolos textiles”.

No es ningún secreto que las mujeres artesanas tienen una falta de preparación notoria, no en el sentido de educación, sino en el sentido de acceso a la información y conocimiento, porque muchos términos, procesos, posibilidades, significados y técnicas son extraños para ellas, por lo que es necesario no solo proponer cambios, sino enseñarlas a conocer y aceptar los cambios, explicarles el por qué y enseñarlas a hacerlos.

## **8.6 Precios**

- *Hipótesis – Los precios de una artesanía textiles cuentan diferentes factores que se toman en cuenta para llegar a un número adecuado de precio de venta que podría generar un mejor ingreso.*

El precio de las artesanías sigue siendo un misterio, la hipótesis se sostiene en un (65.7%) porque efectivamente abarcan varios factores que influyen en el precio pero no se sabe exactamente el valor de esos factores, el número de respuestas positivas fue de 6/10, con indicadores positivos como si 1. el precio influye en la venta, 2. si aceptan pago que no sea dinero, 3. si cada artesana pone un precio propio, 4. si venden al mismo precio a locales y extranjeros, 5. poner precio a su trabajo y 6. plasmar sentimientos. Las respuestas negativas que se obtuvieron fueron 4/10 en indicadores como el 1. precio que ponen otros artesanos, 2. compartir habilidades, 3. dejarse regatear y 4. considerar hacer artesanías una tarea difícil; estos indicadores negativos reflejan que no es complicado hacer artesanías pero la competencia es el problema más grande que tienen.

La teoría del economista Ricardo (1973) indica que un precio se puede definir cuando un producto no permanezca mucho tiempo en el mercado, *sólo en la cantidad de necesidades y deseos que los humanos requieren*, de lo cual resulta que ninguna de ellas deja de estar sujeta a variaciones accidentales y temporales de su precio. “El valor de cambio de los bienes producidos sería proporcional al trabajo empleado en su producción, no solo en su producción inmediata, sino en

todos aquellos implementos o máquinas requeridos para llevar a cabo el trabajo particular al que fueron aplicados”.

Casi el 100% de las artesanas, dejan sus artesanías a la venta el tiempo que sea necesario, no buscan alternativas de venta, simplemente las dejan hasta que se vendan, esto porque no tienen muchas opciones ya que no tienen mucho tiempo para estar cambiando o transformando las artesanías. Muchas de ellas dedican de 2 a 3 horas al día a realizar sus productos, esto porque deben encontrar actividades alternas que les ayuden con los gastos de la familia, por lo que tomarse el tiempo para buscar alternativas no es una opción para ellas.

Desde hace mucho Marx (1848) dice que el “Valor de una mercancía es la cantidad de trabajo que lleva incorporado, tanto para su elaboración, fabricación, extracción, instalación, transporte, que es el trabajo vivo, cuanto para las instalaciones que requiere, la fabricación de las máquinas herramientas necesarias y las materias primas que integra, que constituyen el trabajo muerto”. El valor de las instalaciones y máquinas se repercute entre todas las unidades que se produzcan durante su vida útil.

El precio no sólo es el trabajo que implica hacer un producto, son varios factores, como tiempo, mercado, demanda, disponibilidad, competencia, insumos. Todo eso se debe tomar en consideración para cualquier producto, como artesanías textiles.

Hasta ahora no encontramos ningún autor que hable específicamente sobre el valor de la historia, cosmovisión, información y cultura que se le impregna a las artesanías, es más, la gente muchas veces no sabe que los productos tienen una historia única y valiosa. Esta característica de las artesanías debe tener un valor extra que se suma al costo de producción de una pieza, pero muchas veces lo que las artesanas hacen es simplemente aumentar “un poquito” al costo de producción de una pieza artesanal, que es lo que ellas consideran suficiente para el producto se venda a buen precio, pero no es así, debe existir una investigación sobre cómo contar o sugerir un precio por la historia, aunque eso debe ser una investigación bastante amplia.

Muchas comunidades y municipios donde la producción de artesanía es una de las principales fuentes de ingreso, no cuentan con una preparación económica,

refiriéndose a que ellas ponen el precio que les parece justo por su trabajo, pero muchas veces no tienen idea de si es en realidad el costo de producción. Muchos economistas y comerciantes piensan que el costo de producción más el valor agregado da el precio del mercado, pero con las artesanías es diferente. Esa parte histórica y única que se impregna en las prendas debe tener un valor extra.

