

CAPITULO II

MARCO CONCEPTUAL

Como apunta García Canclini (1990:71) “el estudio socio antropológico muestra que las obras (artísticas) pueden ser comprendidas si abarcamos a la vez la explicación de los procesos sociales en que se nutren y de los procedimientos con que los artistas los retrabajan”. Debemos estudiar las formas de la organización social para la elaboración de la talavera en relación a los procesos mediante los cuales se constituye la denominación de origen. También se debe analizar la forma en que la tradición productiva es retomada por los artesanos para dotar de autenticidad al producto elaborado según el procedimiento establecido en la Norma Oficial Talavera, y cómo esto lo distingue de la cerámica blanca aunque el proceso de producción sea idéntico.

Primero revisaremos el papel de las artesanías en México dentro del contexto socioeconómico de los cambios estructurales creados por el período de modernización de la década de 1950. Esta modernización permea las formas de organización artesanal al interior de los talleres, ya que se permite el uso de maquinaria –hasta cierto punto- al lado de la técnica manual más antigua (Littlefield 1976:25). La hibridación del proceso de producción responde a los intereses de los artesanos y a una tendencia que es propia de los países en vías de desarrollo.

Estos cambios no pueden comprenderse por completo si no se revisa el papel comercial de las artesanías en el proceso de globalización. En éste, las expresiones culturales se vuelven mercancías de exportación para el consumo mundial (García Canclini 2000:50). En este contexto es comprensible el interés del gobierno mexicano de proteger las maneras tradicionales de elaborar ciertos productos característicos en el país a partir de la década de 1970.

Veremos en el caso específico de la denominación de origen talavera, un medio por el cual el Estado legitima la producción “local” y al mismo tiempo se la apropia como símbolo nacional (Rodríguez 2003:321).

Esta distinción, beneficia a su vez a los productores que tienen el capital suficiente para acceder a la certificación.

Artesanías en México

El trabajo de seis millones de artesanos ubica a México como el país con la producción artesanal más voluminosa del continente (García Canclini 1990:200). La gran variedad de técnicas de manufactura moderna de artesanías es resultado de un proceso de aculturación (Foster 1955:1), en el que el conocimiento cerámico de los antiguos pobladores se fusionó con las nuevas técnicas introducidas por los españoles en la época colonial. En la actualidad, el 28 por ciento de la población económicamente activa está ocupado en actividades artesanales (García Canclini 1990:201). Los pronósticos de algunos estudiosos de las artes populares del siglo veinte afirmaban que muchas técnicas tradicionales se perderían al avanzar el proceso de industrialización; no obstante “muchos estudios revelan que en las últimas décadas las culturas populares se han desarrollado transformándose” (García Canclini 1990:200). Este fenómeno es el resultado de la conjugación de los procesos sociales, económicos, ideológicos y políticos que se han dado en México desde las primeras décadas del siglo veinte.

A partir de la época revolucionaria se descubre en el trabajo de los artesanos un potencial de capital simbólico que sería de gran utilidad para unificar al país cuando se intentaban superar las divisiones críticas de la modernización capitalista. “Se buscó incorporar al arte y a las artesanías mexicanas a un patrimonio que se deseaba común” (García Canclini 1990:78). Entonces, eran llamadas “industrias típicas” (Novelo 1976:34), “artes populares o indígenas” (Martínez 1978:19, 20). Se tomaron expresiones culturales de distinta temporalidad y localidad para reorganizarlas y dotarlas de un nuevo sentido, la mexicanidad. La reorganización híbrida del lenguaje plástico fue apoyada por cambios en las relaciones profesionales entre los artistas, el Estado y las clases populares.

Al institucionalizarse muchos de estos movimientos sociales, el “impulso revolucionario” (García Canclini 1990:79), la innovación en el arte y su acción social se fueron desgastando entre 1930 y 1950. Entre ésta última y la década de 1960, entra en México una nueva fase modernizadora; el Estado es más estable y tiene los recursos para seguir fomentando la producción artística a través de la construcción de museos y centros culturales, el otorgamiento de becas y subsidios a intelectuales, escritores y artistas. En esta etapa las

artesanías –ya con ese nombre- empiezan a considerarse una “actividad productiva y lucrativa” en el ámbito comercial (Novelo 1993:118).

