

# UNIVERSIDAD DE CIENCIAS Y ARTES DE CHIAPAS

CENTRO DE ESTUDIOS SUPERIORES DE  
MÉXICO Y CENTROAMÉRICA

## TESIS

### INDUSTRIA CREATIVA DE LOS ALTOS DE CHIAPAS. EL CASO DE LOS TEXTILES REGIONALES EN SAN CRISTÓBAL DE LAS CASAS

*QUE PARA OBTENER EL GRADO DE*

### MAESTRA EN CIENCIAS SOCIALES Y HUMANÍSTICAS

PRESENTA

*MASAYA DEL RASSO SÁYAGO*

COMITÉ TUTORIAL

DIRECTORA DRA. MARÍA TERESA RAMOS MAZA

DR. EDUARDO VICENTE NIVÓN BOLÁN

DR. MARTÍN DE LA CRUZ LÓPEZ MOYA

2017 Masaya Del Rasso Sáyago,

Universidad de Ciencias y Artes de Chiapas

1ª Avenida Sur Poniente núm. 1460

C.P. 29000, Tuxtla Gutiérrez, Chiapas, México

[www.unicach.mx](http://www.unicach.mx)

Centro de Estudios Superiores de México y Centroamérica

Calle Bugambilia #30, Fracc. La Buena Esperanza, manzana 17, C.P. 29243

San Cristóbal de Las Casas, Chiapas, México

[www.cesmeca.unicach.mx](http://www.cesmeca.unicach.mx)

ISBN: **978-607-8410-96-5**

REPOSITORIO INSTITUCIONAL DEL CESMECA-UNICACH



*Industria creativa de Los Altos de Chiapas. El caso de los textiles regionales en San Cristóbal de Las Casas. Por Masaya Del Rasso Sáyago, se encuentra depositado en el repositorio institucional del CESMECA-UNICACH bajo una licencia Creative Commons reconocimiento-comercial-sinobradervada 3.0 unported license.*



**UNIVERSIDAD DE CIENCIAS Y ARTES DE CHIAPAS**

SECRETARÍA ACADÉMICA  
DIRECCIÓN DE INVESTIGACIÓN Y POSGRADO



Tuxtla Gutiérrez, Chiapas  
24 de noviembre de 2016  
Oficio No. DIP-1029/16

**C. Masaya del Raso Sáyago**  
**Candidata al Grado de Maestra**  
**en Ciencias Sociales y Humanísticas**  
**Presente.**

En virtud de que se me ha hecho llegar por escrito la opinión favorable de la Comisión Revisora que analizó su trabajo terminal denominado "Industria creativa de los Altos de Chiapas. El caso de los textiles regionales en San Cristóbal de Las Casas" y que dicho trabajo cumple con los criterios metodológicos y de contenido, esta Dirección a mi cargo le autoriza la impresión del documento mencionado, para la defensa oral del mismo, en el examen que usted sustentará para obtener el Grado de Maestra en Ciencias Sociales y Humanísticas. Se le pide observar las características normativas que debe tener el documento impreso y entregar en esta Dirección un tanto empastado del mismo.

Atentamente

"Por la Cultura de mi Raza"

Dra. María Adelina Schlie Guzmán  
Directora.



C.c.p. Expediente

Libramiento Norte Poniente 1130 C.P. 29039  
Tuxtla Gutiérrez, Chiapas, México  
Tel: 01 (961) 61 70440 ext. 4360

## DEDICATORIA

A mis padres Elvia y Roberto, mis hermanos Barbara y Roberto, ya que sin su apoyo difícilmente podría ser lo que soy. A sus hijos Mariano, Leonardo y Oliver, inspiración constante en mí caminar. Y a Fernando, amor y compañero de vida.

# ÍNDICE

Resumen .....	7
Introducción .....	8
CAPÍTULO 1 .....	11
ACERCAMIENTO AL CAMPO DE ESTUDIO .....	11
1.1 Características Metodológicas.....	16
1.2 Lineamientos Teóricos .....	20
CAPÍTULO 2.....	37
LOS ALTOS DE CHIAPAS: DESCRIPCIÓN Y ANÁLISIS DEL CONTEXTO DE LOS TEXTILES .....	37
2.1 Región V Tsotsil-Tseltal, “Los Altos de Chiapas” .....	37
2.2 Contextualización de San Cristóbal de Las Casas .....	41
2.3 Los textiles de la Región Altos en San Cristóbal de Las Casas .....	45
CAPÍTULO 3.....	57
DINÁMICA DE PRODUCCIÓN, COMO PARTE DE LA INDUSTRIA CREATIVA DEL TEXTIL .....	57
3.1. LA PRODUCCIÓN DEL TEXTIL EN LA REGIÓN ALTOS.....	59
3.2 APROXIMACIÓN AL CAMPO DE LA “PRODUCCIÓN TEXTIL ARTESANAL” DE LOS ALTOS DE CHIAPAS: EL CASO DE CUATRO PRODUCTORAS.....	63
3.3 ¿QUIÉN ES UN PRODUCTOR?; TIPOS DE PRODUCTORES.....	85
CAPÍTULO 4.....	94
ESTRUCTURA DE LA INDUSTRIA CREATIVA DEL TEXTIL REGIONAL.....	94
4.1 Comercialización textil en San Cristóbal de Las Casas .....	95
4.2 El consumo cultural del textil de la región Altos de Chiapas.....	115
4.2.1 Los consumidores, ¿quiénes son? .....	121
4.3 Una mirada de la estructura de la industria creativa del textil desde la propuesta de la UNCTAD .....	126
4.3.1 Artesanía textil, estrategias desde algunas políticas públicas .....	132
Conclusiones.....	138
Bibliografía .....	144

Anexos.....	151
Anexo 1 Obstáculos encontrados durante la investigación .....	151
Anexo 2 Serie de fragmentos textiles, Museo de los Altos de Chiapas Ex Convento de Santo Domingo De Guzmán, colección arqueología, piezas prehispánicas.....	153
Anexo 3 Catálogo de textiles representativos de los 17 municipios que integran la región Altos de Chiapas .....	156
Glosario .....	168

## RESUMEN

El proceso de globalización y de reestructuración económica a nivel mundial ha ocasionado una serie de cambios en los procesos productivos de la sociedad. Cambios que orientan a la consolidación de la mercantilización de la cultura, denominada economía cultural; entre los que se encuentran la industria cultural y la industria creativa. La finalidad de este trabajo, es describir y analizar la industria creativa de Los Altos de Chiapas, específicamente, el campo del textil regional que converge en la ciudad de San Cristóbal de Las Casas, a partir de la dinámica de la población productora, comercializadora y consumidora, se pretende conocer cómo está estructurada la industria del textil, así como los elementos que la conforman. El diseño de los instrumentos de recolección se orientó hacia un enfoque cualitativo; se aplicaron encuestas, cédulas de entrevistas abiertas, dirigidas y guías de observación, con el propósito de recabar toda la información posible.

Palabras clave: textil regional, producción textil, comercialización, consumo, industria creativa, economía cultural.

## INTRODUCCIÓN

La presente investigación está formulada a partir de postulados académicos preestablecidos desde los campos antropológico y económico, principalmente. En un inicio fungieron como motivadores los conceptos y lineamientos propuestos por Néstor García Canclini (1990, 2002, 2008) y Ernesto Piedras Fera (2004, 2006), tales autores se les encuentra relacionados con la gestión de políticas públicas nacionales, con la economía basada en la creatividad, las industrias cultural y creativa, culturas híbridas y la globalización, sólo por mencionar algunos. Con este trabajo se pretende lograr un impacto significativo en el campo de la investigación de la industria creativa, integrar nuevos elementos de análisis surgidos a partir de una realidad social concreta como lo es la industria creativa del textil regional de Los Altos de Chiapas. Así como sumar elementos teórico-conceptuales al debate actual, ya que considero existen puntos que aún no han sido analizados desde el ámbito del textil regional, sobre todo desde la perspectiva de la industria creativa.

El espacio de la investigación tiene como punto de partida la Ciudad de San Cristóbal de Las Casas, un lugar donde confluyen los diversos actores que están estrechamente relacionados a la producción, comercialización y consumo del textil regional. Aquí todavía podemos encontrar una forma de producción artesanal de los textiles *típicos*, pero también se pueden apreciar las influencias de la moda del mercado mundial, pues a la par convergen grupos indígenas y no indígenas (nacionales y extranjeros) que están desarrollando un producto en vías de cambio (moda y diseño textil regional). En este proceso, los comercializadores y consumidores del textil juegan un papel muy importante, tanto en la transformación de las dinámicas del diseño, como en las labores de producción y comercialización de los productos, a tal grado que conectan a las familias artesanas que viven en las comunidades de Los Altos a la dinámica del mercado global, trastocando así su vida cotidiana, la cual se encuentra envuelta en distintos grados a la industria creativa del textil regional.

Es importante mencionar, que dentro de toda *comunidad* de la Región Altos de Chiapas se puede encontrar una gran diversidad de prendas con el textil característico de la localidad, las cuales permiten distinguir a una comunidad indígena de otra aún en el mismo municipio. Por



lo que es sustancial enfatizar que estas poblaciones indígenas no distan mucho de la dinámica de la población denominada mestiza, considero un grave error pensar a las personas con adscripción indígena y a sus lugares de origen como contextos inamovibles en el tiempo y como sujetos homogeneizados. Esta investigación no trata de *folclorizar* a las culturas indígenas, mucho menos marcar discriminadamente las diferencias, sino, por el contrario, pretende dar luz sobre la dinámica que envuelve a una población productora particular, la cual radica en Los Altos de Chiapas, esta dinámica responde a un nombre particular, industria creativa; siendo una derivación de los muchos cambios a escala global que se están viviendo, trata sobre la transición a “nuevas” formas en las que se vive una producción que tiene su origen en las poblaciones indígenas mayenses del estado de Chiapas y que se entrecruzan en la ciudad de San Cristóbal de Las Casas, renombrando a las acciones que en esta ciudad se llevan a cabo, integrando de manera directa y, unas cuantas veces indirecta, a nuevos actores al escenario de la industria creativa del textil regional.

Este trabajo no sería posible sin el acompañamiento de mi comité, sin sus comentarios oportunos, los cuales he tratado de seguir, y aun cuando algunos pudieran haber quedado fuera han sido guardados para complemento de futuros trabajos derivados de esta investigación. También enfatizo el apoyo brindado por parte de las productoras, sus familias, los comercializadores e intérpretes que coadyuvaron en el proceso mismo.

Por otra parte, el primer capítulo, aborda la parte teórica metodológica de la investigación, se presenta el planteamiento del problema, las preguntas de investigación y los objetivos que rigen el trabajo, también se expone la hipótesis y la parte metodológica que sirvió de eje, la cual conserva elementos etnográficos. Se desglosan aquellos conceptos que cumplen un papel importante para el impacto con la realidad que se analiza, el textil regional como industria creativa de los Altos de Chiapas. Estos conceptos van desde los bienes culturales, industria cultural, industria creativa, economía cultural, entre otros.

En el segundo capítulo, se exponen elementos sustanciales de la región Altos, aquellos que particularizan a la ciudad de San Cristóbal de Las Casas los cuales se han ido construyendo al pasar del tiempo. Al final de esta sección se realiza un enlace entre el campo histórico geográfico y su vínculo con el campo del textil regional.

El capítulo tres representa un análisis de la realidad observada a lo largo de los dos años de la maestría, vinculándola a la reflexión de los datos obtenidos en campo de la producción, se profundiza acerca del productor de la Región Altos de Chiapas, en donde se hace una aproximación a la vida particularmente de cuatro productoras pertenecientes a los municipios de Chenalhó, San Andrés Larráinzar, Pantelhó y pláticas con productoras que comercializan sus productos en la ciudad de San Cristóbal de Las Casas.

El capítulo cuatro corresponde al cierre de la investigación; se muestra al comercializador de textiles regionales que se encuentra en la ciudad de SCLC, que es parte importante de la industria creativa del textil, ya que forman redes estratégicas de compra-venta de los bienes culturales derivados de los diversos textiles que se producen en la región, ligadas hacia los consumidores. Se proporciona un panorama general del tipo de consumidor que se encuentra en la ciudad de SCLC, aquel que compra textiles regionales en cualquiera de sus presentaciones, se analizan algunas variables relacionadas al consumidor obtenidas a partir de un sondeo realizado en distintos puntos de la ciudad de SCLC. También se trata de resolver uno de los objetivos primordiales del trabajo, relacionado a la estructura de la industria creativa del textil de Los Altos de Chiapas, en donde se muestra de manera sucinta cómo es que se encuentra conformada dicha industria a partir de los parámetros dados por la UNCTAD<sup>1</sup>, uniendo todas las piezas que la hacen ser una industria, con relación a la dinámica encontrada en la ciudad de SCLC, que es el escenario principal para que esta pueda existir, ya que brinda los elementos para mantener un ritmo óptimo y mantener así la presencia de los diversos actores con sus dinámicas y elocuciones.

---

<sup>1</sup> En esta investigación se utilizará UNCTAD, siglas en inglés de *United Nations Conference on Trade and Development* para referirse a la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo, (CNUCYD).

# CAPÍTULO 1

## ACERCAMIENTO AL CAMPO DE ESTUDIO

La apertura de las redes de comunicación, la crisis agrícola y el turismo, entre otros eventos de escala global, han llevado a los gobiernos de distintos países del mundo a implementar cambios en sus políticas públicas y específicamente, a invertir mayor presupuesto en la promoción, difusión y publicidad de los productos culturales, tales como libros, revistas, música (discos) y artesanías.

El siglo XXI “se ha evidenciado como un escenario de múltiples y acelerados procesos de cambios socio-económicos y políticos, tecnológicos y culturales. Con una dinámica multidimensional de transformaciones interdependientes, estos cambios exhiben un carácter simultáneo, contradictorio y no homogéneo evidenciándose de este modo mutaciones diferenciales y no unívocas” (Liwera, 2009: 25).

En este sentido, los productos culturales han pasado a formar parte de las industrias culturales y creativas, las cuales se caracterizan por poseer elementos simbólicos de una cultura, se relacionan a un valor económico y a su vez incorporan la creatividad como un componente sustancial (UNCTAD, 2013).

Los estudios actuales sobre consumo cultural y artesanías señalan cómo en el neoliberalismo “se ha modificado la articulación entre capital, trabajo y procesos simbólicos” (García, 2007), pero también cómo:

El gobierno mexicano contribuyó a esa revaloración mediante un trabajo de promoción y difusión, que todavía se mantiene como uno de los pilares de la política cultural. (...) En la década de los setenta, los organismos oficiales ya existentes, los recién creados promovieron arduamente el aumento de la producción y su consumo, exaltando su valor artístico, pero más aún su significación nacionalista. (Ejea, 1998: 370).

Es decir, desde las décadas de los sesenta y setenta la producción y consumo de artesanías ya figuraba en el plano nacional y el Estado fue su principal promotor, pero en las últimas décadas, la producción y comercialización de los productos culturales se ha incrementado, a tal grado, que ha llegado aproximadamente a representar entre un 2.7% a un 5% del Producto Interno Bruto (PIB) (INEGI, 2011 y Piedras F, 2004), lo que significa un ingreso favorable para la economía nacional y un campo muy rentable por explotar. Todo esto, se desarrolla en un proceso de globalización<sup>2</sup> y de reestructuración económica a nivel mundial. Al respecto, García Canclini menciona:

En la globalización convergen procesos económicos, financieros, comunicacionales y migratorios que acentúan la interdependencia entre distintas clases sociales, de muchas sociedades, y generan mayor interconexión supranacional que en cualquier época anterior. Es un proceso abierto, que incluye diversas tendencias y efectos, a veces combinables, a veces contradictorios, dentro de una misma sociedad. Si bien bajo la globalización las sociedades son parcialmente homogeneizadas, estos procesos trabajan articulando las diferencias preexistentes y engendrando otras (García, 2007 [2002]:26).

Se ha dicho mucho sobre el proceso homogeneizador que conlleva la globalización, pero considero acertado pensarlo más bien como una estrategia discursiva, más que como una realidad que se vive en los contextos globalizados, por ejemplo, las diferentes y nuevas creatividades se pueden observar en las distintas regiones del país: “la moderna producción artesanal mexicana se distingue por la gran heterogeneidad de sus productos, de sus formas de organización y relaciones sociales en el trabajo y distribución y de su consumo” (Ramos, 2010: 112). Esto se observa en la producción del textil regional del estado de Chiapas, la cual permite generar ingresos (formales e informales) en distintas escalas; tanto para las personas productoras y sus familias, así como para los comerciantes, muchas veces intermediarios, empresarios, el estado mismo (Chiapas) y la nación (México), reflejo de la multidireccionalidad de la producción de los textiles regionales.

---

<sup>2</sup> Sin olvidar que “(...) la globalización unifica e interconecta, pero también se "estaciona" de maneras diferentes en cada cultura” (García, 2000: 2).

A la par de dicha producción se genera una apertura significativa en la comercialización y consumo de los textiles; en el caso particular de Los Altos de Chiapas, en sus inicios se caracterizaba por ser meramente regional, ahora el textil producido en la región se le puede encontrar distribuido a nivel nacional y mundial. Lo que conlleva a un impacto en el sistema tradicional de producción, modificándose muchas veces por la introducción de nuevas tecnologías, nuevos productos como los hilos y telas o nuevos diseños que terminan alterando el “diseño *original*” del textil<sup>3</sup>. El mercado transforma las relaciones sociales entre los productores, comercializadores y consumidores, trastocando los elementos de la cultura de quienes la producen, es decir, la mercantilización de los textiles regionales entra en una dinámica de hibridación, entendiendo por hibridación a “los procesos socioculturales en los que estructuras o prácticas discretas, que existían en forma separada, se combinan para generar nuevas estructuras, objetos y prácticas” (García, 2005 [1989]: III).

En la presente investigación partimos de la categoría industria creativa del textil, la cual se constituye principalmente por dos elementos enmarcados en la dinámica regional: creatividad e innovación,<sup>4</sup> que a su vez se encuentran presentes en el caso de la ciudad de San Cristóbal de Las Casas; esto con relación a un mercado en expansión. Como se ha venido dilucidando, las particularidades en torno al desenvolvimiento de la producción, comercialización y consumo del textil exponen claramente estos componentes. La actual articulación de la producción con agentes externos ha promovido la modificación, tanto de las técnicas como de la manera de producir. Los puntos de venta que encontramos a lo largo del centro histórico de la ciudad de San Cristóbal de Las Casas son lugares donde podemos observar las tendencias en el campo del diseño, elemento que responde a la innovación, así como las formas de exposición de los distintos productos derivados de los textiles regionales. (Ver imagen 1).

---

<sup>3</sup> Me refiero a *diseño original* a aquel textil que tiene un referente directo con cualquier grupo etnolingüístico de la Región Altos, el cual muestra una iconografía y técnica que ha sido heredado de generación en generación (sin importar su proceso de aculturación, ya que es importante recordar que la mayoría de la vestimenta y telas, actualmente han sufrido modificaciones pero esto no deja de lado su raíz cultural, que en este caso corresponde a una herencia precolombina de los grupos mayenses y mixe-zoquianos que habitaron el estado chiapaneco).

<sup>4</sup> “La innovación y la creatividad humana, tanto a nivel individual como grupal, son los motores fundamentales de estas industrias y se han convertido en la auténtica riqueza de las naciones del siglo XXI” (Informe sobre la economía creativa, 2013: 15).

**Imagen 1. Establecimientos de textiles en los andadores de San Cristóbal de Las Casas (andador Guadalupano y andador Eclesiástico), 2014.**



Fuente: Acervo fotográfico de Masaya Del Rasso Sáyago.

Por otra parte pero no separado a lo antes expuesto, tenemos la presencia de los consumidores, los cuales representan un campo particular que alimenta directamente e indirectamente la producción y comercialización del textil (así como los procesos de innovación y creatividad que implican). Aquí se contrasta algunos postulados que surgieron desde el campo académico y han sido propuestos por organismos internacionales, principalmente en el tema de la industria creativa. Esto con la finalidad de explicar la lógica en la que interactúan los distintos actores, tanto en la producción como en el proceso de comercialización, así como las estrategias emprendidas por los consumidores y su dinámica interna reflejados en la estructura local y regional de Los Altos de Chiapas. En este sentido, las interrogantes que guían el estudio son: ¿Cómo está estructurada la industria creativa de los textiles regionales de Los Altos de Chiapas? ¿Cuál es la dinámica de producción, comercialización y consumo que presenta la industria creativa del textil en la región? ¿Cuál es el impacto de la industria creativa del textil a nivel regional y local?

El propósito general del estudio se basa en describir y analizar la estructura de la industria creativa del textil de la Región Altos de Chiapas, así como conocer su dinámica en el proceso de producción, comercialización y consumo del textil, partiendo de sus principales actores.

Como objetivos específicos me propuse identificar la dinámica y los factores que se encuentran inmersos en el desarrollo de la industria creativa del textil regional. Además de realizar un acercamiento explicativo al impacto que puede traer la producción del textil como industria creativa para todos los actores involucrados, a través del conocimiento de las distintas relaciones laborales y sociales existentes entre los productores, comercializadores y consumidores.

Como hipótesis de la investigación se planteó que la mercantilización de la cultura a nivel global conlleva cambios importantes en las estructuras nacionales, regionales y locales del textil, una mercantilización que es promovida principalmente por organismos internacionales, la cual se refleja en las políticas públicas del país y se materializa en los distintos ámbitos de los actores involucrados. La industria creativa de los textiles de la Región Altos de Chiapas se encuentra conformada por una estructura ligada a una política de incentivos y difusión por parte del gobierno en sus tres esferas (Federal, Estatal y Municipal), orientada hacia los procesos de producción, comercialización y consumo, que conforman un ciclo de hibridación<sup>5</sup>, reflejo de la dinámica de los mismos actores. En este sentido, la producción del textil como producto cultural, depende de los procesos y las relaciones sociales y significados simbólicos creados con el trabajo del productor, regulado por la interacción con el mercado, donde intervienen distintos agentes, tales como los intermediarios en la comercialización y los consumidores de textiles, quienes juegan un papel muy importante en la innovación y creatividad orientadas hacia la satisfacción de nuevas motivaciones del consumo cultural.

Así entonces, considero que la industria creativa de los textiles de la Región Altos de Chiapas representa una opción de ingresos económicos para la población de artesanas, lo que en determinados momentos del mercado puede arrojar efectos negativos en la economía de la población nativa y en sus formas de vida, como también ocasionar transformaciones en la dinámica de sus relaciones sociales, así como modificaciones en el desarrollo de la creación del textil, lo que deriva en nuevos modelos de la producción y cambios en sus significados.

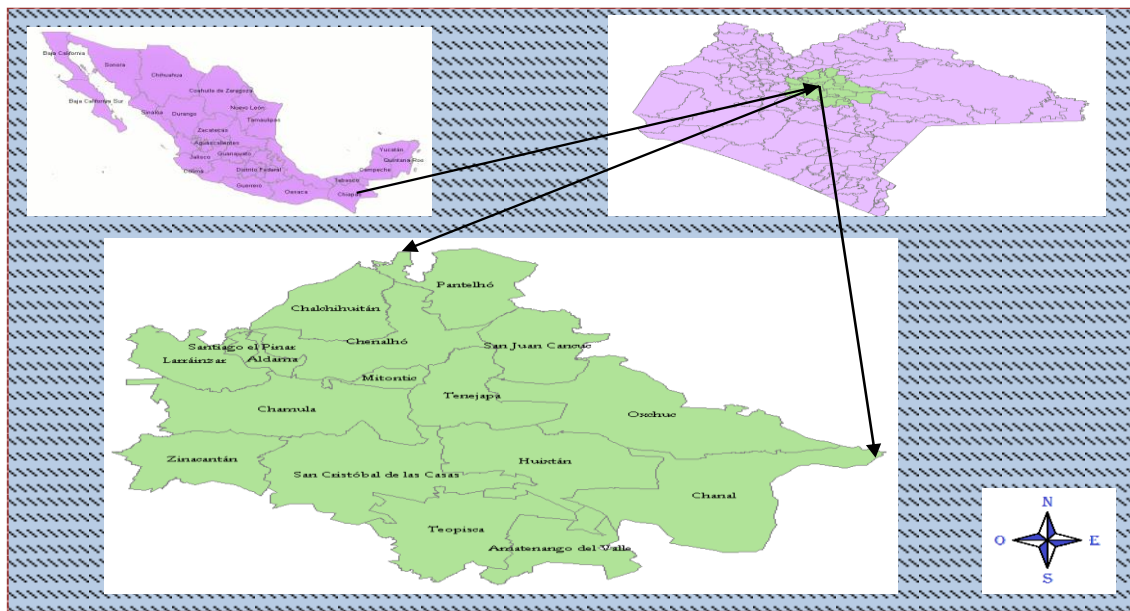
---

<sup>5</sup> Concepto utilizado a partir de “la fórmula “ciclos de hibridación” propuesta por Brian Stross, según el cual en la historia pasamos de formas más heterogéneas a otras más homogéneas, y luego a otras relativamente más heterogéneas, sin que ninguna sea “pura” o plenamente homogénea (García, 2005[1989]: III).

## 1.1 CARACTERÍSTICAS METODOLÓGICAS

La presente investigación se realizó en el estado de Chiapas y tiene como marco geográfico la Región V Altos Tsotsil-Tzeltal, la cual cuenta con una superficie de 3,723.58 km<sup>2</sup> equivalente al 5% del territorio estatal. Está integrada por los municipios de Aldama, Amatenango del Valle, Chalchihuitán, Chamula, Chanal, Chenalhó, Huixtán, Larráinzar, Mitontic, Oxchuc, Pantelhó, San Cristóbal de Las Casas, San Juan Cancuc, Santiago el Pinar, Tenejapa, Teopisca y Zinacantán. Su población en 2010 era de 601,190 habitantes, de los cuales 290,416 son hombres y 310,774 son mujeres, representa el 12.53% de la población estatal, distribuidos en 23 localidades urbanas y 1,159 localidades rurales, con una densidad de 161 habitantes por km<sup>2</sup> (Censo de Población y Vivienda, INEGI, 2010). Colinda al norte con la región de De Los Bosques, al este con las regiones Tulijá Tzeltal-Chol y Selva Lacandona, al sur con las regiones Meseta Comiteca Tojolabal y De Los Llanos y al oeste nuevamente con la región De Los Bosques y la Metropolitana (Ceieg, 2015).

**Mapa 1. Ubicación geográfica de la Región Altos Tzotzil-Tzeltal de Chiapas en la geografía nacional.**





Los municipios de esta región se caracterizan por mantener una gran diversidad cultural y sobre todo rasgos distintivos en sus textiles (consultar anexo 3), los cuales confluyen en la ciudad de San Cristóbal de Las Casas, principalmente en la zona centro.

El estudio se realizó bajo la lógica descriptiva<sup>6</sup> y se apoyó en elementos del método etnográfico, esto con el propósito de entender y comprender el funcionamiento de la industria creativa del textil. Además, se utilizó un diseño transversal descriptivo y correlacional/causal para la recolección de datos sobre categorías específicas como industria creativa y textil regional, y sus variables en contextos específicos.

Los diversos estudios sobre la producción de textiles, suelen subrayar los costos y tiempos de la producción, los cambios que éstos han tenido a lo largo de los años, los significados de la iconografía, así como las relaciones sociales y de producción que establece la familia productora con el mercado, entre los que se encuentran los trabajos de Turok, 1976; Rus, 1997; Greenfield, 2004; Morris, 2009; Ramos, 2010; Ramírez, 2014; entre otros. La forma en la que se construyó esta investigación, se basa principalmente en dos instrumentos metodológicos: la observación directa y las entrevistas semiestructuradas, acompañas así también por pláticas informales con los sujetos claves de la investigación, éstas se realizaron a productores, comercializadores y consumidores. Del mismo modo, se llevaron a cabo encuestas, cédulas de entrevistas. Posteriormente, se hizo un reporte sobre los datos encontrados para poder efectuar asociaciones con las categorías preestablecidas, así como los elementos de causalidad entre éstas. Cabe señalar que las categorías preestablecidas corresponden a propuestas devenidas del campo académico y de organismos internacionales como la UNESCO, UNCTAD, BID, entre otros. El diseño de los instrumentos para la recolección de información en campo se orientó bajo el enfoque cualitativo; se emplearon las pláticas informales y guías de observación. Es necesario mencionar que aún cuando algunos de los instrumentos de recolección tuvieron rasgos cuantitativos, se mantuvo una postura descriptiva, analítica y crítica del tema investigado.

---

<sup>6</sup> “Su objetivo central es obtener un panorama más preciso de la magnitud del problema o situación, jerarquizar los problemas, derivar elementos de juicio para estructurar políticas o estrategias operativas, conocer las variables que se asocian y señalar los lineamientos para la prueba de las hipótesis” (Rojas Soriano, 2013: 42).

En relación a la construcción teórica conceptual del problema de investigación, se consultó la bibliografía disponible relacionada a las industrias creativas, industrias culturales, economía cultural, productos culturales, bienes y servicios culturales y de los textiles. Tenemos que recordar que para abordar esta cuestión se requirió de un análisis multidisciplinario, pasando por cuestiones antropológicas, económicas, políticas e históricas. En toda la investigación se hizo necesario mantener una crítica constructiva, así como un análisis comparativo entre la teoría y la realidad observada. Se realizaron entrevistas no estructuradas y semiestructuradas a los productores y comercializadores, se levantó un cuestionario con los consumidores que frecuentan la ciudad de San Cristóbal (principalmente el centro histórico), acompañado de la observación indirecta (ordinaria) y participante.

Para realizar el trabajo de campo, aunque la región Altos tiene 17 municipios, se eligió a la Ciudad de San Cristóbal de Las Casas debido a que ésta es un lugar donde confluyen los textiles de toda la región, un punto de encuentro entre productores, comercializadores y consumidores de los distintos productos del textil que se elaboran en los diferentes municipios que lo conforman. Para ello, se retomaron tres lugares específicos del centro de la ciudad, estos son: el “Mercado de Dulces y Artesanías”, ubicado en la avenida insurgentes al lado de la iglesia de San Francisco, el “Andador Guadalupano”, el cual abarca tres cuerdas sobre la calle Real de Guadalupe y, por último, el “Mercado artesanal de Santo Domingo”, localizado entre la avenida 20 de noviembre y General Manuel Utrilla, a un costado del templo de Santo Domingo y Caridad. Los espacios mencionados son puntos estratégicos para el comercio en la ciudad, y son considerados en la investigación como el margen de un circuito de puntos de compra y venta del textil regional, donde concurren en mayor número los consumidores turistas.<sup>77</sup> Lo que permitirá el trabajo en otros puntos que se encuentren dentro de este circuito en la ciudad.

Cada uno de estos puntos de compra y venta del textil regional tiene sus propias características, tanto en los productos que ofertan, como en las particularidades que presentan sus comercializadores, así como el tipo de consumidores que los frecuentan. En este tenor, el “Mercado artesanal de Santo Domingo” refleja el *comercio informal*, donde se aprecian en mayor

---

<sup>77</sup> Referido a todo aquel sujeto que se encuentra de “paso” por la ciudad, y que se convierte en un consumidor potencial de los productos que se comercializan dentro del territorio. Principalmente en esta investigación a todo lo referido con los textiles regionales.

medida los establecimientos textiles de la población indígena, quienes tienen como lengua materna el tzotzil y el tzeltal, muchos residentes ya de San Cristóbal de Las Casas, otros procedentes de los distintos municipios de Los Altos; el “Mercado de Dulces y Artesanías” es conocido como un espacio donde se practica el *comercio formal*, éste fue creado por el municipio para que la gente local mestiza y hablantes del castilla comercializara los productos típicos de la región; y el “Andador Guadalupeño” es también considerado dentro de lo que las instituciones de gobierno denominan como *comercio formal*, aquí (al igual que en el Andador Eclesiástico y del Carmen) se encuentran los establecimientos textiles de la población oriunda de San Cristóbal, regularmente conocidos como “coletos”<sup>8</sup>, así como de personas extranjeras radicadas en la ciudad. Es en este último donde se aprecian productos con mayor inversión en los procesos productivos, con orientación a nuevos diseños (en la mayoría de los casos) y con una canalización de sus productos a consumidores específicos, es un *punto de venta privada* a la vanguardia del mercado mundial. Es necesario mencionar que, aún fijados los espacios de estudio, no se descartó el trabajo y análisis en otras áreas, tanto de la ciudad como de la región Altos, el estado y el país.

Un primer acercamiento del trabajo de campo consistió en realizar una identificación de los negocios que comercializan algún tipo de textil de la región Altos, con el que se dio inicio a un proceso de reconocimiento y abordaje a los productores, comercializadores y consumidores del textil, en este último se destaca a los turistas (nacionales y extranjeros), a quienes en ningún momento se les descartó por su lugar de procedencia, en cambio se buscó la información posible acerca del consumo de textiles regionales en cualquier presentación y cantidad, a través de un cuestionario de preguntas cerradas. A la par de lo expuesto, se recurrió a la sistematización y análisis de la información obtenida (trabajo de gabinete), usando recursos estadísticos, informáticos y documentales.

El periodo de trabajo de campo inició en agosto de 2014 y se cerró en julio de 2016, en este periodo se realizaron recorridos de campo, observación directa y participante, con productores, comercializadores y consumidores que se encontraron en el circuito de puntos de venta, además de la plaza de La Paz, el Andador eclesiástico y del Carmen. Se realizaron

---

<sup>8</sup> El término “coleta” tiene múltiples interpretaciones, “según Francis (1992: 124) coleta es un gentilicio que probablemente venga del latín Corpus-Oris, cuerpo-traje cuerpo con faldones, ya que los sancristobalenses usaban levita. O bien de “recoleta, pues vivían en reto y abstracción, o de “coleta” porque usaban coleta a la usanza de la época...” (citado en Ramos, 2010: 91).

pláticas formales e informales con sujetos clave para la investigación, entre ellos, dueños y empleados de las tiendas comercializadoras de textiles y productores radicados en la ciudad de SCLC. También, se realizaron cuatro entrevistas a productoras de textil en los municipios de San Andrés Larráinzar, Chenalhó y Pantelhó y se tuvieron conversaciones informales con artesanas de los municipios de Zinacantán, San Juan Chamula, Chenalhó y Aguacatenango (este último no perteneciente a la Región V). Además, se hizo un conteo de los locales que existían en los puntos de compra y venta del textil regional, así como la observación de los diferentes productos que comercializan, precios y estrategias de mercadeo. Se asistió a eventos y conferencias sobre el tema del textil regional, realizados dentro de la ciudad de SCLC, y de manera particular se realizó observación directa en las ciudades de Cuernavaca y Tepoztlán (estado de Morelos), tomando evidencias fotográficas y notas sobre los lugares de comercialización de prendas textiles, el tipo de consumidores y los precios. Finalmente se realizó un seguimiento por páginas electrónicas, de puntos de venta y las estrategias de comercialización de los productos del textil regional.

## 1.2 LINEAMIENTOS TEÓRICOS

Este apartado expone los elementos teóricos que apoyan la explicación del problema de estudio, los cuales se conectan directamente al término de industria creativa y su adaptación al contexto social de la región Altos de Chiapas.

En este sentido Bourdieu expone lo siguiente, “el movimiento histórico que conduce a la sociedad de masas y que nace del desarrollo industrial, económico y democrático occidental relacionado con la revolución industrial, facilita la utilización de la cultura como instrumento de progreso en la escala social y como símbolo de distinción social” (citado en Bonet, 2001: 10).

Es decir, en el sistema capitalista la cultura ha jugado un papel muy importante en el desarrollo de las sociedades modernas, a tal grado que unas se imponen sobre otras apelando a la superioridad y al progreso de los avances científicos y tecnológicos generados en tiempos y espacios determinados. Así, desde mediados de la década de los ochenta:

Los estudios culturales introducen la preocupación por las industrias culturales y la renovada importancia que estas adquieren en la transformación de las relaciones internacionales debido a una serie de múltiples transformaciones, entre las que cabe mencionar: el fin de la Guerra Fría, el aumento significativo de flujos de información y de transferencia tecnológica, así como la reestructuración de los conglomerados privados de la comunicación y la cultura, y por ende, su influencia en las institucionalidades vigentes de la cultura (Nivón, 2014).

Estos estudios han ido tomando relevancia por su impacto en las economías de los países y han generado la necesidad de crear nuevos conceptos para describir estos procesos. La vinculación de la cultura como un aspecto rentable de la sociedad y la economía como un valor significativo para el crecimiento, llevan a su comunión, conceptos tales como economía cultural, industria cultural, industria creativa, bienes y servicios culturales, entre otros, que son el reflejo de las circunstancias que encierran hoy en día a la cultura (y sus derivados), los cuales son elementos importantes para la comprensión de la industria del textil regional.

Por su parte, García Canclini y Piedras Fera (2011) exponen que el lugar de la cultura se modificó en la sociedad porque:

La industrialización de la producción cultural entrelaza a los bienes simbólicos con las innovaciones tecnológicas y con algunas de las zonas más dinámicas de la economía y las finanzas. Cambió también el modo de estudiar los procesos socioculturales. (...) Ahora es habitual que los procesos culturales sean examinados en relación con inversiones, mercados y consumos. Se sitúa la creatividad de artistas y escritores, a la

tarea de museos, medios y otras instituciones, en relación con los intercambios internacionales y la globalización (García & Piedras, 2011[2006]: 9).

Los mismos autores subrayan que:

Las actividades económico-culturales constituyen en sí mismas un sector de actividad económica. Como tal, comparte características semejantes con otros sectores de la economía (turismo, maquiladora, telecomunicaciones, por ejemplo) y por lo tanto requiere para su operación condiciones semejantes a aquellas con las que cuentan otros sectores. Al mismo tiempo, tienen características propias y un significado especial (como la identidad y la diversidad cultural de cada país o región) que justifican un tratamiento económico específico por las limitaciones propias del tratamiento económico (García & Piedras, 2011[2006]: 46).

Tanto García como Piedras refieren cómo al paso de los años, sobre todo en el modelo neoliberal, se ha incrementado la mercantilización de la cultura y de los productos derivados del oficio del artesanado, los cuales están inmersos en la dinámica del mercado global, donde existe una relación estrecha entre la economía y la cultura. Al respecto Grimson menciona que:

Habitualmente pensamos “lo económico”, “lo político” y “lo cultural” como esferas ontológicas, y las teorías han debatido más de lo necesario acerca de cuál esfera incide sobre cuál. El problema crucial es que no hay esferas: no existe naturalmente la cultura como una esfera separada de la economía (Grimson, 2011: 39).

Este punto es muy importante porque permite abordar la industria creativa del textil de la región Altos desde una perspectiva holística, donde están imbricados aspectos económicos y culturales, y por supuesto también políticos, sobre todo desde la parte gubernamental, estos

campos conforman elementos sustanciales para la comprensión de la producción, comercialización y consumo del textil regional, se hallan entrelazados.

Sobre el mismo punto instituciones como el PNUD y la UNESCO refieren que:

La perspectiva que se centra en la interacción entre cultura y economía también ha sido expresada con la noción de ‘economía cultural’. Este enfoque es importante porque también abarca los modos más extensos de entender vitalmente la cultura, revelando el modo en que identidades y mundos reales están interconectados con la producción, distribución y consumo de bienes y servicios. También reconoce que aquello a lo que nos referimos como “economía” está vinculado con procesos de relaciones sociales y culturales. (...) nos recuerda que la economía en sí misma es una parte de la cultura (Informe sobre la economía creativa, 2013: 27).