El precio es uno de los factores principales que determina si una prenda se vende o no, pero también sería correcto informar a los clientes sobre el proceso de elaboración, quién la hizo, qué significa y todo el proceso que esta obra artesanal tuvo que pasar para su elaboración. Es muy fácil llegar a ver a las artesanas y sea cual sea el precio siempre regatear porque es tratar directamente con la productora pero la gente no sabe todo el trabajo, dedicación y amor que cada una de las artesanas pone a sus artesanías.

## **IX. CONCLUSIONES**

La necesidad es más fuerte que la tradición; la innovación va de la mano con mejoramiento, como vimos anteriormente, innovar es desarrollar algo nuevo a partir de una necesidad, ya sea individual o grupal para lograr una meta económica. Fuera de la venta con tradición, que es muy importante, esta investigación se centró en buscar cuales son las necesidades principales de las mujeres artesanas de la Masehual y la venta es una de ellas. Saben que para poder vender mejor sus artesanías es necesario aplicar algunos cambios a las tradiciones pero sin perder la esencia que tiene sus productos.

Las mujeres artesanas están de acuerdo con cambiar características físicas de las artesanías para atraer más clientes y mayores ventas pero lo que no saben es como aplicar esos cambios porque por la tradición, siempre han hecho lo mismo una y otra vez desde muchas generaciones atrás.

La tradición no está peleada con la innovación aunque son términos opuestos, ya que uno detiene o modifica al otro, pero de alguna manera es posible fusionar los dos para posiblemente crear un nuevo termino. Absolutamente nada debe ser encasillado en un solo concepto, los conceptos se crean con base en los cambios que se dan para categorizar los rubros en los que caen estas nuevas creaciones, pero hablando específicamente de tradición e innovación es necesario que la innovación guíe a la tradición por caminos no recorridos que pueden llevarla al desarrollo.

Algunos de los problemas a los que se enfrentan las mujeres artesanas con la tradición es que son muchas las mujeres que se dedican a la misma actividad y a las mismas artesanías, por lo que la competencia es el problema más serio que se encuentra entre las artesanas. Como son de diferentes grupos, es posible diferenciar a uno de otro y sería aún mejor si un grupo en específico como la Masehual realizara un trabajo único de ellas. Por esto es necesario enseñar y capacitar a las mujeres en las técnicas y posibilidades de cambio que podrían tener las artesanías, ya que ese es otro problema muy importante. Las mujeres tienen la disposición para aprender nuevas técnicas y obtener nuevos resultados, el problema es que no saben por donde empezar ni como hacerlos. Es necesario llevar talleres y clases a la Masehual para darles las herramientas necesarias para la innovación. La

tradición es importante y esta impregnada de historia, pero la necesidad de venta es aún más grande para las artesanas.

El lugar de venta de las artesanías en Cuetzalan es otro de los problemas a los que se enfrentan las mujeres, ya que los vendedores ambulantes son quienes dominan las calles de Cuetzalan y muchas veces venden imitaciones de las artesanías a un precio mucho mejor, por lo que la gente se lleva la misma vista con diferente material. Una de las ventajas/desventajas que tiene la Masehual es que ellas venden en puntos específicos, como el hotel Taselotzin y una tienda de artesanías en Cuetzalan.

La historia debe tener un precio, que es un extra que se le añade al precio total de la prenda, ya que una prenda artesanal está impregnada de historia y cultura.

Los resultados estadísticos sobre lo que piensan las mujeres artesanas sobre las artesanías no mienten. Esta parte de tradición implica un conocimiento ancestral de la manera en la que se ve al mundo, la historia de los pueblos y un conjunto de técnicas que han pasado de generación en generación y que se han mantenido hasta nuestros días. Esto es sumamente importante para la gente que se dedica a las artesanías y a sobrevivir gracias a estas, pero últimamente esta siendo cada vez más difícil depender de la tradición. La gente/clientes meta, que son los turistas principalmente, viven en un mundo globalizado en donde la innovación y el cambio son parte de la vida diaria. Cada día se ven productos nuevos o mejorados en la televisión para atraer a los clientes y mejorar las ventas.