Entre las décadas de 1950 y 1970 se van gestando en México cambios estructurales (García Canclini 1990:81-82) por los procesos de industrialización, urbanización, la ampliación del mercado de bienes culturales, la introducción de nuevas tecnologías comunicacionales y el avance de movimientos políticos radicales que buscaban respuestas a las injusticias sociales. A finales de los años setenta el Estado promovió la producción artesanal (Nash 1993:130) ante el fracaso de las políticas implementadas en el campo mexicano. La preocupación del Estado radicó en cómo articular “lo local y lo cosmopolita, las promesas de la modernidad y la inercia de las tradiciones” (García Canclini 1990:79).

Es así como se da una segmentación de los universos simbólicos del arte culto y el arte popular, proceso que comienza a gestarse años atrás con las políticas de Miguel Alemán en la década de 1940. Aunque el Estado había promovido en el discurso una integración de lo tradicional y lo moderno, en la práctica fomenta su separación al crear el Instituto Nacional de Bellas Artes y el Museo Nacional de Artes e Industrias Populares. Lo culto pasó a ser un tema para la burguesía y los sectores medios, mientras que el resto de la población iba siendo adscrita a la programación masiva de la industria cultural. Esta última va quedando en manos de la iniciativa privada, mientras los espacios de acción del Estado se reducen a lo tradicional.

En el caso de la talavera se ve claramente la ingerencia del Estado en proteger la técnica tradicional de la cerámica, al apoyar y promover la denominación de origen a favor de los artesanos poblanos en 1997. También está presente la intervención de la iniciativa privada en la realización de proyectos con artesanos dueños de talleres capitalizados, como La Reyna y Uriarte. Es el capital lo que les permite arriesgarse a elaborar piezas de talavera con diseños contemporáneos empleando el mismo proceso tradicional. Por otro lado, la Fundación Banamex cuenta con un programa de apoyo al arte popular a través del cual promueve el trabajo de artesanos de diferentes especialidades (Fundación Banamex 2006b). En el caso de la talavera sólo dos artesanos se han visto beneficiados por esta fundación: César Torres en Puebla y Cayetano Corona en San Pablo del Monte, Tlaxcala.

Tanto el Estado como la iniciativa privada buscan en la talavera dos tipos de rédito simbólico (García Canclini 1990:86): “el Estado busca legitimidad y consenso al aparecer como representante de la historia nacional; y a las empresas les interesa obtener lucro y construir a través de la cultura de punta, renovadora,

una imagen 'no interesada' de su expansión económica". A pesar de que existe en nuestros días esta brecha entre el arte culto y el arte popular o las artesanías, es interesante cómo la talavera es vista como arte y artesanía a la vez por los mismos productores.

En este capítulo se revisarán brevemente los conceptos de arte y artesanías para comprender cuáles son los elementos que los artesanos retoman de ambos en su percepción de la talavera. Después se analizarán los mecanismos que emplean algunos productores para dotar de valor simbólico a la talavera, para explicarlo se emplearán los conceptos de autenticidad, tradición e identidad.

Artesanía, Arte y Talavera

El concepto de artesanías se originó en Europa en el siglo diecinueve; en México comenzó a emplearse ampliamente en la segunda mitad del siglo veinte. El término "artesanía" (*folk art*) fue inventado por la sociedad europea para identificar al arte producido y consumido dentro de la pequeña área de las villas campesinas (Graburn 1976:21). La producción localista que responde a "circunstancias existenciales inmediatas" (Lara 1994:90) de los grupos donde se originan, es una idea que persiste entre algunos estudiosos del tema.

Las artesanías son producto de una variedad de "hechos sociales concretos" donde se elaboran "tipos especiales de productos resultado de tipos especiales de procesos de trabajo" (Novelo 1982:255). De acuerdo con la acepción anterior, para el presente estudio se definirán el arte y las artesanías como productos resultado de "procesos productivos concretos" (Aguilar 2003:406), a los cuales se adjudican características particulares según los contextos socio económico e histórico donde sean elaborados y consumidos.

En algunos estudios se notaban aspectos como el valor cultural y no económico de la artesanía, resaltando que dicho valor residía en ser un producto emanado de una tradición estética (Martínez 1982:243; Reuter 1982:187) e histórica (Novelo 1982:257; Ortiz 1990:16). Su valor se mostraba también en ser signo de identidad (Reuter 1982:187) a distintos niveles: regional, familiar, individual, sexual (Ortiz 1990:16), por estar elaborados por individuos o "artistas populares, indígenas, primitivos o urbanos" (Novelo 1982:257) integrantes de una colectividad. En ocasiones se atribuye a las artesanías "la reformulación histórica de las identidades de los pueblos y culturas" (Fábregas y Santos 2000:68). Un factor que se resalta en este concepto es la producción manual donde se emplean métodos tradicionales, además de plasmar diseños o motivos

decorativos similares (Gormsen 1977:23). Otros trabajos muestran el interés en el contexto socio económico donde es realizado el trabajo artesanal, enfocándose en el aspecto de la estructura básica de la personalidad que lleva a sugerir (Foster 1965:48) que el conservadurismo del artesano lo constituye como clase.