En el mismo informe Scott menciona que, “la economía cultural comprende todos esos sectores del capitalismo moderno que atienden las demandas del consumidor por diversión, ornamentación, autoafirmación, ostentación social y demás, y que tienen un gran valor simbólico en lugar de un propósito puramente utilitarista” (citado en Informe sobre la economía creativa, 2013: 24). En este sentido, el textil de la Región Altos de Chiapas es un parámetro significativo para pensar a la industria creativa, a la economía que de ella deviene y los nuevos usos ligados al consumo cultural, pues el adquirir un textil no solo tiene una finalidad de uso como simple vestimenta, sino que hoy en día pone parámetros superiores y diferenciadores entre la población, refleja un estatus social.

Otro concepto importante en el desarrollo de este trabajo es el de “economía creativa”<sup>9</sup>; éste “fue popularizado en 2001 por el escritor y gestor de medios de comunicación británico John Howkins, que lo aplicó a 15 industrias que iban desde las artes hasta la ciencia y la tecnología” (Informe sobre la economía creativa, 2013: 20). Para Howkins la economía creativa

---

<sup>9</sup> También llamada “economía naranja”. Consultar Buitrago, F., & Duque, I. (2013). La economía naranja, una oportunidad infinita. BID-Fundación Santillana. El libro está disponible en versión digital en el siguiente sitio web: <http://idbdocs.iadb.org/wsdocs/getdocument.aspx?docnum=38143978>

“comprende los sectores en los que el valor de sus bienes y servicios se fundamenta en la propiedad intelectual: arquitectura, artes visuales y escénicas, artesanías, cine, diseño, editorial, investigación y desarrollo, juegos y juguetes, moda, música, publicidad, software, TV y radio, y videojuegos” (Buitrago & Duque, 2013:15). De acuerdo a la perspectiva de Howkins este tipo de economía “aún cuando reconozca las actividades y los procesos culturales como el núcleo de una nueva y poderosa economía, también se ocupa de manifestaciones creativas en ámbitos que no serían contemplados como “culturales” (Informe sobre la economía creativa, 2013: 20). Por ello, se hace necesario exponer la relevancia que tienen estos conceptos para el desarrollo y el análisis de la industria creativa del textil, donde el campo económico es el eje transversal de la cultura. En tanto, es interesante observar que aún cuando las personas no han adoptado este tipo de conceptos en su vida cotidiana, es posible encontrar los rasgos descritos (su significado y sentido) en ellos; la lógica en la que se maneja la producción, comercialización y consumo del textil regional, esta permeada por la lógica economicista y mercantilista, se encuentra implícita la búsqueda de una ganancia, (pero ahora en muchas ocasiones “justificada por la propiedad intelectual”), no solo monetaria, sino también simbólica. Se hace necesario entonces, el uso y análisis de estos conceptos, los cuales incluyen las actividades que interesan al trabajo, la producción artesanal del textil, así como la producción con “diseños nuevos” para la captación de un “nuevo público”, la moda y la apertura de mercados para la comercialización (no solo locales) y el consumo del textil regional con todas sus dimensiones.

Sin embargo, como menciona Grimson en su texto *Los límites de la cultura*:

Resulta fascinante constatar que los debates del siglo XVII son similares a las polémicas de hoy. Ante la circulación cultural: ¿continuamos practicando nuestras tradiciones para reforzar nuestra identidad y evitar el cambio? (...) ¿Preservamos la tradición incorporando lo nuevo y combinando ambas opciones? (2011: 13).

Estas dos interrogantes que el autor citado trae a colación permiten reflexionar acerca de la dinámica en la que están envueltas las poblaciones indígenas productoras del textil de la región Altos, un espacio donde la cultura y la tradición son elementos que aún están presentes en



distintas dimensiones, dado que éstas han sufrido transformaciones por el propio dinamismo que ejercen los sujetos a lo largo de su historia, ahora bien, en la presente se hace necesario pensar hasta dónde se cambia, transforma o refuerzan esas culturas y tradiciones, particularmente en el caso de las productoras del textil regional.

Así pues el cambio no sólo se evidencia desde las realidades culturales, también es posible vislumbrarlo en el significado conceptual, por ejemplo, ya para la década de los ochenta, “el término industrias culturales ya no implicaba connotaciones peyorativas<sup>10</sup>, -como lo fue en sus inicios-, y empezó a ser utilizado en círculos políticos y académicos como una calificación positiva. Con el término, se hacía referencia a formas de producción y consumo cultural que tenían un elemento expresivo o simbólico en su núcleo” (Informe sobre la economía creativa, 2013: 20). También fue propagado por la UNESCO en la misma década y

Ha pasado a abarcar campos muy diversos como la música, el arte, la escritura, la moda, el diseño y las industrias de los medios (por ejemplo: la radio, la industria editorial, el cine y la producción de televisión). Su alcance no se limita a la producción intensiva con base en la tecnología, en tanto que una gran parte de la producción cultural de los países en desarrollo es artesanal (Ibíd.).

Entendiendo que “el término industrias culturales se refiere a aquellos sectores que están directamente involucrados con la creación, producción y distribución de bienes y servicios que son de naturaleza cultural y que están usualmente protegidos por el derecho de autor” (BID, 2007: 4; UNESCO/PNUD, 2013). “Todos estos ámbitos productivos tienen un valor económico significativo, pero también son vectores de profundos significados sociales y culturales” (Informe sobre la economía creativa, 2013: 20). Lo que resulta complementario al término de industrias creativas.

---

<sup>10</sup> “El término ‘industrias culturales’ se remonta a los primeros trabajos, en las décadas de 1930 y 1940, de la Escuela de Frankfurt, que mordazmente denunció la mercantilización del arte en tanto que aportaba una legitimización ideológica a las sociedades capitalistas y la aparición de una *industria cultural* popular” (Informe sobre la economía creativa, 2013: 20). La nota al pie no es de la fuente original.

Por otra parte el término de industrias creativas “se aplica a un conjunto productivo mucho más amplio, incluyendo los bienes y servicios que producen las industrias culturales, así como aquellas que dependen de la innovación, incluyendo muchos tipos de investigación y desarrollo de software”(Ibíd.). Al respecto, la UNCTAD (2010) dice que las industrias creativas son:

Los ciclos de creación, producción y distribución de los bienes y servicios que tienen como base fundamental la creatividad y el capital intelectual; constituyen un conjunto de actividades basadas en el conocimiento, pero no limitándose en las artes; para generar ingresos con relación al comercio y derechos de propiedad intelectual; comprende productos tangibles e intangibles o servicios artísticos con contenido creativo, valor económico y objetivos de mercado; punto de convergencia de artesanos, servicios y sectores industriales; constituyen un sector dinámico en el mundo del comercio (2010: 34).

Por su parte Getino (2005), indica que “lo cierto es que cada definición condiciona la gama de industrias o servicios de que forma parte y en consecuencia fija los parámetros que establecen las dimensiones de sus componentes económicos, sociales, culturales o políticos”.

De acuerdo con el informe del PNUD y la UNESCO (2013), entre los países que empezaron a implementar el término de industrias creativas se encuentran Australia (1990) y Reino Unido, de hecho se consideran como los pioneros en este rubro y su uso se encontraba orientado hacia las políticas públicas. Posteriormente, el término se empezó a socializar en Estados Unidos, algunos países del norte de Europa y del este de Asia. La expresión de industrias creativas también se relaciona con la asociación de los términos creatividad, desarrollo económico urbano y planificación de la ciudad. Su primer impulso fue el que se realizó a través del trabajo implementado por el consultor británico Charles Landry, sobre la “ciudad creativa”, término implementado en el 2015 para nombrar a la ciudad de San Cristóbal de Las Casas. Se habla de un segundo impulso el cual se tornó influyente a escala internacional, este fue el trabajo realizado por Richard Florida, un norteamericano que se orientó a estudios urbanos y acuñó el término de “clase creativa”, como un elemento que las ciudades tenían que

buscar para asegurar un desarrollo exitoso. La “clase creativa” se refiere a diversos “trabajadores técnicos, directivos y profesionales (no sólo trabajadores creativos de industrias creativas y culturales), quienes producen innovación de varios tipos. Juntos, forman la “clase” que Florida tomó como fuente de energía innovadora y dinamismo cultural en las sociedades urbanas de hoy en día” (Informe sobre la economía creativa, 2013: 20).

Por otra parte pero no ajeno a la industria creativa encontramos a “los bienes y servicios culturales –que- son aquellos cuyo valor económico primario deriva de su valor cultural” (O’Connor, 1999) y “tienen el potencial para la creación de riqueza y empleo a través de la generación y explotación de la propiedad intelectual” (BID, 2007: 4). De este modo,

Los “bienes y servicios culturales” pueden ser considerados como un subconjunto del amplio grupo denominado “bienes y servicios creativos”, cuya producción requiere un importante nivel de creatividad. Asimismo, la categoría “creativa” se extiende más allá de los bienes y servicios culturales como se definió anteriormente incluyendo productos como software y moda. Lo último puede ser considerado como comercialmente esencial, pero los bienes y servicios culturales no incluyen algún nivel de creatividad; esta distinción otorga un fundamento lógico para la diferenciación entre industrias culturales e industrias creativas (UNCTAD, 2010:30).

Sin embargo, a partir de la Conferencia de las Naciones Unidas para el Comercio y el Desarrollo, se planteó que “las industrias culturales crean un subconjunto de las industrias creativas” (UNCTAD; 2010: 34), las cuales interactúan con diversos sectores y distintos espacios, que “van desde actividades arraigadas en conocimiento tradicional y patrimonio cultural como artesanía y festividades culturales a las más tecnológicas y de servicios orientados a subgrupos como los audiovisuales y medios de comunicación (Ibíd.). Con estos planteamientos surgió una nueva propuesta para la clasificación de las industrias creativas, formulada desde 2008 por la UNCTAD. En esta clasificación se contempla una división de las industrias creativas en cuatro grupos: *patrimonio*, *artes*, *medios de comunicación* y *creaciones funcionales*, los cuales a su vez se subdividen en nueve subgrupos (ver cuadro 1).

Es precisamente bajo esta categorización donde se centra la investigación, ya que se parte de estas clasificaciones para describir y analizar los textiles regionales, ocupando los grupos de Patrimonio (1) y Creaciones funcionales (4); en sus subdivisiones de Expresiones culturales tradicionales (1) y diseño (7), donde se encuentran las artesanías y la moda respectivamente. Estos últimos representan la esencia del trabajo, ya que las diferentes manifestaciones que encontramos del textil en Los Altos de Chiapas forman parte de estos rubros. Cabe mencionar que Ramos (2004) concibe a los textiles regionales como artesanía textil, un concepto que ha quedado fuera de esta investigación, la cual como ya se ha visto, se basa en el concepto del textil regional.

**Cuadro 2. Clasificación de las industrias creativas, UNCTAD 2008.**

<p><b>Grupo 1) Patrimonio cultural:</b> Está relacionado como el origen de todas las formas de arte y el alma de la cultura y las industrias creativas. El patrimonio cultural es el punto de partida de la presente clasificación, puesto que trae consigo los aspectos culturales históricos, antropológicos, étnicos, estéticos, sociales e influencia la creatividad, además es el origen de un número de bienes y servicios patrimoniales, así como también de actividades culturales</p>	<p><b>Grupo 2) Artes</b></p>	<p><b>Grupo 3) Medios de comunicación</b></p>	<p><b>Grupo 4) Creaciones funcionales:</b> Este grupo está orientado a la demanda y a bienes y servicios con propósitos funcionales.</p>
<p><b>Subgrupo 1:</b> <u>Expresiones culturales tradicionales;</u> artesanías, festivales y celebraciones.</p>	<p><b>Subgrupo 3:</b> <u>Artes visuales</u></p>	<p><b>Subgrupo 5:</b> <u>Editoriales y medios impresos</u></p>	<p><b>Subgrupo 7:</b> <u>Diseño:</u> de interiores, de moda, de joyas, gráficos y juguetes</p>
<p><b>Subgrupo 2:</b> <u>Sitios culturales;</u> museos, bibliotecas, exhibiciones, etc.</p>	<p><b>Subgrupo 4:</b> <u>Artes escénicas</u></p>	<p><b>Subgrupo 6:</b> <u>Medios Audiovisuales</u></p>	<p><b>Subgrupo 8:</b> <u>Nuevos medios:</u> arquitectura, publicidad, servicios culturales y recreacionales investigación y desarrollo creativo, digitalización y otros servicios creativos relacionados.</p>

			<p><b>Subgrupo9:</b></p> <p><u>Servicios creativos:</u> arquitectura, publicidad, servicios culturales y recreacionales investigación y desarrollo creativo, digitalización y otros servicios creativos relacionados.</p>
--	--	--	---

Fuente: *Economía creativa, Informe 2010*, pp. 34-35. Economía creativa: Una opción factible de desarrollo. UNCTAD y la Unidad Especial para la Cooperación Sur-sur del PNUD. Recuperado en [http://unctad.org/es/Docs/ditctab20103\\_sp.pdf](http://unctad.org/es/Docs/ditctab20103_sp.pdf), Elaborado por Masaya Del Rasso Sáyago, 2015.

Tanto el PNUD como la UNCTAD consideran que los productos culturales tienen un valor económico y para que éstos sean nombrados como tales necesitan cumplir con ciertos criterios y características, entre ellos mencionan:

Si la producción requiere algún tipo de aporte de la creatividad humana. (...) Los productos culturales son vehículos para mensajes simbólicos a aquellos que los consumen, eso es más que un simple producto, ya que adicionalmente tienen propósitos comunicativos más grandes. (...) Que los productos culturales al menos tengan cierto grado propiedad intelectual,<sup>11</sup> lo que es atribuible al individuo o grupo que produzca el bien o servicio (PNUD/UNCTAD, 2010: 30).

De acuerdo a lo anterior, se puede decir que las vestimentas tradicionales de algunas zonas de nuestro país y de la región Altos en particular se han convertido en productos culturales, los cuales tienen que pasar por un proceso productivo o deben de poseer un valor social significativo que le permita llegar al estadio de mercantilización, un proceso en el que hoy se encuentra no sólo las prendas ancestrales de vestir de una parte de la población indígena sino todo un conjunto de productos, bienes y servicios emanados de la cultura de la población de los Altos de Chiapas. Ante esto Ejea (1998) menciona que;

---

<sup>11</sup> Este punto es un elemento importante para el análisis de la producción textil contemporánea. Pero cabe aclarar que no se desarrolla ni se agotará en este apartado.

Tradicionalmente, los objetos artesanales estuvieron inmersos en formas de organización económica donde predominaba el valor de uso y se vinculaban sólo con actividades cotidianas, culturales y rituales propias de quienes las elaboraban; pero ahora también circulan en espacios extralocales, en calidad de mercancías, donde sectores no productores las aprecian y les dan usos y significados nuevos, conforme a sus prácticas y percepciones. Así, las artesanías experimentan procesos de cambio, no son reminiscencias del pasado (Ejea M, 1998: 369).

Anteriormente esta producción textil se encontraba sólo bajo la noción de un bien de uso (valor de uso), en donde la manufactura era a un nivel individual o familiar, y la actividad estaba destinada principalmente para las mujeres, así como para su consumo familiar o dentro de la misma comunidad. Todas estas prendas, tanto los textiles como la vestimenta derivada de éstos, estaban y siguen estando dotadas de una carga simbólica otorgada por la misma población que la produce y la usa en contextos específicos y determinados. En este sentido, Bolívar Echeverría argumenta que este tipo de mercantilización de la cultura, donde predomina el valor de cambio sobre el valor de uso empezó desde el siglo XIV y se consolidó en el siglo XVI, “gracias a su conversión en circulación mercantil específicamente capitalista, es la causa de que el valor de uso tradicional y las formas sociales que se expresaban en él recibían de parte del mercado un impacto destructivo del que ya nunca más podrán reponerse en la historia de la modernidad” (2000: 142-143).

Dentro de las comunidades indígenas es principalmente donde encontramos claramente estos patrones, sabemos que los textiles (y con ello la vestimenta) fueron parte de un proceso de aculturación, que deviene de la época de la invasión española. Pero aún así las características de los textiles regionales, por ejemplo, en el caso chiapaneco, se han ligado estrechamente al “uso originario” de la población indígena. “Los tejidos y bordados que caracterizan a los textiles indígenas de Chiapas, representan un lenguaje rico, complejo y bello que ha permitido a nuestros pueblos, conservar una parte significativa de sus saberes. Las hábiles manos de las tejedoras no sólo reproducen hermosos diseños: hablan y cantan a través de símbolos llenos de significados” (Morris, 2006: 11).

Como se dijo anteriormente, el consumo de la ropa (vestimenta) y/o ‘textiles típicos’ sólo eran vistos como bien de uso dentro del propio grupo cultural, con el paso del tiempo y la influencia de diversos escenarios, sobre todo en el contexto globalizado y neoliberal, este tipo de productos se convirtieron en un bien de cambio<sup>12</sup>, el cual más que ganancias para la población productora traía consigo un poco de dinero que les permitía satisfacer parte de sus necesidades básicas de subsistencia. Así, poco a poco, la producción del textil regional se ha ido convirtiendo en un medio para que la familias indígenas puedan obtener dinero, al mismo tiempo que su consumo se ha ido convirtiendo en una moda para los “no indígenas”, dado que “las modas responden al deseo de los individuos de pertenecer a un grupo social específico y, a la vez, diferenciarse dentro de esos grupos; a un deseo de diferenciación entre grupos sociales y de distinción en el interior de estos” (Mato, 2004: 140-141). Pero como todo proceso productivo dentro de los márgenes capitalistas, para que los productos lleguen a los consumidores finales tienen que pasar por una cadena de intermediarios que los comercializan, un proceso donde el precio de la mercancía es muy importante, y en muchos de los casos conllevan a relaciones de explotación de la fuerza de trabajo y tratos desiguales en los procesos comerciales y en las relaciones sociales.

En relación a las artesanías Ejea dice lo siguiente:

Ya no podemos limitarnos a los objetos tradicionales producidos por grupos indígenas o campesinos. Aunque buena parte de las que circulan en la ciudad son de ese tipo, también debemos considerar los nuevos productos y los objetos hechos manualmente —o con escasos instrumentos, en el seno de una escasa división del trabajo—por artesanos urbanos; los que reflejan antiguas tradiciones y los que contienen diseños totalmente novedosos (Ejea M, 1998: 370).

---

12 El informe sobre economía creativa (2013) sostiene que; “la inversión en artesanía rural tradicional, por ejemplo, puede beneficiar a las artesanas, dándoles la posibilidad de que tomen las riendas de su vida y generen ingresos para sus familias, sobre todo en áreas en las que las oportunidades para conseguir otras fuentes de ingreso son limitadas. Todos estos ámbitos productivos tienen un valor económico significativo, pero también son vectores de profundos significados sociales y culturales” (Informe sobre la economía creativa, 2013: 20). Dejando espacio para futuras críticas entorno a este postulado.

A lo anterior le agregaría que no solo se ha quedado en una escala de artesanos urbanos, sino también de profesionistas especializados (diseñadores, ingenieros, entre otros) que han desarrollado una visión empresarial y aprendido (o copiado) las técnicas empleadas en la tradición de los grupos arriba mencionados, para desarrollar nuevos patrones para la comercialización de las llamadas artesanías.

Sobre los cambios actuales de las industrias culturales y creativas, autores como Eduardo Nivón (2014), señalan que: “La mayor preocupación que han generado las dinámicas de la globalización en relación con las industrias culturales, es la posible homogeneización de los mundos simbólicos y la pérdida de la diversidad, por el ascenso de monopolios culturales (...)”. A lo que agregaría la relación con la industria creativa, en este sentido los textiles como parte de, suponen implícitamente este riesgo, el perder su carga simbólica “originaria”<sup>13</sup>, transformarse y materializarse en un “simple” producto de consumismo del mercado capitalista.

Para Morris (2006), este proceso representa:

Un laberinto de geometrías exactas por las que se insertan hilos de colores, que entrelazados dan forma y sentido a complejos cosmogramas que se repiten incesantes desde tiempos inmemoriales. En cada tejido que las manos sabias y diestras de las mujeres indígenas terminan, los sueños y saberes más antiguos quedan atrapados, desvelándonos los contenidos profundos de cada símbolo cargado de sentidos, de significados; lenguajes visuales para descubrir los secretos de conocimientos acumulados por siglos (Morris, 2006: 13).

En el mismo sentido, pero con una perspectiva distinta, García (1989) argumentaba que:

Los procesos globalizadores acentúan la interculturalidad moderna cuando crean mercados mundiales de bienes materiales y dinero, mensajes y migrantes. Los flujos y las interacciones que ocurren en estos procesos han disminuido fronteras y aduanas, así

---

13 Remontándome a los rasgos iconográficos prehispánicos.



como la autonomía de las tradiciones locales; propiciando más formas de hibridación productiva, comunicacional, y en los estilos de consumo que en el pasado” (García, 2005 [1989]: XIV).

Ante esto último, al respecto con el contexto sancristobalense, un ejemplo es cuando encontramos textiles de origen guatemalteco, los cuales como menciona Ramos Maza (2010) son vendidos a precios más bajos en comparación al textil producido en la zona. En esta situación podríamos considerar dos elementos sustanciales que se encuentran de por medio: el material (tela-textil) y su transformación en “maquila” que posibilita “diseños más diversificados” (Ramos, 2010: 92).

Si nos detenemos a observar, hallamos que al turista<sup>14</sup> en general, no le importa realmente el origen de la manufactura, ‘el consumidor promedio’ no distingue y no le interesa saber las diferencias o características que estos productos puedan tener, lo que realmente le interesa es poder llevarse algo que diga que fue comprado en Los Altos de Chiapas, o que se parece a lo que puso de moda tal diseñador, o lo que portó tal artista en el evento X. Es así, que vemos claramente “el proceso del capitalismo, ligado a la industrialización, mercantilización de la cultura trasladándola a un *commodity*” (Hesmondhalgh, 2007).

Sea cual sea su origen y el costo; “las artesanías resultan atractivas gracias a su versatilidad, lo cual permite que sean apropiadas desde distintas perspectivas: gustan por su carácter artístico, o porque en ellas se ve reflejada la cultura nacional, o porque se ven como las depositarias de una identidad, o simple y sencillamente porque son bonitas” (Ejea. M, 1998: 374). Estas características brindan a su vez elementos valiosos para su fácil comercialización y apropiación por parte no solo del consumidor sino también del mercado capitalista. Ahora bien, con relación a los cuestionamientos por resolver, a través de lo expuesto, pienso que es inevitable el riesgo de la mercantilización de la cultura, es un aspecto latente; ya que si se habla de rentabilidad, en automático se encuentra a la mercantilización, y por ende las mercancías

---

<sup>14</sup> El turista es un sector social importante como comprador de artesanías. En los últimos años, la política económica para la urbe se ha centrado en la recuperación del prestigio de la ciudad, para lo cual el desarrollo de la industria turística es clave, como fuente de divisas (La Jornada 9/06/89 y 24/06/92) en Ejea M, 1998.

que en este caso son los textiles regionales. Simplemente habría que recordar el origen del concepto industria cultural, el cual en un principio estaba relacionado a una “crítica social y económica de la explotación capitalista”, la cual sigue estando presente en la dinámica de los bienes de cambio; estos rasgos se expandieron rápidamente hacia otros elementos conceptuales aplicados hoy en día como es el caso de la industria creativa.

Considero que hay que centrarse en revisar detalladamente con los actores involucrados, los pros y contras que surgen de la rentabilidad de la industria creativa, ya que actualmente se puede decir que:

Todas las industrias son culturales porque todas producen productos que, además de tener aplicaciones funcionales, resultan sociosimbólicamente significativos. Es decir, son adquiridos y utilizados por los consumidores no sólo para satisfacer una necesidad (nutrición, albergue, movilidad, entretenimiento), sino también para producir sentidos según sus valores específicos e interpretaciones del mundo (Mato, 2004: 135).

He aquí en donde radica la esencia de los elementos que se podrían poner a favor del productor primario, como se mencionó anteriormente, el artesano (productor indígena), el creador de los bienes culturales, siempre y cuando se canalice el consumo y claro sus ganancias monetarias hacia este productor y no sean abonadas a lo largo de la cadena de intermediación, como suele suceder. Al respecto Piedras expresa que en los últimos años,

Ha crecido el interés por los aspectos económicos de las industrias culturales<sup>15</sup> como resultado de que el ser humano ha intensificado el acceso directo y cotidiano de bienes

---

15 Adorno sostenía: la expresión “industria” no debe tomarse literalmente. Ella refiere a la estandarización de la cosa misma [...] y a la racionalización de las técnicas de distribución, pero no estrictamente al proceso de producción (1975:14).

En otras palabras, Adorno sostenía que la idea de industria no debía interpretarse como sinónimo de manufactura. Hoy en día, el término “industria” se aplica no sólo con referencia a todas las ramas de la manufactura, sino, en general a todas las actividades económicas. Es común que personas e instituciones, tanto en el lenguaje escrito formal como en el verbal informal utilicen expresiones como “la industria hotelera”, o “la industria de los seguros”, o “la industria del turismo”, o la “del entretenimiento”, o “del vestido”, etc. Expresiones

y servicios culturales y artísticos. Esto no significa que anteriormente no se "consumieran" dichos bienes y servicios, sino que una característica importante del progreso tecnológico contemporáneo es la facilidad de acceso y reproducción de muchos de estos productos culturales consistentes en imágenes, sonidos y escritos, entre otros. Hasta hace pocos años, la "economía de la cultura" no se consideraba un área bien establecida del análisis económico, ni siquiera se aceptaba ampliamente como área de esta ciencia social. Eso puede reflejarse en el desinterés de su estudio y hasta en la política cultural (Piedras, 2004).

Surge así la necesidad de profundizar en este campo; el tema de las industrias creativas e industrias culturales, su producción, distribución y consumo el cual encontramos en la actualidad estrechamente ligado a la economía de los países, con esto vemos que la denominada economía cultural simplemente es un reflejo de la propia dinámica capitalista. "El uso de las *tecnologías de la información y la comunicación* (TIC) ha implicado la apertura de la red de comunicación mundial, entrando en el periodo denominado globalización, llevando a distintos países a pensar y compartir mismos objetivos entorno a su política, economía y con ello las relaciones sociales" (García, 2007). En este sentido, el discurso oficial que manejan los organismos internacionales y los gobiernos nacionales en relación a las industrias creativas se centra en que éstas:

Agregan valor económico y social a las naciones y a sus individuos. Constituyen una forma de conocimiento que se traduce en empleos y abundancia, consolidándose la creatividad (su "materia prima") para fomentar la innovación en los procesos de producción y comercialización. Al mismo tiempo, son centrales en la promoción y el mantenimiento de la diversidad cultural, así como para el aseguramiento del acceso democrático a la cultura. Las industrias culturales tienen esta doble naturaleza: cultural y económica, y participan en la economía en términos de la creación y de la contribución del empleo al Producto Interno Bruto (PIB) (Piedras F, 2004: 25).

---

que, como las antes mencionadas, pueden leerse y escucharse en diversos idiomas; en todo caso, las conozco en español, portugués, francés e inglés. (Mato, 2007: 136).

Se observa que en últimas fechas ha habido un creciente interés mundial por los aspectos económicos de las industrias -creativas y- culturales. Principalmente si se voltea la mirada a los países de América Latina, el consumo de bienes y servicios culturales ha presentado una elevación año con año, las políticas internas han logrado llevar un desarrollo considerable en estos temas, reflejándose en el Producto Interno Bruto (PIB) de los países (Piedras, 2004), como es en el caso de México. El sector de las industrias creativas y las industrias culturales ha ido tomando camino e importancia en el país, ya que sus implicaciones se encuentran estrechamente relacionadas con los ingresos monetarios, lo que también le ha permitido que se genere cierto interés en el campo académico.

## CAPÍTULO 2

### LOS ALTOS DE CHIAPAS: DESCRIPCIÓN Y ANÁLISIS DEL CONTEXTO DE LOS TEXTILES

Cuando se piensa en diversidad, el estado de Chiapas es uno de los más significativos, tanto en su fauna, flora, paisaje y por supuesto su población. La región Altos se destaca como una zona que se relaciona con la diversidad étnica, entre los que se encuentra la población indígena tzotzil y tzeltal, “que se hallan divididos en grupos dialectales, cada uno de los cuales ocupa un territorio definido que hoy en día constituye la circunscripción de un municipio” (Morales, 1952, en Aguirre, 1991 [1953]: 81). En este capítulo se aborda las particularidades de esta zona, rescatando aquellos elementos significativos que permiten promover la relación existente entre la población, el comercio, sus visitantes y el textil regional. Para ello, se hace una breve semblanza de aquellos acontecimientos que marcaron el rumbo del estado con relación a dinámicas que el propio país transitó, esto a su vez hizo posible subrayar a la región con ciertas particularidades que hoy son su sello distintivo y hacen de esta investigación un escenario descriptivo singular y digno de análisis para las ciencias sociales.

Después de describir brevemente la región Altos, que hoy es llamada Región V Tsotsil-Tseltal, se pasa a la contextualización de la ciudad de San Cristóbal de Las Casas, lugar en donde tiene razón el presente trabajo, para poder acercarnos finalmente al vínculo del contexto geográfico con una cuestión micro de la dinámica de la población que converge en la región, que es, la dinámica de la industria creativa del textil regional.

#### 2.1 REGIÓN V TSOTSIL-TSELTA, “LOS ALTOS DE CHIAPAS”

Hoy en día encontramos Los Altos de Chiapas como una región socioeconómica, reconocida como Región V Tsotsil-Tseltal, la cual forma parte de las 15 regiones en las que se encuentra dividido el estado de Chiapas. Pero esto no deja de lado su historia y los elementos relevantes para considerarla una de las zonas en la mira, tanto por parte del estado como fuera del

territorio chiapaneco, su relevancia está fincada principalmente en la conformación de su población, así como la diversidad que brindan los diversos municipios que la conforman, siendo San Cristóbal de Las Casas cabecera regional y parte sustancial de la presente investigación, como centro socioeconómico de dicha región y como ciudad eje de tránsito e intercambio cultural de numerosos actores. Resulta irónico pensar la situación y la postura que ha tomado la región en los últimos años, esto en comparación a la época prehispánica, ya que Los Altos de Chiapas presentaron “un desarrollo cultural tardío y marginal. Los grandes centros políticos de Mesoamérica no encontraron recursos de gran interés en esta región de accidentado relieve y de difícil penetración, y nunca se esforzaron demasiado en controlarla política y militarmente” (Viqueira, 2004: 220). Sin embargo, con la llegada de los españoles, esa imagen fue adquiriendo nuevos tintes y la región Altos fue ganando mayor relevancia.

Para Viqueira, “el clima frío de Los Altos de Chiapas y el escaso interés de los colonizadores por hacerse de propiedades en la región permitieron que la recuperación demográfica de los indígenas fuese más precoz y rápida que en las regiones vecinas. De esta forma en la segunda mitad del siglo XVII, Los Altos de Chiapas encontraron su “vocación”: servir de reserva de mano de obra barata para aquellas regiones de Chiapas y Tabasco en las que la población era escasa” (Viqueira, 2004: 222). Por su parte, Wasserstrom (1983) y Rus (2005) argumentan que desde finales del siglo XIX, con la llegada del capital extranjero al Soconusco y el posterior desarrollo de las fincas cafetaleras en esa región y otras regiones del estado, la población de Los Altos sirvió para satisfacer la demanda de mano de obra que provocó el auge de las plantaciones de café en Chiapas, un proceso que permitió el sistema de enganche de los trabajadores indígenas y la migración temporal de esta población que tardó hasta los años ochenta del siglo XX.

De acuerdo con Olivera (2011), quien hace un recuento de la región Altos, comenta que en 1945 con la apertura de la carretera Panamericana se da inicio al proceso de la “modernización capitalista”, lo cual “aceleró la monetarización de la economía indígena y su integración al mercado interno a través de las paraestatales como CONASUPO e INMECAFE, así como las políticas integracionistas del INI (Instituto Nacional Indigenista), y posteriormente del Programa de Desarrollo de Los Altos de Chiapas (PRODECH)” (2011, 29-31). Ante esto Aguirre Beltrán (1991) menciona que, “las inversiones en caminos de penetración que

incorporan a estos hombres y la zona en que habitan a la economía nacional eran motivos bastantes que justificaban la construcción. Inició por tanto el trazo y desarrollo de una red vecinal que dará fácil acceso a Las Casas, a los distintos municipios indígenas, y los lugares de la carretera internacional con México” (1991 [1953]: 113). Es decir, que el proceso de integración de la población indígena a la sociedad nacional no sólo se basó en el aspecto económico sino también en lo político, social y cultural, donde sin duda influyeron otros factores como la reforma agraria, el crecimiento demográfico y el sistema educativo institucionalizado. De hecho Aguirre (1987), expresa que:

Las necesidades de integración llevaron al empleo de agentes de cambio que fueron llamados promotores culturales (...) Los promotores, indígenas bilingües extraídos de las comunidades donde su acción será utilizada, son adiestrados en ocupaciones profesionales que les permiten actuar con éxito como auxiliares del personal técnico de alto nivel y sobre sus hombros recae la responsabilidad de traducir las innovaciones propuestas en materia de educación, salubridad, agricultura, ganadería, organización empresarial, defensoría legal, urbanización y recreación, en términos de los valores de la cultura de la comunidad. El cambio internamente inducido favorece la evolución de la cultura y la apertura de las comunidades contenidas; indispensables, ambos procesos, para lograr su integración a la cultura y sociedad nacionales (1987: 17).

De esta manera, los municipios y comunidades indígenas de la región Altos quedaron más vinculadas e inmersas geográfica y políticamente en los proyectos del desarrollo nacional, aunque su inclusión se dio de una forma subordinada, tanto en las relaciones productivas y de mercado como en las relaciones políticas en los ámbitos municipal, estatal y nacional, sobre todo en aquellos municipios de la región donde el poder económico y político estaban en manos de la población mestiza o ladina.

En la década de los setentas, precisamente en el Congreso Indígena de 1974, realizado en la ciudad de San Cristóbal de Las Casas, distintos grupos de indígenas, entre ellos los tzotziles y tzeltales denunciaron las condiciones de pobreza y marginación en las que vivían las comunidades de Los Altos, así como sus principales problemas ligados a la tierra, salud, educación y comercialización de sus productos (véase Morales, 1992). Posteriormente, con la

llegada del modelo neoliberal a México desde 1982 y la entrada en vigor del Tratado de Libre Comercio con América del Norte en 1994, empeoraron las condiciones de vida de la población rural e indígena de Chiapas, entre los que figura la región Altos, las cuales fueron denunciadas por la insurgencia armada del EZLN el mismo día que daba inicio el TLCAN (véase, 1º Declaración de la Selva Lacandona, 1993), el cual fue brutalmente reprimido por las fuerzas policiales, militares y paramilitares, creando un estado de violencia hacia la población base de apoyo de dicha organización. Para Olivera, el movimiento zapatista fue otro factor de gran relevancia para la transformación de la zona, de 1994 a 1998 se realizó una ampliación de la red carretera. Estos cambios también se vivieron en escala doméstica, con la modificación de las plantaciones que respondían en primera instancia a una *economía de subsistencia* con la entrada del neoliberalismo, las plantaciones de la región también se transformaron (“reconversión productiva”), con la necesidad de satisfacer un mercado de exportación, enfatizando con el tiempo una dependencia, “poniendo fin a la autosuficiencia alimentaria”, trayendo consigo un empobrecimiento en la ecología de la región, así como en sus pobladores y la cultura tradicional (Olivera, 2011: 33, 34 y 43).

En las últimas décadas la población indígena de Los Altos se ha visto envuelta en nuevos procesos, tanto económicos como políticos, sociales y culturales. Los sitios a los que migran se han ampliado, la apertura ha sido hacia los grandes centros cosmopolitas del país, estados como la Ciudad de México, Guadalajara, Monterrey, y Cancún, Quintana Roo, que representan también grandes centros turísticos, y en las últimas décadas la migración se ha orientado hacia los Estados Unidos (Véase, Rus y Rus, 2013; Villafuerte y García, 2014). Lugares en donde, la mayoría de los migrantes se emplean como mano de obra barata, algo que puede no distar mucho de las artesanías de la región, en el caso específico del textil, que se emplean como “productores de mercancías baratas”. En este sentido, Olivera menciona lo siguiente:

El modelo económico (neoliberal) ha seguido adelante, ante la mirada fría y expectante del mercado que todo lo mide por el nivel de la ganancia. El horror económico de la exclusión y la muy alta marginación, ya estaba presente en la sociedad chiapaneca sin tener la experiencia de la modernidad y la industrialización y sin haber tenido un estado benefactor. El desempleo y el subempleo se reflejan en el incontenible éxodo del campo y la ciudad a los principales centros de la industria en el norte del país, del



turismo internacional del Caribe Mexicano y a las agroindustrias y los servicios de Estados Unidos (Olivera, 2011: 78).

La dinámica que encierra actualmente a la Región V Tsotsil Tseltal, marca con fuerza dos grupos etnolingüísticos que han atravesado por distintos momentos, a quienes les ha tocado vivir procesos de suma importancia tanto para el país como para el estado de Chiapas. A la par podemos subrayar que, a pesar de la situación difícil que cientos de familias indígenas les ha tocado vivir, muchas de ellas siguen trabajando en sus comunidades de origen o donde han desarrollado su vida familiar en la elaboración del textil regional, que tiene un gran significado con relación a la transmisión del conocimiento de la elaboración, portación y creatividad del textil. Esto por el simple hecho de la población que representan, que de acuerdo a las cifras que maneja el INEGI, “las lenguas indígenas más habladas en el estado de Chiapas son: Tzeltal con 461 236 hablantes y la lengua indígena Tzotzil con una representación de 417 462 hablantes” (Censo de Población y Vivienda, 2010). Se estima que para el año de 2015 la región Altos cuenta con 653 429 habitantes (CONAPO, 2015), de los cuales, aproximadamente, el 70 por ciento de su población es indígena (Olivera, 2011). Recordemos que esta población es la principal productora de textiles de la región, son los portadores primarios de la tradición y conocimiento en las técnicas de elaboración.

## 2.2 CONTEXTUALIZACIÓN DE SAN CRISTÓBAL DE LAS CASAS

La ciudad de San Cristóbal de Las Casas ha pasado por muchos cambios y transformaciones, pero las particularidades de estos cambios que van desde los nombres con los que se le ha reconocido hasta la dinámica económica, social, política y cultural en la que se ha desarrollado, la cual se ha extendido fuera de las fronteras mexicanas, y uno de los elementos que hoy funcionan como punto importante para la economía y las relaciones sociales que se entablan en torno a ésta son los textiles de la región, que se producen en los distintos municipios que la conforman y se exponen y comercializan en la ciudad de San Cristóbal de Las Casas. En este sentido, para acercarnos al contexto de la ciudad se retoma algunos puntos de referencia que se

encuentran en las páginas oficiales del gobierno del estado, donde se menciona que, “antes de la llegada de los conquistadores españoles, el actual valle de San Cristóbal era conocido como Hueyzacatlán que en náhuatl significa "Junto al zacate grande". El 31 de marzo de 1528, el conquistador español Diego de Mazariegos fundó en dicho valle la Villa Real de Chiapas” (Ceieg, 2015).<sup>16</sup>

Lo anterior permite resaltar dos elementos: el primero de ellos de importancia hasta el día de hoy para varios pobladores pertenecientes a la región Altos (principalmente indígenas), esto con relación al significado náhuatl del sitio, el cual es renombrado como Valle de Jovel, que tiene mismo significado para los idiomas locales (tsotsil y tseltal), esto es una muestra de la raíz cultural de la región, ante esto Aguirre Beltrán (1991 [1953]) menciona lo siguiente: “(...) Los nahuas llamaron a este valle inundado Hueyzacatlán, gran zacatal, traduciendo la designación regional de Jobel, con que es conocida todavía por los indígenas” (Aguirre, 1991 [1953]: 81). El segundo elemento es que, con la llegada de los españoles y en especial de los misioneros, la ciudad se convirtió en un referente socio-económico-político en la geografía Colonial, principalmente en las relaciones comerciales y disponibilidad de mano de obra barata. Basta con citar a Aguirre (1991) para sostener que “Ciudad Las Casas o San Cristóbal de Las Casas fue y sigue siendo el centro geopolítico de la extensa región” (1991[1953]: 81).