Realizar una investigación social implica escuchar todo lo que dice la gente sobre el tema a investigar. Para este proyecto se entrevistaron a 40 artesanas de diferentes municipios y cada una de ellas tiene una experiencia diferente sobre el mismo tema: artesanías, involucrando y hablando sobre lo que envuelve esta actividad, la mayor parte del tiempo se quejan de las bajas ventas, la competencia y lo tardado que es vender.

## **9.1 Recomendaciones**

La preparación de las artesanas es un tema fundamental para poder incrementar las ventas, muchas de ellas saben y están dispuestas a cambios para mejorar, pero el problema es que no saben aplicar los cambios; talleres, seminarios, pláticas y toda

la preparación posible para ellas significaría una mejora exponencial, pero con base en los resultados de esta investigación se puede decir que sí sería una gran mejora, pero ahora se deben de probar los resultados de esta investigación para mostrar si en realidad es cierto.

Para tener aún mejores resultados es necesario saber lo que una comunidad más grande y variada piensa sobre la venta de artesanías, este primer acercamiento a los cambios fue positivo con la organización de mujeres de la Masehual, porque tienen una orientación hacia un sentido más comercial y empresarial, pero puede haber comunidades/artesanos que piensen que las artesanías se deben de realizar de la misma manera tradicional siempre y podríamos entrar en conflicto con la innovación planteada, por lo que sería bueno conocer lo que piensa otro grupo de artesanos.

Para futuras investigaciones sobre este tema yo propondría llevar a cada un proyecto para complementar la investigación, hacer los cambios a las prendas textiles y venderlas a la par de las “tradicionales” para notar como se reciben esos cambios entre los clientes.

Las mujeres artesanas saben que necesitan un cambio en sus artesanías para llamar la atención de los clientes, pero el obstáculo es no saber cómo hacerlo por ellas mismas. Capacitaciones en corte y confección son necesarios, marketing y moda también para poder ampliar aún más su mercado y posibilidades. Si ellas supieran y pudieran hacer los cambios tendrían todo lo necesario para mejorar. Al igual que tener una tienda para venta de artesanías en un lugar céntrico y turístico de Cuetzalan.

No sólo es necesario llevar un taller, también documentos, imágenes, ayuda visual, ayudarles a entender todo el mundo de posibilidades que existe con la aceptación de cambios que ya han considerado hacer para innovar sus artesanías.

Ayudar a quien lo necesita es una de las cualidades que tenemos los seres vivos, tanto humanos como animales; es por eso que si podemos ayudar de alguna manera a los que lo necesitan, crecemos como personas al igual que como sociedad ya que cuando avanzamos todos juntos se puede llegar más lejos.

## X. BIBLIOGRAFÍA

Alexander, C. 1971. Ensayo sobre la síntesis de la forma. Buenos Aires: Infinito. 224 p.

Aslam, M. 2005. Selling the right colour. A cross-cultural review of colour as a marketing cue. Cyprus. Pappasolomou. pp. 1 – 14

Báez, L. 2004. Nahuas de la Sierra Norte de Puebla. México: CDI PNUD. 39 p.

Bartra, E. 2005. Mujeres en el arte popular. De promesas, traiciones, monstruos y celebridades. Revista de historia y ciencias sociales, núm. 73, enero-abril, 2009, pp. 197-201

Blázquez 2003. La situaciones de artistas y artesanos en Grecia y Roma. Cuadernos emeritenses, núm. 8 pp. 9-28.

Buchanan, R. 1989. Declaration by Design: Rhetoric, Argument and Demonstration in Design Practice, en Design Discourse. History/Theory/Criticism, ed. Victor Margolin, Chicago, The University of Chicago Press. 302 p.

Cámara de Diputados 2016. La definición de indígena. <http://www.diputados.gob.mx/bibliot/publica/inveyana/polisoc/derindi/3ladefin.htm>

Chacón, E. 2006. Análisis y descripción de textiles. Universidad del Istmo. 95 p.