Por otro lado, “la etiqueta de arte refleja las tradiciones elitistas de las altas civilizaciones” (Graburn 1976:3) en lo concerniente al valor del arte frente a la artesanía, donde es de suma importancia la creatividad, la originalidad y otras distinciones que surgieron en Europa y China. La unicidad del arte y el “culto a la originalidad”, es lo que permite a la élite la “apropiación ventajosa de los eventos signados por la autenticidad” (Lara 1994:88-89).

La talavera es considerada un arte y una artesanía a la vez, ya que cuenta con una larga tradición productiva transmitida a través de generaciones y se ha convertido en un signo de identidad para los habitantes de Puebla. Es arte cuando artistas plásticos reconocidos (Harris 2001:396) influyen en el proceso para diseñar las piezas que los artesanos ejecutan, y al exhibir estas creaciones originales enmarcadas en una técnica tradicional, transmiten esta idea de autenticidad a los espectadores que van a apreciar estas obras de arte a los museos.

Las características del arte de innovación y originalidad en los diseños pueden verse en los proyectos que los talleres de Uriarte y La Reyna han realizado en conjunto con artistas plásticos e instituciones privadas como la Fundación de la Universidad de las Américas Puebla. Los artesanos formaban las piezas diseñadas por los artistas, quienes sólo intervenían en la decoración. Estas colecciones fueron exhibidas en los museos Galería de Arte Contemporáneo en la ciudad de Puebla y la Casa del Caballero Águila en Cholula en el 2004 y 2005, con el fin de mostrar como puede emplearse una técnica ancestral para plasmar la creatividad, identidad y creencias de los artistas.

La tradición es un elemento que se reconoce de la elaboración de la talavera, y es la fidelidad al proceso tradicional lo que la dota de autenticidad frente a la cerámica blanca. Sin embargo, la autenticidad es una “invención moderna y transitoria” (García Canclini 1987:20), pues los objetos adquieren esa cualidad con el transcurrir del tiempo (Novelo 1996:275). Para definir la autenticidad es relevante que el producto tenga una tradición productiva (Spooner 1991:178); en el pasado de la mercancía es donde se crean los valores para distinguirla. Un producto es auténtico cuando refleja una tradición (Graburn 2001, Novelo 1996:275; Terrio 1998), cuando el saber del oficio es transmitido de una generación a otra.

Aunque el proceso que los artesanos asentaron en la Norma Oficial Talavera no fue el único presente en la historia productiva de la cerámica, tiene un sustento histórico incuestionable. Es el empleo de la tradición y la exhibición en lugares públicos, lo que va conformando en el público la noción de la autenticidad de la talavera.

García Canclini (2001:143) apunta que la valoración del arte no reside en individuos o instituciones, sino en el “campo complejo que incluye al artista, la obra, los intermediarios y el público”, y que “las relaciones entre ellos están condicionadas por la historia social”. Haciendo a un lado las concepciones esencialistas en los procesos sociales, García Canclini (2001:138) apunta que “el campo simbólico se forma en el sistema de relaciones de producción, distribución y consumo de cada sociedad”.

Es por eso que en la producción de la talavera se destaca el trabajo manual aunque se permita el empleo de ciertas máquinas como extrusores, molinos eléctricos o compresores de aire. En la comercialización de la talavera se puede apreciar la difusión de las ideas que orientan las preferencias de los consumidores al momento de adquirir la cerámica. Entre los mecanismos empleados por los productores en la construcción de la autenticidad y del valor simbólico de la talavera tradicional, está la exhibición de las piezas en espacios públicos, como museos, oficina de turismo del Estado de Puebla, la organización de eventos culturales y académicos, y la promoción de estas características en carteles y anuncios radiofónicos.