Por su parte, Viqueira menciona que “los conquistadores se asentaron en el hermoso y fresco valle de Jovel, y fundaron en él la capital de la alcaldía mayor de Chiapas, misma que llevaría durante casi todo el período colonial el nombre de Ciudad Real” (2004: 220). Del mismo modo, Olivera (2011) reconoce que la ciudad de SCLC, es hoy en día el primer centro administrativo, religioso y comercial de la región, donde se encuentra un patrón de desigualdad y discriminación que ha sido reproducido desde tiempos coloniales, pues desde un principio la Ciudad,

Estuvo habitada originalmente por los conquistadores españoles y después por sus descendientes mestizos (coletos), que han heredado por generaciones una tradición

---

<sup>16</sup> Fuente: Comité Estatal de Información Estadística y Geografía (ceieg) del gobierno del estado de Chiapas, <<http://www.ceieg.chiapas.gob.mx/perfiles/Inicio>> [Consulta: 11 de noviembre de 2015].

social y cultural de dominio y discriminación hacia los indígenas tsotsiles y tseltales de los barrios urbanos, pueblos y parajes de su entorno, quienes siempre han sufragado las necesidades de trabajo, alimento y servicios de la población de San Cristóbal (Olivera, 2011: 39).

Sobre el mismo punto Rus (1997) menciona que:

Los habitantes de la ciudad estuvieron aislados unos de otros y del territorio de los alrededores por la cultura, la lengua, la riqueza y la religión, elementos que marcaron diferencias entre ellos que persisten hasta el día de hoy aunque los espacios de los barrios se hayan poblado y sus habitantes se mezclan. De esta manera notable, pero tan evidente como hace veinte años, los barrios todavía mantienen sus artesanías y oficios tradicionales así como sus distintos dialectos y sus señas de identidad (Rus, 1997: 16).

Ante esto encontramos también en Viqueira (2004) que pese a los cambios económicos que han vivido Los Altos de Chiapas, esta posición social “no se ha diluido, sino que por el contrario parece haber cobrado renovadas fuerzas en las últimas décadas” (Viqueira, 2004: 225).

Por su parte Paniagua Mijangos (2011) sostiene que:

La ciudad enfilaría el esperado cambio estructural hacia un irregular nexos con las condiciones generadas por el mundo globalizado, el cual, al tiempo que entraba en una fase caracterizada por el socavamiento de toda forma de vida exclusivamente local y la reducción de las distancias culturales, comenzaba paradójicamente a evidenciar signos de fragmentación (pp. 168).

Ante esto podría mencionar dentro de las nuevas vías que ha generado la ciudad, se establece la del “intercambio”, “compra” y “uso” de la producción artesanal de textiles, para su comercialización de los productos en diversas tiendas de la ciudad y fuera de ella. En estas “nuevas” relaciones han entrado al escenario “nuevos” actores que siguen reproduciendo desigualdades, como es el caso de algunos sujetos extranjeros, Organizaciones No

Gubernamentales (nacionales y extranjeras, con tintes de cooperativas o asociaciones sin fines de lucro) y dependencias nacionales y extranjeras que figuran en la escena de la compra-venta de los productos elaborados por manos de indígenas (no dudo que muchos de estos descendientes de aquellos que padecieron las relaciones sociales en la época de colonia), lo importante aquí no es el criterio mestizo versus indígena, sino enfatizar la dinámica social que ha evolucionado y alberga la ciudad de San Cristóbal de Las Casas, la cual es consecuente a la dinámica política y económica que representa la región en los ámbitos estatal, nacional y mundial, lo cual no es una cuestión azarosa como pudiera suponerse, al contrario es una derivación clara de la atmosfera inicialmente planteada. Al respecto Viqueira dice que estos actores han sido,

Atraídos por la belleza, el exotismo, y la tranquilidad de San Cristóbal, muchos “fuereños” –mexicanos y extranjeros- se han establecido en la ciudad. Algunos de ellos han abierto diversos negocios que proporcionan servicios al turismo (agencias de viaje, restaurantes, hoteles, librerías, tiendas de artesanías, etcétera) mientras que otros trabajan en agencias del gobierno federal, en organizaciones no gubernamentales, en la universidad estatal o en algún centro de investigación científica. Sin embargo, la presencia de este grupo de “fuereños” en San Cristóbal no ha debilitado la estructura de castas de la ciudad, sino que tan solo la ha enriquecido con una nueva categoría cultural. (Viqueira, 2004:227).

Estos elementos hacen que la ciudad de San Cristóbal de Las Casas tenga sus propias particularidades y se distinga del resto de las ciudades del estado de Chiapas, pero también que el escenario de la investigación sea un tanto complejo y tal vez incómodo para algunos actores, pues es un espacio en el que se construye la industria creativa del textil de Los Altos de Chiapas, lo que toma una ruta significativa para el entendimiento y la comprensión de las estrategias que formula el mercado y las interpretaciones que de estas hagan sus participantes.

De acuerdo con Villafuerte comenta que:

La ciudad de San Cristóbal de Las Casas ahora vive básicamente del turismo y los servicios derivados, anualmente recibe alrededor de 500 mil turistas, lo que genera cierta cantidad de empleos informales con bajos salarios en hoteles, tiendas, restaurantes y agencias de viajes. Según el censo del 2000 en todo Chiapas el 56% de la PEA no recibió ingresos o si lo hizo fue menos de un salario mínimo (Citado en Olivera, 2011: 43).

Estas transformaciones de forma y fondo que han ido impactando a escala nacional y estatal, imprimen cambios sustanciales para la ciudad de SCLC. Como se dice en las últimas líneas de la cita, se aprecia un crecimiento de la industria turística, así como un incremento en las industrias culturales y creativas, promovidas particularmente por el eslogan de la diversidad cultural, en sus distintas representaciones que se albergan en el estado de Chiapas.

Así, la producción y comercialización del textil regional representa un área rentable para el capital, en éste se encuentra uno de los elementos más atractivos para el turismo, una actividad que en las dos últimas décadas ha tomado mayor importancia en la economías regionales y nacionales, abriendo nuevas fuentes de empleo para la población indígena y de la ciudad que conllevan a una estrecha relación con el mercado mundial, donde las artesanías indígenas que, “podían haber constituido una fuente alternativa de subsistencia, resisten difícilmente la competencia con las artesanías guatemaltecas más baratas y mejor adaptadas a los gustos y necesidades de los turistas. Así, hoy en día, en la plaza de Santo Domingo, en San Cristóbal de Las Casas, las indígenas chamulas ofrecen una gran variedad de productos guatemaltecos a los visitantes que, en su ignorancia, los adquieren como recuerdos de su viaje por Chiapas” (Viqueira, 2004: 225), las cuales muchas veces cruzan la frontera de una forma ilegal y desplazan los productos elaborados en la propia región.

## 2.3 LOS TEXTILES DE LA REGIÓN ALTOS EN SAN CRISTÓBAL DE LAS CASAS

La ciudad de San Cristóbal de Las Casas como se ha venido mencionando, se ha caracterizado desde algunos decenios por dos elementos: el primero como centro geográfico-económico, hoy nombrado cabecera municipal regional de los Altos de Chiapas; y el segundo, corresponde

a la confluencia de diversos actores, tanto de origen local, como los que representan a la población regional y nacional y claro, extranjera. Todos estos actores a su vez, particularizan la naturaleza de la ciudad y de la región, se puede decir que conforman un centro de intercambio y de comercio de diversos productos entre el campo y la ciudad, los cuales funcionan “a través de mecanismos tradicionales como los tianguis, las ferias y las fiestas religiosas, lo que permite articular en forma regular e intermitente ciertas formas de vida cultural regional” (Bonfil, 1995 (1987): 16). En el caso de San Cristóbal, en el centro de la ciudad se puede observar la instauración de un comercio específico orientado principalmente a la venta de productos culturales, entre ellos los textiles regionales, que de uno o de otro modo, se da en una dinámica de intercambio que al paso de los años ha evolucionado. Al respecto Aguirre Beltrán menciona lo siguiente:

La economía de Ciudad Las Casas y la de la zona indígena que domina es a tal grado interdependiente que la ruptura del equilibrio subsistente redundaría en una catástrofe para la ciudad y en un tremendo vacío para el indígena. Éste proporciona a la ciudad alimentación —maíz, trigo, verduras y frutas, sal, huevos y aves—, leña y carbón; materiales para construcción —maderas, piedra laja y cal—; un poco de lana — antiguamente algodón—y, sobre todo, mano de obra barata y abundante, no calificada, como la procedente de culturas no especializadas donde la vida agrícola es la actividad base de la subsistencia.

La ciudad, a su vez, resuelve al indígena todas las urgencias de su economía de prestigio: consumo devoto, alimentación, indumentaria y albergue de prestigio; además, encauzada y dirige las actividades todas del indígena por medio de una serie de instituciones que le permiten intervenir, en forma más o menos abierta, en la dinámica de la cultura nativa (1991 [1953]: 82-83).

Este tipo de relación entre campo y ciudad, entre indígenas y mestizos obviamente no se da de una manera armoniosa, pero hasta ahora ha conectado en mayor medida esta relación, al grado que con los procesos migratorios, que por distintas razones han acontecido, cientos de familias procedentes de comunidades indígenas habitan hoy en San Cristóbal de Las Casas, y muchas de ellas conviven directamente con la población mestiza o ladina “sancristobalense” y compiten en el mercado en diversos sectores de la economía, entre ellos en la comercialización

de los textiles, hasta con los “coletos”, quienes en décadas pasadas dominaban los distintos ramos del comercio en la ciudad y en varios municipios de la región.

Recordando la primera vez que pise tierra chiapaneca y haciendo un acto de memoria, note que han pasado ya doce años, desde esa ocasión mi estadía en la región ha sido itinerante, hasta hace tres años que radico en la ciudad de San Cristóbal de Las Casas. Esas entradas y salidas me llevaron a reflexionar sobre los cambios en las artesanías y principalmente las artesanías textiles que ofrece la región, dado que el perfil de turista es distinto al de un *habitante*, este juego entre perfiles me ha permitido una percepción particular del escenario textilero que ofrece la ciudad. En este recordar, como un caso particular de los cambios observados, tuve la curiosidad de buscar algunas prendas que fui adquiriendo en mis visitas. Encontrando sin duda diferencias en las mismas, tanto por el tipo de tela, hilos y diseños (ver imagen 2), aunque manteniendo similitudes, por ejemplo, con relación a la naturaleza del bordado característico de un grupo específico.

**Imagen 2 Blusas San Juan Chamula**



Fuente: Acervo fotográfico de Masaya Del Rasso Sáyago.

En las imágenes expuestas podemos observar que ambas prendas corresponden a lo que podríamos catalogar como “sencillas”, pero considero que es un buen punto de partida para hacer notar las particularidades dadas en el paso del tiempo. Del lado izquierdo, la prenda fue adquirida en el año 2003, el bordado es una confección característica de las artesanas de San Juan Chamula, mientras que la prenda del lado derecho también fue elaborada por una artesana

del mismo municipio pero comprada en el año 2015. Realizando una comparación entre ambas encontramos algunos de los elementos mencionados con anterioridad; la tela en ambas es manta pero la blusa de la derecha presenta un teñido industrializado en color azul, un ejemplo de la ampliación en la gama de colores que se ofertan en la actualidad en el mercado textil de la región, el cual era reducido años atrás, durante mis primeras visitas.

Por otra parte encontramos el diseño de las blusas, aunque de manera general se sigue manteniendo el trazado característico del bordado, este ha sufrido modificaciones con relación a la cantidad de bordado por prenda, actualmente lo encontramos en menor cantidad. Una característica más del diseño es que la prenda de 2003 está confeccionada toda a mano, mientras que la de 2015 solo el bordado, ya que la blusa en sí, fue fabricada a máquina, así los diseños extras que se encuentran entre los bordados. Siendo una muestra más y un reflejo de los cambios que ha tenido la producción del textil de la región. Aunado al precio en el que se ofertan (actualmente aumentando, ya que anteriormente se podía conseguir prenda saturadas de bordado a un precio muy económico, lo cual hoy en día no es posible encontrar), el costo está fijado a partir de varios elementos, como el aumento mismo de los insumos, así como la demanda que actualmente tiene el producto en el mercado.

Es un ejemplo simple pero significativo, de los acelerados cambios que expone la región Altos, estos cambios podría responder a dos factores principalmente; por un lado la motivación de innovación, promovida muchas de las veces por parte de agentes externos al proceso “original”, agentes externos que se han ido asentado en la zona y de una manera, a veces directa o indirectamente, influyen a los “productores indígenas”. El otro factor podría ser respuesta a las propias exigencias del mercado, como necesidad de ofertar al consumidor modelos nuevos y una mayor gama para su elección, tratando de poner una distinción entre los muchos comercios que se han asentado en la zona y que comercializan productos textiles, aunado a la oferta y ampliación de las materias primas.

Ante esto, refuerzo lo comentado con el FONART (2009), en su “Manual de diferenciación entre artesanía y manualidad”, donde menciona lo siguiente con relación a los cambios en las artesanías, en donde existen aquellas que:



Han sido *adaptadas* por las necesidades del mercado. Cuando los productores se dan cuenta de que sus productos pueden satisfacer una necesidad del mercado y proceden a adaptarlos.

O aquellas con un proceso *inducido*. El cambio es dirigido por la participación de una persona externa (comerciantes, diseñadores o un desarrollador de productos) enfocada a satisfacer las necesidades del mercado (p. 39).

La competencia que impone el mercado capitalista, no solo en el campo de las artesanías textiles, motiva a los productores y los comercializadores a buscar estrategias que ayuden a la obtención de mejores ingresos y muchas veces mejores ganancias. La situación de “costo-beneficio”, es un factor latente en la comercialización de cualquier producto, no siendo la excepción el textil artesanal. Además, la noción de moda sin duda también invade a las prendas textiles que hacen que se modifiquen los diseños de las mismas. La industria manufacturera con la introducción de nuevas telas e hilos en el mercado, conforman insumos sustanciales para la transformación de los elementos que se venden en los diversos sitios de comercialización textil.

Otro elemento que se observa en estos cambios, en el campo de los textiles de la región Altos, es la llegada de sujetos provenientes de otras regiones tanto del país como del extranjero, que juegan un papel importante en estos cambios de la producción de los textiles, “imponiendo sus ideas” (como se ha venido mencionando con antelación). Estos personajes han brindado nuevos perfiles al textil, no solo innovando en su presentación sino también proponiendo en los diseños, muchos podríamos perfilarlos con el adjetivo de “empresarios”; pensando en aquellas personas que tienen la visión de obtener a bajo costo los productos, transformarlos y obtener las mejores ganancias, sin olvidar que regularmente cuentan con un capital financiero, lo cual facilita la intervención en el campo comercial y entrando “fuerte” al mercado, en este caso de los textiles regionales, en la ciudad de San Cristóbal de Las Casas. Ante esto, tenemos la necesidad de hacer una comparación casi obligada con el productor, aquel “originario” de la región Altos, con perfil indígena y que posee el conocimiento y la sabiduría heredada de generación en generación, que se ve vulnerable ante la entrada de los actores antes mencionados, y que en muchas ocasiones suele ser relegado a un segundo plano,

convirtiéndose en una clase subordinada. Aún cuando encontramos excepciones en este “productor originario”, es notable que el capital financiero y las habilidades para entrar en la competencia que marca el mercado comercial de la ciudad de SCLC, resultan límites que imposibilitan en gran medida la competencia de estos productores con relación a aquellos externos; que en muchos de los casos recibieron capacitaciones para enfilar la competencia, utilizando estrategias de mercado, orientadas a los recursos de la publicidad, el diseño gráfico, las artes gráficas y el manejo de plataformas virtuales.

Por otra parte se puede observar una promoción hacia la Región por vías como la oferta turística que realiza el gobierno estatal, ofertando al visitante la experiencia de ver y convivir con las “culturas vivas” (ver imagen 3), refiriéndose a todos aquellos pobladores indígenas que transitan por las calles y avenidas de la ciudad de San Cristóbal de Las Casas, que casi siempre por motivos de uso cotidiano portan su “vestimenta tradicional” (principalmente mujeres y niñas). Así como a los municipios de la Región que en su mayoría albergan ciudadanos indígenas.

**Imagen 3. Tríptico del estado de Chiapas con oferta turística**



Fuente: Acervo fotográfico de Masaya Del Rasso Sáyago.

El municipio de San Cristóbal de Las Casas además de ser un centro turístico importante para el estado de Chiapas, aloja un flujo significativo de visitantes al año (ver tabla 1), por

ejemplo para el año 2015 reportó un total de 743, 458 llegadas de turistas<sup>17</sup>. La ciudad cuenta con escenarios diversos para la diversión, consumo y entretenimiento del turista, entre los que resaltan sus andadores los cuales conectan al primer cuadro de la ciudad y ofertan un número significativo de comercios, que en su mayoría ofrecen productos artesanales locales, entre estos, los derivados de los textiles.

**Tabla 1 Llegada de turistas a SCLC**

Secuencia de la llegada de turistas a partir de la actividad hotelera en SCLC, periodo 2005-2015											
Año	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
No. de llegadas	456,715	531,313	627,206	646,899	657,361	603,766	741,554	717,094	687,947	768,922	743,458
Fuente: <i>DataTur</i> de la Secretaría de Turismo. Sistema Integral de Información de Mercados Turísticos -SIIMT ( <a href="http://www.siiimt.com">www.siiimt.com</a> )											

Otro punto de venta importante del textil de la región Altos es el “mercado artesanal de Santo Domingo”<sup>18</sup>, ubicado entre las calles 20 de noviembre y Gral. M. Utrilla en el Barrio El Cerrillo; aún tratándose de un lugar de venta informal del textil, el municipio ha establecido lineamientos y ha fijado estrategias para su “control” (como el pago de cuotas y el levantamiento de censos de los comercios), siendo un referente para el consumidor.

Ubicado en el mismo espacio, encontramos otro lugar relevante para los visitantes de la ciudad; el museo de Los Altos de Chiapas, Ex Convento de Santo Domingo De Guzmán, que alberga dos salas en su interior, la primera planta está relacionada con la historia de la ciudad, mientras que la segunda planta (sala), exhibe una gran colección textil de Chiapas y algunas piezas de Guatemala.

En la primera sala, en el área arqueológica podemos apreciar piezas del textil prehispánico, vestigios de las civilizaciones asentadas en la zona; entre los objetos encontrados están:

---

17 Fuente: *DataTur* de la Secretaría de Turismo, recuperado de [http://201.159.142.19/Cognos/cgi-bin/cognos.cgi?b\\_action=cognosViewer&ui.action=run&ui.object=%2fcontent%2fpackage%5b%40name%3d%27siimt\\_master%27%5d%2freport%5b%40name%3d%27ACTIVIDAD\\_HOTELERA\\_DESTINO%27%5d&ui.name=ACTIVIDAD\\_HOTELERA\\_DESTINO&run.outputFormat=HTML&run.prompt=true&ui.backURL=%2fCognos%2fcgi-bin%2fcognos.cgi?b\\_action%3dxts.run%26m%3dportal%2fcc.xts%26m\\_folder%3di1A25AE98ED0B4AC68F60EB240C84F9D3](http://201.159.142.19/Cognos/cgi-bin/cognos.cgi?b_action=cognosViewer&ui.action=run&ui.object=%2fcontent%2fpackage%5b%40name%3d%27siimt_master%27%5d%2freport%5b%40name%3d%27ACTIVIDAD_HOTELERA_DESTINO%27%5d&ui.name=ACTIVIDAD_HOTELERA_DESTINO&run.outputFormat=HTML&run.prompt=true&ui.backURL=%2fCognos%2fcgi-bin%2fcognos.cgi?b_action%3dxts.run%26m%3dportal%2fcc.xts%26m_folder%3di1A25AE98ED0B4AC68F60EB240C84F9D3)

Esto en comparación según cifras de turismo en Chiapas de 2015 (enero-diciembre); el estado tuvo 5, 231, 585 visitantes, de las cuales un 21 % visitó la Ciudad de San Cristóbal de Las Casas (1, 103,755 visitantes), obteniendo el primer lugar dentro del listado de lugares más visitados. Fuente <https://issuu.com/secturchiapas/docs/infografía>

18 Así nombrado por la Secretaría de Turismo del Estado de Chiapas. Consultar: <http://www.turismochiapas.gob.mx/sectur/mercado-artesanal-en-la-plaza-de-santo-domingo>

“herramientas textiles como machete de madera, malacates, agujas y punzón de hueso<sup>19</sup>, estas piezas pertenecen al clásico tardío entre el 600-900 de N.E y el posclásico temprano entre el 900 y 1250 de N.E” (Museo de los Altos de Chiapas Ex Convento de Santo Domingo De Guzmán, colección arqueológica, piezas prehispánicas), las piezas fueron encontradas en la cueva de El Lazo, Cueva El Tapesco del diablo, ubicadas en el estado de Chiapas.

En esta sala también podremos encontrar una secuencia de piezas textiles, estos fragmentos pertenecen al periodo del clásico tardío (600-900 N.E), los cuales fueron encontrados en El Lazo, municipio de Cintalapa, Chiapas (ver anexo 2), el que estas piezas se hallaran en este municipio, no descarta la posibilidad de que provengan de otros lugares dado el intercambio comercial de la época. Uno de los factores que contribuyó a la preservación de dicho material fue el clima, gracias a esto podemos observar parte de la técnica, así como el material con el que eran elaborados estos textiles consistía en fibras para hilar como el algodón y el ixtle (o agave).

Otra técnica que deja ver este descubrimiento es “el manejo del telar de cintura una actividad exclusiva de las mujeres. Ellas inventaron tramas en las que incorporaron plumas, piedras, conchas, caracoles y piel de conejo, entre otros. También crearon combinaciones de minerales y demás productos para teñir las telas.

Según la cosmogonía maya, la diosa de la luna, Ixchel, era la patrona del hilo, y su hija, Izchebelyax, la diosa del bordado. El acto de tejer simboliza el nacimiento y la vida; abrir y cerrar el telar, los latidos del corazón; y el esfuerzo de la tejedora, el parto que origina la vida. Por eso desde tiempos remotos a las tejedoras se les considera las madres de la creación. (Museo de los Altos de Chiapas Ex Convento de Santo Domingo De Guzmán, colección arqueológica, piezas prehispánicas).

Por otra parte, el acervo del *Centro de Textiles del Mundo Maya*, ubicado en la sala dos del museo, exhibe como el nombre lo indica una amplia gama de textiles representativos de diversos municipios del estado de Chiapas, así como algunas piezas provenientes de algunos

---

<sup>19</sup> “Los malacates, generalmente de barro, servían para hilar fibras como el algodón y el ixtle. Las agujas y punzones de hueso se utilizaban para unir secciones de tela y bordar; mientras que los machetes de madera para presionar, por medio de golpes firmes, los hilos durante el tejido” (Fuente: Ficha de descripción, Museo de los Altos de Chiapas Ex Convento de Santo Domingo De Guzmán, colección arqueológica, piezas prehispánicas).

departamentos de Guatemala. Estos textiles representan “más de 2.500 piezas procedentes, principalmente, de dos colecciones: la del Patronato Pellizzi, A.C. y la de Fomento Cultural Banamex A. C. La primera, (...) es fruto de una sistemática investigación en los pueblos de Chipas, realizada entre 1972 y 1979. Su creación fue promovida por el antropólogo Francesco Pellizzi y en conjunto reúne 793 piezas tanto antiguas como contemporáneas al momento en que realizó la búsqueda. Se reunió bajo los criterios del propio Francesco Pellizzi y Walter F. Morris Jr. La colección de Fomento Cultural Banamex contiene importantes ejemplos de tejidos chiapanecos que se han adquirido a partir de 1996 (...)” (Fuente: información del Centro de Textiles del Mundo Maya).

Desde hace “pocos años” el centro de San Cristóbal ha ido sufriendo cambios y modificaciones notorias, por ejemplo en su estructura física (infraestructura) con la construcción de los *andadores turísticos* y en la incorporación de nuevos negocios. Si se hace una descripción general, podríamos identificar fácilmente la lógica de la distribución de los comercios que se ubican en esta zona. Lo que quiero aquí rescatar son dos elementos: el primero, no es casualidad la inversión en infraestructura por parte del estado y del municipio hacia la ciudad, sin duda responde a políticas específicas<sup>20</sup> y claras, ya que “la política cultural, tanto la elitista como la popular, se interesa por los legítimos intereses del gobierno” (Miller y Yúdice, 2004: 25). El segundo elemento corresponde a que esta distribución de los andadores, traza un circuito que envuelve de manera indirecta al turista enfatizando que “(...) el turista es un sector social importante como comprador de artesanías” (Ejea, 1998: 373), este circuito alcanza a enlazar puntos trascendentales de la comercialización del textil (en sus diversas representaciones, ya sea como artesanías o como modelos de innovación), los cuales quedaron “fuera” de los andadores; como lo es el “mercado de dulces y artesanías”, ubicado a un costado de la iglesia de San Francisco y otro punto también de suma importancia para la venta de este producto artesanal, el “mercado de artesanías de Santo Domingo” del cual ya se ha hablado anteriormente, ambas referencias sobresalientes para la investigación.

---

20 Se encuentra así que en (...) las políticas culturales del Estado, predominan las añejas tesis de la difusión de la cultura. El esquema es simple: la cultura es un conjunto restringido de productos superiores del quehacer humano; en consecuencia, es patrimonio de pocos y la democratización de la cultura consiste, esencialmente, en que esos pocos enseñen a los demás la capacidad para apreciar la verdadera cultura. Hay que llevar la cultura al pueblo, es la premisa fundamental de todo programa de difusión cultural. Con lo que, de nueva cuenta, las culturas populares quedan excluidas, se transforman en no-cultura o en franca anti-cultura; son invisibles para quien busca la Cultura –así, con mayúscula (Bonfil, 1995 (1987): 11y 12).

Entonces encontramos que:

El equipamiento histórico y cultural es uno de los atractivos con los que se cuenta para “reactivar” la actividad turística. Las artesanías se incluyen dentro de ese equipamiento pues, además de estar para ser vistas, conocidas y admiradas, también están para ser adquiridas, a precios accesibles y con todas las cualidades de una auténtico “souvenir” (Ejea,1998: 373).

Convirtiéndose en una apuesta del estado, obligándolo también a fijar estrategias que respondan a estas oportunidades de crecimiento.

El circuito antes mencionado, es el eje que enmarca la distribución, circulación y consumo de la artesanía textil en la ciudad de San Cristóbal de Las Casas. ¿De qué depende esta circulación? y ¿cómo se da el consumo?; son dos preguntas básicas para el tema pero complejas de desarrollar en este apartado, podría mencionar de manera general que se establecen redes para la circulación de los productos, mientras que el consumo se dará de acuerdo a un orden, que Ejea (1998) marca cuando dice que “la apropiación diferenciada de las artesanías, entre grupos socioeconómica y culturalmente desiguales, se expresa en la distinción de las piezas adquiridas: en su cantidad, su calidad, su precio, sus materiales, su origen, su novedad” (Ejea,1998: 378). El consumo se da de acuerdo a grupos socioeconómicamente diferenciados. En un sondeo levantado por mi persona, en *Semana Santa* del año 2015, en la zona centro de la ciudad, pude obtener que el consumidor en una mayoría responde a un perfil profesionalista universitario, con trabajo estable y solvente, lo cual le permitía adquirir una gran cantidad de productos textiles durante su estancia en la ciudad (contenido desarrollado más adelante), esto refuerza lo expuesto anteriormente.

Hemos regresado a un periodo en donde la diferencia, principalmente económica se enmarca con mayor claridad, aunque cabría decir que tal vez nunca se abandonó por completo esa diferenciación. “El acceso a los bienes e ideales culturales dependía decisivamente del *status* social y económico personal de quienes aspiraban a ellos” (Hans, 2005: 166); actualmente con

el acceso a estos bienes culturales sucede algo similar, por ejemplo si uno visita algunas comunidades de la región, podremos apreciar que la “vestimenta tradicional” ha sufrido cambios, y algunas veces hasta ha desaparecido su uso en gran parte de la población. En algunas pláticas con algunos miembros de estas comunidades, se me ha dicho que han dejado de portarla porque los costos de su elaboración y compra son muy elevados (existen casos en los que las familias no poseen conocimientos de la manufacturación o desconocen la elaboración particular de las prendas tradicionales de uso ceremonial y por ello recurren a la compra), así que les resulta difícil mantener su uso todos los días de la semana. Sin embargo, cuando acudimos a ciertos locales de la ciudad de San Cristóbal, en donde se comercializan estos textiles, observamos que muchas veces los precios son elevados más allá del costo real de *producción*<sup>21</sup>, pero esto no resulta impedimento para algunas personas (consumidores), en su mayoría extranjeros, que pueden cubrir el monto económico fijado por los intermediarios (comerciantes/locatarios), a esta dinámica podría dar una respuesta rápida; tiene que ver con dos elementos antes mencionados, el valor que se le atribuye al tener una prenda con características artesanales y con contenido simbólico referente de un grupo étnico (casi siempre indígena) y dos, la capacidad adquisitiva que tienen los sujetos, lo cual les permite la adquisición de la prenda sin que se vea afectada su economía, y la economía familiar, esto a diferencia de las familias locales de procedencia indígena, que valoran la portación de las prendas (compra) con relación a las necesidades básicas que presenta la familia.

Esto me ha llevado a pensar cómo es que el valor del textil se transforma y adquiere un significado distinto al que tenía en el momento de su creación inicial. Los textiles son un ejemplo claro de las transformaciones que sufre un “bien cultural”, ahora en su calidad de “producto”. La dinámica de mercado, conlleva a cambios en la estructura textil, desde el proceso de producción, pasando por la distribución en su calidad de comercialización, hasta llegar a su consumo. Si analizamos detenidamente este último, notamos que en el caso del textil de la Región Altos, se ha multiplicado su valor en el mercado, esto por el gran tránsito de “consumidores”, los turistas. Las nacionalidades de estos son variadas y por ende su poder económico varía, con ello el gusto y el monto por el objeto a consumir. El consumismo actual, como lo expresa Harvie Ferguson, “no se basa en la regulación (estímulo) del deseo, sino en la

---

21 Se han encontrado huipiles de más de \$20000.00 pesos en establecimientos de la ciudad.

liberación de las fantasías y anhelos”. (Bauman, 2003: 681) (...) el fenómeno del "consumismo", es decir, de una compensación cuantitativa por la imposibilidad de alcanzar un disfrute cualitativo en medio de la satisfacción (...) (Echeverría, 2008: 36).

La zona Altos de Chiapas, siempre se ha caracterizado por su diversidad cultural, particularmente la ciudad de San Cristóbal de Las Casas es un punto de cruce de esta *gama de culturas*, que conforman la región, la ciudad a lo largo de la historia ha jugado un papel importante en el tránsito de productos regionales, así como en su comercialización, el textil no es la excepción. “Aunque la economía de prestigio es la principal fuente de intercambio entre la ciudad y el indígena, y es ella la base que sustenta el comercio de San Cristóbal Las Casas, hay otros productos indispensables en la diaria actividad que el indígena adquiere en la ciudad” (Aguirre, 1991: 84).

Actualmente se pueden identificar lugares claves para la compra-venta del textil regional, algunos de estos sitios son continuidades de las familias locales, instauradas en la calle Real de Guadalupe; uno de los elementos que se valoran actualmente, es no solo el consumo de éste por los locales, sino por personas nacionales y extranjeras (foráneos) que han encontrado en la ciudad elementos valiosos para su consideración.



## CAPÍTULO 3

# DINÁMICA DE PRODUCCIÓN, COMO PARTE DE LA INDUSTRIA CREATIVA DEL TEXTIL

En este capítulo se desarrollan los elementos sobre la producción textil; se destacan algunos casos de artesanas textiles originarias de la zona, así como una descripción de los tipos de productores encontrados en la región y su dinámica. La pretensión de este apartado es poder dar cuenta de la dinámica que envuelve a la industria creativa textil, y tiene como punto de confluencia la zona centro de la ciudad de San Cristóbal de Las Casas.

Como es bien sabido, el proceso de globalización se ha caracterizado por un dinamismo particular y un tanto esencial para el sistema capitalista, trastocando cada una de las fronteras que integran la dimensión humana. Al respecto Touraine (2005), plantea que ésta no sólo se debe de concebir “como una mundialización de la producción y los intercambios, sino, sobre todo, como una forma extrema de capitalismo, como separación completa de la economía y las demás instituciones, en particular sociales y políticas, que ya no la pueden controlar” (Touraine, 2005: 257). Además, con el dominio de las políticas neoliberales a nivel mundial, tanto en el mercado como en la sociedad, el debate de los científicos sociales pasó de “la identidad nacional hacia las identidades particulares (étnicas, de género, regionales)” (Ortiz, 2004: 200), donde el campo de la producción de artesanía textil como medio de subsistencia para la población productora, especialmente, indígena y campesina, se ha tornado un sector importante para la economía estatal y nacional.

Así, las divisiones que permean entre lo global y lo local, “rediseñan el paisaje económico y comunicativo de la sociedad y de la cultura latinoamericana, animan también la discusión en torno a los nuevos modelos de reorganización del conocimiento susceptibles de analizar los cambios de lo social y lo cultural en América Latina. Y dentro de estos modelos, figuran los estudios culturales” (Richard, 2001: 187). Que como ya se mencionó, brindan un bagaje conceptual oportuno para el estudio de las industrias culturales y creativas, los cuales desde la década de los ochenta del siglo XX “se ha redefinido por el efecto combinado de la

globalización, la emergente sociedad de la información y la valorización de la democracia” (Hopenhayn, 2001: 69).

En este sentido, se aprecia que las industrias creativas se han formulado como una propuesta de las políticas culturales, las cuales fijan parámetros para la implementación, desarrollo y desenvolvimiento de las industrias creativas, transformando la cultura de una determinada población a un producto del mercado, un bien o un servicio consumible y transferible al que se le asigna un precio de venta. Un proceso donde los medios masivos de comunicación juegan un papel primordial. Para Hopenhayn,

La cuestión no está en la lucha de racionalidades sino de contenidos culturales. (...) [Los cuales] pueden ser “recuperados” por la gran industria cultural generando el espejismo de la democracia comunicacional, cuando en realidad lo que ocurre allí es que se reformatean símbolos y sentidos para devolverlos y hacerlos circular con la impronta de la racionalización mercantil (Hopenhayn, 2001: 82).

Este fetichismo de la mercancía también envuelve al textil regional, el cual conlleva a todos los involucrados a la búsqueda de ganancia o de un beneficio económico, entre los que se encuentran los productores de la región Altos. Ante ello, una pregunta obligada sería: ¿Qué tanto beneficia o perjudica a los productores esta racionalización mercantil? Para Bajtín, “las formas de los signos están condicionadas por la organización social de los participantes involucrados” (Citado en Grüner, 1998: 42). Si esto se traslada al campo de la iconografía que forma parte del textil, entraríamos en un aspecto discutible de la industria textilera, ya que actualmente se puede observar que buena parte de la producción está condicionada por actores externos al productor. De hecho, el código que se manejaba en los textiles de la región ha sido modificado e interpretado en relación con la demanda del mercado y a las necesidades que presentan los consumidores, vulnerando el significado y el desarrollo del textil y sus portadores originarios.

En este sentido, la cultura “se politiza en la medida que la producción (...) tiende a imponerse según cuáles sean los actores hegemónicos en los medios que difunden todos estos elementos” (Hopenhayn, 2001: 72), y las modas “son un testimonio del progresivo aumento del fetichismo de la mercancía en la modernidad, pero también –y justamente por ello— tienen

un riquísimo valor de síntoma ideológico y cultural” (Grüner, 1998: 22). La respuesta a las modas aunado a la “necesidad” de subsistencia de los productores del textil, es lo que poco a poco transmuta la estructura de producción textil. ¿Qué es lo que se tiene ahora como textil regional, una simple imposición y copia de necesidades externas, o un elemento representativo cargado de significados culturales?

### 3.1. LA PRODUCCIÓN DEL TEXTIL EN LA REGIÓN ALTOS

Cuando hablamos de producción nos referimos a todo el proceso que implica la elaboración de cualquier objeto que después de terminado se convierte en un producto listo para ser utilizado, consumido o vendido. En el caso del textil de la región Altos se encuentran diversas técnicas y formas que se aplican en el proceso productivo, los cuales dependen, en muchos casos, de la innovación y la creatividad de cada productor, así como de que aquellos agentes que están involucrados en la elaboración, comercialización y consumo del mismo. Esto es importante porque no sólo se trata de entender e investigar el modo en el que se confeccionan las telas y los productos que se derivan de ellas, sino también en la construcción de una tipología del productor que permita evidenciar de cerca a los actores involucrados. Dado que pocas veces, cuando se adquiere un producto cultural, particularmente una prenda de vestir, nos cuestionamos o sabemos quién o quiénes estuvieron detrás de ella, se ignora el nombre de la persona, la región de origen y las condiciones en las que ésta se produjo, dígase la casa (o lugar, como espacio micro de producción) donde fue producida, las implicaciones que conllevó su hechura, entre otros elementos.

Por otra parte hay que recordar que “los grupos humanos, grandes o pequeños, son productos del clima, de la geografía, de las necesidades físicas o biológicas y de factores similares; se convierten en una unidad a partir de tradiciones humanas comunes y memorias compartidas cuyo principal enlace y vehículo, es el lenguaje” (Berlin, 2000: 213-214), el verbal y no verbal (simbólico), por tal razón se considera que el textil forma parte del lenguaje de muchas culturas. Pues, el simple hecho de portar un “traje” característico de cierta región,

expresa el contexto en el que el portador se desenvuelve y, regularmente, al que el sujeto pertenece. Esto es así,

porque los hombres piensan necesariamente mediante palabras y otros símbolos, pues pensar es hacer uso de símbolos. Y sus sentimientos y actitudes ante la vida son incorporados en formas simbólicas: ceremonias sagradas, poesía, rituales. Ello es debido a que buscamos placeres o satisfacer necesidades: el baile, la caza, formas primitivas de solidaridad social expresadas y preservadas mediante mitos y representaciones establecidas (Berlin, 2000: 214).

En este sentido, el textil es una manera de expresión de las culturas (principalmente indígenas), aún cuando muchos de los elementos que conforman el textil regional no pueden considerarse originarios dado el proceso de aculturación que su población ha sufrido, aun se encuentran elementos iconográficos que tienen significados arraigados a su evolución cultural, los cuales forman parte de su código de comunicación, que sin duda, hoy en día se ha prestado a infinidad de interpretaciones. Ante esto, puedo decir que todavía existen muchos casos donde cada uno de los hilos que conforman la pieza de un textil regional forma parte sustancial de la unidad cultural, elemento que es vulnerado con la entrada de una industria creativa del textil.