Chamochumbi, W. 2006. Las comunidades indígenas y su evolución en el proceso de adaptación territorial, resiliencia y desarrollo endógeno: teorías y notas del contexto latinoamericano. Lima. [http://www.ecoportel.net/Temas-Especiales/PueblosIndigenas/Evolucion\\_y\\_desarrollo\\_de\\_comunidades\\_indigenas\\_un\\_dilema\\_entre\\_el\\_mito\\_y\\_la\\_incompension](http://www.ecoportel.net/Temas-Especiales/PueblosIndigenas/Evolucion_y_desarrollo_de_comunidades_indigenas_un_dilema_entre_el_mito_y_la_incompension).

Cross, N. 1982. Designerly ways of knowing. En Design Discipline, Bucks, Reino Unido. DESIGN STUDIES vol 3 pp. 221-227

Disseny. 2016. Escola D'art Superior de Diseeny de Vic. <http://www.eartvic.net/>

EcuRed, 2016. Artesanías en la actualidad <https://www.ecured.cu/Artesan%C3%ADa>

Enríquez, M. 2011. Concepto de enajenación  
<http://agorapoliticafiles.blogspot.mx/2011/04/el-concepto-de-enajenacion-en-el-joven.html>

Ferrer, E. 2000. El color entre los pueblos nahuas. Estudios de Cultura Náhuatl. UNAM. 430 p.

Filosofía y Ciudadanía 2014. Ser humano y persona.  
<http://www.acfilosofia.org/materialesmn/filosofia-y-ciudadania/el-ser-humano-persona-y-sociedad/182-ser-humano-y-persona>

Flusser, V. 1994. El gesto de hacer en los gestos. Barcelona: Herder. 210 p.

FONART. 2016. ¿Qué es Fonart?  
<https://www.fonart.gob.mx/web/index.php/conoce-fonart/que-es-fonart>

Freitag, V. 2014. Entre arte y artesanía: elementos para pensar el oficio artesanal en la actualidad. El artista, num. 11 pp. 129 – 143

Germani, G. 1962. Política y sociedad en una época en transición. Buenos Aires, Argentina. Clacso. 704 p.

Gómez, D. 2001. Identificación de variables en el proceso de decisión de compra. Estudios gerenciales, num 80 pp. 23 - 33

González, E. 2011. ¿Qué es el ser humano?  
<http://www.slideshare.net/edugogo66/definicion-del-ser-humano-7453251>

Avendaño, S. 2016. Elementos artesanos y tipos de material.  
[http://www.gevic.net/info/contenidos/mostrar\\_contenidos.php?idcat=37&idcap=89&idcon=505](http://www.gevic.net/info/contenidos/mostrar_contenidos.php?idcat=37&idcap=89&idcon=505).

Heller, E. 2004. Psicología del color, como actúan los colores sobre los sentimientos y la razón. Editorial Gustavo Gili. 307 p.

Hughes, T. 1987. La evolución de los grandes sistemas tecnológicos.  
<https://sociotecno2.wordpress.com/thomas-hughes-y-los-sistemas-tecnologicos/>

Iturriaga N., J. 2005. Características del arte popular. En Arte del pueblo, manos de dios. México. Landucci. 97 p.

Juárez, N. 2013. Certificación del producto artesanal, Universidad de Pamplona.  
[http://ftp.unipamplona.edu.co/kmconocimiento/Congresos/archivos\\_de\\_apoyo/CERTIFICACION\\_DEL\\_PRODUCTO\\_ARTESANAL.pdf](http://ftp.unipamplona.edu.co/kmconocimiento/Congresos/archivos_de_apoyo/CERTIFICACION_DEL_PRODUCTO_ARTESANAL.pdf)

Juran, J. M. 2004. Architect of Quality: The Autobiography of Dr. Joseph M. Juran, New York City: McGraw-Hill. 392 p.

Kant, I. 1787. Critica de la razón pura, Segunda Edición. 206 p.

Brito, L. 2008. Arte popular, cultura e identidad. México: Landucci. 145 p.

Las artesanías mexicanas. 2011. México lindo y querido  
[http://mexicolindoyquerido.com.mx/mexico/index.php?option=com\\_content&view=article&id=1301:las-artesantias-mexicanas&catid=190:tradiciones-mexicanas&Itemid=70](http://mexicolindoyquerido.com.mx/mexico/index.php?option=com_content&view=article&id=1301:las-artesantias-mexicanas&catid=190:tradiciones-mexicanas&Itemid=70)

Lovelock, J. 1995. The Ages of Gaia: A biography of our living Earth. W.W. Norton & Co. 230 p.