En el museo, las piezas son exhibidas fuera de su contexto primario para “satisfacer necesidades expresivas, económicas, políticas, retóricas e ideológicas” (Cohen 1990b:1). Más allá de lo poético, es más importante su papel en la vida política, económica e ideológica de una comunidad. Como espacio político, el museo crea un “escenario retórico para la discusión, construcción, crítica y articulación de la ideología política” (Cohen 1990b:3-4). Esta discusión puede ocurrir entre individuos, comunidades o grupos. A menudo lleva implícito una demanda o afirmación por la herencia cultural; a través del “aura de autenticidad” en las piezas expuestas, el museo se suma en la lucha por el reconocimiento.

En el aspecto económico el museo puede influir en el sistema de mercado a través de la información que proporciona al consumidor y espectador sobre lo que es o no es auténtico. Las piezas exhibidas circulan después en un mercado de coleccionistas como piezas tradicionales y auténticas. De esta forma, las piezas que ya ostentan la denominación de origen y han sido expuestas en museos reconocidos nacional e internacionalmente, tienen un valor comercial dos o tres veces mayor que aquellas que no han sido exhibidas

en ningún sitio. Este es el caso de las piezas elaboradas por Talavera de La Reyna que han circulado en museos de Estados Unidos, Canadá y México, elevando su prestigio nacional e internacional.

Los museos también crean afirmaciones ideológicas de la identidad cultural propia o de otros. Cuando el museo ayuda a establecer e informar sobre la propia identidad, “está cargado con poder político, ideológico y económico” (Cohen 1990b:5); ya que puede ayudar a establecer y apoyar agendas políticas, debatir por una posición ideológica e influenciar la economía de un grupo o comunidad.

Es importante recordar el Primer Simposium Internacional de Talavera y sus Raíces que organizaron los artesanos de la talavera tradicional en conjunto con el Consejo Regulador de la Talavera, los gobiernos estatales de Puebla y Tlaxcala, la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla (BUAP) y el Instituto Nacional de Astrofísica, Óptica y Electrónica (INAOE), los días 18, 19 y 20 de Noviembre de 2004. A la par de este evento, se inauguró una exposición-venta de las piezas elaboradas por artesanos con talleres certificados en el museo Casa de las Bóvedas de la BUAP, del 17 al 27 de Noviembre del mismo año. Tanto en la exhibición como en el Simposium, los artesanos buscaron difundir el modo de elaboración tradicional de la talavera dotándolo de autenticidad frente a la cerámica blanca, que era calificada como “imitación” o “copia pirata” en los anuncios radiofónicos transmitidos esos días.

La tradición productiva es un factor clave en la conformación de la autenticidad, además de la exhibición pública del producto en museos y otros eventos. En el proceso se rescata la elaboración manual de la cerámica, aunque en ocasiones se emplean máquinas para facilitar el trabajo o acelerar el proceso de producción. Como se mencionó en la introducción, la hibridación de los procesos artesanales responde a las contradicciones del sistema capitalista en los países en vías de desarrollo. México se ubica en este renglón; para comprender la coexistencia de dos o más patrones de producción al interior de las unidades de trabajo, se mencionarán a continuación las formas de organización de los talleres en las dos zonas de estudio dentro del contexto de la producción mercantil mexicana.

Producción de Mercancías en una Economía Capitalista

Los artesanos han sido estudiados en la mayoría de los casos asociados a la producción campesina dentro de una economía capitalista (Cook 1984; Foster 1972; Novelo 1976). La idea de que los pequeños productores rurales (Cook y Binford 1995) respondían a menudo a las acciones de los capitalistas externos, fue aceptada

ampliamente a partir del artículo de Eric Wolf publicado en 1955 que conceptualizaba el impacto fluctuante del mercado capitalista mundial sobre formas variadas de campesinado latino americano. Esto es evidenciado en el trabajo pionero de Victoria Novelo (1976) sobre la producción artesanal y el capitalismo en México. Aunque ella reconoce la existencia de una forma de pequeña producción capitalista de “mercancías artesanales” ligada a la forma doméstica, ella tiende a ver este desarrollo o expansión de pequeña producción como respuesta al estímulo del sector capitalista dominante.

Aunque el trabajo de los artesanos de la talavera generalmente no esta asociado a las actividades campesinas, debemos rescatar el giro que se dio a esta idea de la existencia de dos modos de producción derivados de una totalidad social. En la década de 1980 Foladori (citado en Cook y Binford 1995:45) propone una economía mercantil con esferas de pequeña producción y capitalismo integradas por la misma ley del valor, y rechaza la idea de Bartra de un modo de producción mercantil simple que es secundario y subordinado al modo capitalista en la formación social mexicana.