Tal vez la vigencia y transformación del textil se deba a que su elaboración influye de distintas maneras en la conformación de los sujetos, ya sea como símbolo de identidad<sup>22</sup> o rechazo de la misma, dentro o fuera de la comunidad, o como símbolo de admiración, recelo o discriminación en la cultura popular mexicana (Véase, Nivón, 2015), la cual “se ve cada vez más permeada por la racionalidad mercantil” (Hopenhayn, 2001: 81). Una racionalidad que ha impulsado una nueva forma de producir y de distribuir los productos textiles de la población indígena y campesina, donde, aparte de los agentes del mercado, también participa el gobierno, organizaciones no gubernamentales y otros sectores de la sociedad, con el discurso de que a través de la producción textil regional van a lograr mejores beneficios económicos para sus familias, mejores ganancias y que tendrán empleos sin salir de su comunidad. Por ejemplo, los

---

<sup>22</sup> “Para Herder ser miembro de un grupo significa pensar y actuar de una manera concreta, a la luz de metas, valores y representaciones particulares del mundo: pensar y actuar de esta forma es pertenece a un grupo” (Berlin, 2000: 248)

programas de instituciones públicas y privadas que han otorgado máquinas de coser a las artesanas del textil para la elaboración de la vestimenta tradicional de la región Altos, así como la relación que existe entre los productores e intermediarios (coyotes) en el proceso de comercialización del textil, de los cuales dan cuenta los trabajos de Rus (1990); Ramos (2010) y Sánchez (2013). Puesto que estos elementos, juegan un papel muy importante en la dinámica del mercado, el cual “no se limita a *condicionar* a los objetos culturales, sino que (como lo habían previsto Adorno y Horkheimer) se ha *introducido* en su propia estructura, en su propia lógica productiva” (Grüner, 1998: 57).

Lo que conocemos y llamamos hoy en día artesanía textil, es un producto que se relaciona con un origen entre la fusión de rasgos indígenas y características de “los conquistadores”. Esta combinación parte de lo que conocemos como proceso de “aculturación”<sup>23</sup> y también llamado por otros, proceso de “hibridación”<sup>24</sup>. Cabe reflexionar sobre esta producción inicial y el proceso que ha tenido con el pasar del tiempo, y más si nos referimos al caso de la zona Altos de Chiapas, lugar donde convergen diversos grupos étnicos, principalmente, tsotsiles y tseltales. La gama de la producción de textiles que representan a estos grupos y a sus portadores “originarios”, se extiende a lo largo de la región y a cada uno de los municipios que abarcan los Altos de Chiapas.

Ahora bien, ¿Qué ha pasado con esta producción? ¿Cómo se sitúa hoy en día? Los cambios y las variaciones que ha tenido la producción del textil artesanal, también es visible en el proceso de comercialización, esto tomando en consideración la expansión de su mercado y los puntos de venta, principalmente, en la ciudad de San Cristóbal de Las Casas, donde se aprecia que los textiles han tenido que migrar de sus lugares de origen para situarse en un parámetro estratégico para su distribución. En este camino hallamos que cuando,

las artesanías emigran a la ciudad y también lo hacen sus significados, que se recrean y se modifican: se distribuyen en tiendas, en mercados, en centros comerciales, en sitios donde se mezclan con artesanías de otros lugares y de otros países, y con otros objetos de carácter industrial, bajo nuevas lógicas y nuevas reglas (Ejea, 1998: 369)

---

23 Es el proceso de cambio cultural que se produce por el encuentro de dos sistemas culturales autónomos, y que da por resultado la creciente similitud de ambos. Fuente; Barfield, T. (Ed.). (2000). Diccionario de antropología. Siglo XXI.

24 García Canclini, Nestor, 1989.

La artesanía textil que se produce en la actualidad comparte su espacio con otros productos culturales, que en este caso no necesariamente cubren el carácter de artesanal, siendo un escenario nuevo que enfrenta la producción del textil regional, la necesidad de fijar estrategias para su sobrevivencia, que a su vez radican principalmente en la innovación. Al respecto Novelo (2015) menciona que,

La producción artesanal dirigida al mercado amplio, si quiere respetar sus modos y patrones para producir, va a requerir cada vez más educar a sus propios cuadros administrativos y de control de calidad para evitar intromisiones no desables. En todo caso, las soluciones dependen del grado de autorreconocimiento y de organización locales y del ejercicio de las decisiones propias (Novelo, 2015: 177)

Estas decisiones son de suma importancia para la conservación de la “identidad” de estos grupos y su representación por medio del textil artesanal. En este sentido, las modificaciones que ha sufrido el textil de la región Altos, también responde a una lógica del mercado y de “nuevos actores” en la zona, llámense extranjeros o nacionales con un poder adquisitivo mayor al de los “productores nativos” (indígenas), los cuales ven un valor agregado en la producción artesanal de un textil de un “grupo originario”, para su promoción, distribución, comercialización y consumo; poniendo en riesgo la integridad del significado y en otras tantas ocasiones la forma de portar la “vestimenta tradicional”. La autora citada también refiere que en gran parte del territorio nacional, existe

una gran producción de objetos feos y malhechos que desvalorizan los patrones estéticos y el cúmulo de destrezas y, por tanto, atentan contra el patrimonio de los pueblos, pero que se producen para el turismo consumidos de baratijas que compra pensando que se lleva un legítimo trozo de mexicanidad. En el proceso sólo ganan los comerciantes (Novelo, 2015: 176).

A su vez, muchos de estos comerciantes no representan al artesanado, son simplemente vendedores que ven una oportunidad de trabajo y venta en la distribución de estos productos “de menor calidad” y con producción en serie. Por ejemplo en los andadores del centro

histórico de San Cristóbal, tenemos un “comercio ambulante nómada”, el cual juega, en primer lugar como competencia para la producción artesanal textil, pero también como opción de adquisición para el consumidor “promedio”; entre los productos que se comercializan encontramos principalmente: suéteres, chalinas, rebosos, gorros, bufandas, guantes, entre otros. Si nos detenemos a observar detalladamente encontramos que existe un gran consumo hacia estos productos por parte de los turistas que visitan la ciudad y más de aquéllos que pareciera, no se dieron el tiempo suficiente para informarse del tipo de clima de la zona, elemento aprovechado por este tipo de vendedores.

### 3.2 APROXIMACIÓN AL CAMPO DE LA “PRODUCCIÓN TEXTIL ARTESANAL” DE LOS ALTOS DE CHIAPAS: EL CASO DE CUATRO PRODUCTORAS

Este apartado muestra de manera particular aquellos elementos más sobresalientes de cuatro productoras de Los Altos de Chiapas, acompañado de reflexiones e ideas surgidas a partir de las conversaciones entabladas con ellas y algunos de sus familiares y la observación de campo. Al tratarse de la producción de textil de Los Altos de Chiapas, se recurrió a la búsqueda de productores originarios de la región, especialmente, el diálogo con cuatro mujeres tsotsiles, dos pertenecientes al municipio de San Andrés Larrainzar, una del municipio de Chenalhó y una del municipio de Pantelhó. Así como la oportunidad de conversar con familiares de las artesanas.

En las siguientes líneas trataré de dar un esbozo de lo narrado por estas productoras, subrayando aquellos elementos de relevancia para la investigación, los cuales dejaron entrever la dinámica que envuelve la industria creativa del textil en la ciudad de San Cristóbal de Las Casas, permitiéndome observar una dinámica compleja en relación con la producción textil y su vínculo con el área de comercialización que se inicia hacia dicha ciudad. Es importante mencionar que las dos primeras entrevistas se llevaron a cabo en su lengua materna de las entrevistadas, el tzotzil, esto fue posible gracias al acompañamiento de interpretación de dos personas, Antonia Díaz Hernández y su madre Manuela Hernández.

La primera entrevistada fue la señora Andrea Hernández López tiene 82 años, quien aprendió a tejer el textil aproximadamente a los 8 años. Ella se dedica al textil tradicional, lo aprendió a trabajar por su familia, principalmente por herencia de su mamá, que a su vez lo aprendió también de su madre. Esto quiere decir que estamos ante una familia artesana de herencia familiar y ancestral. Dentro de los elementos a rescatar, comentados por la señora Andrea encontramos los siguientes:

La señora refiere que sólo se dedica a la elaboración del textil tradicional, con los bordados, puntos, figuras o iconografía tradicional, entre esto refiriéndose al color rojo o tonalidades rojizas, características del municipio. Ante esto, hace un comentario donde menciona que *es vergonzoso* cambiar el textil a lo que se está utilizando hoy en día, por ejemplo, las tonalidades moradas, o el uso de otras telas que no sea el algodón o manta con sus tonalidades naturales (blanca, beige), sino cambiarlas por las telas pigmentadas en tonalidades azules o lilas, que se ven comúnmente en las calles tanto de San Andrés como en SCLC. Refiere que es una vergüenza tanto la gente que lo elabora como aquéllas que lo compran y lo usan, ya que dejan de ser “San Andreseros; porque cómo es que vas a saber o cómo es que te vas a distinguir de los otros lugares si tú mismo estas modificando el textil, si el textil es lo que te distingue de los otros”. Convirtiéndose en un punto importante dentro de la conversación.

Posteriormente nos mostró varios textiles que ya tenía elaborados, los cuales correspondían a la vestimenta de gala de la comunidad y se muestra en la imagen 4.

Con relación al precio de las prendas de textil, se menciona que para la personas de la localidad se tiene un precio específico que es un poco más barato en comparación al producto que se vende o comercializa para foráneos o en SCLC, ya que este último tiene una elevación de entre un 20 a un 30 por ciento. Otro elemento importante es el tiempo que tarda en elaborar su “producto”; donde le dedica entre 4 y 6 horas al día. De hecho, la blusa de la imagen 4 tardó aproximadamente dos meses en hacerla, por la dedicación que implica el tejido y es cansado para la vista de la productora, por eso trabaja un tiempo limitado al día, aprovechando la luz natural.

El textil no es la única actividad que las mujeres realizan; se dedican a la siembra (maíz en el caso de la Sra. Andrea), cuidar sus borregos (pastorear). El textil es una entrada de ingresos monetarios significativa para su familia, pero es compartido con otras labores de su vida cotidiana.



**Imagen 4 Señora Andrea Hernández López, mostrando blusas elaboradas por su persona**



Fuente: Acervo fotográfico Masaya Del Rasso Sáyago.

La señora Andrea es viuda, y comercializa su textil con la cooperativa de *Sna Jolobil*, una organización indígena de Los Altos de Chiapas, dedicada a la comercialización del textil tradicional.

Dentro de la anécdota nos refiere que cuando ella era joven intentó vender sus textiles con una señora que era del mismo San Andrés, relata que esta persona se dedicaba a comprar el textil de las mujeres. Ella (Andrea) se presenta con esta persona, mostrándole su trabajo, una blusa para ser precisa, a lo cual la señora la revisa, le gusta el trabajo que hace y le sugiere que se quedara a trabajar con ella produciendo textiles con un grupo de mujeres, pero con el paso del tiempo esta persona terminó “estafándolas”, ya que les retiraba su producto, lo vendía y no les pagaba, o les recogía el producto pero se los pagaba a mal precio (menor al costo), hasta que como grupo se unieron y corrieron a esta persona (intermediaria), independizándose; en la búsqueda de otras vías para la comercialización de su producto. Es en esos tiempos que el directivo y creador de *Sna Jolobil* llegó a San Andrés y las contactó, así es como empiezan a comercializar su textil con ellos, nos dice que ya son aproximadamente 40 años que lleva trabajando con *Sna Jolobil*.

También comenta que este sujeto llegó con un *gringo*, la señora Andrea narra que se quedaba en su casa, sacaba fotografías y le fue enseñando como es que tejía su mamá, su abuela,

convivía con ellos como familia, cuando llegaba le daban dinero a la señora para que comprara la comida y todos los gastos corrían por cuenta de él. Este patrón de comportamiento por agentes extranjeros es común escucharlo en la zona, la pregunta en este caso sería, ¿Cuál es el beneficio a largo plazo que obtiene el productor?

Por otra parte la señora Andrea dijo que actualmente ya no borda para *Sna Jolobil* a menos que sea un encargo especial, pero su labor ahora es la de coordinar y supervisar a las mujeres que comercializan su producto con la tienda, menciona que son aproximadamente 32 representantes, de aproximadamente 300 mujeres en todo el municipio, de distintos parajes las que entregan producto a *Sna Jolobil*, lo que ella hace es “supervisar el estándar de calidad que requiere la tienda”.

Con relación al material: El telar de cintura es construido por ella.

Para el traje que ella estaba confeccionando, el de gala; mostró un rebozo de lana que ella misma confecciona (ver imagen 5); desde trasquilar a los borregos, limpiar la lana, hilarla, y hasta hacer la tela; el malacate para el hilado lo compran, pero sigue siendo un producto elaborado por los mismo pobladores de San Andrés, su precio va de 30 a 40 pesos, antes se encontraba entre 20 a 25 pesos mencionan las mujeres, éste es elaborado por los hombres de la comunidad. Encontrando que el material que utilizan es relativamente de un bajo costo con relación al tiempo de vida que tiene.

**Imagen 5 Rebozo de lana de San Andrés Larráinzar**



Fuente: Acervo fotográfico Masaya Del Rasso Sáyago.

Con relación al hilo que utiliza para su trabajo, nos dice que todo lo adquiere en San Andrés, que actualmente ya usa estambre, anteriormente sólo usaba hilo de algodón. Su estambre es de primera, ya que hay de diversas calidades, y el de segunda se despinta con la lavada y por eso no les conviene comprar ese tipo de productos. Así que seguimos observando que aunque hay un cambio en la adquisición del material, se sigue procurando la calidad del mismo, ya que esto es parte del reflejo de su trabajo.

A lo largo de la conversación nos fue mostrado un traje completo de mujer, refiere trabajar solo bajo pedido (encargo), ya que su confección es cara tanto por la calidad de su trabajo que “es muy limpio”, así como su dedicación a lo tradicional, aun así la gente la busca; como los presidentes municipales, sus mujeres, los alférez, mayordomos. Hace los trajes completos, y bien hechos, refiere la señora Andrea.

La vestimenta va de acuerdo a los usos y costumbres del contexto, así como el costo, a parte tiene que ver con la vida cotidiana, el uso diario versus el traje de ceremonial y de gala. Hay diferencias en ese sentido, con la cantidad de bordado, el tipo de material utilizado y la forma de la prenda.

Otra pregunta realizada fue si a ella le gustaba realizar el tejido o era por necesidad: refirió que en un principio fue por necesidad, aunque sí le gustó, pero tenía la necesidad de hacer su propia ropa, no era para comercializar sino era para uso de la propia familia. Como ya no estudió tenía que apoyar de cierta manera en su casa y era con relación a la producción del textil.

Las dos mujeres entrevistadas en San Andrés Larrainzar, mencionan un gusto, una satisfacción por hacer el textil pero ambas comienzan como parte de su aprendizaje heredado dentro del hogar y la familia, dentro de un aprendizaje cotidiano, no era una excepción sino más bien representaba la norma, en donde las hijas aprendían de sus madres, “es una tradición”, obviamente existen casos en donde algunas hijas no aprendieron o no les gusto la elaboración, muchas veces dependió de las habilidades de cada persona, “algunas le entienden más rápido que otras, o el mismo gusto les hace aprender más rápido que otras”, comentan. Pero formaba parte de las necesidades de las familias, el elaborar su propia vestimenta, siendo esto un incentivo para el aprendizaje.

La señora Andrea comentó que sus hijas saben tejer pero siempre hay una que tiene mayor habilidad que otra.

En la segunda entrevista la señora es más joven que doña Andrea, su nombre es Asunción Díaz Hernández, cuenta con 33 años de edad (ver imagen 6). Señala que su aprendizaje también fue por línea materna y sigue esta reproducción ya que ella ahora les ha enseñado a sus hijas.

**Imagen 6 Asunción Díaz Hernández, productora del municipio de San Andrés Larrainzar**



Fuente: Acervo fotográfico Masaya Del Rasso Sáyago.

Nos mencionó que en un principio el que se encargaba de la comercialización era su papá, él era el que iba a San Cristóbal a realizar la venta de lo que en la casa producían, así como de otros productos que el señor adquiría de otras personas que también tejían, “refiriendo un tipo de coyotaje”. Comenta la señora Asunción que cuando ella tenía como 19 años, su papá le dijo que ya le tocaba hacerlo (comercializar), y que tenía que ir aprendiendo y ella tuvo que salir e ir aprendiendo. Ella refiere tres puntos de venta, principalmente, dos en tiendas “de particulares”

(con Julio y Magdalena, se ignora ubicación precisa) y el tercero en Santo Domingo (específicamente 3 puestos, no da más datos).

Se deduce hasta el momento con los datos obtenidos en las dos entrevistadas que existen “comercios privados” que acaparan la producción y comercialización del textil de la región, refiriéndome a establecimiento ya consolidados en la ciudad con rutas específicas de comercialización, muchas veces ya con exportación del producto (esto lo podemos justificar con sus páginas electrónicas, donde se exponen las formas de pago y los lugares de envío). El monopolio que ejercen estas tiendas “pequeñas o medianas empresas”, es un elemento característico de la región, marcando el ritmo de la comercialización y los lugares de distribución de los “productos de calidad”, los cuales en su mayoría son sometidos a revisiones de calidad para su debida aceptación y ponerlos a la venta. Habría que prestar atención a estos establecimientos y profundizar un poco más en las formas en las que trabajan, aunque tengo que reconocer que se torna una labor complicada de alcanzar, pues como existe poca apertura de los dueños de estos negocios, la información no es fácil de obtener, requiere de mayor tiempo para lograr obtener el material y profundizar aún más en el análisis.

Los negocios o establecimientos ya constituidos en la ciudad cuentan con un tiempo importante en el área; es necesario aclarar que al ser una zona turística y de tránsito constante de “consumidores potenciales del textil”, la implementación de comercios con algún producto textil de la región Altos, es un común dentro de los “nuevos comercios”, los cuales van surgiendo a lo largo del año, pero es frecuente observar que muchos de estos establecimientos no se mantienen por mucho tiempo en el mercado.

A partir de pláticas informales, uno de los elementos que detiene a estos “nuevos comercializadores”, su establecimiento y permanencia en la zona centro de la ciudad, es el elevado costo por la renta de los espacios (locales), supongo, que otro elemento es la alta competencia con otros comercios y la venta de productos similares.

Sospecho que esto ha establecido también una gran diversidad de precios en un sólo producto; se observó que dependiendo de la localización del establecimiento, así como del tipo de comercio en el que se exponga el producto, depende el precio de este. A la vez, se hace una distinción en la comercialización y por ende en los consumidores.

La entrevistada refería que hoy en día el textil cuesta más, porque está de moda.

Así que la consolidación de ciertos establecimientos en SCLC, acompañados por sus dueños, hace suponer, en su mayoría que responde a una perspectiva visionaria del consumo del textil de Los Altos. Muchas de estas personas incursionaron en el campo del textil, buscando contactos o productos con los “creadores primarios”, los indígenas<sup>25</sup>. Vieron en los textiles una materia explotable y formularon enlaces o redes para la captación tanto de los productos como de los consumidores con la intención de generar ganancias económicas.

En este sentido, una tarea pendiente en relación a la comercialización del textil, es averiguar sobre lo que se ha denominado “precio justo”, así como todo lo relacionado con los derechos de autor, propiedad intelectual, registro de marca, subrayando el reconocimiento de las productoras artesanas (en su mayoría de procedencia indígena). Por lo regular, los precios de venta de los textiles en los comercios de la ciudad de SCLC no se ven reflejados en los ingresos de los productores. En la mayoría de los casos el precio al que se le compra el producto es inferior en comparación a la ganancia que obtiene el comercializador. No existe una distribución equitativa de la ganancia, aún cuando el productor indígena, muchas veces, es el que invierte mayor tiempo y dinero en la producción de un textil.

La postura empresarial de la artesanía textil (implementada por la mayoría de los comercializadores de la ciudad de SCLC), se refleja en un sentido extenso en la comercialización del producto textil, en diversas escalas; local, regional, nacional e internacional.

Un dato curioso que encontré en la segunda entrevista fue, al preguntarle si comercializaba su producto fuera de SCLC, ella comentó que hace dos o tres años por medio de la gente de Santo Domingo tuvo un enlace con una *persona asiática*, la cual refirió que requería un pedido; la persona primero mantuvo una conversación telefónica para posteriormente coordinarse y verse en San Andrés Larráinzar, quien posteriormente visitó la casa de la productora, tomó fotografías de los productos mostrados en esa ocasión (no se explicitó qué o cuáles productos se requirieron), y además realizó preguntas sobre la elaboración de su textil. Tal compra-venta no progresó, la persona no mandó el material que refiere la productora quedó de mandar, y nunca recibieron el primer pago acordado, ya jamás supieron algo de esta persona (extranjera).

---

<sup>25</sup> Revisar Diana Rus (1997).

Surge entonces la duda de esa visita, la intención de esta persona y la finalidad de las fotografías tomadas en esa ocasión. Este acontecimiento me lleva a pensar sobre la posibilidad del ejercicio del plagio del textil de la zona, la denominada “piratería”. Se habla de derechos de autor, de propiedad intelectual, pero son conceptualizaciones que desconocen las productoras, pero aún así cuando existen los casos de conocimiento, resulta complicado llevar a cabo los trámites necesarios para hacer valer ese derecho.

Por otro lado tenemos también la reproducción o el uso de la máquina de coser que ha ido ganando terreno en la producción del textil que se comercializa en la ciudad de SCLC, una práctica que influye en la búsqueda de mayores ganancias a menor costo de producción, y que conlleva a una conversión de la manufactura del textil tradicional de la región.

Siguiendo otros elementos brindados por la entrevistada, se tiene que a ella le conviene vender su producto en el municipio de San Andrés, ya que esto le ahorra dinero, el cual gastaría en su pasaje y alimentación para su traslado a la ciudad de San Cristóbal, si fuera el caso, donde la diferencia del precio de su producto es aproximadamente de 5 pesos por pieza, una cantidad muy baja si se considera el viaje redondo de San Andrés a SCLC en transporte público (taxis) es de 70 pesos, más los gastos de alimentación. En cambio, en Larráinzar las personas son las que la buscan, así que ella no tiene la necesidad de salir a ofrecer su producto. Por ejemplo en la producción de los lapiceros elabora 2 al día, sin sumar la producción de sus hijas y los vende en 35 pesos cada uno.

Otro factor encontrado durante la entrevista es la migración de los productores a diversas regiones del país en busca de nuevas rutas para la comercialización; en este caso para la señora Asunción surge la invitación por parte de compañeras productoras de la zona, hacia los estados de Monterrey y Guadalajara. Se expone que existe una mejor ganancia en la venta de sus productos textiles, por ejemplo se menciona que una blusa que es pagada en Chiapas por 150 pesos, en estos estados puede venderse al doble, 300 pesos, de manera fácil.

Otra característica es que la misma gente que lo produce es quien la vende, por lo que tienen más posibilidad de obtener mejores beneficios que los que se logran en la SCLC y en toda la región chiapaneca. Menciona la entrevistada que los lugares en los que se comercializan los productos son lugares similares a la estructura que mantiene San Domingo en la ciudad de SCLC. También menciona que en su caso no se ha ido a laborar a estos estados de la república,

ya que teme dejar solos a sus hijos, y no se atreve a llevarlos ya que la situación fuera de la comunidad es incierta.

Con relación a la pregunta si le gusta elaborar el textil, ella comenta que sí le gusta, pero menciona que también se convirtió en una necesidad de la cual depende la manutención de sus hijos. Su familia siempre se ha dedicado a la comercialización del textil, así que para ella es natural dedicarse a su producción y comercialización. Encontramos entonces, que su familia es una “familia textilera”, que ha encontrado una vía laboral en la producción y comercialización textil. Una de las razones por las que ella inicia en el campo del textil, es cuando deja de ir a la escuela y tiene la necesidad de colaborar en el ingreso familiar, sólo curso hasta segundo año de la secundaria.

Las dos personas entrevistadas demostraron una gran destreza en la elaboración del textil y rescate de los trazos “antiguos” (concepto que ellas refieren). Ambas mostraron en una especie de tramas, elementos tradicionales los cuales son como un tipo de muestrario para ellas, estos lienzos elaborados por ellas, reflejan un trabajo de rescate, interés e investigación, ya que ambas entrevistadas se dieron a la tarea de conformar estos trazos a partir de búsqueda con sus familiares de más edad, así como con conocidas que elaboraban el “textil antiguo” de Larráinzar (ver imagen 8).

**Imagen 8 Muestrario con trazos antiguos de Larráinzar**



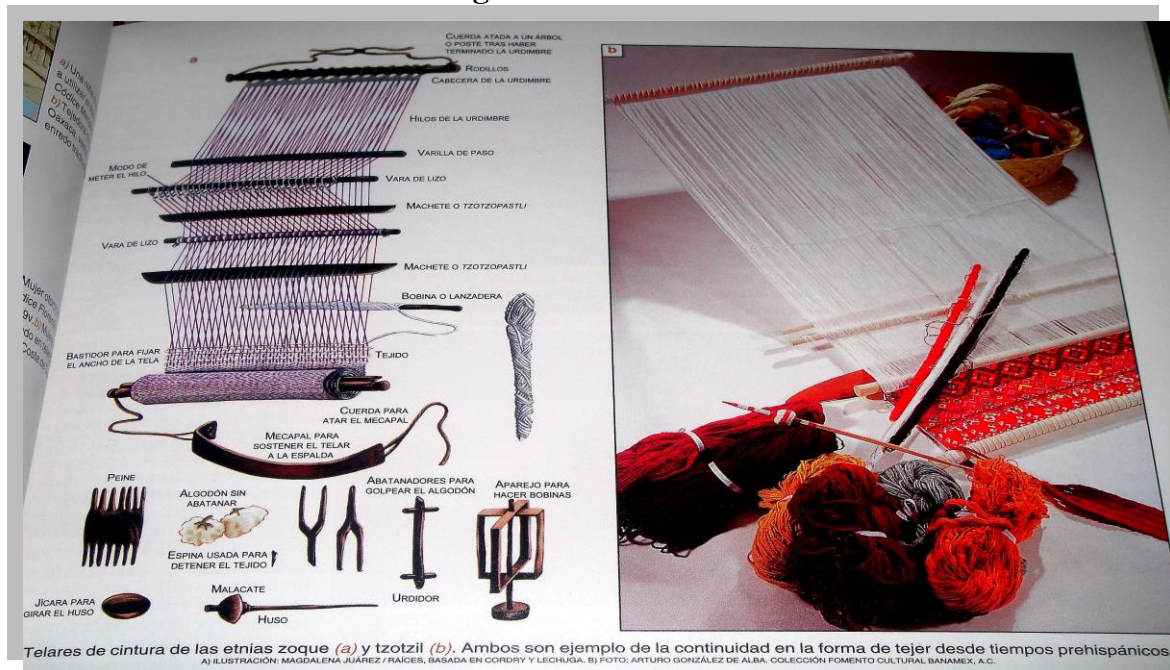
Fuente: Acervo fotográfico Masaya Del Rasso Sáyago.

Nota: Lado izquierdo pertenece a la señora Andrea y el del lado derecho corresponde a la señora Asunción.



En la segunda entrevista con la señora Asunción, nos menciona que muchas ocasiones es buscada por otras productoras con la finalidad de ayudar a “sacar los diseños” que otras personas le solicitan a estas productoras, así que esta persona refleja una gran facilidad para el tejido, y esto es reconocido por otras productoras de la zona, ya que tiene habilidad para sacar cualquier modelo que se le presente. Otro ejemplo de esta destreza en la manufactura, es cuando ella era joven su padre le dio un libro con muchos diseños (diversas representaciones iconográficas), ella se dio a la tarea de copiar e imitar los patrones, obteniendo buenos resultados. También cuenta que en sus viajes a la ciudad de San Cristóbal, ella ve algunos diseños o patrón que le gustan, los observa y regresa a su casa a reproducirlos. Habrá que recordar que los modelos a los que nos estamos refiriendo son las tramas realizadas en telar de cintura (ver imagen 9), lo cual se convierte en una labor compleja dada la naturaleza para plasmar dentro de la trama la iconografía que se requiera, es un ejercicio en donde las matemáticas juegan un papel fundamental para el correcto trazo y la calidad del textil final.

**Imagen 9 Telar de cintura**



Fuente: Revista arqueología mexicana, edición especial N° 19, Textiles del México de ayer y hoy, 2005, México.

En los materiales que utiliza la señora Asunción, refiere que usa hilos de algodón, para ciertos productos como los lapiceros o blusas que confecciona. Dice que no le gusta usar mucho el estambre, ya que es más grueso, hay calidades, muchas ocasiones este llega a despintarse. Así que ella prefiere invertir y hacer el gasto por el hilo de algodón. Los hilos son comprados en San Andrés Larrainzar (siendo un común en las dos entrevistadas).

Precisamente, otro elemento en la producción del textil de la región Altos es el consumo (compra-venta) de la materia prima, entre los que se destaca el hilo y las telas. En relación al hilo este es adquirido, en la mayoría de los casos, dentro de las mismas localidades, si uno visita los distintos municipios de la región, es fácil encontrar negocios que se dedican especialmente a la venta de hilos, ofreciendo una gran diversidad del producto (hilo industrial y estambres). Aunque hay que reconocer que el único hilo que he encontrado que sigue su manufactura artesanal, es el de lana, el cual es utilizado para confeccionar muchos de los trajes tradicionales de Los Altos de Chiapas.

Otro elemento implícito en la producción son precisamente las materias primas, tema del cual ya se ha escrito al respecto, y comparto cuando se menciona que en muchas ocasiones no solamente las intervenciones de programas gubernamentales y la entrada de agentes externos con propuestas de innovación en el campo de la moda son los únicos factores que alteran la producción del textil de la región Altos de Chiapas, sino también se tendría que considerar la entrada de las materias primas industrializadas como los hilos y telas, los cuales ahora son fácil de encontrar y conseguir, “facilitando” la manufactura de la producción, ahorrando tiempo y costo, y más cuando pensamos en la escases de los recursos naturales empleados para la manufactura de la materia prima. Los productos industrializados ofrecen una gama más amplia de colores (tonalidades), que dan cabida a la innovación, y compiten claramente con aquellos tonos que se pudieran obtenerse de tintes naturales (ver imagen 10) de los cuales, su uso se aprecia cada vez menos dentro de la cultura tradicional de producción artesanal textil chiapaneca.

## Imagen 10 Los tintes naturales



Fuente: Acervo fotográfico Masaya Del Rasso Sáyago. Museo de Arte Popular, Ciudad de México, 2012.

Dentro de las entrevistas se encontró que las personas que desean mantener la producción artesanal, la única opción que les queda es el conservar las tonalidades “de la costumbre”; se tiene que considerar que conservar o imitar una tonalidad obtenida de un proceso natural, jamás podrá ser igualada con un proceso industrializado de teñido. Al revisar la colección Pellizzi<sup>26</sup> se puede observar que en menos de 50 años muchos municipios han sufrido cambios radicales en su producción tradicional del textil (ver anexo 3, caso Mitontic, comparativo entre huipil de 1972 y vestimenta 2013). Todo esto representa un cambio y transformación del textil de la región Altos.

---

<sup>26</sup> Ubicada en el Centro de Textiles del Mundo Maya que alberga el ex convento de Santo Domingo, en San Cristóbal de Las Casas.

Entrevista tres, Saclúm, municipio de Chenalhó. Rosalía Ruíz, productora de 29 años (ver imagen 11). La entrevista se llevó a cabo con la traducción de sus hermanos el señor Efraín y el joven Sergio, los cuales fueron muy amables en regalarme su tiempo, paciencia y sabiduría en este intercambio de su lengua materna al español.

**Imagen 11. Rosalía Ruíz, con algunos de sus productos**



Fuente: Acervo fotográfico Masaya Del Rasso Sáyago.

Comenzó a elaborar el textil aproximadamente desde los 10 años. Su aprendizaje fue por medio de su madre y otros familiares (tía) y con a través del intercambio con otras personas. Sus estudios son nivel básico, primaria concluida. Tiene un hijo de 13 años, se dedica al hogar y a elaborar textiles.

Su aprendizaje fue de forma muy natural, como parte de sus juegos de niña, haciendo ropa para sus muñecas y reproduciendo lo que su madre le enseñaba. Los productos que elabora son principalmente blusas, también borda nahuas, fajas y morrales, pero comenta que si se le da una muestra de cualquier diseño es capaz de imitarlo y sacar el bordado o tejido, esto se particularizó cuando se le preguntó sobre el traje tradicional de los hombres, el cual no ha aprendido a elaborarlo, pero con una muestra, dice ella, es capaz de sacar el diseño.

Con relación a la nahuas, su medida es por varas, 6 para cada mujer, la vara tiene una medida de 80 cm, es una medida estándar la que venden de tela; a partir de la investigación sabemos que existe un mercado específico de las nahuas en la Región, las cuales son elaboradas en telar de pedal, que a su vez son manipulados en su mayoría por hombres, muchos se refieren a que esto se debe por la fuerza que el trabajo requiere. Ante esto Rosalía dice que existen dos tipos de esta tela, la llamada de primera y la de segunda, como los nombres lo indican la de primera tiene mejor calidad que la segunda, esto es con relación al teñido, ya que una se deslava (o despinta) con el tiempo y el uso, mientras que a la otra “no le sale el color”; otra diferencia por supuesto, es el precio, la de primera ha llegado a costar aproximadamente 500 pesos y la de segunda en 270 pesos. A las nahuas que la mayoría de las mujeres compran, se les bordan los diseños que más les gusten, pueden ir desde líneas simples (bordado en punto de ojal o en punto al pasado) hasta diseños que son cada vez más complejos y delicados (ver imagen 12).

Por otra parte es entre Chenalhó y Larráinzar donde adquiere el material, tela e hilo que utiliza en sus productos. Al día trabaja mínimo 2 horas y máximo de 6 horas, aprovechando la luz del sol, los pedidos que tenga y las labores extras que tenga que realizar (como las del hogar). Una blusa puede tardar hasta un mes en terminarla.

Su producción es para satisfacer de primera mano las necesidades básicas de ella y su familia, pero también trabaja por encargos para los miembros de la comunidad. En algunas ocasiones sólo la buscan para que ella realice el bordado, algunas otras ocasiones las personas le proporcionan todas las materias primas y, a ella sólo le corresponde el trabajo de tejer o bordar según sea el caso. Por lo regular, su venta la realiza al interior de la comunidad, pero no descarta la posibilidad de salir a vender a otros lugares. Menciona que tiene más pedidos en la época donde se acerca una *fiesta grande*, puede tener hasta 10 encargos al mismo tiempo, por eso la gente acostumbra a realizar sus pedidos con mucho tiempo de anticipación, encargan sus blusas de cuatro a dos meses antes “para poder estrenar en la temporada de fiesta”. Cuando tiene mucho trabajo suspende sus otros *oficios* para dedicarse a bordar y poder concluir en tiempo sus pedidos, para no quedar mal a sus clientes. Los costos varían, depende de los insumos, pero aproximadamente el precio de la blusa que elaboraba en esos momentos era de 350 pesos.

### Imagen 12. Tres ejemplos de bordados y diseños de nahuas



Fuente: Acervo fotográfico Masaya Del Rasso Sáyago.

Los grupos de artesanas que comercializan fuera de la comunidad son mínimos (en comparación a otros parajes de Los Altos), dentro del paraje se ha identificado un grupo de mujeres liderado por un hombre de la comunidad, narra Rosalía y su hermano Sergio que es un grupo de cinco personas aproximadamente, que se dedican a la producción y comercialización de los textiles, su venta es hacia la comunidad de SCLC, los materiales que utilizan son más “finos”, como la tela de lino e hilo. Existe otro vecino que se dedica a la elaboración de guayaberas, es un sujeto también oriundo, un joven que se dedica al bordar las prendas y ha tenido la posibilidad de viajar para vender su producto a diversos lugares como Guadalajara y la Ciudad de México. Estos dos grupos son los que distan de la dinámica de producción tradicional de esta comunidad.

Comenta que sus diseños suelen ser creaciones individuales casi siempre, pero no descarta la copia de otros productos y también, en el caso de los pedidos muchas ocasiones las personas le llevan el diseño con el cual quieren que adornen (borden) sus prendas. Cuando habla de sus propias creaciones, dice que la técnica que utiliza es la de prueba y error, se imagina el diseño y empieza a trabajarlo en la prenda, dice que hay ocasiones en las que el diseño sale a la primera, pero muchas otras tiene que deshacer o repetir el diseño, de esa manera ha ido perfeccionando la técnica y aprendiendo.

La familia también reporta cambios en las prendas que se portan en la comunidad; se habla de tres generaciones, abuelos, padres y ella (como hija y nieta), yendo de una elaboración “sencilla” a bordados más complejos y elaborados, con la incorporación de nuevas técnicas como el punto de cruz (ver imagen 13). Sus hermanos mencionan ver dentro de la comunidad cambios es los textiles que usan las mujeres, entre estos se encuentra la introducción de las telas con nuevos colores como los azules y lilas en los que actualmente se utilizan para bordar sus blusas o huipiles.

**Imagen 13. Blusa con punto de cruz, producción Rosalía Ruiz**



Fuente: Acervo fotográfico Masaya Del Rasso Sáyago.

Rosalía dice que el tejido en telar se le hace más fácil que el bordado, ya que este último requiere más detalles, las diversas figuras que se emplean son más laboriosas y se necesita más paciencia y tiempo (ver imagen 14), a diferencia del telar que solo es el lienzo con los mismo trazos en toda la trama (aun cuando se utiliza el brocado).

Por otra parte, con relación a su cuñada de Rosalía, su hermano Efraín comenta que su esposa también sabe bordar pero ha suspendido su elaboración por el cuidado de su hijo menor (8 meses), este es un punto coincidente con Olga (cuarta productora entrevistada), la productora del municipio de Pantelhó.

#### Imagen 14. Blusas con diseño bordado de Rosalía Ruiz



Fuente: Acervo fotográfico Masaya Del Rasso Sáyago.

En esta comunidad podemos observar la transformación del oficio de la producción textil; en donde la mayoría de sus habitantes producen bajo bienes de uso, la alternativa que surge ahora es pensar los textiles como bienes cambio; elemento insertado en muchas otras localidades vecinas, como Larrainzar desde ya hace mucho tiempo.

Lo que se pudo observar es que factores como la inserción de agentes externos a la comunidad (turistas o/y visitantes), la migración ya sea con tintes laborales o académicos y sus reinserciones de estos, han generado una óptica distinta de la producción. Estos “nuevos” sujetos llegan e intentan comprar los productos de la población insertándolos en una dinámica de comercialización a la que no están acostumbrados.

También se pudo obtener que aunado a esto, se encuentra la pérdida de la transmisión de la elaboración del textil, supongo que este factor apoya y promueve la venta del producto, ya que aquellas personas que ya no saben manufacturar las prendas ahora se ven en la necesidad de comprarlas a sus vecinas que han mantenido *la costumbre*.

Entrevistada cuatro; Olga María Pérez Gómez, 29 años, municipio de Pantelhó, ejido San José Buena Vista Primero (ver imagen 15). Grado de estudios: Secundaria.



**Imagen 15. Productora Olga María Pérez Gómez, Pantelhó, 2016**



Fuente: Acervo fotográfico Masaya Del Rasso Sáyago.