Marías, J. 1947. Introducción a la filosofía. Instituto las Humanidades: Madrid. Aula de experiencias num. 4 pp. 936 - 942

Martí, S. 1960. Simbolismo de los colores, deidades, números y rumbos: ISSN. 19 p.

Marini, L. 2015. Historia y Origen de la artesanía,  
<https://www.scribd.com/doc/167475608/Historia-y-Origen-de-La-Artesania-1al-8>.

Martí, S. 2003. Simbolismo de los colores, deidades, números. Estudios de la cultura Náhuatl. ISSN. 19 p.

Marx, K. 1848. Manifiesto of the Communist Party. Reprinted in Marx: The Revolutions of 1848. Engels selected Works num. 1 pp. 98 – 137

México desconocido. 2016. Artesanías de México.  
<https://www.mexicodesconocido.com.mx/artesantias-representativas-mexico.html>.

Milton F., Anna J. 1963. A Monetary History of the United States. Princenton University. 815 p.

Monge, O. 2016. Artesanías emblemáticas del mundo, <http://www.elsalvador.com/articulo/trends/artesantias-emblematicas-del-mundo-118306>.

Novelo, V. 2002. La expropiación de la cultura popular. En Culturas populares y política cultural, México: CONACULTA. pp. 77 – 85

Novelo, V. 2004. Diagnostico de la capacidad de los artesanos en pobreza para generar ingresos sostenibles. SEDESOL. 42 p.

Nunes, P. 2015. Función de Oferta, <http://www.old.knoow.net/es/cieeconcom/economia/funcion-de-oferta.htm>

Pérez, J., Gardey, A. 2013. Definición de sentimiento, <http://definicion.de/sentimiento/>

Polo, L. 1998. Los sentimientos humanos. <http://www.recursosdeautoayuda.com/tipos-de-sentimientos-humanos-que-existen/ProMéxico>. 2014. Productos Mexicanos. <http://www.promexico.gob.mx/productos-mexicanos/las-tradicionales-artesantias-mexicanas.html>.

Prospera. 2017. Información sobre PROSPERA <http://www.gob.mx/prospera>

Ramírez, Z. 2011. Oferta, Demanda y Precio. Instituto Tecnológico de Villahermosa. 35 p.

Rojas D. 2003. Teorías de la calidad. Orígenes y tendencias de la calidad total. <https://www.gestiopolis.com/teorias-de-la-calidad-origenes-y-tendencias-de-la-calidad-total/>

Romero, A. 2014. La producción de artesanías no es rentable en México. <http://eleconomista.com.mx/estados/2014/04/10/produccion-artesantias-no-rentable-mexico>.

Rubio, A. 2009. Concepto filosófica de ser humano, <https://andrearubio.wordpress.com/2009/03/26/concepto-filosofico-de-ser-humano/>

Ruiz, Y. 2014. Productos de Corta vida para vender más. <http://expansion.mx/especiales/2014/01/02/productos-de-corta-vida-a-proposito>

Sales, F. 2013. Las artesanías en México: situación actual y retos. Centro de Estudios Sociales y de Opinión Pública. Cesop. 111 p.

Santiago. 2013. Origen de la artesanía <http://origenartesani.blogspot.mx>

Sarli, C. 2016. La innovación en diseño y tecnología en el marco de una teoría de redes, Buenos Aires, Argentina: FADU UBA. 11p.

Secretaria de desarrollo social. 2016. Institutos sociales que dan apoyo a tus necesidades. <http://www.gob.mx/sedesol/articulos/las-10-instituciones-sociales-que-te-apoyan-segun-tus-necesidades-personales?idiom=es>.

Shiner, L. 2010. La invención del arte. Una historia cultural. Barcelona, Buenos Aires, México: Paidós. 405 p.

Sierralta, M. 2014. ¿Qué es la artesanía? <https://www.guioteca.com/manualidades-y-artesania/que-es-la-artesania-a-quien-llamar-artesanos-las-respuestas-para-no-confundirnos/>

Simon, H. 1969. The Sciences of the artificial MIT Press, Cambridge, MA, USA. The MIT Press. 248 p.