De acuerdo con las condiciones de la economía mercantil la acumulación del capital ocurre a través de las acciones “de los pequeños productores de mercancías y capitalistas de todo tipo y escala en diversos ramos y regiones de la economía” (Cook y Binford 1995:63). Los productores están motivados por una acumulación del capital dentro de sus propias empresas. En esta búsqueda de ganancia personal, las empresas pueden “competir, cooperar o mostrar una indiferencia mutua” (Cook y Binford 1995:64), y las relaciones entre ellas pueden ser asimétricas poniendo en riesgo su desempeño e ingresos. De esta relación desigual puede darse una persistencia, desaparición o proliferación de las distintas formas de empresa. Muchos talleres familiares de talavera que ahora emplean mano de obra asalariada de forma permanente, comenzaron con pocos medios de producción y uno o dos empleados; con las ganancias acumuladas por años o con la ayuda de préstamos bancarios, han logrado crecer y aumentar su volumen de producción.

La cooperación y búsqueda de ganancia personal se ejemplifica en el caso de la Unión de Artesanos de San Pablo del Monte. Diez talleres integraban inicialmente esta asociación para recibir y administrar los apoyos económicos del gobierno del Estado de Tlaxcala, pero los pedidos solo se distribuían entre dos artesanos emparentados. Con el tiempo los demás talleres se salieron de la organización al no obtener un beneficio tangible.

En países en vías de desarrollo, se pueden encontrar procesos de producción híbridos donde “la maquinaria más avanzada puede existir al lado de la técnica manual más antigua, dando lugar a situaciones contradictorias pero no necesariamente a la desaparición de las artesanías” (Littlefield 1976:24). Alice Littlefield (1976:25) menciona que para que las artesanías no dejen de serlo, la mecanización en el proceso de producción tiene un límite. Cabría preguntar ¿cuál es ese límite? y ¿quién lo establece? En el caso de la denominación de origen Talavera, el límite lo definieron el grupo de artesanos que redactaron la norma oficial, este tema se abordará ampliamente en el capítulo cuatro. Ahora se verán las formas en que los artesanos de la cerámica se organizan para realizar su trabajo.

Tipos de organización del trabajo en el Taller

Las formas de organización para realizar la talavera dentro del taller pueden presentar variaciones a lo largo de su historia productiva, por lo que se emplearán los tipos propuestos por Cohen (1990a) y Hernández (1996) sin considerar a alguna unidad de producción como una categoría fundamental de análisis o sugerir una sucesión lineal entre los tipos propuestos.

En las dos zonas de estudio se encontraron los siguientes patrones de producción: talleres domésticos independientes (Cohen 1990a:12); talleres domésticos con labor asalariada (Cohen 1990a:11); talleres en transición a pequeñas empresas capitalistas (Hernández 1996:50). También había aunque en muy poca proporción: maquila doméstica donde en ocasiones también se empleaba labor asalariada (Cohen 1990a:12); y empresas capitalistas. La mayor concentración de unidades productivas se encuentra entre los talleres domésticos con mano de obra asalariada y en transición a pequeñas empresas capitalistas.

En el taller doméstico independiente (Cohen 1990a:12) la unidad productiva es el hogar y hay poca cooperación con otros productores. Los medios de producción (tornos, hornos y otros implementos) son propiedad del artesano o la familia. En el hogar se provee de todo el financiamiento para realizar el trabajo. Las mercancías elaboradas pueden venderse a comerciantes para su reventa o directamente al consumidor final. La ganancia del capital se obtiene del trabajo familiar no pagado. En este tipo de talleres el volumen de producción es bajo.

El taller doméstico con labor asalariada (Cohen 1990a:12) comparte con el taller en transición (Hernández 1996:50) a pequeña empresa capitalista la característica de emplear mano de obra asalariada

además del trabajo familiar. La diferencia está en la proporción entre la mano de obra familiar y la asalariada. En el primero, la cantidad de trabajadores contratados no rebasa el número de familiares involucrados en el proceso de producción. Todos los trabajadores reciben un salario por su labor, pero cuando las ventas disminuyen los familiares pueden prescindir de este pago.

En el taller doméstico con labor asalariada y en el taller en transición, los medios de producción no pertenecen al trabajador sino al dueño del taller (Cohen 1990a:12; Hernández 1996:50); los empleados se ven forzados a vender su fuerza de trabajo ya que no pueden solventar los gastos de las herramientas requeridas para la producción.