Olga sabe tejer y bordar; bufandas, blusas, servilletas, morrales, inicia en la producción de textiles en el año de 2003. Le enseñó su exsuegra, a diferencia de las otras productoras empezó a una “edad mayor” (16 años aproximadamente), esto se debió a que su mamá no sabe tejer y es cuando se casa y llega a vivir a la casa de su suegra en donde empieza a incursionar en el arte del textil; ya que ahí se dedicaban a la elaboración, compra y venta de textil del municipio, el lugar en donde distribuían, principalmente era la ciudad de San Cristóbal.

El pago era al momento para las personas que llegaban a vender su producto a la casa de su exsuegra, al momento se revisaba la calidad de la prenda, si no era buena no se le compraba porque menciona que era difícil venderla en SCLC.

El material que la familia consumía (hilos), se compraba en SCLC.

Los costos variaban según el producto que comercializaban; por ejemplo una servilleta blanca que ellos compraban en Pantelhó en 18 pesos la vendían en SCLC en 20 pesos, mientras que una de color, pagaban 20 pesos en el municipio y la revendían en 25 pesos. Una blusa (“sencilla”) la pagaban a 150 pesos y ellos lo comercializaban en 200 pesos, estos son

algunos casos de los precios de compra y venta con las ganancias que iban de tres hasta un poco más de los cincuenta pesos por cada pieza.

Recibió el apoyo de un grupo de artesanas que fue organizado por su exsuegra en donde les dieron material para trabajar, principalmente hilos. Recuerda que el programa era FONART.

En sus inicios primero empezó observando y de ahí fue aprendiendo, empezó elaborando directamente para la venta, actualmente ella elabora para ella y su hija (uso familiar), aunque tiene interés de regresar a la producción para la venta (ver imagen 16).

**Imagen 16. Trama suplementaria con innovación en uso de hilos; autoría Olga M. Pérez Gómez.**



Fuente: Acervo fotográfico Masaya Del Rasso Sáyago.

Comenta que las mujeres que tienen práctica se tardan en promedio una semana elaborando una blusa, mientras que ella sin práctica se demora dos meses. Una bufanda la elabora en dos días. Dentro de los diseños se encuentran las figuras de sapos, flores y mariposas. Ella en sus inicios copiaba el diseño de las demás señoras que trabajan en la casa. Un morral lo elabora en dos días si es grande. En un día en promedio llega a trabajar cinco horas, no seguidas.

Su venta en SCLC, era en los puestos establecidos en Santo Domingo, en donde ya tenían una persona a quien vender. Las piezas que comercializaban eran más sencillas en comparación

a las que usan la mayoría de las mujeres del municipio, el bordado (brocado) es menos en la prenda, el precio de venta era de 200 pesos.

Actualmente se encuentra con un detalle de su trabajo, que es el no saber calcular los precios de sus prendas, menciona que ese es un problema que tiene. Tiende a fijar su precio de acuerdo al precio en que “las demás personas lo dan”. Pero nos dice que los precios de una blusa van desde 200 pesos hasta 800 pesos o más; eso depende de la calidad de los hilos y la cantidad de bordado (brocado).

Por otra parte, nos cuenta que tiene una hermana que actualmente radica en la Ciudad de México, que también sabe bordar y tejer, dice que ella sabe más, de igual forma aprendió fuera del núcleo familiar. Sin embargo nos narra que su papá era textilero, se dedicaba a la venta de nahuas. Ellos crecieron (ella y sus hermanos) con la producción y venta, como niños les tocaba teñir y secar los hilos.

Como se ha podido apreciar en párrafos anteriores, las cuatro productoras tienen puntos en común, los cuales trataré de enumerar a continuación:

Han sido autodidactas en su aprendizaje, aun cuando la enseñanza ha sido transmitida por alguna persona con la que mantienen alguna relación parental, este aprendizaje es solo visual, llevándolas a la prueba y error en sus propios lienzos, logrando la perfección con el paso del tiempo y práctica.

Otro elemento en común son las horas que le dedican al tejer y bordar sus prendas; esto es un promedio de cinco a seis horas al día, respondiendo al factor de la luz natural, que se hace preferente trabajar con esta, y a su vez todas ellas conjugan su práctica textil con el quehacer de sus hogares.

Las cuatro personas han evidenciado de manera directa alguna deficiencia con la vista, ninguna enfatizo que sea por su actividad, aunque observando el detalle con el que trabajan y la forma en la que se forja una trama, es de suponer que esta debilidad visual es derivación de su oficio, pero aun con problemas visuales han buscado estrategias para continuar con su elaboración, entre esto encontramos un bordado (brocado) más grande y el aprovechamiento de la luz del sol lo más posible.

También es significativo decir que todas mencionaron al textil como una importante fuente de ingreso económico.

Otro elemento en común es el interés personal que mostraron las cuatro entrevistadas con relación al aprendizaje, mencionan que les gusta el tejer y bordar, es algo que las satisface y buscan ser las mejores, hacer bien sus productos, se dedican al textil porque les gusta elaborarlo.

Ellas usan algunas de las prendas que elaboran, aunque no descartan la compra de algunas prendas elaboradas por otras productoras, aunque esto es muy esporádico para las primeras tres entrevistadas.

Aunque todas ellas muestran ser respetuosas con los tejidos tradicionales de su localidad, todas subrayaron rasgos de innovación en sus productos, inducidas implícitamente por agentes externos.

El hilo o estambre y su calidad, es algo importante en el momento de la elaboración de sus productos; todas comentaron que existe el hilo de primera y de segunda, y que les gusta usar el de primera por la calidad de este, aunque su precio sea más elevado, pero resiste más desde su colocación en la trama y no se despinta con las lavadas y se desgasta menos con el paso del uso y el tiempo.

Cuál es la lógica que tienen al elaborar las prendas, los productores artesanos. La mayoría de las personas responden a una necesidad económica, como una vía complementaria a su modo de vida. De las cuatro historias narradas en este apartado podemos encontrar que solo una de las personas se dedica a la hechura de prendas de tiempo completo y claro con fines de comercialización y como la única vía de adquisición monetaria y forma de sobrevivencia para su familia. Encontramos a otras dos de las productoras que por cuestiones de su historia de vida tuvieron un acercamiento a la elaboración de prendas, primero como aprendizaje dentro del núcleo familia y la segunda de ellas como un aprendizaje posterior a su infancia pero de igual forma devenido de la convivencia con su familia política. Ambas personas vieron la oportunidad de ocupar su habilidad para ampliar su forma de subsistencia para sus familias. Ambas personas después de quedarse sin sus parejas (por diversas razones), han encontrado en la elaboración y venta de prendas textiles características de cada uno de sus grupos étnicos de donde radican, una oportunidad genuina de entrada monetaria digna.

Dentro de las comunidades hallamos que pese a la pérdida de la elaboración textil como enseñanza y trasmisión de madre a hija, los sujetos siguen viendo una necesidad en los productos textiles, tanto como las prendas de vestir para la mayoría de las mujeres, así como

elementos dentro del hogar, como lo es el uso de servilletas para sus tortillas o bolsas que utilizan para su *mandado*. Con relación a los hombres es más notoria la pérdida del uso de la vestimenta característica del grupo cultural, pero tenemos aún elemento que sigue vigente para muchas comunidades de la región Altos, que es el uso de los morrales que siguen siendo un marcador simbólico, ya que son elaborados con las mismas técnicas del telar de cintura y muchas veces poseen elementos iconográficos que encontramos en las prendas.

Pese a estos cambios existen otras necesidades tácitas en muchos municipios de la zona, que los hace portar las prendas características de su grupo, las festividades (como los carnavales y en su mayoría religiosas, correspondientes al santo patrón del municipio o ejido y que suelen responder a deidades del catolicismo pero no quedando fuera aquellas festividades correspondientes al cristianismo y protestantismo). Y el otro elemento corresponde a los eventos protocolarios que suelen ser de tinte político en donde en muchas ocasiones se les exige la portación de sus trajes tradicionales. Estos dos eventos que corresponden a ceremonias hacen que los pobladores sigan portando y muchas veces comprando el textil local.

Aunque el uso de las prendas textiles tradicionales de Los Altos de Chiapas han evolucionado con una rapidez en comparación a otros rasgos culturales de la región, podemos decir que el impacto de la estructura de la industria creativa del textil ha tenido una fuerte influencia en estas nuevas dinámicas que presenta la zona, muchas de estas transformaciones son adquiridas y reproducidas de manera casi inconsciente por la población productora, pero otras como la “necesidad” de la comercialización de sus productos hacia la ciudad de SCLC son formas aprendidas y aceptadas por los productores de la Región.

### 3.3 ¿QUIÉN ES UN PRODUCTOR?; TIPOS DE PRODUCTORES

Por otra parte tenemos a los productores, quienes tratan de responder a todas estas necesidades marcadas tanto por el mercado como por los consumidores. Se habla de que en un principio las artesanías respondían a necesidades de las comunidades productoras pero con el paso del tiempo esto se transformó, adquiriendo nuevos valores.

Las atribuciones del artesano como diseñador de sus productos, ha encontrado una limitante en el mercado textilero, ya que disminuye su capacidad como diseñador autónomo; el

gusto del consumidor directo o del comercializador (intermediario) que encarga los trabajos, las revistas especializadas de decoración y, más recientemente, las órdenes de trabajo que proceden de empresas de diseño, originan los modelos a fabricar, la creatividad que solía formar parte del bagaje de habilidades del productor indígena, se limita a la capacidad de reproducir un *patrón* de diseño, dado por un agente externo. Y cuando encontramos a algún productor de la región que desea conservar esa libertad en la creación de sus diseños, cuando sale a vender sus productos, la competencia es tanta que complejiza su comercialización y aceptación. Siendo estos algunos de los factores a los que se enfrenta el productor textil de los Altos de Chiapas.

Este apartado tiene la pretensión de dar una semblanza por aquellos perfiles que encierran la categoría de productor en la región Altos. La descripción de diversos tipos de productores, que son un recordatorio de la heterogeneidad que marca la producción textil de la zona y que a su vez se mezcla en el espacio de la ciudad de San Cristóbal de Las Casas. Ramos Maza en su libro “*Artesanas tzeltales. Entrecruces de cooperación, conflicto y poder*” (2010), menciona:

Respecto al sistema de comercialización de las artesanías, ésta se ha realizado bajo tres modalidades:

a) Cuando la artesana vende su textil directamente al consumidor; b) cuando las indígenas venden las prendas a los comerciantes mestizas; c) cuando las indígenas reciben de las comerciantes, tanto la materia prima, como los diseños para trabajarlas en sus poblados, las comerciantes coletas pasan así a controlar parte del proceso productivo y las artesanas se convierten en trabajadoras a domicilio (pp.91).

Estos los elementos son característico de la región Altos y se aprecian similitudes en el caso del textil, aunque cada proceso mantiene sus aristas. Este análisis pretende dar seguimiento a la construcción de las relaciones que se establecen dentro y fuera de la ciudad, las cuales son motivadas por la producción textil artesanal, también es una oportunidad para poder agregar elementos a lo ya escrito. A continuación se presentan las particularidades encontradas durante la investigación:

1. Indígena que sólo produce para uso personal y de la familia:

Este primer productor se identifica como aquella persona indígena que pertenece a un grupo étnico de la región, principalmente a los dos dominantes antes mencionados, tsotsil y tseltal. Esta persona mantiene la tradición de la elaboración textil, la cual fue transmitida por algún familiar (en *línea directa*), pero su mayor rasgo es que no comercializa su producto, este solo es un elemento necesario como parte de su vestimenta, puede ser asignado su uso en escala doméstica (uso cotidiano) o también orientado como un elemento simbólico de su cultura, el cual solo se parte en ceremonias relevantes. Su producción suele mantenerse para los miembros del núcleo familiar (padres e hijos).

La no comercialización puede suponerse que deviene de la estabilidad financiera que goza la familia (la no falta de buscar alguna entrada extra monetaria), o a considerar complicada la entrada al mundo de la comercialización y todos aquellos factores que implica, ya sea tiempo para elaborar las prendas, dinero para financiar sus recursos, posibilidades para ausentarse de su hogar, tiempo para incluir la elaboración como parte de su rutina cotidiana, escasas posibilidades de relaciones sociales para encontrar compradores, entre muchas otras más.

2. Indígena que comercializa su propio producto y fija su propio precio de acuerdo al tiempo y material invertido:

Durante el trabajo de campo se tuvo la oportunidad de emprender diversas pláticas con personas que comercializaban prendas textiles en la escala informal. Se encontró entonces que algunas de esas personas eran también productoras, que se dedicaban a la producción de las prendas en sus ratos libres y acumulaban su producción para buscar las fechas con mayor auge turístico en la ciudad, que por lo regular responden a periodos vacacionales, para poder trasladarse de sus lugares de origen a San Cristóbal y poder entonces ejercer una venta directa de sus productos sin intermediación, refirieron que el pertenecer a alguna cooperativa de artesanas reducía la posibilidad de fijar sus propios precios, y que el hecho de las relaciones sociales entablado entre las miembros de estas agrupaciones también era una limitante (por las peleas que se suelen generar). Así estas personas veían como un excedente las ganancias que obtuvieran en estos periodos cortos (15 días aproximadamente), ya que no era su oficio ordinario. Dentro de las conversaciones se pudo abordar a productoras de los municipios de Chenalhó, San Juan Chamula, Zinacantán y San Cristóbal de Las Casas, esta última de padres *Chamulas* y ella nacida en ese municipio pero radicada en la ciudad de SCLC, desde su infancia.

Por ejemplo esta persona joven mencionó que mientras se encontraba laborando en el mercado en un puesto de comida, cuando no había clientes que atender, ocupaba el tiempo para bordar las blusas que posteriormente iba a comercializar, junto con algunas otras prendas compradas o elaboradas por otros familiares.

Con relación al caso del municipio de Chenalhó se abordó a dos mujeres; la primera hace referencia al bordar blusas con la iconografía clásica de la región y esperar los periodos antes mencionados para trasladarse a la ciudad y vender lo que produjo en un periodo aproximado de seis meses (que es el tiempo aproximado entre un periodo vacacional y otro). Mientras que la segunda mujer empezó comercializando de manera ambulante en la ciudad (nómada), hasta que encontró un espacio en donde colocar sus productos ya de manera segura, junto a la iglesia de Santo Domingo pero sobre la calle General M. Utrilla, comenta que solo vende ciertos días de la semana y los otros regresa a su casa en el municipio, se pudo observar y también confirmar por la artesana que se ha trasladado con sus hijos, de los cuales, los de mayor edad apoyan en la venta de los productos de manera itinerante.

Los puntos en común de estas productoras es su identificación con un grupo indígena de la región, que realizan una producción que es comercializada sin ninguna intermediación y que por ende pueden fijar sus propios precios, cabe señalar que este último punto puede no ser tan favorable para ellas ya que al ignorar los precios de los demás comercializadores, el margen para sus ganancias es poco claro, hacen un cálculo que muchas de las veces resulta un precio muy accesible para los consumidores pero poco rentable con relación al tiempo y habilidad invertida.

3. Indígena al que se le da el material (materia prima), tela e hilo y se le deja ser libre en el diseño (colores e iconografía):

Existen productores (aun cuando la mayoría son mujeres, se sabe que también existen hombres que actualmente se dedican a la producción textil en la región) que tienen una relación estrecha con comercializadores de la ciudad, esta relación muchas veces solo es laboral o en algunas se pudo dejar ver una relación más cercana aun cuando esta tarda más tiempo en conformarse.

Este tipo de productor sigue manteniendo sus raíces tradicionales que le permiten configurar diseños iconográficos característicos de su grupo cultural, la diferencia radica en que el material que empleara para los tejidos o/y bordados se les es dado por personas ajenas al



proceso de producción, muchas veces son externos al grupo cultural, aun cuando tampoco se descartan a miembros del mismo grupo.

Otro de los elementos es que se les facilita la tela e hilo del color que el agente externo decida, pero no se reprime su creatividad del productor, este es completamente libre para realizar los diseños y combinaciones que crea conveniente para el producto que elabora.

Durante el recorrido de campo se tuvo la posibilidad de entrar a una tienda establecida en el andador eclesiástico en donde uno de los trabajadores explicó que sus productos son elaborados libremente por los artesanos, que lo único que solicita y esto de modo sugerente es la utilización de ciertas tonalidades, pero que el diseño queda libre para el productor.

La pregunta que deviene de esta tipo de empleo es, ¿Qué tan conveniente resulta para el productor trabajar con ciertas limitaciones? o ¿acaso es un elemento significativo para el productos que se le brinden las materias primas para la elaboración de sus productos?, ya que estas suelen ser de una mejor calidad que con las que el pudiera trabajar. Un elemento pendiente para la investigación es aquel relacionado con los costos de producción, la ganancia y las cuotas relacionadas al emplearse como artesano.

#### 4. Indígena que trabaja con diseñadores y la creación del producto es en conjunto.

El vínculo actual establecido entre agentes ajenos a la tradición de la región y los sujetos pertenecientes a cualquier grupo indígena que alberga la zona, es cada día más común. Precisamente la expansión del mercado textilero, así como su demanda ha llevado a fijar estrategias de los agentes externos que satisfagan dicha demanda, pero una de las limitantes es que la forma artesanal de las productoras de las región son difíciles de igualar, también se debe considera que el valor agregado que puede tener una prenda manufacturada por una indígena es hoy un plus que ofrece el mercado.

Las habilidades de las artesanas de la Región Altos van desde la gran diversidad de diseños iconográficos característicos de su lugar de origen, los cuales mantienen patrones singulares y complejos que solo con la práctica de años son posibles manejar con tal perfección con que son elaborados. Y otro elemento significativo es el factor tiempo, existen prendas tradicionales que tardan meses en ser confeccionadas, aun por manos expertas.

Estas cualidades de las productoras artesanas me llevan a suponer con algunas de las características que han llevado a la diversos profesionistas entre estos muchos pertenecientes al

campo del diseño, a “conjuntar esfuerzos” para alianza entre productor indígena y diseñador (profesionista academizado).

Casi siempre la búsqueda es del profesional hacia el artesano, lo importante de este tipo de productor y producción es que la elaboración de los productos trata de mantener un intercambio de saberes, tanto en técnicas como en los diseños. Ambas partes aprenden (no sé si ambas partes ganen lo mismo monetariamente), los productos finales son hibridaciones en la extensión de la palabra, conjugan elementos tradicionales sobre materiales no tradicionales.

Por ejemplo dentro de las entrevistas realizadas en la investigación se pudo dialogar con una joven diseñadora, Úrsula Lascurain, ella emprendió un proyecto denominado “el gato con los pies de trapo” (ver imagen 17), el cual como menciona ella “es un proyecto gestionado con mujeres indígenas chamulas (grupo étnico ubicado en Los Altos de Chiapas). Se trata de un proyecto 100% mexicano utilizando la técnica y diseño de los bordados tradicionales. Se decoran tenis, que, además, son maquilados por una empresa mexicana”. Durante la entrevista ella expreso abiertamente el esfuerzo que ha implicado el proyecto, desde el encuentro con las mujeres de la región para arrancar la idea, hasta encontrar un mercado para acomodar el producto, mencionó que el intercambio, la ganancia y el aprendizaje son mutuo.

Así como este caso, encontramos una gran diversidad de proyectos que tratan de rescatar una esencia humana, un trato digno, un precio justo o también llamado solidario. Muchos de estos proyectos juegan con los elementos iconográficos y las habilidades técnicas de las artesanas locales de la zona y los elementos modernos de los diseñadores, así como sus habilidades en las estrategias de mercado que son útiles para producir un producto que sea competente. La creación es conjunta y el resultado final suele ser compartido.

**Imagen 17 Úrsula Lascurain y Margarita González, fundadoras del proyecto.**



Fuente: ciudadanía-express.com<sup>27</sup>

5. Indígena al que se le proporciona todo el material, se le dan bocetos y se le indica que hacer, coaccionando su imaginación y creatividad (sabiduría) por completo:

Existen productores indígenas que han sido localizados por sujetos ajenos al proceso de producción, que muchas de las veces terminan teniendo un papel de intermediarios-comercializadores. Estas personas buscan las habilidades de manufactura de las personas, y suelen apoyarse de la necesidad laboral a la que se enfrentan muchas familias indígenas de la región.

La forma de trabajo es que las productoras artesanas son contratadas por estos sujetos, los cuales les proporcionan todas las materias primas, así como los patrones de diseño de las prendas a realizar, se les indica la manera tal cual se requiere el producto terminado, sin permitir ninguna intervención por parte del productor hacia las indicaciones marcadas. Se requiere entonces la habilidad de seguir indicaciones y de aprender rápido, ya que muchos de los patrones dados a realizar distan de la forma original tradicional, ya que responde a bocetos realizados fuera del contexto cultural indígena.

Los que se pretende en la satisfacción del consumidor. En un caso de un comercio ubicado en la calle 28 de agosto de la zona centro de la ciudad se detectó que la estrategia antes descrita es la que implementaban para las prendas que comercializa, por ejemplo se preguntó si solo lo

---

<sup>27</sup> Referencia electrónica. URL <http://ciudadania-express.com/2010/08/24/modernidad-y-tradicion-textil-en-tenis-bordados/> 02/11/2016/1:07

que estaba exhibido era lo existente o tenían algunas otras piezas en bodega, particularmente se preguntó sobre un vestido estilizado en lino con bordados de San Juan Chamula, a lo cual respondió la empleada que se podía hacer en cualquier tonalidad que uno deseara y que también podría llevar algunas modificaciones en la cantidad de bordado y el largo, solo que implicaría tiempo de espera ya que se mandaba a pedir, explicando un poco la estrategia antes marcada.

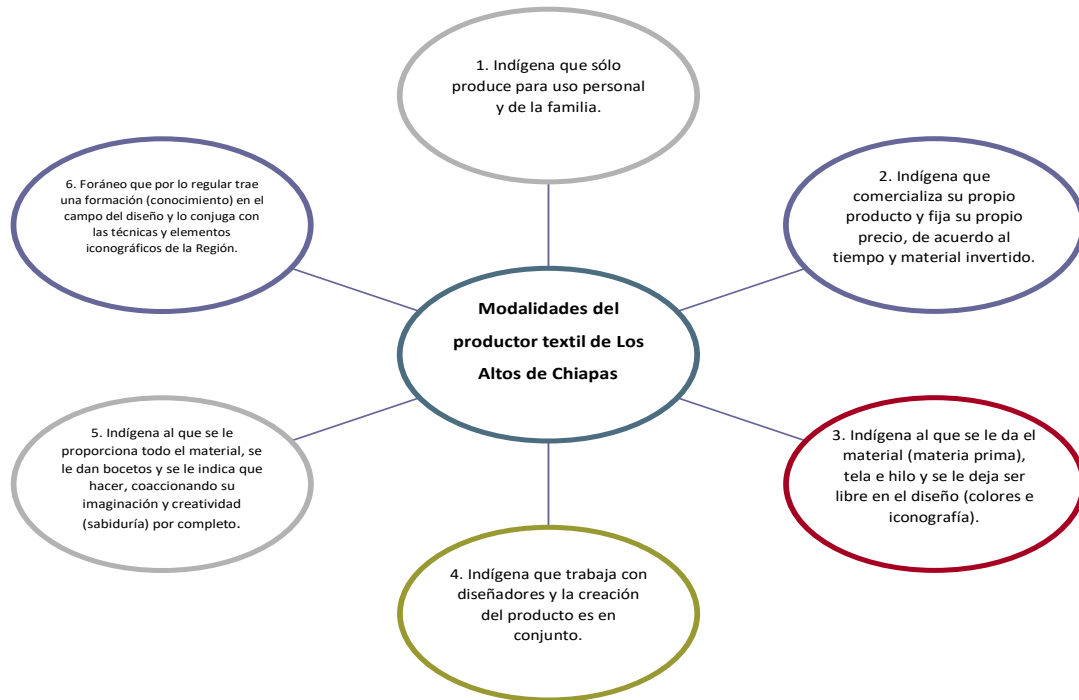
Con este tipo de productores se puede observar un distanciamientos significativo de sus patrones culturales, lo que venden es su fuerza de trabajo, se emplean como en cualquier industria, por tiempo o por destajo.

6. Foráneo que por lo regular trae una formación (conocimiento) en el campo del diseño y lo conjuga con las técnicas y elementos iconográficos de la Región.

Este último tipo de productor es considerado nativo de un contexto geográfico distinto al de la Región Altos, su principal cualidad es su profesionalización en el área del diseño, sus productos son “atractivos modernos” que implementan diseños icónicos de la región, implementa técnicas como el bordado y el uso del telar de cintura. Su aprendizaje ha sido principalmente académica y con tonos tecnificados, gusta de la diversidad textil de la zona, pero juega entre lo enseñado en la escuela con lo que puede copiar o aprender en cursos cortos de las formas tradicionales.

Esta diversidad de productores muestra un entramado que define la Región Altos y que converge en la ciudad de SCLC, estas categorías descritas no significan que sean inamovibles, por el contrario su conjugación e intercambio posibilita una mayor diversidad de las prácticas productivas que se pueden encontrar y que motivan a nuevas configuración dentro y fuera de la ciudad.

## Tipos de productores textiles de Los Altos de Chiapas



Elaborado por Masaya Del Rasso Sáyago, 2016.

## CAPÍTULO 4

### ESTRUCTURA DE LA INDUSTRIA CREATIVA DEL TEXTIL REGIONAL

En este cuarto capítulo se trazan algunas características del proceso de comercialización, acentuando aquellos elementos que particularizan la ciudad de SCLC. Se subrayan rasgos del consumidor que compra algún producto textil elaborado con materiales manufacturados en la región Altos. También se establecen algunas características restantes de la industria creativa del textil, en donde se retoman los elementos expuestos en el cuadro presentado en la página 25, el cual corresponde al desglose realizado por la UNCTAD sobre las categorías que conforman la industria creativa, que ha sido eje en esta investigación para el traslado de la realidad textilera Sancristobalense, el reconocimiento de una industria creativa textil, los espacios que alberga la ciudad, así como una diversidad de actores, dan vida a esta industria. Un escenario en crecimiento acelerado y con una dinámica particular, se hace un análisis de las actividades encontradas durante el periodo de campo.

## 4.1 COMERCIALIZACIÓN TEXTIL EN SAN CRISTÓBAL DE LAS CASAS

Mapa 2. Circuito de comercialización SCLC.



Fuente: Google mapa, ©2015<sup>28</sup>

La idea inicial de la investigación versaba en desarrollar el trabajo sobre tres puntos de comercialización del textil en SCLC, que a su vez fijan un circuito, estos lugares son el Mercado de Dulces y Artesanía, Santo Domingo y Caridad y el andador de la calle Real de Guadalupe. Aun cuando por necesidades de la misma investigación no se hizo un abordaje a profundidad ni exhaustivo de estos escenarios en igualdad de circunstancias, al formar parte significativa como puntos de comercialización del centro de la ciudad de San Cristóbal y ser límites para marcar un cuadrante de la actividad textil, se visitaron para observar y rescatar algunos de los elementos más característicos de cada uno, para entender y acercarnos a la estructura de la industria creativa textil de los Altos de Chiapas, con la finalidad de poder captar desde distintos escenarios, el origen de las diversas formas del proceder en el desarrollo de la comercialización

<sup>28</sup> Fuente: Imágenes ©2015 *DigitalGlobe*, Datos del mapa ©2015 Google, INEGI. Consultado en <https://www.google.com.mx/maps/>

y el consumo de los textiles. Empezaré describiendo la naturaleza de algunos puntos cruciales para la venta, así como las características que a simple vista se dejaron observar, y que hacen que cada sitio se posicione en un punto privilegiado para el análisis.

Existen dos vías para la comercialización en SCLC; a las cuales me referiré como “privada-formal” y la segunda “informal-tolerada”. La primera corresponde a estar establecido en un local y pagar los respectivos impuestos que la ley marca, por ejemplo, los locales que se ofrecen en los andadores de la ciudad. La segunda vía pertenece a una rutina implementada por los comercializadores informales y que consta en colocarse (sacar) y guardar su mercancía día con día, pagar una bodega o conseguir algún espacio para resguardar su producto, esta última vía de comercialización tiene muchas representaciones, los comercializadores, pueden encontrar un lugar para realizar dicha rutina, o simplemente llevar su producto a cuesta y deambular por la ciudad en busca de compradores, eso no implica la anulación de las características antes señaladas.

Cada lugar estudiado encierra ciertas características. A continuación se realiza el abordaje del espacio de Santo Domingo y Caridad; un espacio referencial para el proceso de comercialización textil, históricamente es identificado como un sitio al que llegan vendedores indígenas. Actualmente gran parte de los locatarios son identificados con el grupo étnico Tsotsil (“chamulas”), ya que responde a una migración proveniente del municipio de San Juan, hoy ya asentados y muchos de ellos nacidos en la San Cristóbal. Muchas de las mujeres vendedoras, portan su “ropa tradicional”. También se pueden encontrar personas identificadas con otros grupos étnico, como el zinacanteco, pero en menor grado, así como foráneos (extranjeros y nacionales) que han encontrado en este lugar un punto clave para comercializar algunas piezas artesanales, ligadas principalmente a la joyería.

La afluencia que tiene este sitio es significativa, ya que tiene dos conectores directos con el centro de la ciudad, especialmente el andador eclesiástico, posibilitando casi obligadamente la visita de todo el turismo que recepciona la ciudad. Otro elemento es que a su alrededor se encuentra el museo de la ciudad y la iglesia que lleva el mismo nombre de Santo Domingo, lugares recomendados para los visitantes como atractivos turísticos.

La extensión de locatarios es otro elemento, en donde se pueden encontrar objetos artesanales casi para todos los gustos y con una amplia diversidad de precios, dando una oportunidad de adquisición mayor en comparación a los lugares establecidos en los andadores



de la ciudad. En las conversaciones sostenidas durante la investigación se obtuvo que los precios dados a los objetos comercializados son variables, se puede tratar del mismo producto, con las mismas características de manufacturación, pero la extensa variedad de precios es un elemento encontrado. Esto fue confirmado por algunos comercializadores que tienen un espacio de venta ahí, reforzando que los precios en muchas ocasiones son una limitante, ya que como locatarios no se han podido coordinar para estandarizar los precios y así poder obtener mejores ganancias, entonces la oferta y la demanda es una constante, que en muchos caso juega en contra.

La mayoría de los productos textiles que se ofertan en este lugar son adquiridos por los dueños de los *puestos*, se pueden encontrar textiles manufacturados en diversos municipios de la zona Altos, estos llegan por medio de intermediarios o en pocas ocasiones directamente de manos del productor. La venta más común es por menudeo, aunque se encontraron algunos comercializadores que extendían la venta al mayoreo. Al momento se podría hablar de medias docenas de blusas, o algunas pocas docenas, pero si era necesario más producto se tenía que llevar otro proceso considerando el tiempo del pedido a los productores y con ello el de elaboración.

Existe un “amabilidad para la venta”. Se oferta el producto abiertamente y se exhiben las piezas textiles sin ningún compromiso, como dicen ellos. Esta amabilidad implica también el regateo, como se mencionó con anterioridad, los precios no son fijos, ni siquiera en el mismo establecimiento, es común escuchar la frase “y usted cuánto ofrece”, en algunas ocasiones se logró obtener hasta una rebaja del 50% del valor ofrecido inicialmente, esto puede ser un indicador del margen de ganancia, algunas personas mencionaron que muchas veces obtienen solo cinco o diez pesos, esto casi siempre con las prendas más “sencillas y económicas”.

Otra característica de este sitio es que diariamente colocan su mercancía, la cual es depositada en bodegas aledañas al lugar, transportan su mercancía por medio de costales y sus espacios están armados con lonas, tablas y algunas repisas de metal. El horario de trabajo es marcado por el sol, en cuanto sale, se encuentran ya algunos de los comercializadores arreglando sus espacios para recibir sus mercancías que son transportadas por cargadores y cuando empieza a ocultarse el sol es notorio observar que muchos de los locatarios comienzan con la rutina de doblar y empaquetar su mercancía, la ayuda de los focos ahora evidencia la

extensión de las jornadas laborales, pero esto no los exime de llevar a cabo el proceso antes señalado.

El “Andador Guadalupeño”, se encuentra ubicado en la calle Real de Guadalupe; la Secretaría de Turismo del Estado de Chiapas en su página web encontramos la siguiente leyenda: “es una de las calles más transitadas de la ciudad, a lo largo de tres cuadras, operan más de 100 establecimientos comerciales como cafeterías, restaurantes, bares y tiendas de diversos rubros”<sup>29</sup>. Dentro de estas encontramos aquellas que comercializan algún producto elaborado con el textil de la región, ya sea “tradicional” o modificado (diseños de innovación). Cabe señalar que dichos comercios suelen pertenecer a personas de procedencia extranjera y aquellos denominados “coletos”, principalmente, es importante enmarcar estos elementos ya que con relación al resto de los andadores, este mantiene un enlace directo con la historia de la comercialización del textil en SCLC<sup>30</sup>. Algunos comercios solo cambiaron de giro, empezaron como tiendas que ofrecían productos a habitantes de la ciudad pero principalmente sus compradores eran indígenas que llegaban a intercambiar o abastecerse de enseres que no producían y necesitaban para su vida diaria. Actualmente mantienen algunos enlaces con indígenas que les distribuyen productos textiles, son lugares en donde se pueden conseguir actualmente prendas orientadas a la portación ceremonial de los grupos étnicos de la región, una particularidad que solo ofrecen estos comercios.

En un momento particular de la estancia de campo se realizó un acercamiento directo a ciertos comercios, en donde se descubrió que en la mayoría no se encuentran los dueños del lugar., son empleados los que atienden a las personas consumidoras. Con relación al elemento anterior, los empleados arrojaron lo siguiente: el encargado (gerente) de la tienda solo llega por las tardes a realizar el corte de caja y son solo los empleados que tienen la relación directa con el dueño del lugar; los dueños pocas veces se presentan en el negocio a menos que tengan alguna actividad; en otros sitios, en los que si había presencia de los dueños estos solo tenían días específicos de llegada, en algunos la hora no se especificaba. Por otra parte los comercios que presentaban la presencia del dueño, fueron lugares muy herméticos con relación a la

---

<sup>29</sup> Fuente: <http://www.turismochiapas.gob.mx/sectur/sitio-en-internet-de-marca-chiapas>.

<sup>30</sup> Consultar Rus (1997) y Ramos (2010).

investigación, mostrando poco interés en colaborar, por falta de tiempo principalmente (aunque también se encontraron excepciones, las que fueron menos).

Con relación a Santo Domingo, Mercado de Dulces y artesanías, así como la venta informal en las calles de San Cristóbal, el Andador Guadalupano es un ejemplo de la comercialización absorbida básicamente por actores extranjeros y los denominados “coletos” (oriundos de San Cristóbal). La infraestructura de los locales es distinta a los sitios antes mencionados, en donde también se encuentran productos que se ofertan y que responden a rasgos de innovación, que caracterizan a los actores externos de la “producción tradicional”, aquellos diseñadores, ingenieros textiles, modistas y todas aquellas personas nacidas y formadas fuera de Los Altos de Chiapas.

Como podemos ver hasta el momento, a lo largo de la narrativa, la ciudad conforma claramente una industria creativa del textil, ofreciendo una gama amplia y diversa del producto de Los Altos, con diversidad de costos, establecimientos y actores.

Durante la investigación se observó que no todos los textiles representativos de los 17 municipios se encuentran puestos a la venta en la misma magnitud en el centro de la ciudad, una de las preguntas que surgieron fueron: ¿por qué?, ¿qué hace, por ejemplo, que el textil de Zinacantán sea más comercializado y consumido que el del municipio de Mitontic?, si ambos representan a un grupo indígena y pertenecen a la misma región; A caso esto responde a las estrategias que han implementado los pobladores (productores) para la distribución de sus productos, ¿o es el estilo que marca cada textil lo que genera un mayor consumo, con relación al gusto y agrado que tienen los consumidores?

Se encontró que los textiles de mayor comercialización en la ciudad de San Cristóbal se hallan los de: San Juan Chamula, Zinacantán, Larráinzar, Aguacatenango<sup>31</sup>, principalmente, siguiéndoles los textiles característicos de Pantelhó, Chenalhó, Bochil y El Bosque (respetando

---

<sup>31</sup> Aguacatenango no pertenece a la Región Altos, al igual que municipio de El Bosque y Bochil. Ante esto Teresa Ramos (2010) subraya lo siguiente: “Aunque varios pueblos del área como Aguacatenango y El Puerto pertenecen administrativamente a la región de Valles Centrales, culturalmente forman parte de la población tseltal del sur de Los Altos: “una regionalización más precisa obligaría a abandonar al municipio como unidad territorial mínima e incluir dentro de la región de Los Altos tanto la porción occidental del municipio de Ocosingo como el pueblo de Aguacatenango, que forma parte del municipio de Venustiano Carranza” (Viqueira, 1995:35 en Ramos 2010: 129).

el orden de exposición de acuerdo a la cantidad de producto identificado en los puntos de venta).

Mientras que, dentro de los textiles con mayor consumo (comercial) encontramos los de los municipios de San Juan Chamula<sup>32</sup>, Zinacantán, Larráinzar y Aguacatenango (localidad del municipio Venustiano Carranza).

Habría que resaltar que aun cuando muchos de estos productos son elaborados por manos de personas (en su mayoría mujeres) que representan a un grupo etnolingüístico mayense en particular, no todos los productos corresponden a los que porta el grupo como vestimenta característica de su contexto étnico; estos son los casos de Aguacatenango y San Juan Chamula (ejemplo, ver imagen 18), principalmente. También es importante aclarar que esto no quiere decir que no se encuentren a la venta la “vestimenta tradicional” utilizada por estos grupos, tanto de uso cotidiano como de uso ceremonial, pero si es mínima su distribución para el consumidor externo.

---

<sup>32</sup> Cabe aclarar que los textiles referidos a producción de San Juan Chamula y que son más consumidos por los turistas, son primordialmente aquellos que tienen un bordado “sencillo” de flores o círculos, los cuales no son usados por el grupo étnico, sino sólo elaborados para su venta al turista. El textil elaborado para uso cotidiano de sus pobladores, también está disponible a la venta pero no suele ser consumido por *el turista*. Este producto a diferencia del primero suele tener un costo más elevado, sus faldas elaboradas de lana oscilan entre los 1,000 y 10,000 pesos, mientras que las blusas que acompañan la “vestimenta tradicional”, se encuentran entre los 250 pesos y los 1,000 pesos, con diferencia de las que son manufacturadas para el consumidor foráneo las cuales las encontramos desde los 50 hasta 200 pesos. Suponiendo que el precio se convierte en un marcador para el consumo de los visitantes.

Otro elemento a mencionar es que dentro de la comercialización del textil de la región, los costos de los productos bordados por mujeres de San Juan Chamula, son los más económicos del mercado.

**Imagen 18 Comparación entre traje de uso cotidiano (derecha) y vestimenta para venta turística (izquierda) de San Juan Chamula, Chiapas**



Fuente: Acervo fotográfico Masaya Del Rasso Sáyago.

El mercado de los textiles que ofrece la ciudad de San Cristóbal de Las Casas, es extenso, tanto en la cantidad de negocios que comercializan u ofrecen algún derivado de los textiles de la región Altos del estado, así como la gama de productos que se encuentran a la venta para todo tipo de consumidores.