Smith, A. 1776. An inquiry into the nature and causes of the wealth of nations. Campbell y A.S. Skinner. 324 p.

Sombart, W. 2009. Lujo y Capitalismo. Alemania: Sequitur. 144 p.

Turok, M. 1988. Cómo acercarse a la artesanía. Plaza y Valdes. 200 p.

Wordpress. 2007. Historia artesanal. <https://carlosorozco.wordpress.com/2007/12/03/historia-artesanal/>

Wordpress. 2009. Artesanos, manos a la obra. <https://eet651produccionartesanaltm.wordpress.com/definicion-y-conceptos-de-artesantias/>

## ANEXO

En este apartado encontramos los cuadros de resultados de las pruebas no paramétricas de Mann – Whitney y Kruskal Wallis de las variables Color, Material, Forma, Figuras y Precio

**Cuadro 12.** Resultados de pruebas no paramétricas con Significancia y Chi <sup>2</sup> de Mann – Whitney y Kruskal Wallis para variable color

Preguntas	Apoyo Gubernamental		Edad	
	Si	No	20-30	31-40
	16	24	5	8
			10	10
			7	
Color	Sig.		Chi <sup>2</sup>	Sig.
9. Significado	p= .486		7.878	p= .096
10. Emociones	.774		3.530	.473
11. Combinaciones	.374		5.289	2.59
12. Venta	1.000		.000	1.000
13. Colores	.420		4.660	3.24

**Cuadro 13.** Resultados de pruebas no paramétricas con Significancia y Chi <sup>2</sup> de Mann – Whitney y Kruskal Wallis para variable materiales

Preguntas	Apoyo Gubernamental		Edad	
	Si	No	20-30	31-40
	16	24	5	8
			10	10
			7	
Material	Sig.		Chi <sup>2</sup>	Sig.
15. Importancia	p= .255		3.987	p= .408
16. Venta	.672		4.534	.338
17. Materiales	.404		3.560	.469
18. Calidad	1.000		.000	1.000
19. Siempre calidad	.838		3.000	.558

**Cuadro 14.** Resultados de pruebas no paramétricas con Significancia y Chi <sup>2</sup> de Mann – Whitney y Kruskal Wallis para variable forma

Preguntas	Apoyo Gubernamental		Edad	
	Si	No	20-30	31-40
	16	24	5	8
			10	10
			7	
Forma	Sig.		Chi <sup>2</sup>	Sig.
23. Cambios	p= .924		3.432	p=.488
24. Venta	1.000		.000	1.000
25. Crear	.244		.745	9.46
26. Diferentes	1.000		.000	1.000
27. Significado	.594		9.484	p= .050 *

\* Significancia al .05

**Cuadro 15.** Resultados de pruebas no paramétricas con Significancia y Chi <sup>2</sup> de Mann – Whitney y Kruskal Wallis para variable figuras

Preguntas	Apoyo Gubernamental		Edad	
	Si	No	20-30	31-40
	16	24	5	8
			10	10
			7	
Figuras	Sig.		Chi <sup>2</sup>	Sig.
29. Selección	p= 1.000		.000	p= 1.000
30. Simetría	.594		4.616	.329
31. Simetría bordados	1.000		.000	1.000
32. Mensaje	.370		.947	.918
33. Venta	1.000		.000	1.000
34. Figuras	.924		5.792	.215
35. Cambios	1.000		.000	1.000

**Cuadro 16.** Resultados de pruebas no paramétricas con Significancia y Chi <sup>2</sup> de Mann – Whitney y Kruskal Wallis para variable precio

Preguntas	Apoyo Gubernamental		Edad	
	Si	No	20-30	5
	16	24	31-40	8
			41-50	10
			51-60	10
			60+	7
Precio	Sig.		Chi <sup>2</sup>	Sig.
37. Precio	p=.079		6.584	p=.160
38. Turistas	.859		6.812	.146
39. Precios	.613		4.105	.392
40. Compartir	.613		4.603	.331
41. Venta	1.000		.000	1.000
42. Poner precio	1.000		3.854	.426
43. Sentimientos	.157		.549	.969
44. Regatear	.149		2.245	.691
45. Dinero	1.000		.000	1.000
46. Dificultad	.420		1.601	.809