El taller en transición (Hernández 1996:50) se da de manera frecuente en el cambio de un pequeño taller doméstico independiente a un taller capitalista, aunque no necesariamente se presenta este cambio. Este tipo de organización se caracteriza por tener una base de trabajo familiar con la contratación de uno o más obreros para que realicen alguna fase del proceso. En este caso el trabajo familiar es retribuido casi siempre. Con el tiempo los obreros son contratados de manera permanente y puede darse la tendencia a la parcialización del proceso de trabajo en tareas especializadas. La mano de obra familiar queda fuera del proceso productivo, haciéndose cargo sólo de pedidos especiales y de los aspectos administrativos y comerciales del taller.

El sistema de maquila doméstica (*out put system*) (Cohen 1998:76) se refiere al trabajo parcial que realiza el artesano dentro del proceso de producción total. Aunque este sistema no se presenta de forma permanente en ninguna de las unidades estudiadas, los artesanos lo combinan con su producción independiente para incrementar sus ingresos. Los artesanos reciben una pieza en jagüete de algún comerciante o propietario de otro taller y hacen el trabajo del decorado. También puede darse que el artesano elabore las piezas y las venda crudas o en jagüete para que sean decoradas en el taller del comprador.

En este sistema el artesano recibe un pago por su trabajo y no tiene que preocuparse en buscar un mercado para venderlo. El comerciante no invierte en materia prima pero el artesano maquilador incluye los costos de los materiales en el precio de su trabajo.

Es importante destacar los pocos talleres que combinaban el sistema de maquila con su producción independiente. Lo hacen en temporadas “malas” donde la venta de su producto es escasa; o venden piezas en

jagüete (Foto 2.1) de manera ocasional en cantidades pequeñas a otros artesanos que se ven apremiados en completar las piezas para algún pedido urgente.



Foto 2.1. Piezas en jagüete resultado del primer cocimiento. Taller de Talavera Santa Catarina, Cholula, Puebla.

La empresa capitalista, al igual que los talleres domésticos independientes y en transición, se caracterizan por “producir objetos para el intercambio mercantil de manera regular para poder reproducirse materialmente; su producción de mercancías no es casual ni ocasional, sino sistemática y generalizada” (Cook y Binford 1995:37). Lo que las diferencia es básicamente la manera en cómo extraen la ganancia dentro de sus empresas y la escala de producción. En los talleres domésticos independientes el dueño participa en el proceso de producción y extrae la ganancia del excedente del trabajo no asalariado; en cambio, en la empresa capitalista el excedente se obtiene del trabajo asalariado.

La parcialización del proceso de producción se ve más acentuada en el taller capitalista, especialmente en el área de decorado donde se requiere de la intervención de dos a cinco pintores para terminar una pieza. También en los otros patrones de producción se da la división del proceso en fases diferenciadas; el matiz está en que a menor capitalización del taller, la participación del dueño será mayor; y a mayor capitalización, el dueño solo supervisará el proceso.

La dependencia o independencia de un taller reside en la posesión de sus medios de producción, la inversión en la compra de materia prima y la creación de productos que vende en el mercado abierto (Cohen 1998:75). Fuera de los casos donde se encontró el sistema de maquila practicado ocasionalmente por talleres domésticos, la mayor parte de las unidades de producción son independientes. Algunos artesanos venden la

totalidad de su producción a revendedores, pero éstos no los proveen de materia prima y no se ven forzados a venderles sus productos.

Los cambios de una unidad pequeña de producción de mercancías a una empresa capitalista, dependen de los factores objetivos y subjetivos (Cook y Binford 1995:161) contemplados en la toma de decisiones de los artesanos. Los factores objetivos tienen que ver con la posición donde se ubique la división del trabajo y la especialización regional, la cantidad y composición de los miembros de la familia, y el equipo en el taller. Los criterios subjetivos responden a cuestiones logísticas del trabajo familiar, el conocimiento y especialización que se tenga sobre el oficio, y la disposición para correr riesgos y experimentar por parte de los productores. No puede negarse la repercusión de la denominación de origen dentro de los aspectos objetivos en la decisión de los artesanos, ya que ésta determina la forma de hacer el trabajo dentro de la especialización regional; aunque puedan elaborar la cerámica según el método tradicional, si no cuentan con la certificación no pueden firmar sus productos con el nombre talavera.