En un mapeo que se realizó a lo largo de la ciudad de San Cristóbal por medio de recorridos por las principales calles del primer y segundo cuadro de la ciudad se han encontrado un aproximado de 440 establecimientos que comercializan algún textil de la región Altos (ver tabla 2), se contabilizó a todo aquel negocio formal e informal que contase por lo menos con algún producto derivado de la producción textil de la zona. Se marcaron como puntos referenciales el mercado Tielemans, la calle Gral. Utrilla que conecta a este mercado con el centro de la ciudad, en Santo Domingo (tianguis de artesanías), siendo este el sitio con mayor número de comercios con productos textiles de la zona, arrojando una representatividad del 55% del total de los sitios de comercialización textil. Otros lugares contabilizados fueron el

“mercado de dulces y artesanías”, siendo este el segundo con mayor comercialización textil, se contabilizaron los comercios de los 3 andadores de la ciudad: guadalupano, del Carmen y eclesiástico, así como las calles aledañas a estos lugares enunciados.

Cabe aclarar que no se contabilizó en este monitoreo a aquellas personas que se encuentran de manera itinerante por el centro de la ciudad, las cuales cargan a cuesta su producto (ver imagen 19) y que forman parte del mercado de comercialización que oferta la ciudad, también representan al campo “informal- tolerado” de venta.

**Tabla 2 Puntos de comercialización  
textil**

<b>Lugares donde se comercializa el textil regional</b>	<b>Número de establecimientos (aproximación)</b>
<b>Mercado Tielemans</b>	15
<b>Calle Gral. M. Utrilla</b>	20
<b>Santo Domingo</b>	245
<b>Mercado de dulces y artesanías</b>	100
<b>Andadores (guadalupano, del Carmen y eclesiástico)</b>	30
<b>Otras calles de la ciudad (zona centro)</b>	30
<b>Total</b>	440

Elaborado por Masaya Del Rasso Sáyo, 2016.

## Imagen 19 Vendedoras ambulante de la ciudad de San Cristóbal de Las Casas



Fuente: Acervo fotográfico Masaya Del Rasso Sáyago, 2015.

También se debe reconocer que a lo largo de los dos años que abarco la maestría (periodo 2014-2016) y que sirvieron para realizar investigación continua, se pudieron observar una serie de eventos los cuales ofertaban de manera esporádica textiles para la venta; estos eventos iban desde mercados artesanales, exposiciones temporales en galerías, ofrecimiento de productos textiles en bazares, ferias, exposiciones, y claro la venta ambulante establecida en periodos vacacionales (ver imagen 20).

Con excepción de esta última modalidad, todos estos lugares mencionados por lo regular ofrecen “textiles modificados” (neoartesanía<sup>33</sup>), son establecimientos representados por los nuevos diseñadores que han ido abundando en la ciudad.

En estos lugares se representa otro número significativo de puntos de comercialización, aun cuando son transitorios, reflejan un flujo en el consumo de los productos textiles, así como una oferta y opción más para los consumidores.

---

<sup>33</sup> Neoartesanía: “Cuando un producto es completamente una innovación, resultado de las habilidades creativas de una o más personas, trae consigo la investigación y experimentación de nuevos métodos y técnicas, así como materiales, formas, colores y uso de elementos decorativos” (Manual de diferenciación entre artesanía y manualidad, 2009: 39).

## Imagen 20 Venta nocturna callejera en el centro de San Cristóbal de Las Casas



Fuente: Acervo fotográfico Masaya Del Rasso Sáyago.

En el caso de los espacios ocupados tanto en la plaza de la paz (frente y costado de la catedral de la ciudad) o en los pasillos del zócalo de la ciudad, a partir de los distintos momentos de inserción de campo se pudo observar un número significativo de puntos de venta textil. En una primera inmersión realizada a finales de 2014, se obtuvo un aproximado de 50 a 80 vendedores, mientras que para el verano de 2015 se observó un aumento, con más de 100 comercializadores, ya para la primavera de 2016 se tuvo un registro de 261 vendedores en la plaza de la paz.

Es importante señalar que no todos los vendedores que encontramos en esta zona y en estas fechas se dedican a comercializar productos de la región, muchos de ellos comercializan prendas industrializadas a precios “económicos”, como suéteres, chalinas, bufandas, rebosos, gorros, guantes, entre otros, casi todos relacionados con la finalidad de proteger al turista del frío sorpresivo que suele mantener la ciudad. Estas mercancías son procedentes de otras regiones del país, como Puebla, Estado de México, Ciudad de México por mencionar algunos. Sin embargo la predominancia de la venta de textiles regionales es indudable.

Aun cuando se considera un comercio informal a este tipo de venta, por medio de conversaciones con los comerciantes se obtuvo la información de que pagan por el uso del espacio (“uso de suelo”) a la presidencia municipal, un aproximado de \$100.00 pesos por metro cuadrado por los 15 días (aproximadamente) que se establecen en los periodos vacacionales, este precio corresponde al año 2014, mientras que para 2015 y 2016 encontramos



nuevas cuotas en la ocupación de los mismos espacios, pago que se elevó de \$250. A \$300.00 por metro cuadrado. Considerando que son pocos los comercializadores que pagan un metro cuadrado, el promedio paga por 2 metros, aun cuando se encontraron espacios de 4 y 5 metros. Esto evidencia un flujo económico de la comercialización textil, así como ganancias para el ayuntamiento municipal.

La investigación estuvo dentro de dos periodos administrativos del municipio, el primer periodo correspondió al presidente municipal Francisco José Martínez Pedrero (2012-2015) y el periodo actual corre a cargo del alcalde Marco Antonio Cancino González. La relevancia de estos dos periodos municipales es el comparativo que se ha podido realizar con relación al apoyo que recibido a la comercialización informal. En el actual periodo del ayuntamiento se ha dejado ver un incremento considerable hacia la venta ambulante a lo largo del centro histórico, a poco tiempo de su llegada, cambios radicales en el escenario de la industria creativa del textil regional han acontecido, moviendo radicalmente el dinamismo que había mantenido la ciudad con relación a las estrategias de comercialización y los circuitos de distribución. El textil como marca distintiva de la ciudad, se deja ver con mayor claridad que cualquier otro tipo de comercialización artesanal. Hay preguntas que devienen de estas prácticas ligadas a los partidos políticos y a los periodos presidenciables del municipio algunas son ¿acaso hay un respuesta directa con la ganancia al permitir este tipo de venta?, ¿cuáles serían los márgenes que maneja el ayuntamiento para permitir este tipo de venta?, ¿Cómo se maneja el dinero recaudado por el uso de suelo?, ¿existen intereses personales por parte del ayuntamiento o solo es una respuesta estratégica hacia el turismo?, tal vez en esta ocasión no puedan ser contestadas, pero queda la posibilidad de respuesta para futuras investigaciones.

Durante el periodo 2012-2015, se veía una *persecución* constante de la seguridad municipal del centro histórico hacia los “comercializadores nómadas” de textiles, por ejemplo, no se les dejaba ni siquiera sentarse en algún lugar para descansar a los vendedores, permanecían constantemente en movimiento para que no les llamaran la atención, actualmente eso ya no sucede, se observa con la entrada de este nueva coordinación municipal mayor tolerancia hacia los “vendedores nómadas” y un incremento al comercio informal. Una gran parte de la comercialización de “prendas textiles” de la ciudad de SCLC, la encontramos exhibida en las calles principales del centro, colocados sobre las banquetas o sobre el asfalto o de una manera

itinerante, observamos (principalmente a mujeres) vendiendo productos derivados de la manufactura que produce la región.

En la captación de entrevistas se pudo obtener la historia de un comercializador de Santo Domingo, el cual compartió su experiencia en torno a la venta de productos textiles. Su nombre es Daniel C., nació y radica en la ciudad de San Cristóbal de Las Casas, Chiapas, su estado civil es casado y su grado de estudios es nivel básico, primaria.

Actualmente él tiene un “puesto” con su esposa, se encuentra casi con esquina al templo de Caridad. El señor Daniel nos contó que su madre fue una de las primeras personas que llegó a vender a Santo Domingo, venía de San Juan Chamula, y lo único que comercializaban eran productos elaborados por ellos mismo como las faldas o los borregos que elaboraban solo de la lana que ellos trabajaban. Menciona que le platican que con el tiempo y la llegada de algunos extranjeros, se realiza un intercambio en la elaboración de nuevos productos para los artesanos locales, incorporándose por ejemplo la elaboración de las pulseras, tal técnica de tejido se ha extendido a la elaboración de cinturones y diademas, ahora por las manos de artesanas locales. También dentro de la plática mencionó cuando su madre llegó a comercializar su producto a la ciudad de SCLC, ella se colocaba en el centro para la comercialización, pero al ayuntamiento no le agradó y la reubicaron junto con otras mujeres comerciantes al espacio de Santo Domingo. Actualmente su madre ya no se dedica al textil, ni a la venta en el espacio de Santo Domingo, pero si hay una actividad vigente por parte de la familia de su esposa; los cuales tiene varios “puestos en Santo Domingo”, en los que tienen a la venta diversos productos textiles.

El señor Daniel menciona que el lleva laborando en ese espacio (Santo Domingo) aproximadamente 13 años, pero cabe señalar que dentro de la conversación dice su madre inició hace poco más de 30 años y que la familia de su esposa 25 años aproximadamente.

Por otra parte menciona que se realiza un pago anual, “por uso de piso” a la presidencia municipal de \$750.00. Otros pagos que tienen que realizar es la renta de una bodega (costo \$ 400.00, mensuales) para guardar la mercancía que recogen y sacan día a día y con ello, el pago de un cargador, dando un pago de \$900.00 al mes. Las bodegas se encuentran localizadas a los alrededores de Santo Domingo, en las casas que se encuentran en las cuadras cercanas a la

plaza, en donde se han adaptado espacios para el almacenamiento de las mercancías que se comercializan en la zona, no solo las de tipo textil.

A raíz de la conversación supongo que uno de los factores para que él y su esposa comercialicen en este lugar, tiene que ver fuertemente con la reproducción familiar, sus padres al dedicarse a la comercialización en la zona han generado estrategias que ahora son compartidas por los hijos, que implementan como una forma de trabajar. Esto ha implicado también, una extensa red de contactos, tanto para compra y venta de su producto.

Cuando se le preguntó por quienes consumen más su producto si los mexicanos o los extranjeros. Menciona que son los mexicanos los que más consumen su producto, el extranjero dice que muy poco.

Otra de las interrogantes planteadas fue si el produce el producto que vende o si lo compra. La respuesta general es que todo el producto se compra. Pero en la conversación narraba que hay piezas que son mandadas a elaborar por separado; ellos (como familia comercializadora), compran piezas bordadas o elaboradas en telar y en otro lugar hacen el “ensamblado” de la prenda, cosen las piezas bordadas a la estructura de las blusas, esta tela también es comprada por separado y dada a las costureras para el terminado de la prenda.

Esto muestra que aun cuando no son productores, han formulado estrategias para elaboración de las prendas que comercializan. No solo se habla que la cadena de producción, comercialización, distribución y consumo compleja, sino aparasen a escena nuevos actores los cuales no se habían contemplado al inicio de la investigación, como ensambladoras (costureras).

Con relación a quién se le compra el producto que vende, se habló que ellos actualmente solo son comercializadores, forman parte de la cadena de compra y venta del textil. Esta cadena como lo explicaba tiene que ver con una línea de intermediación; Una persona que lleva la materia prima a la gente en la comunidad para el bordado (en este trabajo solo se le paga máximo \$10. 00 a las personas). Esta persona recoge el producto y lo vende a una más.

Esta segunda persona puede ser que sea quien llegue a venderlo a la Santo Domingo, o menciona que en ocasiones, suele pasar a una tercera para que llegue a la venta a los

comercializadores de Santo Domingo. Todo el producto que comercializa le es distribuido por vendedores particulares que llegan al lugar a realizar la venta.

Con relación a las ganancias encontramos que hay prendas en las que él, como comercializador solo le gana \$5.00, y siendo lo máximo hasta \$35.00, aproximadamente. Con ello salen a colación los precitos en los que son ofrecidos los productos textiles de la ciudad, enfatizando los precios que se encuentran en Santo Domingo, asegurando que la estimación de los precios es por locatario, no hay un estándar para las prendas, haciendo variable las ganancias

También se le preguntó la procedencia del textil que maneja en el negocio, a lo que comentó que cuenta con textil de diversos municipios entre ellos, Larrainzar, Chamula, Zinacantán, Bochil, entre otros.

Otra interrogante fue si considera competencia a los negocios de los andadores o las personas “ambulantes” (que venden en las calles con sus prendas en las manos). El señor Daniel dice que no siente competencia con las tiendas del andador, porque “ellos dan más caro”. Menciona una anécdota en donde una conocida quiso entrar a *eklektik*, pero como iba con su “ropa indígena” no la dejaron encontrar, la corrieron.

Haré una acotación para mencionar una particularidad encontrada en la tienda *eklektik*, ubicada sobre el andador eclesiástico, que es un lugar referencial para notar la evolución y enmarcación que tiene el textil tradicional, pero con una ruta hacia nuevos bienes culturales. Se tuvo la oportunidad de dialogar con uno de los empleados el cual dijo que la orientación hacia los diseños y uso de los colores en las piezas que se vendían eran hechos por parte de “la tienda” hacia los productores. Mencionó el encargado que el costo del producto lo asigna el productor y que ellos respetan el precio; pero si tomamos en cuenta que de los productores entrevistados encontramos que una debilidad es el sacar el costo real de la prenda, y haciendo una comparación con relación a aquellos productos que comercializan los productores locales que no se alejan mucho en la calidad que oferta esta tienda, observamos que los precios se pueden elevar más de un 100% , por ejemplo una blusa ceremonial de Larrainzar, que tarda aproximadamente seis meses en manufacturarse, la productora Andrea perteneciente al municipio antes citado, ha asignado un precio de venta para la ciudad de SCLC de \$6000.00 a

\$8000.00, cuando en la tienda *eklektik* se encontraron prendas con las mismas características con precio de venta entre \$14100.00 a \$14200.00, este comentario inocente por parte del trabajador, deja entrever que los costos, las ganancias y oportunidades, no son las mismas para los productores que para los comercializadores, muchos de ellos intermediarios.

Siguiendo con la entrevista de Daniel, continuó diciendo que tampoco les afectan las personas que se encuentran vendiendo su producto en los pasillos de Santo Domingo y Caridad, que ya están acostumbrados; pero sin embargo sí han sentido la presencia de los comerciantes que se asientan en el centro, porque al colocarse en esta área los visitantes ya no llegan hasta “la plaza”. Otro elemento que brinda es que la gente que se establece para comercializar en el centro de la ciudad (principalmente en la plaza de la paz), no son las mismas familias que comercializan en Santo Domingo y Caridad, esto coincide con las pláticas informales que se entablaron con las personas comerciantes del centro. Él tiene un dato aproximado de 400 personas asentadas en la zona centro.

Con relación a las temporadas de mayor venta, dijo que es en época vacacional, principalmente Semana Santa (marzo-abril) y las de diciembre. Cabe mencionar que la familia de la esposa de Daniel, la cual también es originaria de San Juan Chamula, son actualmente los que se dedican mayormente a la compra y venta del textil. Haciendo un sondeo a partir de su conversación, nos percatamos que sus dos cuñadas y su suegra cuentan con espacios de venta en Caridad.

Como comentario se mencionó que existe la reventa de prendas usadas por las personas indígenas (es de segunda), solo algunas cosas; entre las que se ha podido observar blusas, rebosos, fajillas. El señor Daniel menciona que lo que hacen es reusar el bordado y lo cosen en una blusa nueva. Esta es una práctica identificada con las productoras consultadas, ya que muchas veces el bordado no se ha desgastado aun y es fácil descocerlo de la prenda y unirlo a una nueva, el tiempo invertido en el bordado o tejido, se valora y se reutiliza.

También es importante mencionar que en esta dinámica es frecuente encontrar ropa de segunda, principalmente del municipio de Zinacantán, podría suponer que es respuesta a la dinámica que tiene la población en el uso de sus *prendas tradicionales*, que son cambiadas una vez al año, por cuestión de estrenar y moda dentro de la misma comunidad, lo cual parece no importar al turista, y esto puede ser por falta de conocimiento.

Dentro de los comercios de Santo Domingo y Caridad he podido identificar un mínimo de diez comercios que venden este tipo de productos (“de segunda”), aunque también he podido observar que con frecuencia esta práctica en los comercializadores asentados en el centro de la ciudad en temporada vacacional (Semana Santa, Verano e Invierno).

Como una observación general el día de la entrevista tenía en su puesto una cartulina que ofertaba dos blusas por cien pesos, esto como una estrategia de promoción. Por último, el señor Daniel menciona que no cuenta con ningún apoyo de gobierno, pero si pertenece a una organización de vendedores dentro de Santo Domingo.

En este proceso de comercialización que hemos descrito hasta el momento encontramos una población característica de la ciudad de San Cristóbal de Las Casas, tal vez algunos de los actores identificados dentro de este entramado puedan ser transferibles a otras latitudes, pero es importante reconocer que su papel activo en la ciudad, así como las redes que establecen hacia fuera de esta, hacen de San Cristóbal un caso particular y significativo.

A continuación se trataran de enmarcar dos tipos de comercializadores encontrados durante la investigación y que son relevantes por su perfil de foráneos:

1. Extranjeros que comercializan dentro del territorio mexicano:

Cada día es más común encontrar comercios establecidos en los andadores de la ciudad o algunas calles aledañas a estos, en donde las personas que lo reciben no son nacionales, esto se evidencia principalmente por su acento al hablar. Dentro de los recorridos realizados en la calle Real de Guadalupe encontré algunos establecimientos en donde los empleados, referenciaban que los dueños eran extranjeros (en un caso particular, se hizo referencia a una nacionalidad francesa de la dueña del establecimiento) y que solo llegaban al lugar al término del día o cuando se entregaba mercancía.

Las características que posee la ciudad de SCLC como un lugar turístico, ha posibilitado que muchos de esos viajeros, se queden a radicar en la ella, lo cual conlleva una búsqueda de empleo. Siendo las artesanía textiles una opción favorable por la rentabilidad que implican. Suponemos que un factor determinante en este tipo de comercializadores, ha sido el tipo de cambio de su moneda con la relación a la nacional, teniendo mayores posibilidades de arrendamiento en lugares estratégicos para la comercialización. Lo relevante con este tipo de comercializadores es el tipo de enlace que han logrado hacer con muchas mujeres de la

Región, que les bordan principalmente los diseños que venden, muchas productoras se han convertido en empleadas directas de estos comercios.

Otro elemento encontrado bajo el rubro de esta categoría, es que una buena cantidad de este tipo de establecimientos, dirigidos por extranjeros, han encontrado puntos de venta fuera de sus locales, ya sea en ferias de artesanías que se presentan en diversas partes del país, o puntos de venta en línea. Las redes sociales como *Facebook* u otras plataformas virtuales, posibilitan la exposición y venta de sus productos dentro del territorio mexicano.

### **Imagen 21 Extranjeros que comercializan dentro del territorio mexicano**



Fuente: Acervo fotográfico Masaya Del Rasso Sáyago.

#### **2. Extranjero inversionista en el campo textil regional, pero comercializa fuera de México**

Se identificaron otro tipo de comercializadores, estos corresponden a personas extranjeras que llegan en algún momento al país para hacer enlaces con las productoras locales y poder realizar la venta de productos ya sea manufacturados por maños mexicanas o confeccionados por actores externos pero bordados por productoras de la Región Altos. Muchos de estos negocios fueron localizados en medios virtuales. Los costos fijados son en dólares o en euros, incrementando considerablemente los precios en comparación a los ofertados en México.

Un caso particular se puede consultar en la página <http://www.nativashop.com/>, perteneciente a la marca "*nativa fire mexican clothing*", con dirección en San Antonio, Texas. Se pueden apreciar

dentro de sus catálogos de venta, productos manufacturados en la región Altos. Aun cuando la nacionalidad de los empleados que colaboran en esta empresa es diversa, no deja de exponer la exportación de las prendas chiapanecas. Así como este ejemplo podemos seguir encontrando infinidad de páginas que comercializan prendas textiles con registro fuera del territorio mexicano, observando con ello la expansión del mercado textil.

Otros elementos que son de valor profundizar son las estrategias utilizadas para las ventas de los productos culturales derivados de los textiles. Como se mencionó líneas arriba en el caso del señor Daniel, su estrategia ha sido el exponer en una parte de su local prendas económicas que suelen tener un precio accesible para cualquier visitante, una cartulina fluorescente es el símbolo de atracción, en donde se expresa el signo 2×1 (ver imagen 22), característico de una buena oferta. Algunos otros comercios de los andadores han optado por aprovechar estrategias nacionales, como “el buen fin” para subrayar algunas rebajas. Mientras que otros establecimientos exponen algunos espacios con precios rebajados correspondientes a piezas únicas. Las estrategias para la venta y para salir avante de la competencia son diversas.

**Imagen 22 Estrategias para el consumo**



Fuente: Acervo fotográfico Masaya Del Rasso Sáyago.



Otro elemento constante obtenido durante el periodo de la investigación con relación a los precios, es ver que durante los periodos vacacionales estos se elevan desde un 100% hasta un 300%, lo relevante es que aun con el incremento, los productos son aceptados y comprados por el turista.

Ante esto se realizó un comparativo de precios con la misma prenda, pero con diversos comercializadores, la pieza fue una blusa de San Andrés Larrainzar, bordada en telar de cintura y el resultado fue el siguiente cuadro:

Puntos de venta de blusa en telar de cintura de San Andrés Larrainzar, 2015								
Lugar	San Cristóbal de Las Casas				estado de Morelos		Venta por internet	
	Mercado de dulces y artesanías	Mercado de Santo Domingo	Casa de las Artesanías de Chiapas	Andador Eclesiástico	Centro de Tepoztlán	Centro de Cuernavaca	Mercado libre	Follow The Folk
Precio/pesos	250	250 a 300	500	650	510	689	399 a 475	1640

Como podemos observar los precios son diversos, no solo dentro de los espacios de la ciudad, sino en otras latitudes y por otros medios (electrónico), es significativo el precio que logra obtener la misma pieza. Los costos más económicos se encontraron en el mercado de Santo Domingo y Mercado de artesanías, que responden a comercializadores mayoritariamente indígenas. Algunos factores que se induce que intervienen son: el lugar en donde se comercializa, el sello que pueda poseer la pieza que “garantiza” muchas veces su elaboración artesanal, los costos de envío o la marca que se le logró colocar a la prenda.

Ante esto último Bietti (2012) menciona que:

La marca sustituye al creador de moda. El acto creador queda subsumido a los parámetros industriales. La firma de autor prestigia el producto, pero ya no existe relación entre el nombre y el producto. La rentabilidad y la anonimidad industria absorben la lógica personal e individualizada de la firma de autor. A su vez los creadores son intercambiables porque en la sociedad administrada, priman los objetos sobre los sujetos, cada vez más sujetos a la autonomía del mundo de las cosas y la racionalidad industrial (2012: 2)

Por otra parte, la calidad de las prendas distribuidas a lo largo del circuito de comercialización es diversa, no son los mismo productos los que encontramos en las “tiendas boutiques” a las prendas que encontramos en el mercado de dulces y artesanías, a las prendas que se comercializan en las banquetas de la ciudad, ni tampoco es la misma calidad que ofrecen diseñadores de moda a la calidad que manejan las maestras artesanas. Toda esta carga que abarca, desde la tela, los hilos, la forma del bordado, la combinación e innovación en la mezcla de colores, así como la creación de nuevos modelos, es lo que hace de la industria creativa del textil, un industria dinámica, rica en diversidad y en constante transformación. Lo expuesto también es un elemento que se ofrece al consumidor que visita la ciudad o que conoce mínimamente la producción textil de la región, y lo hace buscar prendas características de este lugar.

Para finalizar, se hace necesario distinguir que el término circuito de comercialización no solo engloba el margen subrayado a lo largo de este apartado: el primer y segundo cuadro de la ciudad de SCLC, marcados por los puntos de venta de Santo Domingo, Guadalupe y Mercado de dulces y artesanías. Sino que también entendemos que la expresión es transferible y utilizable dentro de cualquiera de los lugares antes mencionados. Las relaciones sociales en cada uno de los escenarios señalados dan la posibilidad de vislumbrar circuitos internos de comercialización, algunos permanecen dentro de la ciudad, algunos otros se construyen dentro de la región, otros se trasladan a la escala estatal y nacional pero existen aquellos que son posibles ubicar en la dimensión internacional. La comercialización no solo es un elemento de enlace entre la producción y el consumo, es también la vía que explicita la convergencia de numerosos actores no solo los comercializadores como los hemos llamado, sino los empleados directos e indirectos de los negocios que comercializan alguna prenda textil, los dueños de esos establecimientos, los administradores o gerentes en muchas ocasiones, los intermediarios, como los denominados coyotes o acaparadores, los empleados de gobierno que hacen valer las estrategias fijadas por las estructuras municipales y que son guiadas por la dinámica nacional. Todos estos actores a su vez, hacen posible la justificación del establecimiento de una industria creativa en la ciudad.

## 4.2 EL CONSUMO CULTURAL DEL TEXTIL DE LA REGIÓN ALTOS DE CHIAPAS

García Calclini (2009) menciona que el consumir suele asociarse actualmente a gastos inútiles y compulsiones emocionales. Hay una relación entre agentes manipuladores y audiencias dóciles. Cualquier proceso de mercantilización implica una dinámica de desigualdad, que es aceptada por los sujetos participante por muchas razones; algunas veces por necesidad, otras por inconciencia del acto o por mera imitación. El proceso del consumo se encuentra permeado por estas características, en algunas ocasiones la adquisición de un objeto puede responder a un simple impulso, motivado por un acto de deseo, competencia, estatus o algún otro factor banal. Ante esto Bauman (2007) menciona que “no hay dudas de que consumir es una parte integral y permanente de todas las formas de vida que conocemos, (...) Aparentemente, *plus ça change, plus c'est la même chose...* [Cuanto más cambia, más es lo mismo” (2007: 43). Pero es importante mencionar al consumo como un entramado complejo digno de estudio, no solo como acto común, “no como simple escenario de gastos inútiles e impulsos irracionales sino como un lugar que sirve para pensar, donde se organiza gran parte de la racionalidad económica, sociopolítica y psicológica en las sociedades” (García, 2009: 16).

Esto nos permite pensar la manera en la que el consumo de textiles se vive, apoyado de estrategias que acercan más al consumidor, se han estilizado los modelos de las prendas textiles de Los Altos de Chiapas, otro elemento que llama la atención es la noción de moda que entra súbitamente a la vida de los pobladores de la región que formulan nuevas propuestas para el vestir y portar los bienes culturales de las comunidades.

Aun cuando el concepto moda pudiese ser el mismo en cualquier geografía del mundo, la reinterpretación que se hace, así como las representaciones que genera son distintas. Para el caso de las *comunidades indígenas y las mestizas*, no se borra la propuesta que implícita dicho concepto, la estética de las prendas se acopla a las necesidades de los consumidores, haciendo adaptaciones de acuerdo al contexto y la temporalidad. El proceso de innovación adquiere un papel importante en la dinámica que encierra cada temporada en la que son incorporados al mercado los “nuevos diseños”. Entonces, para los consumidores foráneos la moda posee ciertos márgenes que para la población regional indígena no son equiparables. Es relevante

para la investigación estos elementos, ya que el mercado del textil no solo tiende a estar dirigido a la población turística, también ha fijado estrategias que satisfacen a las poblaciones pertenecientes a la zona Altos. El proceso de consumo es enriquecido gracias a las tácticas para la comercialización de las mercancías, como se ha dicho, nuevos diseños, formas de exhibición de los productos, innovaciones con los materiales, entre muchas más.

Al igual que el apartado anterior el consumo cultural de los productos textiles también es extenso con relación a las diversas posibilidades a las que se adscribe la figura misma del consumidor. Los puntos que se abordan a continuación son algunas estrategias que el mismo consumidor de la ciudad ha fijado en su proceso de compra de cualquier producto cultural derivado del textil producido en la región.

El consumo del textil de la Región Altos es diverso y contiene características particulares que alberga la ciudad de San Cristóbal de Las Casas, la adquisición de cualquier souvenir que indique la visita de la ciudad, por parte de los turistas, es un apremiante simbólico que complementa el viaje. La ciudad como se ha venido marcando, enfatiza sus propias características, entre ellas la gran diversidad de objetos que se comercializan con el afán de satisfacer las necesidades, y los gustos de la población visitante.

Nisbert (1981) expresa que “(...) vivimos fenómenos como la rebeldía contra la ciencia y el racionalismo, el cultivo del irracionalismo en diversas formas, tanto religiosas como seculares, y el asombroso desarrollo del subjetivismo, de la preocupación casi exclusiva de los individuos por su propio yo y sus placeres” (1981: 18). Mucho del consumismo actual se basa en una reproducción de la imagen que es transmitida por los medios de comunicación, que son a su vez un arma muy importante para el proceso de mercantilización de los productos que ofrece el mercado a escala mundial, con sus variantes locales. El sujeto, toma su calidad de individuo<sup>34</sup>, en donde lo único que importa es él y lo que consume, su prestigio social y la moda.

Es fácil reconocer estrategias de mercadeo de grandes empresas nacionales y extranjeras que le apuestan a la tradición como enganche de venta, se le ha llamado moda folk, vestimenta artesanal, ropa típica, rescate cultural, moda mexicana con diseño tradicional, moda étnica,

---

<sup>34</sup> (.) Hacen del individuo social constituido como propietario privado un ente a la vez poderoso y vacío. El individualismo moderno es la característica del “hombre que se hace a sí mismo” (Echeverría, B. (2000). La modernidad de lo barroco).

ropa artesanal, estos términos se convierten en tendencia y es factible que la población busque satisfacer estos estilos, encontrando una vía en los textiles artesanales que ofrecen mejores costos y que satisfacen la necesidad de novedad.

Las siguientes líneas son el resultado de un levantamiento en la zona centro de la ciudad, se encuestaron a 11 personas, las cuales fueron captadas después de haber observado su compra de algún producto textil o encontrarlos fuera de los lugares de venta como el “mercado de dulces y artesanías y San Domingo”.

A continuación se hará un análisis del material obtenido, lo cual ayuda al entendimiento de la información relacionada al consumidor.

Es relevante mencionar que la mayoría de los productos que encontramos en el “mercado textilero” de la ciudad de San Cristóbal de Las Casas son productos dirigidos para el uso de las mujeres como blusas, vestidos, faldas, bolsas, zapatos, entre otros. Dentro del levantamiento hacia los consumidores, encontramos un número muy similar entre hombres y mujeres que visitan la zona centro de la ciudad, principalmente aquellas zonas marcadas en el circuito de comercialización y que buscan un *souvenir* distintivo de su viaje.

Dentro de los lugares de procedencia de los consumidores abordados, encontramos los siguientes estados de la república mexicana: cuatro personas procedentes de Aguascalientes, una de Michoacán, dos de Guanajuato, específicamente León, una de Querétaro y tres de la Ciudad de México. Es evidente que la distancia no limita la entrada de los visitantes, la variedad con relación a los estados de procedencia, también puede fungir como un indicador para los gustos que persigue el turismo, lo que deriva en una expansión de estrategias por parte del mercado textil.

Respecto a la procedencia es importante reconocer que en este monitoreo observamos con claridad que todos los visitantes encuestados son nacionales, tal vez esto sea respuesta a la temporada en la que se realizó, periodo posterior a la Semana Santa, momento en el que en México se tienen días de asueto en muchos trabajos y principalmente en el ámbito escolar. Es sustancial hacer esta aclaración, ya que San Cristóbal, como se ha mencionado a lo largo del trabajo, es una ciudad donde confluyen personas de diversas nacionalidades, esto me lleva a no descartar el consumo por ciudadanos de otra nacionalidad distinta a la mexicana.

Con relación al grado de estudio de los consumidores se encontró que 10 de 11 personas contaban con estudios universitarios, estos eran muy variados algunos referenciaron se médicos, veterinarios, psicólogos, profesores de educación básica e ingenieros.

El siguiente punto tiene que ver precisamente con la profesión, oficio o actividad a la que se dedican. En el momento del abordaje se obtuvo que no todos ejercían la profesión estudiada, algunos eran estudiantes, otros tres se dedicaban al comercio del giro alimentario, otros ya eran jubilados y gozaban de una pensión estable y también se encontraban aquellos que si ejercían su carrera.

Se convierte en algo interesante suponer que los consumidores de la región del textil, “cuentan con una estabilidad económica”, así como facilidades para viajar con relación al tiempo. Ya que dentro de lo mentado la mayoría de las personas traían un cantidad modesta para la adquisición de algún producto.

Las siguientes interrogantes analizan específicamente el campo del textil; qué tanto el consumidor “promedio” sabe, conoce y reconoce el textil que se produce en la región Altos de Chiapas.

Una de las preguntas realizada fue sobre la importancia de conocer los textiles regionales de México, en donde el 90.9 % contestó que si era importante para ellos, mientras que sólo una persona tuvo como respuesta que no le era importante cocer sobre los textiles, que no llaman su atención y no miraba relevante el tema.

Dentro de las razones que dieron cuando se les preguntó el ¿por qué? de considerar importante el conocer sobre el textil regional de México, se recibieron respuestas que fueron desde el no saber, hasta aquellas que se relacionaron con los temas de la cultura, una de primera respuesta fue el decir que era importante saber del textil regional porque forman parte de la identidad mexicana, existieron posturas que lo veían como un obligado de la cultura nacional, porque es parte del mexicano, dijeron que el textil es importante porque es parte de la tradición del país o las regiones que representan y que se hacía necesario que todos los mexicanos supiéramos al respecto, que se debe trasmitir y consumir para que no se pierda; algunos dijeron que era un arte que se tenía que conocer, que había que “conocer las raíces de nuestro país”, suponiendo que todo textil regional parte de una base prehispánica, o aquellos que guían su conocimiento hacia el reconocer que es lo que estaban consumiendo, si lo que compraban era original o de calidad esto fija el otro polo de la realidad del actual consumidor

del textil, el cual fija su importancia en el conocer sobre las fibras con las que se elabora, los hilos que se utiliza, valorando así el precio que se paga y la posibilidad de poder comercializar en un futuro con él y por último aquellos que por simple curiosidad.

Si analizamos detenidamente las respuestas de los consumidores, encontramos inconsistencias con relación a las respuestas obtenidas en la pregunta anterior, ya que 10 sujetos mencionaron que sí era importante conocer los textiles regionales de México, y uno que no lo era, pero en esta pregunta se obtuvo que una persona no contesto y a una persona no le llama la atención.

Cuando se les preguntó sobre la importancia de conocer el lugar de origen del textil que consumía, se logró un 100% en la contestación de 'mucho'. Aunque algunos señalaron no poder reconocer los lugares de procedencia y mucho menos el tipo de características que debiera tener el textil. Cuando se les cuestionó si era importante saber quién elabora el textil que compraban, 10 personas dijeron que 'sí', mientras que sólo una persona tuvo como respuesta un 'no'.

Lo importante deviene cuando se les pregunta si sabían quiénes elaboraban el textil que adquirirían, teniendo como repuesta un no, por parte de ocho personas. Los sujetos que respondieron saber quiénes elaboraban el textil que compraron, mencionaron que los indígenas y una persona dijo que obreros, nadie pudo dar razón realmente de la persona, su nombre completo del productor de las prendas que habían adquirido a alguna referencia que particularizara las manos que habían intervenido para la elaboración del producto que estaba siendo consumido. Esto nos lleva a pensar en el papel del productor, el cual es completamente ignorado cuando nos situamos en la última línea de la dinámica de la industria creativa, que es el consumo.

También se les preguntó por qué consideraban importante saber quién elaboraba el textil que compraban, y las respuestas fueron: para conocer las condiciones en las que se elabora y no consumir productos que le apuesten a la explotación, también se expuso que para conocer la calidad de las telas y el producto y tres personas no contestaron.

Una de las últimas preguntas, radicaba en conocer los productos que habían consumido durante su estancia en la ciudad de San Cristóbal encontrando una gran diversidad, se procuró descartar todos aquellos productos que no fueran elaborados con textiles de la región, preguntándoles a los consumidores sobre las características de los mismos, aunque se sospecha

que tanto los chalecos, chalinas y rebosos mencionados, corresponden a elementos fabricados en otras zonas del país, sean dejado en el vaciamiento para considerarlos como un índice en la comparación con el resto de los productos de la región Altos. Los productos van desde los tradicionales huipiles, las blusas con algún bordado o aquellas elaboradas en telares de cintura, suéteres, camisas, fajas, cinturones, pulseras, bolsas, zapatos, cojines, manteles, tortilleros y libretas que son forradas con algún textil. Entre los más comprados de entraron las blusas, seguidas de los rebosos y las camisas.

Es fácil pensar en los rebosos que son puestos a la venta en la ciudad, son productos de maquila, aunque las personas suelen venderlos como elaborados a mano, la mayoría de las personas no cuestionan esto. En algunas ocasiones cuando me acerque a preguntarles de donde los traían la respuesta fue que los hacían en la ciudad (SCLC).

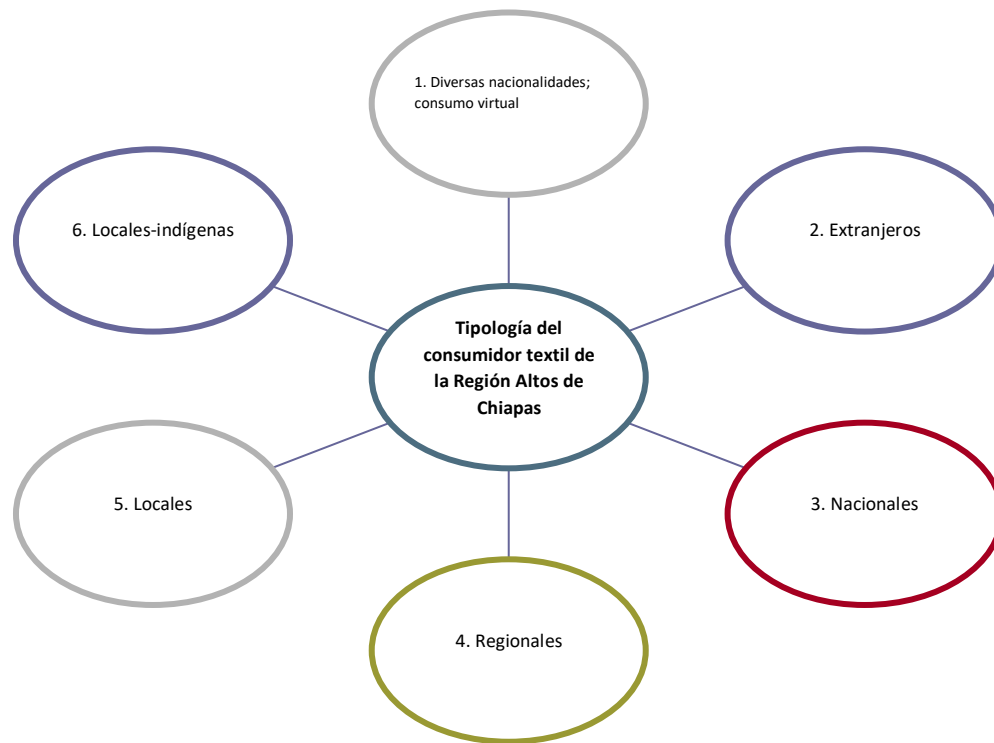
Ante este consumo se les pregunto también sobre la finalidad que tenían sus compras, para qué habían adquirido el producto, contestando el 100% de los encuestados que llevaban productos para el uso personal y para regalar.

La última interrogante pretendió conocer (aproximadamente), ¿cuánto gastó en artesanías textiles? Durante su estancia en la ciudad teniendo como resultado cantidades reveladoras, la cifra menor dada fue de quinientos pesos, la mayoría gasto aproximadamente mil pesos, pero existieron dos personas que referenciaron más de dos mil pesos en menos de tres días de llegados a la ciudad y aquellos que se quedaron en el rango de los mil y dos mil pesos (dos personas).

Si sumamos las cifras más altas por cada rango obtenemos un aproximado de \$13,000 pesos invertidos en la región Altos por 11 consumidores, en un periodo no mayor a una semana de estancia en la zona, muchas de las personas referían solo su gasto a un fin de semana (dos días). Esto se convierte en un claro reflejo de la derrama económica que representa la industria creativa del textil regional de Los Altos de Chiapas, principalmente en la ciudad de San Cristóbal de Las Casas, lugar estratégico para compra y venta de los textiles.



## 4.2.1 LOS CONSUMIDORES, ¿QUIÉNES SON?



Elaborado por Masaya Del Rasso Sáyago, 2016.

A continuación se trata de poder describir algunos de los consumidores identificados a lo largo de la estancia de investigación. La diversidad de la población consumidora explica parte de la dinámica del mercado textilero.

Dentro de los consumidores vamos descubrimos que el lugar de origen es un elemento sustancial para su identificación, observamos que cada uno de estos actores actúa de manera particularizada, permitiendo englobar a los sujetos que con estas características en una solo categoría, aun cuando como en toda tipología suele haber intercambio entre la diversidad de opciones, esto quiere decir que no son inamovibles pero si una extensión clara de la distribución de los consumidores de textiles regionales que encontramos en la ciudad de San Cristóbal de Las Casas, estos a su vez se convierten en focos de atención para el mercado textilero, para los procesos de comercialización y distribución, así como las estrategias que encierra la dinámica de la industria creativa del textil.

A continuación se enlistará a cada uno de los consumidores reconocidos y se detallarán algunas de sus características:

1. Diversas nacionalidades; consumo por medios electrónicos: este tipo de personas como el nombre encierra, son de diversas geografías, pueden ser mexicanos, o de cualquier otro país. Lo relevante es la forma en la que realizan su adquisición de los productos textiles, que también representan una opción contemporánea de comercialización, la venta por medio de plataformas virtuales. No es necesario el contacto físico y solo se oferta por lo que exhibe la página, no se cuestiona el diseño y es difícil que existan cambios o devoluciones.
2. Extranjeros: son sujetos nacidos fuera del territorio mexicano que llegan a la ciudad de SCLC, la cual se encuentra en la zona ya sea como habitante (con estancia periódica o en calidad de turista). Estos suelen tener claro el objetivo de sus compras. Se pudieron identificar dos tipos, aquellos que están dispuestos a gastar cifras exuberantes por alguna prenda textil, que tenga una estética fina y tradicional y aquellas personas denominadas “mochileros” que su viaje se convierte en su meta original, que solo compran cosas pequeñas que le permitan continuar su viaje sin que el producto adquirido se convierta en una limitante.
3. Nacionales: se refiere a todos aquellos connacionales que llegan a territorio chiapaneco principalmente con fines turísticos pero también se consideran a aquellos sujetos que ya radican en la ciudad, son los mayores consumidores de los productos textiles y su número es el que probablemente tenga mayor representatividad en la ciudad y en el consumo.
4. Regionales: son las personas nacidas dentro del estado de Chiapas que llegan con fines de ocio o por cuestiones laborales a la ciudad, que se ven tentados a comprar los productos que se ofertan. Algunas de sus compras están orientadas a cubrir necesidades climatológicas de sus lugares de origen, viendo las prendas textiles como un objeto de uso cotidiano.
5. Locales: me refiero a las personas que viven en la ciudad y nacieron dentro de este espacio, y gustan por portar las prendas de la región, ya sea como de uso cotidiano o en momentos especiales, exaltando el folclor que de ellas deriva. Por ejemplo en la ciudad, surgió una iniciativa en 2014 que motiva el uso de las prendas tradicionales, la iniciativa se titula

“viernes tradicional” y sus precursores dicen que tiene la intención de “promover el uso de piezas y/o accesorios de origen artesanal mexicano y generar consciencia por la demostración de la cultura (...)”<sup>35</sup>.

6. Indígenas: por último esta categoría encierra a las personas que viven en la ciudad de adscripción indígena que también gustan de comprar prendas textiles, ampliando se guardarropa hacia piezas que no son únicas de su región, portando con orgullo elementos característicos de otros municipios de su origen o cultural. Algunos se convierten en consumidores, ya sea porque han perdido la habilidad del tejido y el bordado, porque ya no cuentan con el tiempo para su elaboración y pueden costear el producto o porque les agrandan los diseños, esto es significativo como referente para la complejidad que enmarca el mercado textilero.

Los consumidores que confluyen en la ciudad de San Cristóbal de Las Casas son múltiples. Aun cuando en todos los casos se mencionaron las prendas textiles como unidad referencial, no se descarta la adquisición de cualquier otro producto cultural derivado del textil tradicional.

Cuando iniciaba con la investigación imaginaba sólo una industria del textil, “hacia fuera”, me refiero a pensar en una producción, comercialización y consumo que trataban de satisfacer las demandas de una población externa a la Región Altos de Chiapas, principalmente visitantes nacionales y extranjeros que llegaban a la zona. Con el paso del tiempo fui cayendo en cuenta que estos tres ejes del textil de la Región Altos de Chiapas también respondían fuertemente a una demanda interna de la población, primordialmente pertenecientes a las poblaciones indígenas, así entonces podemos hablar que la industria creativa no solo se constituye por elementos externos de la región, sino que también los márgenes responden a necesidades endógenas.

Cualquier persona que tenga la oportunidad de visitar la región Altos, se dará cuenta del gran consumo que existe del producto textil por la gente de los mismos municipios. Es fácil advertir que los días en los que *hay plaza* en estos municipios, llegan productores a comercializar prendas y algunos otros productos derivados del textil tradicional, los cuales cubren una demanda interna. Por otra parte, de esta “división” devienen otras peculiaridades, por ejemplo, con relación a la producción comercial exógena las piezas que encontramos en el

---

<sup>35</sup> Se puede consultar: <https://viernes-tradicional.files.wordpress.com/2015/05/viernes-tradicional-mexico.jpg>

mercado textilero no son las mismas para el consumo indígena, ni en diseño, calidad, costo, innovación y creatividad, aun cuando estos parámetros se consideran para ambos lados.

El caso más representativo es el de las blusas (huípiles) que ya sea tocado en los apartados anteriores, pero es importante marcar que en el caso de la población indígenas, todavía podemos encontrar personas que deciden portar la vestimenta característica de su grupo etnolingüístico y/o del lugar en donde radican, esto, como se dice en antropología, forma parte de su *tradición*, asimismo estas prendas que son encontradas el día de mercado grande que suele colocarse de itinerante en las cabeceras municipales de Los Altos, ofertan prendas que satisfacen a la población local, estas piezas a simple vista pueden verse iguales, ya que responden a los patrones característicos de la población en términos generales, con relación a su hechura e iconografía utilizada, pero aun así mantiene elementos singulares que se orientan a gustos particulares y costos. Mientras que para el mercado textil que converge en San Cristóbal es más usual una apuesta hacia los consumidores foráneos, es así que existe una gran gama de prendas textiles que logran satisfacer hasta los gustos más selectos, que responde a otros rasgos poblacionales.

El uso de elementos bordados y el tipo de materiales son variados para ambos casos; para el turista se encuentran más bordados que tejidos, ya que el tiempo de elaboración entre uno y otro es distinta, en las prendas para el visitante tenemos costos más accesibles como los ya marcados en comparación a las prendas tradicionales de la población indígena. Por ejemplo para el turismo podemos entrar piezas hasta en cincuenta pesos, la pieza más barata para de la población indígena y que también responde a una baja calidad en materiales y sencillez en la técnica, es alrededor de ciento cincuenta pesos.

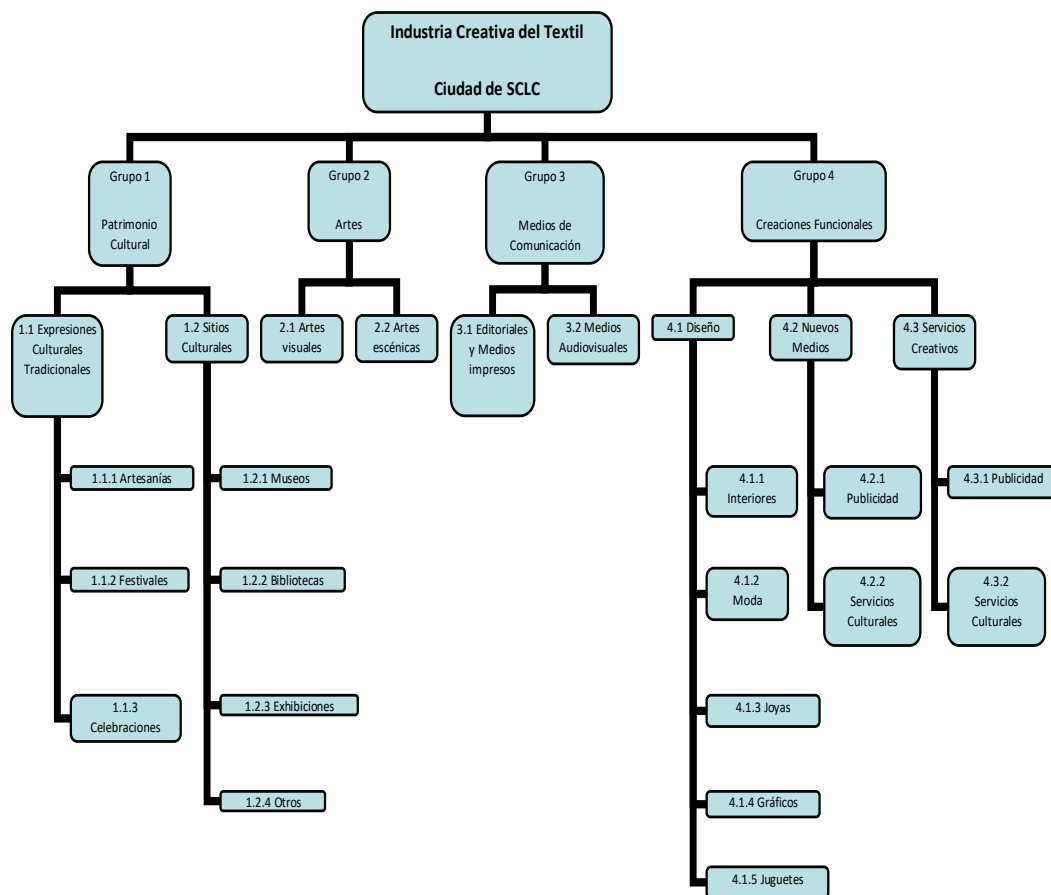
En ambos lados, existen procesos de innovación y creatividad, por ejemplo un día platicando con una joven zinacanteca, surgió el tema de un chal que tenía exhibido, yo le preguntaba que si era nuevo el modelo porque no lo había visto en venta en otros lugares, a lo que respondió que sí, pero enseguida complemento, “bueno, no es nuevo, porque ya lo usaban nuestras abuelas, pero la moda vuelve”, ella mencionaba que el diseño general no era nuevo, ya que se trataba de una trama elaborada y usada por sus abuelas, lo que era distinto eran los colores en los que ahora se estaba elaborando y que muchas mujeres jóvenes no les había tocado verlo usado por sus familiares, lo relevante de la conversación es que la pieza fue una adaptación de un diseño tradicional para la comercialización exógena, las mujeres de

Zinacantán siguen usando sus chales floreados y no este, dejando solo el recuerdo y la innovación para los turistas. Es relevante subrayar que existe una constante retroalimentación por parte de ambas dimensiones, se da un intercambio de estrategias y una fusión de elementos como aquellos devenidos de la tradición, que son adaptados con intención de comercializar para un mercado exterior, pero también contamos con elementos devenidos de este mercado exterior que son retomados por los productores para satisfacer las necesidades de un mercado interno que llega a identificarse con rasgos característicos de cada grupo etnolingüístico de la región.

## 4.3 UNA MIRADA DE LA ESTRUCTURA DE LA INDUSTRIA CREATIVA DEL TEXTIL DESDE LA PROPUESTA DE LA UNCTAD

A continuación se enlistarán algunos elementos complementarios de la industria creativa del textil que son relevantes para su conformación y existencia, estos factores suelen estar orientados a los campos económico y político.

### La Industria Creativa de Los Altos de Chiapas



Fuente: *Economía creativa, Informe 2010*, pp. 34-35. Economía creativa: Una opción factible de desarrollo.

UNCTAD y la Unidad Especial para la Cooperación Sur-sur del PNUD. Recuperado en [http://unctad.org/es/Docs/ditctab20103\\_sp.pdf](http://unctad.org/es/Docs/ditctab20103_sp.pdf), Elaborado por Masaya Del Rasso Sáyo, 2016.

La categoría 1 corresponde al patrimonio cultural, el cual, como muestra el diagrama de clasificación de la UNCTAD se divide en dos subgrupos: 1.1 expresiones culturales tradicionales y 1.2 sitios culturales. Comúnmente se identifica al patrimonio cultural<sup>36</sup> con dos divisiones el patrimonio material y el patrimonio inmaterial o intangible. A partir de esta marcación dentro de la ciudad pudimos encontrar manifestaciones que agregaban a este grupo y a los subgrupos, por ejemplo, para expresiones culturales tradicionales, tenemos a las artesanías (1.1.1) la mayoría de los comercializadores indígenas que encuentran por la ciudad comercializan piezas artesanales, que son fáciles de identificar con algún grupo étnico de la región, se reconocen los agregados simbólicos que poseen las piezas, así como los materiales con los que se elaboran, como hilos teñidos e hilos hechos de lana con los que se elaboran figuras (muñecos) con diversas formas, morrales y algunas blusas, entre otros objetos. El criterio 1.1.2 engloba a los festivales, en los cuales enunciaremos solo dos, festival “proyecto posh” que con este año 2016 sería ya su novena edición, y el “festival de la paz y la diversidad cultural” que este año celebró su segunda edición, rescato estos festivales por su apoyo directo al campo textil, el primero al ser un proyecto que promueve cualquier trabajo creativo dentro de sus categorías para participar están la de diseño de modas, un espacio que ha servido como escenario para los nuevos diseñadores en donde muchos de ellos hacen uso de las piezas textiles de la región. El segundo festival encierra una “red de artistas, artesanos y promotores culturales” que este año 2016 ofrecieron dentro de su programa de actividades, una pasarela de trajes tradicionales, exposiciones, conferencias y talleres relacionados directamente a los textiles de algunos municipios de Los Altos como: Chenalhó, Aldama, Huixtán, entre otros no pertenecientes a la zona. Año con año es fácil encontrar eventos relacionados a la cultura, que dentro de sus promociones ya sea directa o indirectamente promueven la producción textil. Las celebraciones (1.1.3) que pudimos identificar en el proceso de investigación se encuentran

---

<sup>36</sup> Rescataré a continuación las líneas textuales que marca Lourdes Arizpe en el resumen del artículo “*Los debates internacionales en torno al patrimonio cultural inmaterial*” (2006). Menciona:

Se abre un nuevo debate en torno al patrimonio cultural como un “bien público” en los ámbitos nacional y global. El patrimonio cultural proporciona servicios culturales y económicos insustituibles y genera ventajas intra e intergeneracionales. (...) se está echando la mano de las culturas para promover la cohesión política y social, crear ventajas comparativas en un mundo competitivo y nuevas representaciones simbólicas. Sin embargo, esto puede atentar contra la libertad cultural y generar nuevas “tiranías” que limiten la creatividad y reconocimiento de las identidades múltiples. (...).

relacionadas con algunos elementos religiosos, y con aquellas fechas de asueto nacional, que motivan el flujo de visitantes y que a su vez aperturan espacios de exhibición textil. Estas fechas pueden ser día de muerto, el mes de septiembre con las denominadas fiestas patrias, fechas decembrinas, entre algunas más.

El segundo subgrupo de sitios culturales (1.2) abarca, museos (1.2.1), bibliotecas (1.2.2), exhibiciones (1.2.3) y otros (1.2.4). En museos la ciudad ofrece el “museo de Los Altos de Chiapas, Ex Convento de Santo Domingo de Guzmán” el cual alberga en su planta baja una exposición de algunas piezas prehispánicas textiles que se encontraron dentro del territorio chiapaneco y algunos rasgos distintivos de las prendas en esa época, en la planta alta de este sitio, se encuentra el “Centro de Textiles del Mundo Maya” que alberga una colección textil contemporánea, es significativo mencionar que este lugar, junto con el Instituto Nacional de Antropología e Historia y la cooperativa *Sna Jolobil*, ofertan talleres sobre la elaboración de textiles tradicionales y característicos de la zona Altos, estos son impartidos en su mayoría por artesanas indígenas. Existen también, dentro de la ciudad algunos otros sitios como hoteles que también brindan una muestra de los textiles regionales, tal es el caso del “hotel posada real de Chiapas” y “hotel misión grand San Cristóbal”. En el museo de culturas populares de la ciudad, en ocasiones pudimos encontrar piezas contemporáneas exhibidas de manera temporal, aunque permanentes también se aprecian algunas más.

Con relación a las bibliotecas el museo de Santo Domingo alberga una biblioteca a la cual se puede acceder con permiso, el acervo se encuentra a resguardo del INAH, el museo *Na Bolom* también cuenta con una pequeña biblioteca que posee algunos ejemplares relacionados al estudio textil de la zona. La ciudad de San Cristóbal cuenta con números centros de investigación que a su vez poseen centro bibliotecarios, en donde las consultas son públicas, en algunos de ellos como CESMECA, CIESAS, CIMSUR, se encuentran obras relacionadas al patrimonio, artesanías y textiles.

Las exhibiciones que se pudieron observar muchas tuvieron cita en los lugares antes mencionados, algunas más en los espacios del centro de la ciudad, como “el Arco del Carmen”, la “plaza de la paz”, y el zócalo. Una exposición significativa durante el periodo de campo, fue la que se llevó a cabo en Casa Mazariegos, un lugar que actualmente se renta para eventos en el centro de la ciudad, ahí se presentó una sala temporal con las piezas del “XXI concurso estatal de artesanía Fray Bartolomé de Las Casas, 2015”, entre las piezas se encontraban las ganadoras,



otro punto relevante a mencionar es que todas las piezas, tanto las no ganadoras como ganadoras, se encontraban a la venta al público los costos iban desde los veinticinco mil pesos de algunos primeros lugares, hasta los cuatrocientos pesos de piezas no ganadoras, en su mayoría se pudo apreciar que más del 50% de las artesanías exhibidas eran elaboradas a partir de elementos textiles, aun cuando las categorías van desde alfarería, talla de madera, laca, máscaras, laudaría, lapidaria, metalistería, sombreros, pirograbado, fibras naturales y claro, textil. Aun que se premia a los tres primeros lugares de cada categoría, los elementos textiles sobresalían ante los demás productos pertenecientes a las otras categorías.

Con relación al grupo 2 artes, este se subdivide en visuales (2.1) y artes escénicas (2.2); la ciudad tiene muchos artistas especialistas en las áreas de la pintura, fotografía, música, teatro, entre otras, como personajes coleccionistas de antigüedades. Retomaré el caso concreto de la pintura<sup>37</sup>, en donde diversos exponen como: José Osvaldo García Muñoz, pintor y grabador, Antonio Ramírez Intzín (mejor conocido como Antún Kojtom Lam), es dibujante, pintor y muralista, Sebastián Sántiz Gómez, pintor, escultor y por último mencionaré a Juan González Hernández (Xun Gallo), estos artistas plásticos resaltan el color y significado de los textiles, la cosmovisión de sus lugares de origen en algunas de sus obras, aunque la lista es extensa en nuevos representantes y aquí no se agota. En el rubro de la fotografía encontramos una vinculación indirecta con el textil y los actores que convergen en la ciudad, el colectivo de fotógrafos independiente “tragameluz” (<http://www.tragameluz.org.mx/>) es un ejemplo digno del trabajo profesional que se realiza en territorio chiapaneco, permitiendo vislumbrar algunas tradiciones y símbolos característicos de su población. Otro lugar que contiene un acervo fotográfico importante es *Na Bolom*, con la fototeca Gertrude Duby y Marcey Jacobson, algunas de las imágenes muestran la evolución de la región Altos, de su gente y de sus paisajes<sup>38</sup>. En caso de la música, como se pronuncia en el libro “*Etnorock. Los rostros de una*

---

<sup>37</sup> Para profundizar se puede consultar: “Colectivo, taller galería y comunidad, Gráfica Maya” [www.graficamaya.org](http://www.graficamaya.org), Nicolás Pérez Juárez, (2016). La magia del color en la cultura, un lenguaje de interpretación de los pintores indígenas mayas y zoques contemporáneos de Chiapas (tesis de pregrado). Universidad Autónoma de Chiapas, San Cristóbal de Las Casas, Chiapas.

<sup>38</sup> Algunas imágenes se pueden consultar en línea en <http://www.na-bolom.org/fototeca-chiapas>.

*música global en el sur de México*<sup>39</sup>”, en el espacio del estado de Chiapas han surgido una serie de agrupaciones “juveniles” que al trasladar la esencia de la música rock a contextos diversos, principalmente la apropiación de este género por sujetos con adscripción indígena, hacen de esta música una nueva versión, con letras que hablan de sus lugares de origen y utilizan como símbolo la exaltación de sus ropas tradiciones como una de sus características más representativas. Con relación al teatro existe una compañía llamada “Loíl maxil broma de los monos”, es una compañía de teatro comunitario que promueve “la generación de saberes locales, los procesos de cambio, la creatividad, entre otros temas”, este grupo de teatro forma parte de *Sna Jtz’ibajom* “cultura de los Indios Maya A.C.<sup>40</sup>” (antes Sociedad Indígena Maya), que se había rastreado ya que también la A.C cuenta con áreas que promueven la fotografía y la producción literaria<sup>41</sup>, como ensayos, textos ilustrados, materiales audiovisuales entre ellos documentales que marcan un reconocimiento de las poblaciones mayas y zoques. Estas últimas áreas se encuentran reconocidas en el grupo 3 que corresponde a medios de comunicación; en el cual los subgrupos son editoriales y medios impresos (3.1) y medios audiovisuales (3.2).

Es recurrente encontrar en las publicaciones de libro que tratan el tema del textil de la zona a la Asociación Cultural Museo *Na Bolom* A.C, ya antes mencionada, así también al Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (CONACULTA) y al Consejo Estatal para la Cultura y las Artes de Chiapas (CONECULTA), este es el caso del libro “Diseño e iconografía Chiapas. Geometrías de la imaginación” (2009).

En medios impresos, podemos encontrar revistas y periódicos, no solo de circulación estatal, sino también nacionales que hablan y subrayan algunos alcances de la producción textil de la región, Por ejemplo la revista arqueología mexicana, en su número 19 fue una edición especial titulada “textiles del México de ayer y hoy” (junio de 2005), en donde algunas de las piezas tratadas eran de manufactura chiapaneca. También se puede consultar el periódico La jornada ([www.jornada.unam.mx](http://www.jornada.unam.mx)) el cual ha sacado numerosos artículos tratando la temática,

---

<sup>39</sup> Coord. López Moya, M, Ascencio, E., Zebadúa, J.P. (2014) Etnorock. *Los rostros de una música global en el sur de México*. Juan Pablos, Universidad de Ciencias y Artes de Chiapas (UNICACH), Centro de Estudios de México y Centroamérica (CESMECA), México D.F.

<sup>40</sup> Referencia: <http://culturadelosindiosmayas.mex.tl/frameset.php?url=/intro.html>

<sup>41</sup> Que colaboraron en la edición del libro “Tejedoras: Generaciones Reunidas. Evolución de la creatividad entre los Mayas de Chiapas” de Patricia Marks Greenfield (2009).

Tal es el caso de los titulados “Diseñar con textiles indígenas no significa vestirse como la artesana”, una nota de Juan José Olivares<sup>42</sup>, y “somos indígenas nativos y defendemos el saber de nuestros antepasados” de Ángel Vargas y Ana Mónica Rodríguez<sup>43</sup> Otro ejemplo es El Heraldo de Chiapas, que ha mostrado notas informativas de los concursos textiles que se han celebrado a escala nacional o estatal<sup>44</sup>.

Ya en el caso de medios digitales enmarcaría que el Sistema Chiapaneco de Radio, Televisión y Cinematografía, cuenta con el canal 10 el cual promueve por medio de su programación a las poblaciones del estado, en ocasiones haciendo énfasis a las de la Región Altos con los programas *La Voz de nuestras Raíces* y *Punto de cultura*, sin olvidar su sección de noticias (Diez noticias) que retoma notan relevante que acontecen con la producción textil, exposiciones, turismo, entre otros.

Con relación a las películas encontramos un espacio llamado *Ocote- Miradas Encendidas*, que promueven la integración de documentalistas de Chiapas, que a su vez organizan una muestra de cine en el estado teniendo como sede San Cristóbal.

El último grupo corresponde a creaciones funcionales (4) que subdivide en diseño (4.1), nuevos medios (4.2) y servicios creativos (4.3).

Es muy fácil referenciar el primer subgrupo (4.1), ya que se encuentra en crecimiento dentro del espacio de la ciudad, la moda (4.1.2), las joyas (4.1.3), gráficos (4.1.4), juguetes (4.1.5 e interiores (4.1.1) son elementos que han sido explorados por los diseñadores que habitan la ciudad, encontramos año con año espacios adaptados que exponen pasarelas con los últimos rasgos en la vanguardia de la moda internacional, elementos estilizados que enmarcan nuevas propuestas de uso con los textiles manufacturados y característicos de Los Altos. Tal es el caso de *María Patrona*, *Chamuchic*, *Pepen*, *Bazarte San Cristóbal*, *Mut*, por mencionar solo algunos de los diseñadores y tiendas que comercializan y se especializan en el área del diseño.

En los últimos dos subgrupos nuevos medios (4.2) y servicios creativos (4.3), con relación a la publicidad (4.2.1 y 4.3.1) tenemos que la ciudad de San Cristóbal de Las Casas, recibe gran promoción publicitaria no solo por parte del estado, sino también por el Estado Federal, ya sean las múltiples visitas del Presidente de la República o de algunos de sus funcionarios (caso

---

<sup>42</sup> Publicada el sábado 1 de junio de 2013, p.7.

<sup>43</sup> Publicado el jueves 25 de noviembre de 2010, p. 4.

<sup>44</sup> Nota “Ganan chiapanecas Concurso Nacional de Textiles 2015”, Mariana Morales, el 28 de octubre de 2015 (<http://www.oem.com.mx/elmexicano/notas/n3987395.htm>)

del sexenio vigente del Lic. Enrique Peña Nieto, 2012-2018). Pero principalmente el apoyo publicitario viene de la Secretaria de Turismo que retoma a las culturas que transitan las ciudad como un elemento significativo, la publicidad se le puede encontrar en la prensa escrita, *flyers online*, volantes impresos, y cualquier otro medio de comunicación como lo son la televisión y radio, sin olvidar el divulgar de los paseantes cuando regresan a sus lugares de origen. Muchas veces esta publicidad también se acompaña de la promoción de cualquier evento ya existente dentro de la ciudad o inventado para la captación de públicos. Con relación al área de servicios culturales (4.2.2 y 4.3.2) estos se encuentran vinculados abiertamente con el turismo, la promoción de visitar los municipios más cercanos a la ciudad como lo son San Juan Chamula, y Zinacantán, con la posibilidad de ver la elaboración de las artesanías textiles de manos de sus productores, se ha convertido casi en un eslogan de las diversas agencias de viajes, también existe una promoción de visitar algunos talleres pertenecientes a tiendas establecida en la ciudad que promueven la manufactura al momento, con un tono de exotismo y folclor, pero aun así es bien recibido por los visitantes.

Estos son algunos de los elementos que caracterizan la industria creativa del textil de la ciudad de San Cristóbal de Las Casas, han sido marcados acorde a los elementos propuestos de la UNCTAD que definen una industria creativa, sin embargo es innumerable subrayar todas y cada una de las expresiones que conviven en la ciudad, algunas con años de repetición, algunas más surgiendo al día. Siendo el dinamismo y la evolución constante de la ciudad algunas de sus particularidades.

#### 4.3.1 ARTESANÍA TEXTIL, ESTRATEGIAS DESDE ALGUNAS POLÍTICAS PÚBLICAS

Otro factor que me gustaría mencionar es que desde el año 2009 se creó *Marca Chiapas* un modelo que se ha implementado en el estado con el fin de certificar productos y servicios de empresas chiapanecas, entre estas se encuentran varias cooperativas y/o marcas textiles. Otorgan un sello que es validado por la Secretaria de Economía del estado chiapaneco, con la denominación de *México Chiapas original*, se dice que es un “distintivo que garantiza calidad y origen en los productos y servicios chiapanecos”. Aun cuando la iniciativa es promovida por la

sociedad civil, el lema de la iniciativa es poder contribuir a mejores precios, ingresos y salarios de las personas empresarias de Chiapas, como se podrá captar en su página web <http://marcachiapas.com/se/> lo cual denota un vocabulario mercantilista que usualmente es implementado por las políticas públicas, y que devienen de propuestas internacionales, de organismos como ONU, UNESCO y Banco Mundial.

Me gustaría así enmarcar algunos elementos propuestos en el plan del gobernador actual Lic. Manuel Velasco, algunas de las estrategias de las políticas públicas del periodo 2013-2018. En su Plan de Gobierno del periodo antes mencionado. En el eje 3. Denominado *Chiapas exitoso*. Menciona que “La Constitución Política del Estado de Chiapas, establece que “para mejorar e incrementar el Índice de Desarrollo Humano en la entidad, deberá alinear las políticas públicas en materia de desarrollo social del Estado a los Objetivos de Desarrollo del Milenio del PNUD de la ONU” (p.31). Esta enmarcación deja claro la comunión que se establece hacia los organismos internacionales, su propuesta de estado funciona adherido a estos lineamientos, aun cuando los resultados de los ODM, se debieron entregar en 2015, pero como bien sabemos se extendió el plazo a finales de 2016 para su cumplimiento y evaluación, abriéndose un nuevo programa que dará seguimiento y a su vez enfatiza nuevos lineamientos, llamado “agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible<sup>45</sup>”

El eje 3 continúa diciendo:

Chiapas exitoso proyecta el desarrollo económico integral y sustentable del estado a partir de la modernización del campo, estímulo a las empresas e industrias, generación de empleos y consolidación del turismo como motor de prosperidad. Un campo moderno es un campo de calidad y competente que promueve la inversión y brinda a los productores herramientas y conocimientos para impulsar la producción, generar mayores ingresos económicos y mejorar la calidad de vida de las familias campesinas. Chiapas exitoso detona los factores de producción, para un campo rentable que permite posicionar los productos dentro y fuera del territorio. Mediante el aprovechamiento del potencial turístico, su vinculación y proyección nacional e internacional y con la reactivación de los destinos, centros y sitios turísticos, Chiapas avanza para posicionarse como destino de clase mundial.

---

<sup>45</sup> Se puede consultar en: <http://www.un.org/es/comun/docs/?symbol=A/RES/70/1> haciéndose relevante enfatizar la lectura del objetivo 9.

Es distinguido leer el énfasis del apoyo al turismo, elemento sustancia que le da vida a la ciudad de San Cristóbal, punto que sirve para explotar la riqueza de la región y sus pobladores, principalmente los indígenas, como ya se ha mencionado. Pese a esto hay que reconocer que la ciudad cada día se acerca a una consolidación plena como destino turístico internacional y nacional, desde 2003 a la fecha ha mantenido la asignación de la categoría de Pueblo Mágico, por parte de la Secretaría de Turismo, instancias gubernamentales, gobierno estatal y municipal. Un elemento que eleva su proyección principalmente nacional. Por otra parte en el año 2010-2011, se le otorgó el reconocimiento a la Diversificación del Producto Turístico Mexicano (consolidación como “el más mágico de los Pueblos Mágicos de México) por la Secretaría de Turismo Federal. Para el año 2015 se le asignó la categoría de ciudad creativa por la UNESCO en el rubro de artesanía y arte popular<sup>46</sup>.

En el documento del 3er informe de la Región V Altos Tsotsil-Tseltal, del gobierno del Lic. Manuel Velasco, en el segundo apartado titulado “Familia chiapaneca” (página 15), se observa una fotografía inicial (ver imagen 23) en ese espacio, que corresponde al “XXXI Concurso estatal de artesanía 2015”, cuya entrega fue realizada en la ciudad de San Cristóbal de Las Casas, y que causo gran polémica porque el evento se realizó a puerta cerrada. Para mí dicha imagen tiene muchas lecturas: la primera relacionada con la relevancia que toma el tema de la artesanía y su relación de esta con la familia; en segundo lugar que la fotografía no representa la familia como tal, sino a un número de artesanos en su mayoría mujeres, los cuales se encuentran en compañía del gobernador y el presidente municipal de SCLC, y un tercer elemento que encontramos en la fotografía es que las mujeres que forman parte de la “comitiva”, al igual que los premiados de las diversas categorías que ofrecía el concurso, -cabe recordar que la mayoría fueron artesanías textiles-, portan o su “traje tradicional” (característico de su lugar de procedencia), o alguna prenda con alguna característica textil de la región Altos. Esto nos lleva a pensar en la importancia no solo de la artesanía como rasgo distintivo de la región, sino como un elemento que tiende a exaltarse en los eventos “protocolarios”.

---

<sup>46</sup> Consultar: UNESCO, servicio de prensa, [http://www.unesco.org/new/es/media-services/single-view/news/47\\_cities\\_join\\_the\\_unesco\\_creative\\_cities\\_network/#.VomJDhV97IU](http://www.unesco.org/new/es/media-services/single-view/news/47_cities_join_the_unesco_creative_cities_network/#.VomJDhV97IU)

Imagen 23 Presentación del apartado “familia chiapaneca” del 3er informe de gobierno del Lic. Manuel Velasco



Fuente: 3er informe de gobierno, 2015.

Otro evento importante que impacta a la industria creativa del textil, específicamente el rubro de la producción, fue el 41<sup>a</sup> Concurso Nacional Gran Premio de Arte Popular<sup>47</sup>, que tuvo lugar en la Residencia Oficial de Los Pinos, además de realizarse la entrega de los premios de dicho concurso; se llevó a cabo la firma entre el FONART y el SAT (Servicio de Administración Tributaria) de un convenio para “apoyar” la actividad artesanal. El discurso expreso un interés por los artesanos del país y su incorporación en el Régimen de Incorporación Fiscal (RIF), esto para que entren a la formalidad y así puedan obtener beneficios como créditos para sus materias primas, de vivienda, tener seguridad social, entre

<sup>47</sup> Referencias: Blog Presidencia de la Republica

(<http://www.gob.mx/presidencia/articulos/41concurso nacional gran premio de arte popular 38308?idiom=es>)

Periódico Cuarto Poder “Empadronan y entregan apoyos a artesanos”,

(<http://www.gob.mx/presidencia/articulos/41concurso nacional gran premio de arte popular 38308?idiom=es>)

Grupo Formula, “artesanos proyectan al extranjero nuestra riqueza cultural, destaca Peña Nieto”

(<http://www.radioformula.com.mx/notasimp.asp?Idn=602228>).

algunos más, pero más allá de los beneficios que pueda traer la adhesión al sistema tributario, en automático se habla también del pago de impuesto y de una rendición de cuentas con la comprobación de entradas y salidas que pueda generar el artesano, como toda comprobación que se realiza ante el SAT, se han fijado montos y tabuladores para dicho proceso

Así también en dicho evento se habló de la conformación de un Padrón Nacional de Artesanos y un Observatorio de la Artesanía Mexicana. Dicho Padrón tuvo arranque en la ciudad de San Cristóbal de Las Casas, con la entrega de la credencial número uno. Esta credencial puede ser tramitada por cada artesano en su estado de origen, en el caso chiapaneco la sede es en el Departamento de Fomento Artesanal en el municipio de Tuxtla Gutiérrez. Los requisitos que se le solicitan al artesano son mínimos como: el comprobante de domicilio, su INE, acta de nacimiento y Curp, así como la entrega de una solicitud de ingreso que va acompañada por un documento en el que expresa su interés, explicitando el deseo de que sus productos sean comercializados por las tiendas Casa de las Artesanías de Chiapas, que pertenecen al instituto que lleva el mismo nombre.

Para finalizar me gustaría hacer mención a dos eventos significativos ocurridos a nivel nacional. En el año 2015, se dio la transformación del Consejo Nacional para la Cultura y las Artes en la Secretaría de Cultura<sup>48</sup> (nueva dependencia del Poder Ejecutivo en el país) y para este año, 2016; se realizó la puesta en marcha de la Ley Federal de Zonas Económicas Especiales.

---

<sup>48</sup> (...) Las reformas legales promulgadas le traspasan a la nueva secretaría varias atribuciones que correspondían —en su mayoría— a la Secretaría de Educación Pública, asimismo, armoniza el texto legal de diversos artículos de diecinueve leyes para fortalecer su ámbito de operación.

Ahora se establece que la Secretaría de Cultura será la encargada de elaborar y conducir la política nacional en materia de cultura, así como también de elaborar el Plan Nacional de Cultura.

Dentro de sus facultades están: conservar, proteger y mantener los monumentos arqueológicos, históricos y artísticos del patrimonio cultural de la nación, dirigir la investigación científica sobre antropología e historia, además del cultivo, fomento, estímulo, creación, educación profesional, artística y literaria, además de la investigación y difusión de la música, las artes plásticas y dramáticas, la danza, las letras en todos sus géneros, la arquitectura; administrar bibliotecas públicas y museos e impulsar la investigación, conservación y promoción de la historia, tradiciones y arte popular, por citar algunas. (Fuente: <http://www.excelsior.com.mx/opinion/raul-contreras-bustamante/2016/01/02/1066455>).



Estos dos sucesos han traído y traerán seguramente cambios significativos en la dinámica de la cultura, y con ello impactos en la mercantilización de las artesanías, específicamente en la industria creativa del textil de Los Altos de Chiapas. Se abren entonces, otros caminos que son necesarios valorar para siguientes investigaciones.

## CONCLUSIONES

La estructura de la industria creativa de Los Altos de Chiapas se conforma por varias dimensiones y se explica en varias escalas, las relaciones de los distintos actores enunciados a lo largo de estas páginas no es homogénea, se ha podido identificar que aun cuando pareciera que cada dimensión y actores actúan de manera segmentada en algún momento de la dinámica, la relación esta interconectada en un mismo proceso, principalmente al compartir de manera muchas veces indirecta elementos que son característicos de los bienes y servicios culturales que brinda la ciudad.

Las dimensiones en las que se encuentra expresada la industria creativa van desde lo local, regional, estatal, nacional e internacional. En el caso de lo local tenemos el escenario brindado por la ciudad de San Cristóbal de Las Casas, lugar de múltiples actores, en donde se encuentran establecidos diversos circuitos de comercialización que se orientan a cubrir todas las particularidades de sus visitantes, tanto en gustos estéticos de las piezas comercializadas, así como los precios. Es un punto de cruce y aprendizajes, primordialmente entre los productores textiles y los comercializadores. La ciudad da vida a la industria creativa, sin ella difícilmente podríamos haber podido hacer la enmarcación de las dimensiones mencionadas por la UNCTAD, no solo conviven aquellos actores que se encuentran en la dinámica de producción- distribución, sino existen una gran cantidad de agencias desde instituciones educativas, centros de investigación, ONG's, organismos públicos y la injerencia de algunas dependencias internacionales como la ONU y UNESCO.