Aun así existe un mercado para estos productos y los elaborados con menos concentración de plomo en el esmalte (cerámica blanca), ya que conservan las características de estar hechos a mano según el proceso tradicional. A continuación se verá la valoración que se da a estos objetos en el mercado y el papel que tiene el proceso de la globalización en la difusión de estos valores.

Mercado Global y Artesanías

La valorización de los objetos artesanales en el mercado mundial se debe en parte a la intervención de académicos (Chibnik 1996:7), comerciantes, intermediarios y de los mismos artesanos que han difundido en los medios de comunicación los procesos de elaboración tradicionales y auténticos de sus productos. Así, estos productos artesanales se han incorporado en el flujo global de mercancías y por sus características se han ganado un lugar en el “gusto global” (García Canclini 2002). A su vez, la masificación característica de la industrialización ha llevado a los consumidores a buscar productos “exóticos”, “auténticos”, “hechos a mano” (Turok 2001) más allá de las fronteras nacionales y continentales.

Algunos autores que privilegian las dimensiones políticas, culturales y comunicacionales sobre las económicas en el fenómeno de la globalización (García Canclini 2000:45), sitúan su inicio a mediados del siglo veinte con la articulación de los mercados a escala mundial por las innovaciones tecnológicas y

comunicacionales. La producción de bienes, el dinero y los mensajes se desterritorializan en el nuevo mercado mundial donde “las fronteras geográficas se vuelven porosas” (García Canclini 2000:46).

El fenómeno globalizante no sólo “homogeneiza” y nos acerca más unos con otros, sino también multiplica las diferencias y genera nuevas desigualdades. El capitalismo se expande y requiere para ello homogeneizar valores y gustos, y a la vez aprovechar la multiplicidad de formas culturales (García Canclini 2000:50-51). Las expresiones culturales se convierten en mercancías de exportación para el consumo mundial; cumplen una doble función, el dar a conocer la riqueza cultural de México en zonas distantes y la generación de empleo para los empresarios que comercializan estos productos.

En este contexto surgen en México a partir de la década de 1970 las denominaciones de origen, con las cuales no sólo se protegen las maneras tradicionales de elaborar los productos mexicanos al competir en el mercado mundial. El Estado legitima con la denominación de origen las producciones “locales” y al mismo tiempo se las apropia como símbolos nacionales (Rodríguez 2003:321). Así, tenemos el caso del Tequila, el Mezcal, las artesanías de Olinalá, la cerámica de Talavera, la Bacanora, el café Veracruz, el ámbar de Chiapas (Rodríguez 2003:329,331), el Sotol, el café Chiapas, el café Pluma, el mango Ataulfo del Soconusco, la Charanda y el agua de Tehuacan (Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial [IMPI] 2006).

En el caso de talavera, la denominación de origen también provee de un nuevo nicho de mercado a los artesanos que la elaboran. Como artículos de lujo con fines decorativos (Graburn 1976:5) principalmente, la cerámica vidriada se convierte en un marcador identitario poblano en el ámbito nacional, y mexicano en el internacional. La identificación de los productos con los lugares de procedencia es un factor que favorece su comercialización (Jacinto 1998:154), y que brinda una oportunidad a los productores ante la invasión en los mercados nacionales de las manufacturas del Sudeste Asiático.

Por otro lado, se le otorga al producto un nuevo valor simbólico que lo convierte en marcador identitario. Esta característica es apreciada por el consumidor, quien busca en el artículo aquello que lo haga expresar su individualidad y su identidad dentro de una categoría social (Graburn 1976:24-25).

El medio por el que los objetos materiales y las personas expresan la identidad es a través de los símbolos. Estos últimos son expresiones arbitrarias (Graburn 1976:24) que pueden incluir más de un significado en un solo contexto particular (Spooner 1991:250); su arbitrariedad reside en que normalmente no existe una conexión entre el contenido del signo o palabra y el contenido del objeto que significan.

La talavera es un símbolo de Puebla que se añade al carácter “mestizo” de la cultura mexicana. Se resaltan ciertos aspectos de la producción de la cerámica para destacar su autenticidad, como la elaboración manual en talleres familiares que aprendieron esta técnica de generaciones pasadas. “La producción casera independiente estimula un tipo particular de identificación con el producto y su simbolismo” (Spooner 1991:256,260); se genera un vínculo entre el valor social del producto y la condición social del artesano.

Con la competencia mundial y el aumento de las “imitaciones” de estos productos auténticos en mercados locales, la denominación de origen parece ser una salida conveniente.