La población que habita la ciudad de San Cristóbal también encierra particulares que no son ajenas al proceso colonial, podríamos decir que existe una distribución por grupo étnico; nativos mestizos, indígenas, ladinos, fueñeros nacionales, extranjeros de múltiples nacionalidades, solo por hacer un generalización de sus habitantes, cada uno de estos grupos ha conformado un espacio de encuentro, estrategias de subsistencias y vías de comunicación hacia los otros actores. Todos comparten el mismo espacio, aunque no lo vivan de la misma manera.

El espacio regional se encuentra conformada por los 17 municipios que se han designado a partir de la distribución económica- política en la que se encuentra el estado chiapaneco. Cada uno de estos municipios tienen sus particularidades con relación al textil, desde significados

iconográficos, hasta el uso de colores que los particulariza, en esta escala se encuentra la mayor población productora del textil que caracteriza a la región y resalta a la ciudad de SCLC. Una de las técnicas acostumbrada y que caracteriza la elaboración textil en estos municipios es el uso del telar de cintura, como práctica heredada, hace de sus lienzos piezas únicas. El bordado aunque desvalorado por algunos, también es un signo característico, muchos signos han sido incorporados con el paso del tiempo en el intercambio con otros actores, pero han sido adaptados y apropiados al grado que hoy en día son característicos de las prendas textiles de la región Altos. El cambio de una producción campesina hacia una producción artesanal es otro de los rasgos de la zona, aun cuando el campo no se ha dejado del todo, es cada vez más común encontrar familias completas que hacen una apuesta a los productos culturales para lograr un ingreso que ayude a la entrada familiar y la estabilidad. Aunque es común pensar en las oportunidades que la industria creativa trae, también no es fácil cuando se traslada a la realidad de la vida de los productores, la competencia, la demanda y los precios desleales.

En la dimensión del estado de Chiapas podemos enmarcar las variadas estrategias que el gobierno ha seguido. Apoyos institucionales que continúan el patrón del paternalismo y el mecenazgo son particularidades en las que se mueven las políticas públicas que sustentan y apoyan la promoción artesanal textil. Este no es un esquema nuevo de accionar, es heredero de las exigencias que expresa el Gobierno Federal, que a su vez responden a aquellas propuestas promulgadas por organismos como la ONU, UNESCO y Banco Mundial, por mencionar algunos.

Por otro lado, un elemento repetitivo encontrado durante el trabajo de investigación fue que hoy en día se vuelve cada vez más difícil tomar al textil como un diferenciador entre los diversos grupos que cohabitan la región Altos, como se evidenciaba hasta hace pocos años, elemento enunciado también por las cuatro productoras y algunos de sus familiares.

Un factor se da a partir de relaciones de parentesco, cuando las mujeres se casan suelen adquirir la vestimenta de la familia del esposo, tenemos que considerar que muchos de estos matrimonios se han dado fuera de las fronteras del municipio de nacimiento, implicando un intercambio en el porte de las prendas textiles que marcan primariamente al grupo de origen. Esto implica que los hijos procreados dentro de esta nueva unión, conozcan dos prendas distintas, que a su vez caracterizan a sus padres pero regularmente terminan por adoptar la de la zona del padre, olvidando por completo la línea materna de portación textil.

Otro elemento significativo deriva de la migración, ya que estos cambios del uso textil tradicional no solo responden al lugar de origen de alguno de los padres, sino que en otras tantas ocasiones las familias han tenido que migrar de sus lugares de origen y asentarse en otros municipios, dando inicio a una nueva dinámica de hibridación para los hijos, ya que estos crecen y se desarrollan aprendiendo y adquiriendo las dinámicas del lugar de migración, en una lógica de adaptación.

A esto se suma que en el alejamiento de las familias nucleares hay una carencia en la reproducción de la enseñanza y uso de las técnicas artesanales de la Región. Llevando a muchas familias a la compra de las *prendas tradicionales*, por la falta de una elaboración como bien de uso, como se acostumbraba con anterioridad en las familias de la zona.

Otro factor son los nuevos diseños que se han ido insertando en la Región Altos, esto probablemente debido a la introducción e intercambio con nuevos actores de la escena textilera. Dejando entrever el concepto de moda, que articula la lógica, principalmente de las mujeres jóvenes de la región. Jugando con la iconografía y los estilos de los bordados, teniendo un claro ejemplo de hibridez. Ante esto una de las productoras menciona que: “los tejidos de ahora son muy diferentes, realmente no me agradan, hay muchos tipos de tejidos, son muchísimos”.

A esta pérdida y transformación de uno de los componentes más significativos de la identidad como lo es la vestimenta, encontramos la entrada de la ropa casual mestiza, el uso de pantalones de mezclilla para las mujeres o faldas de alguna tela industrial, en el caso de los hombres los cambios se hicieron más tempranos, con su traslado hacia el trabajo de las fincas cafetaleras en donde se vieron en la necesidad de cambiar sus ropas regionales a ropas industriales. Estos últimos elementos se entrelazan con un factor significante: el dinero. El costo que representa una prenda elaborada manualmente (tejida en telar de cintura y bordada a mano) y una prenda industrializada, marca un elemento significativo para las familias de Los Altos, ya que esta última es más barata que la artesanal.

No solo se puede hablar de una pérdida de la tradición con relación a la manufactura de sus prendas, sino también económica. Estas transformaciones conllevan cambios significativos en los patrones culturales que se habían mantenido un largo tiempo en la zona Altos, de “bienes de uso” a “bienes de cambio”, ahora los cambios son cada vez más notorios y las transiciones son más rápidas, los procesos de adaptación de las familias indígenas de Los Altos de Chiapas

a estos esquemas implican crisis internas, que las inducen a optar por las vías más fáciles de la asimilación de nuevos patrones culturales que implican ciclos de hibridación.

Todo esto lleva en algunos casos a la pérdida de elementos identitarios, visto desde la técnica de la elaboración, la portación de las prendas y la carencia de los significados iconográficos. Dando como resultado la pérdida de identificación a partir de lo que se había construido en la lógica de la portación de prendas textiles representativas de cada grupo cultural de la Región Altos, ante esto mencionan las productoras; “ya no sabemos o podemos diferenciarnos”.

La derivación podría ser entonces que en un mediano o largo plazo, la vestimenta ya no sea un elemento significativo para la identidad colectiva de la región, aunque esta pérdida no sería algo nuevo en México, es importante subrayar este fenómeno ya que se tiene la oportunidad de dar seguimiento y enmarcar cambios significativos que se están construyendo en la zona, dignos de ser analizados en futuros trabajos. Las transformaciones de estos patrones culturales son importantes para una propuesta que el Estado mexicano se ha fijado por mucho tiempo dentro de sus políticas públicas y culturales, la salvaguardia de los grupos étnicos (grupos etnolingüísticos diferenciados-indígenas) que alberga el país, los rasgos distintivos de estas culturas. Enfatizo que estos cambios en los patrones culturales que se orientan a la vestimenta y que encierran un entramado más profundo de los grupos culturales, se tornan reveladores para los futuros estudios sobre el tema particular del textil.

Por otra parte, cuando en la hipótesis se marca la posibilidad de ingresos menos favorables para los “productores primarios” de los textiles regionales de Los Altos de Chiapas pertenecientes a los grupos locales- indígenas; con relación al análisis se puede pensar a partir del circuito de comercialización que existe hoy en la ciudad de SCLC, existe la propensión de que en un tiempo futuro la competencia sea tal que las ganancias sean menos, dejando de ser la elaboración de textiles un campo rentable para este productor, así como lo fue en su momento el campo. Aun cuando se habla de un incremento considerable año con año en la llega de turistas a la ciudad, las redes de comercialización que se configuran tienden a ser excluyentes.

Por ejemplo, con base en la investigación, podría retomar de manera general que todo productor se encuentra interesado de una u otra forma en la obtención de una ganancia, ya sea social o económica pero ante esto encontramos un juego perverso; mientras que los productores indígenas poseen un conocimiento transmitido de generación en generación, los

productores que se encuentran fuera de este gremio cuentan muchas veces con una construcción empresarial más fuerte, forjada dentro del sistema capitalista de competencia, y muchas veces reforzada por una instrucción académica, estos elementos suman valor a su dinámica dentro del mercado textilero; «lo que no creo que se esté poniendo en la mesa», es que a largo plazo los productores indígenas de la región encontrarán mayor competencia y mayores retos que se plasman con la instauración de una industria creativa del textil, una industria que exige innovación, creatividad y muchas veces el acompañamiento de la tecnología, que tiende a ser competitiva y avasallante.

Las interrogantes que surgen y quedan pendientes son: ¿hasta dónde estos grupos de productores locales (primariamente indígenas) podrán mantener sus formas tradicionales?, o ¿acaso tendrán que sufrir transformaciones radicales y dejar su “modo tradicional-artesanal” y evolucionar a otras formas de la producción?, o ¿será acaso que su posición se trasladará a lo que ahora se deja entrever para algunos cuantos, el de permanecer a merced de “patrones” y ser diseñadores y creadores mayoritarios pero sin recompensa económica (“justa”) y sin reconocimiento de su propiedad intelectual por la población consumidora y comercializadora?, ¿seguirá una reproducción de la subordinación, ocultamiento y se repetirá la historia de “los acaparadores” (caso atajadoras ciudad de SCLC) pero ahora con nuevos rostros en la escena textil de SCLC?

En la actualidad se habla de precio justo, de precios o tratos éticos en la comercialización del textil tradicional, por parte de nuevos actores en la escena textil de la ciudad de SCLC, pero, ¿hasta dónde estas frases son reales?, ¿acaso los productores pertenecientes a alguna comunidad, paraje o ejido de los 17 municipios de la zona Altos perciben físicamente el beneficio?, acaso a cuarenta años de instaurado el mercado textil en la región se ha aminorado la escases en las familias, o ¿acaso las cifras nacionales de extrema pobreza de la zona mienten? Durante la investigación nadie dijo nada sobre estos tratos, pero las productoras enfatizaron la lucha constante por obtener buenos precios, que cubran al menos su inversión en tiempo y costo, no se habló del reconocimiento de su trabajo. Ante esto una productora comenta lo siguiente: “Julio no da mi nombre, ni la prenda tiene etiqueta, él se lleva el crédito. Además no se me hace muy importante que me den créditos en el tejido, da lo mismo” (entrevista Asunción D., 2015). Probablemente le “de lo mismo” el reconocimiento de su autoría en el producto que vende, porque como se ha mencionado sobreponen la obtención económica a

cambio de su trabajo, evidenciando que lo que realmente se persigue es la búsqueda de una entrada económica que ayude al ingreso familiar; pero no se puede dejar de sumar ante esto, el gran desconocimiento de muchas y muchos productores sobre el valor agregado que tienen los productos textiles que ellos elaboran con técnicas artesanales, los cuales si son aprovechados por los intermediarios y comercializadores que les compran sus textiles y los revenden a un público de consumidores que están dispuestos a pagar un precio mayor en relación con el modo de producción.

Considero que la industria creativa del textil de la ciudad de San Cristóbal de Las Casas, es un caso más que invita al análisis y reflexión de las dinámicas que se presentan en este mundo, forjado por un sistema capitalista con lineamientos neoliberales. El trabajo que tiene el Estado mexicano con relación a la implementación de políticas públicas que afiancen el trabajo de su población y más de la población artesanal no es tarea fácil, los cambios y transformaciones que implica la entrada y reconocimiento de la industrialización cultural, conlleva a que estudios como este sean valorados y difundidos. El estado chiapaneco tiene un reto en relación con el uso que hace de sus recursos humanos, materiales e inmateriales, la tendencia es la mercantilización, pero considero que la línea es muy delgada entre lograr transformaciones positivas a caer en el fracaso, quedan dos años para la conclusión del gobierno estatal, las interrogantes son muchas, pero las expectativas son altas. Los periodos municipales de SCLC que tienden a alinearse a lo estipulado por los gobiernos estatales y federales, tienen el mayor reto, sortear las necesidades que encierra la ciudad, necesidades heterogéneas y cada vez más complejas, entre todos sus habitantes. Aun cuando la población tiende también a alinearse a lo antes marcado, de la misma forma existen necesidades que motivan transformaciones. El mundo del textil regional es un tanto incierto, la historia marca su no desaparición pero lo que esta investigación vislumbra es forzamiento y su completa conversión.

## BIBLIOGRAFÍA

Aguirre, G. (1987). Regiones de refugio. El desarrollo de la comunidad y el proceso dominical en Mestizoamérica. Instituto Nacional Indigenista. México.

----- (1991) [1953]. Formas de gobierno indígena. Fondo de Cultura Económica, México.

Arizpe, L. (2006). Los debates internacionales en torno al patrimonio cultural inmaterial. Cuicuilco. Revista de la Escuela Nacional de Antropología e Historia, 13(38), 11-28.

Banco Interamericano de Desarrollo, (2007). Las industrias culturales en América Latina y el Caribe: Desafíos y Oportunidades. Departamento de Capacidad Institucional y Finanzas del Banco Interamericano de Desarrollo (BID). Recuperado en <http://idbdocs.iadb.org/wsdocs/getdocument.aspx?docnum=1156415>

Bauman, Z., (2003). Modernidad líquida, Fondo de Cultura Económica, México, capítulo 2 “Individualidad”, pp. 59-97.

----- (2012). Vida de consumo. Fondo de cultura económica. México.

Berlin, I. (2000). “Herder y la ilustración”, en Vico y Herder, Madrid, España, Cátedra.

Bietti, F. (2012). La industria cultural del vestir, hacia una fenomenología de la moda. En VII Jornadas de Sociología de la UNLP 5 al 7 de diciembre de 2012 La Plata, Argentina.

Bonfil Batalla, G. (1995). “De Culturas populares y políticas culturales”. En: Guillermo Bonfil Batalla y otros, Culturas populares y política cultural, pp. 11-22. México: Consejo Nacional para la Cultura y las Artes.

Bonet, L. (2001). Economía y Cultura: Una reflexión en clave latinoamericana. Oficina de Europa.



Buitrago, F., & Duque, I. (2013). La economía naranja, una oportunidad infinita. BID-Fundación Santillana. Revisado en: <http://idbdocs.iadb.org/wsdocs/getdocument.aspx?docnum=38143978>

CONACULTA, (2007) Programa Nacional de Cultura 2007-2012, México. Revisado en [http://www.conaculta.gob.mx/recursos/acerca\\_de/pnc2007\\_20121.pdf](http://www.conaculta.gob.mx/recursos/acerca_de/pnc2007_20121.pdf)

CONACULTA, (2013) Sistema de Información Cultural. Culturas populares, panorámica de arte popular, Chiapas. México. Revisado en <http://sic.conaculta.gob.mx>

De Liwerant, J. B., & Block, J. F. P. (2009). Pensar la globalización, la democracia y la diversidad. Universidad Nacional Autónoma de México.

Echeverría, B. (2000). La modernidad de lo barroco. Ediciones Era.

Ejea, M. T. (1998). El sutil encanto de las artesanías: usos en la ciudad. Cultura y comunicación en la ciudad de México, 369-387.

----- (2008). La política cultural de México en los últimos años. Revista Casa del tiempo, UAM. Recuperado de [http://www.difusioncultural.uam.mx/casadeltiempo/05\\_iv\\_mar\\_2008/casa\\_del\\_tiempo\\_eIV\\_num05-06\\_02\\_07.pdf](http://www.difusioncultural.uam.mx/casadeltiempo/05_iv_mar_2008/casa_del_tiempo_eIV_num05-06_02_07.pdf)

García Canclini, N. (2000). Políticas culturales en tiempos de globalización. De Estudios Sociales-Revista, (05).

----- (2001). Economía y cultura: los países latinos en la esfera pública transnacional. En Tres espacios lingüísticos ante los desafíos de la mundialización: Actas del Coloquio Internacional, París, 20 y 21 de marzo de 2001 (pp. 177-190). Servicio de Publicaciones.

----- (2005) [1989]. Culturas híbridas. Estrategias para entrar y salir de la modernidad. México, D.F: Grijalbo.

----- (2005). Todos tienen cultura: ¿quiénes pueden desarrollarla? En Conferencia no Seminario sobre Cultura y Desarrollo. Washington: Banco Interamericano de Desarrollo. Recuperado de <http://www.cultura.gov.br/>

----- (2007 [2002]) Culturas populares en el capitalismo. México, D.F: Grijalbo.

----- (2009). Consumidores y ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización. México, D.F. Debolsillo.

Getino, O. (2005). Las IC como concepto. Cultura, medios e industria cultural, Observatorio Industrias Culturales de la Ciudad de Buenos Aires, Año 2, Núm. 3, octubre 2005, 34-39.

Glosario textil. Blog de Ribes & Casals. Consultado en <https://ribescasals.wordpress.com/glosario-textil/>. Consultado en 2016.

Gobierno del Estado de Chiapas. Comité Estatal de Información Estadística y Geográfica (ceieg). <<http://www.ceieg.chiapas.gob.mx>> [Consulta: 11 de noviembre de 2015]

Greenfield Marks, P. (2004) Tejedoras: generaciones reunidas, evolución de la creatividad entre los mayas de Chiapas, San Cristóbal de Las Casas, Sna jtz'ábjom, Cultura de los Indios Mayas.

Grimson, A. (2011). Introducción en Los límites de la cultura. Crítica de las teorías de la identidad, Siglo Veintiuno editores, Buenos Aires, Argentina, pp. 13-52.

Grüner, E. (1998). "Introducción. El retorno de la teoría crítica de la cultura: una introducción alegórica a Jameson y Zizek" en Fredric Jameson y Slavoj Zizek, Estudios culturales. Reflexiones sobre el multiculturalismo, Paidós, Buenos Aires.

Hans Peter, D. (2005). “El surgimiento de la cultura burguesa: la civilización”, en Gilberto Giménez Montiel, *Teoría y análisis de la cultura*, Vol. I, México, CONACULTA, pp. 165-175.

Hopenhayn, M. (2001) ¿Integrarse o subordinarse? Nuevos cruces de la política y la cultura. En: Daniel Mato (comp.), *Estudios latinoamericanos sobre cultura y transformaciones sociales en tiempos de globalización*, Clacso-Asdi, Buenos Aires, pp. 69-89.

Manual de diferenciación entre artesanía y manualidad (2009), FONART, SEDESOL. Primera edición: julio, México, D.F.

Mato, D. (2004). Todas las industrias son culturales: crítica de la idea de “industrias culturales” y nuevas posibilidades de investigación. Recuperado de [http://www.publicaciones.cucsh.udg.mx/ppperiod/comsoc/pdf/cys8\\_2007/cys\\_n8\\_7.pdf](http://www.publicaciones.cucsh.udg.mx/ppperiod/comsoc/pdf/cys8_2007/cys_n8_7.pdf)

Miller, T., & Yúdice, G. (2004). *Política cultural* (pp. 1-332). Gedisa Editorial.

Molano L., O. L. (2008). Identidad cultural un concepto que evoluciona. *Revista Opera*, (7) 69-84. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=67500705>

Morales, J. (1992). “El Congreso Indígena de Chiapas: un testimonio“. En *Anuario 1991 Instituto Chiapaneco de Cultura*. Tuxtla Gutiérrez, Chiapas: Gobierno del Estado de Chiapas, Instituto Chiapaneco de Cultura, pp. 242-370.

Morris, W. (2006). *Diseño e iconografía Chiapas: geometrías de la imaginación*. Consejo Estatal para la Cultura y las Artes (CONACULTA).

Morris, W., Martínez, A., Schwartz, J., & Karasik, C. (2014). *Guía textil de los Altos de Chiapas*. Consejo Estatal para la Cultura y las Artes (CONACULTA).

Nisbert, R. (1981), *Historia de la idea de progreso*, Gedisa, Barcelona, pp.17-26.

Nivón, B, E. (2014 [S.f.]). Documento de trabajo del programa del Posgrado virtual en Política y cultura en América Latina, novena edición 2013-2014, UAM, Iztapalapa, México.

Nivón, B, E. (2015). Cultura de masas y cultura popular frente a la gestión cultural. En gestión cultural y teoría de la cultura. UAM-I, Gedisa, México, pp. 121-146.

Novelo, V. (2015). Ser indio, artista y artesano en México. Espiral. Estudios sobre Estado y Sociedad 9.25.

Olivera Bustamante, M., Gómez, D. J. H., & Hernández, C. M. (2011). Región de los altos: territorio en disputa y resistencia cultural: mujeres marginales de Chiapas: situación, condición y participación. Universidad de Ciencias y Artes de Chiapas.

Ortiz, R. (2004). Estudios culturales, fronteras y traspasos. En: Taquigrafiando lo social, Siglo XXI Editores, Buenos Aires, pp.191-202.

Paniagua, M, J. (2011). Cuando la identidad camina. Diversidad urbana y cambio cultural en San Cristóbal de Las Casas, México. Una perspectiva antropológica (tesis de doctorado). Universidad de Granada, Departamento de Antropología Social, Granada.

Piedras, F, E. (2004). Cuánto vale la Cultura. Contribución Económica de las Industrias Protegidas por el Derecho de Autor en México, CONACULTA, CANIEM, SOGEM, SACM.

----- (2006). Industrias y patrimonio cultural en el desarrollo económico de México. Cuicuilco, 13(38) 29-46. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=35103803>

Ramírez Garayzar, A. (2014). Tejiendo la identidad. El rebozo entre las mujeres purépechas de Michoacán. Consejo Nacional para la Cultura y Las Artes, Dirección General de Culturas Populares. México.

Ramos Maza, T. (2004). Universidad de Ciencias y Artes de Chiapas. Anuario, 133.

----- (2010). Artesanas tseltales. Entrecruces de cooperación, conflicto y poder. Trabajo de Investigación. Universidad de Ciencias y Artes de Chiapas.

Richard, N. (2001). Globalización académica, estudios culturales y crítica latinoamericana. En: Daniel Mato (Comp.), Estudios latinoamericanos sobre cultura y transformaciones sociales en tiempos de globalización, Clacso, Buenos Aires, pp.185-199.

Rojas S, R. (1983) [2013]. Guía para realizar investigaciones sociales. UNAM, México.

Rus, D. (1997). Mujeres de tierra fría. Conversaciones con las coletas. Universidad de Ciencias y Artes de Chiapas.

Rus, D. y Jan Rus (2013), “El impacto de la migración indocumentada a Estados Unidos en una comunidad tsotsil de Los Altos de Chiapas, 2002-2012”. En Anuario 2012 del Centro de Estudios Superiores de México y Centroamérica. Tuxtla Gutiérrez, Chiapas: Universidad de Ciencias y Artes de Chiapas, Centro de Estudios Superiores de México y Centroamérica.

Santana R., V. (2008). Industrias culturales. México en el contexto latinoamericano, en: La Jornada Semanal, núm.: 670, 6 de enero de 2008.

Touraine, A. (2005). Argumento. A modo de conclusión... En: Un nuevo paradigma para comprender el mundo de hoy, Editorial Paidós, Barcelona, pp. 257-260.

Villafuerte, D. y García, M. del C. (2014). Tres ciclos migratorios en Chiapas: interno, regional e internacional. Revista Migración y Desarrollo. Vol. 12. Núm. 22. Zacatecas.

Viqueira, A. & Pedro, J. (2004 [1995]). Los Altos de Chiapas: una introducción general. Chiapas: Los Rumbos de Otra Historia, 219-250.

UNESCO, (1982). Declaración de México sobre las políticas culturales. Conferencia mundial sobre las políticas culturales. México. Recuperado de [http://portal.unesco.org/culture/es/files/35197/11919413801mexico\\_sp.pdf/mexico\\_sp.pdf](http://portal.unesco.org/culture/es/files/35197/11919413801mexico_sp.pdf/mexico_sp.pdf)

UNESCO, (2011). Políticas para la creatividad. Guía para el desarrollo de las industrias culturales y creativas. Argentina. Recuperado de <http://www.unesco.org/new/es/culture/themes/cultural-diversity/diversity-of-cultural-expressions/tools/policy-guide/>

2010. Atlas de Infraestructura Cultural de México. México: Consejo Nacional para la Cultura y las Artes ISBN 978-607-455-484-7. Recuperado de <http://sic.conaculta.gob.mx/atlas2010/fo/ATLAS.pdf>

2010 Economía creativa, Informe 2010. Economía creativa: Una opción factible de desarrollo. UNCTAD y la Unidad Especial para la Cooperación Sur-sur del PNUD. Recuperado en [http://unctad.org/es/Docs/ditctab20103\\_sp.pdf](http://unctad.org/es/Docs/ditctab20103_sp.pdf)

2013 Informe sobre la Economía creativa, edición especial 2013. Ampliar los cauces de desarrollo local. Publicado por el Programa de Las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) y las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Tecnología (UNESCO). Recuperado en <http://www.unesco.org/new/es/media-services/in-focus-articles/creative-industries-boost-economies-and-development-shows-un-report/>

## ANEXOS

### ANEXO 1 OBSTÁCULOS ENCONTRADOS DURANTE LA INVESTIGACIÓN

Una limitante permanente en esta investigación, fue aquella relacionada a mi persona, el incursionar en un campo poco estudiado en mi vida académica, sumado el escaso trabajo en la región Altos de Chiapas, particularmente la ciudad de San Cristóbal de Las Casas, ya que al ser de la zona centro del país no tenía los enlaces que hubiese querido tener, llevándome a multiplicar esfuerzos para el entendimiento y llevar adecuadamente la investigación.

Esto desencadenó un serie de obstáculos los cuales sortee con el paso del trabajo (los cuales me han llevado a la obtención de la información recaudada y analizada en los apartados anteriores), algunos con apoyo tanto de la directora de tesis, de compañeros y amigos pero otros los he superado con “prueba y error”, en base a la convivencia en el contexto y muchas ocasiones guiada por el instinto (que supongo siempre presente en todo proceso de investigación). Aun cuando se encontraron estas limitantes, se pudo concluir la propuesta óptimamente.

A continuación trataré de enunciar aquellos obstáculos más relevantes:

- ❖ El escaso trabajo en la zona, conlleva la poca y muchas de las ocasiones la nula relación con los sujetos de estudio. Esto ha sido una parte complicada para mí, ya que el poco tiempo que marca el programa, ejerció presión para buscar vías para relacionarme con los sujetos; tanto los productores, comercializadores y consumidores.
- ❖ Con relación al punto anterior en este periodo de campo ha sido complicado el acercamiento particularmente con los comercializadores nacidos en San Cristóbal, los llamados “coletos”, su recepción no ha sido óptima.
- ❖ Por otra parte encontré que varios de los comercios instalados en el “andador guadalupano”, tienen como dueños personas extranjeras, a las cuales difícilmente se les encontró en los negocios para su abordaje.

- ❖ Con relación al comercializador de “Santo Domingo”; esta presenta cierta “hostilidad” con relación a un “abordaje oficial”, entrevistas dirigidas y estructuradas o semiestructuradas. Así que se fijaron otras vías como el consumo para el intercambio de la información.
- ❖ Por otra parte con relación al productor, en su mayoría al pertenecer a algún grupo étnico, son hablantes de una lengua mayense, idiomas que no domino. Teniendo la necesidad de conseguir un intérprete.
- ❖ Los productores en su mayoría son “ambulantes” en la ciudad de San Cristóbal, ya que gran parte de ellos solo llega para entregar su producto-venderlo, regresando después de la compra de sus tejidos a sus ejidos, parajes o ranchos pertenecientes a cualquiera de los 17 municipios de la región. Esto implicó mayor tiempo para su abordaje, ya que hay que trasladarse fuera de la ciudad para la obtención de las entrevistas.



ANEXO 2 SERIE DE FRAGMENTOS TEXTILES, MUSEO DE LOS  
ALTOS DE CHIAPAS EX CONVENTO DE SANTO DOMINGO DE  
GUZMÁN, COLECCIÓN ARQUEOLOGÍA, PIEZAS PREHISPÁNICAS.

**Fragmento 1**



Fotografía: Tomada por Masaya Del Rasso Sáyago (2015, acervo personal). Textil, Museo Regional de Chiapas, INAH.

**Fragmento 2**



Fotografía: Tomada por Masaya Del Rasso Sáyago (2015, acervo personal). Textil, Museo Regional de Chiapas, INAH.

### Fragmento 3



Fotografía: Tomada por Masaya Del Rasso Sáyago (2015, acervo personal). Textil, Museo Regional de Chiapas, INAH.

### Fragmento 4



Fotografía: Tomada por Masaya Del Rasso Sáyago (2015, acervo personal). Textil, Museo Regional de Chiapas, INAH.

### **Fragmento 5**



Fotografía: Tomada por Masaya Del Rasso Sáyago (2015, acervo personal). Textil, Museo Regional de Chiapas, INAH.

### **Fragmento 6**



Fotografía: Tomada por Masaya Del Rasso Sáyago (2015, acervo personal). Textil, Museo Regional de Chiapas, INAH.

## ANEXO 3 CATÁLOGO DE TEXTILES REPRESENTATIVOS DE LOS 17 MUNICIPIOS QUE INTEGRAN LA REGIÓN ALTOS DE CHIAPAS

Estas imágenes tienen la finalidad de apoyar de manera visual la comprensión de la presente investigación, como se ha mencionado en las páginas anteriores, aun cuando cada municipio cuenta con un textil, tejido y/o bordado que lo caracteriza y diferencia de los demás, esto no significa que se porte por todos los nativos del municipio; muchas de estas prendas no son las más comunes para la comercialización en la ciudad de San Cristóbal de Las Casas; algunos de los textiles aquí mostrados refieren a una vestimenta ceremonial, haciendo su porte en momentos (periodos) específicos. Pero aun con todos estos elementos, es importante conocerlos y tenerlos presentes para la caracterización de cada municipio.

Las siguientes fotografías pertenecen a un acervo personal (Masaya Del Rasso Sáyago), algunas otras han sido extraídas de fuentes electrónicas, las cuales son citadas en cada caso.

### 1. Amatenango del Valle



Fotografía: Tomada por Masaya Del Rasso Sáyago (2015. Acervo personal).

## 2. Chalchihuitán



Fotografía: Tomada de

[https://farm8.staticflickr.com/7106/7128711931\\_247a400379.jpg](https://farm8.staticflickr.com/7106/7128711931_247a400379.jpg)19/12/15/12:41

## 3. San Juan Chamula



Fotografía: Tomada por Masaya Del Rasso Sáyago (2015. Acervo personal).

#### 4. Chanal



Fotografía: Tomada de [http://www.icosochiapas.gob.mx/wp-content/uploads/2013/09/DIF\\_SEDEM-2.jpg](http://www.icosochiapas.gob.mx/wp-content/uploads/2013/09/DIF_SEDEM-2.jpg) 27/12/15/9:14



Fotografía: Tomada por Masaya Del Rasso Sáyago (2015, acervo personal). Colección Pellizzi, Blusa Chanal, 1975.

## 5. Chenalhó



Fotografía: Tomada por Masaya Del Rasso Sáyago (2015. Acervo personal).



Fotografía: Tomada por Masaya Del Rasso Sáyago (2016. Acervo personal).

## 6. Huixtán



Fotografía: Tomada por Masaya Del Rasso Sáyago (2015, acervo personal). Colección Pellizzi, huipil Huixtán, 1974.

## 7. Larráinzar



Fotografía: Tomada por Masaya Del Rasso Sáyago (2015. Acervo personal).



## 8. Mintontic



Fotografía: Tomada por Masaya Del Rasso Sáyago (2015. Acervo personal). Colección Pellizzi, huipil Mitontic 1972.



Fotografía: Tomada de Zaira Couitiño (2013), Chalam, Mitontic, Chiapas.

## 9. Oxchuc



Fotografía: Tomada de

[https://farm3.staticflickr.com/2293/2516552716\\_c4652fc766\\_b.jpg](https://farm3.staticflickr.com/2293/2516552716_c4652fc766_b.jpg) 27/12/15/9:22



Fotografía: Tomada por Masaya Del Rasso Sáyago (2015. Acervo personal). Colección Pellizzi, huipil Oxchuc 1974.

## 10. Pantelhó



Fotografía tomada por Masaya Del Rasso Sáyago (2015); Centro de textiles del mundo maya  
Vestimenta de mujer y hombre, autor desconocido (2004).



Fotografía: Tomada por Masaya Del Rasso Sáyago (2016. Acervo personal).

### 11. San Cristóbal de Las Casas

Al ser un municipio “urbanizado”, no se ha encontrado una producción de textil característico del lugar.

### 12. Tenejapa



Fotografía: Tomada de [http://farm3.static.flickr.com/2448/3648028178\\_d3fb9c0c38.jpg](http://farm3.static.flickr.com/2448/3648028178_d3fb9c0c38.jpg)

### 13. Teopisca

Al ser un municipio “urbanizado”, no se ha encontrado una producción de textil característico del lugar.

#### 14. Zinacantán



Fotografía: Tomada por Masaya Del Rasso Sáyago (2015. Acervo personal).

#### 15. San Juan Cancuc



Fotografía: Tomada por Masaya Del Rasso Sáyago (2014. Acervo personal).

## 16. Aldama



Fotografía: Tomada de [https://impactotextil.files.wordpress.com/2015/03/dsc\\_0114.jpg](https://impactotextil.files.wordpress.com/2015/03/dsc_0114.jpg)  
[28/12/15/3:30](#)



Fotografía tomada por Masaya Del Rasso Sáyago (2015); Colección Fomento Cultural Banamex, A.C. Traje de mujer, Magdalenas 2014, productora Juana Esperanza Méndez Jiménez.

## 17. Santiago el Pinar



Fotografía: Tomada de

[https://viernestradicional.files.wordpress.com/2015/07/dsc\\_0825.jpg](https://viernestradicional.files.wordpress.com/2015/07/dsc_0825.jpg)

## GLOSARIO

**ARTESANÍA:** es un objeto o producto de identidad cultural comunitaria, hecho por procesos manuales continuos, auxiliados por implementos rudimentarios y algunos de función mecánica que aligeran ciertas tareas. La materia prima básica transformada generalmente es obtenida en la región donde habita el artesano. El dominio de las técnicas tradicionales de patrimonio comunitario permite al artesano crear diferentes objetos de variada calidad y maestría, imprimiéndoles, además, valores simbólicos e ideológicos de la cultura local. La artesanía se crea como producto duradero o efímero, y su función original está determinada en el nivel social y cultural; en este sentido, puede destinarse para el uso doméstico, ceremonial, ornato, vestuario, o bien, como implemento de trabajo. En la actualidad, la producción de artesanía se encamina cada vez más hacia la comercialización. La apropiación y dominio de las materias primas nativas hace que los productos artesanales tengan una identidad comunitaria o regional muy propia, misma que permite crear una línea de productos con formas y diseños decorativos particulares que los distinguen de otros (Grupo Impulsor de Artesanía y Manualidad (Antrop. Marta Turok, Antrop. Luz Elena Arroyo, Antrop. Arturo Gómez, Arq. Nelly Hernández, y Arq. René Carrillo en Manual de diferenciación entre artesanía y manualidad, 2009: 14)

**BORDADO:** consiste en el decorado por medio de hilos, que se hacen sobre un textil. En el caso de la Región Altos de Chiapas, estos tienden a fungir como elementos decorativos y característicos simbólicos de identificación.

**BROCADO:** del francés “broché”. Tela de seda bordada antiguamente con hilos metálicos, formando dibujos con motivos florales, arabescos, etc. Se teje utilizando tecnología de estampado *Jacquard*. El distintivo diseño *Jacquard* se suplementa con hilos de color o metálicos. Puede ser de un color o tejido en colores brillantes. Se usa para prendas formales de mujer, colchas, vestidos de época y en ornamentos de iglesias. (Fuente: <https://ribescasals.wordpress.com/glosario-textil/glosario-textil-de-la-a-a-la-c/> )

**GANANCIA-CAPITALISTA:** forma metamorfoseada de la plusvalía; aparece como excedente (ingreso) sobre las inversiones de capital y de ella se apropia gratuitamente el capitalista. La transformación de la plusvalía en ganancia se debe a que el capitalista



desembolsa capital no sólo para contratar fuerza de trabajo, sino, además, para adquirir medios de producción, sin los cuales no puede darse el proceso de producción, el proceso en que se crea plusvalía. (Diccionario de economía política: p. 111)

**GLOBALIZACIÓN:** concebida no sólo como una mundialización de la producción y los intercambios, sino, sobre todo, como una forma extrema de capitalismo, como separación completa de la economía y las demás instituciones, en particular sociales y políticas, que ya no la pueden controlar (Touraine, 2005: 257)

**ICONOGRAFÍA:** se refiere a la decoración ornamental, la cual tiene un significado ya sea relacionado con la vida de los creadores, con su religiosidad, con sus usos, sus modos, costumbres, mitología, etc. Encontramos plasmadas estas expresiones culturales en el cuerpo del producto que trabajan. (Manual de diferenciación entre artesanía y manualidad, 2009: 38)

**MERCADO:** es el contexto dentro del cual forma lugar la compra y venta de mercancías, o donde se encuentran quienes demandan bienes y servicios con quienes los ofrecen. (...) se refiere al conjunto de interacciones humanas que, si bien tienen algún punto espacial de referencia, no deben por fuerza limarse a un lugar determinado.

**MONOPOLIO:** Situación en la cual una mercancía o servicio es provista por un solo vendedor.

**NEOARTESANÍA:** Cuando un producto es completamente una innovación, resultado de las habilidades creativas de una o más personas, trae consigo la investigación y experimentación de nuevos métodos y técnicas, así como materiales, formas, colores y uso de elementos decorativos. (Manual de diferenciación entre artesanía y manualidad, 2009: 39)

**PRODUCCIÓN:** es el proceso de creación de los bienes materiales necesarios para la existencia y el desarrollo de la sociedad. La producción existe en todas las etapas de desarrollo de la sociedad humana. Los hombres, al crear los bienes materiales (medios de producción y artículos de consumo), contraen determinados vínculos y relaciones para actuar conjuntamente. Por este motivo, la producción de los bienes materiales siempre es una producción social. (Diccionario de economía política: p. 194)

Producto creativo/cultural:

TEJIDO DE TRAMA SUPLEMENTARIA: técnica en la cual además de tejer la tela simple con un solo hilo de trama, utiliza hilos de colores suplementarios que se entretajan en secciones más cortas para formar diseños geométricos. (Fuente: <http://ccemx.org/tejido-tela-de-cintura-tecnica-trama-suplementaria-de-las-comunidades-de-san-mateo-del-mar-y-san-bartolo-yautepec/>)

TEJIDO: un tejido es una tela obtenida por el entrecruzamiento o enlace de varios hilos. Tejer es formar en el telar con la trama y la urdimbre. Así pues, se entiende que las telas se elaboran con dos o más conjuntos de hilos entrelazados.

TELAR DE CINTURA: herramienta elaborada de manera artesanal, utilizada para confeccionar tejidos.

TEXTIL: tela que se produce con fibras (hilos o estambres) ya sean naturales o sintéticas. Su elaboración tiende a ser artesanal, aunque también existen industrializados.

TRADICIÓN: como lo que persiste de un pasado en el presente, en el que aquélla es transmitida, permanece operante y aceptada por quienes las reciben, y a su vez la transmiten al correr de las generaciones. No entendemos la tradición como un objeto que se desplace entre las generaciones manteniéndose inmutable. Ese nivel de operación y aceptación transmisible se modela con el correr del tiempo, en los espacios y territorios donde se da así como por los elementos en tensión de la cultura, entre los que podemos contar a los especialistas, los fenómenos macro y microeconómicos, las migraciones no solo sociales sino culturales, etcétera. (Ramírez, 2014).