Desde una perspectiva internacional, las artes mantienen un lugar importante en el sistema de valores de los poderes mundiales. Todas las naciones, pero especialmente aquellas con una historia de sometimiento al colonialismo y opresión, buscan establecer una imagen reconocida basada en las características más favorables y altamente romantizadas de su gente. Las artes, así de portables y visibles como son, son una herramienta notable en esta lucha para proveer una suerte de marcador incuestionable, para afirmar una nueva identidad o reafirmar una vieja, para mejorar el pasado y asegurar el futuro (Graburn 1976:31-32).

La denominación de origen, además de ser un proceso legitimador de la riqueza cultural del país, otorga a los artesanos la oportunidad de resignificar su producto y colocarlo en nuevos nichos de mercado. Aunque el ostentar la denominación de origen talavera implica para el productor mantener los procesos y estándares de calidad que lo hicieron acreedor de dicha distinción (Rodríguez 2003:340). La gran mayoría de los talleres domésticos con labor asalariada no pueden acceder a este reconocimiento oficial debido a los altos costos de las tarifas de certificación. No obstante, al no poder firmar sus productos con el nombre talavera, los productores enfatizan su elaboración manual enmarcada en una tradición familiar, ya que éstas son algunas de las características que dotan de valor a las piezas artesanales en el mercado global.

En la actualidad, cada vez más personas “saben y desean la cosa genuina”. Esta última, no es simplemente un artefacto; es un:

(...) objeto confeccionado por individuos particulares, quienes emplean materiales artesanales especiales, y trabajan en determinadas condiciones sociales, culturales y ambientales, recreando motivos y diseños que aprendieron de las generaciones precedentes (Spooner 1991:248).

Este conocimiento de los materiales empleados, de las particularidades en su tratamiento durante el proceso de producción, la técnica adecuada, y otros secretos del oficio son resguardados y altamente valorados por los artesanos que los practican. Este conocimiento los convierte en poseedores de la verdad absoluta y les da autoridad entre aquellos que apenas van aprendiendo los pasos del proceso de producción.

Aunque se conoce muy bien cuáles son los componentes del esmalte y los colores de la talavera, los artesanos lo consideran un secreto del oficio y sólo involucran en su preparación a familiares o gente de confianza.

La talavera es un producto auténtico ligado a una tradición productiva de más de cuatrocientos años de antigüedad en la ciudad de Puebla. Es considerada una obra de arte y una artesanía a la vez por sus características de elaboración manual donde el artesano expresa su identidad cultural de manera creativa. Para ello emplea materiales que se encuentran en la región denominada Zona de Talavera, zona geográfica creada y reconocida por decreto oficial para el beneficio de los artesanos que ostentan hoy la denominación de origen.

La talavera es en parte una mercancía y en parte un símbolo. “Lo auténtico de la talavera son los colores: azul cobalto, azul fino, verde, amarillo, colorado, verde-limón, rosa-rico (antes violeta); y el esmalte: contiene estaño y es craquelado” según la opinión de una artesana certificada (Fernanda Gamboa, apuntes de campo 2004). Pero la autenticidad de la talavera, como de otros productos, es una creación moderna (García Canclini 1987:20) que se construye en el campo de interacción del productor, el consumidor y los espacios donde es comercializado el producto.

La diferencia entre la talavera y la cerámica blanca es la certificación de sus procesos y materiales por un organismo regulador creado para verificar el cumplimiento de la Norma Oficial Talavera. Tanto la talavera como la cerámica blanca son elaboradas con los mismos procesos productivos concretos, aunque el objeto terminado adquiere un significado diferente al ser promovido como “auténtico y tradicional”. El nombre talavera no es lo único que dota de valor simbólico y económico a la pieza; otros mecanismos como la exhibición pública de los objetos en museos, la promoción en eventos culturales y académicos, y la difusión por medios impresos y radiofónicos de sus características de elaboración particular, contribuyen a aumentar el valor de la talavera como un objeto artesanal auténtico.

En los capítulos tres y cuatro se verá con más detalle la relación que existe entre la forma de organización artesanal y la denominación de origen. En el siguiente capítulo se verán los casos de ocho talleres seleccionados de una muestra de sesenta; cuatro de ellos no cuentan con la certificación de sus procesos productivos. Con estos ejemplos se demostrará cómo la denominación de origen sólo beneficia a los talleres que cuentan con el capital suficiente para poder acceder a las tarifas de certificación.