

Consideraciones para la revaloración del arte popular. Hacia una ruta de desarrollo regional en el Sur Pacífico mexicano

JORGE EDUARDO ISAAC EGURROLA*

ALEJANDRA S. ORTIZ GARCÍA**

“...comunidades que se alimentan y enriquecen del vasto tejido asociativo comunitario existen en el campo popular de todo México”

Luis Hernández Navarro, 2023

RESUMEN

En Oaxaca, Chiapas y Guerrero se produce arte popular de gran valor estético, apreciado mundialmente por su calidad y belleza. No obstante, sus creadores viven en precariedad y sin retribución justa. Este trabajo plantea que el asistencialismo estatal y el falso mecenazgo privado han marcado la atención al problema y propone una alternativa de desarrollo regional basada en la asociación autogestiva de los pequeños productores. Organizaciones que armonicen el trabajo individual y colectivo, la gestión compartida de recursos y la formación integral de los artistas, como vía para preservar la identidad cultural y construir relaciones sociales más libres y equitativas bajo nuevas formas de organización productiva.

Palabras clave: arte popular, desarrollo regional, asociaciones autogestivas, Sur Pacífico de México

Clasificación JEL: Z11, R58, J15, P13, O35.

* Profesor de la Facultad de Estudios Superiores Acatlán, Universidad Nacional Autónoma de México, México.

Correo electrónico: jeiemx@yahoo.com.mx

** Profesora de la Facultad de Estudios Superiores Acatlán, Universidad Nacional Autónoma de México, México.

Correo electrónico: ales.ortizg@gmail.com. ORCID: 0009-0008-4114-4541

ABSTRACT

Revaluating folk art. Perspectives on regional development in Mexico's South Pacific Region

In the states of Oaxaca, Chiapas, and Guerrero in Mexico, extraordinary pieces of popular art are created that are appreciated for their quality and beauty worldwide. However, their producers live in precarious conditions, without fair pay for their work and the ancestral arts they preserve. This work reexamines the theme based on the uniqueness of the artworks, the idea of popular art, and its upheaval within contemporary capitalism. It proposes an alternative regional development approach based on cooperative practices and the self-managed organization of small producers, considering units linked to popular art as Small Simple Commodity Production.

Keywords: Folk art, regional development, self-managed associations, Mexican South Pacific

JEL classification: Z11, R58, J15, P13, O35

INTRODUCCIÓN

En los estados de Oaxaca, Chiapas y Guerrero en el sur mexicano, se elaboran extraordinarias piezas de arte popular. Objetos de orfebrería, cerámica y alfarería, textiles y confección, talla de madera, cestería y otros que son reconocidos nacional e internacionalmente por su calidad y belleza. No obstante, salvo contadas excepciones, los talleres, las pequeñas factorías y las comunidades donde se realizan estas obras no se ven reconocidos ni beneficiados por el despliegue de sus actividades y la comercialización de sus productos. Subsisten penosamente en condiciones precarias, muy alejadas de la grandeza que corresponde a las artes y los oficios ancestrales de los que son depositarios.

Es un problema estructural de vieja data que con el paso del tiempo se ha tornado cada vez más complejo. Sus más graves consecuencias apuntan en dos direcciones. Por un lado, el empobrecimiento crónico y la precariedad de las condiciones de vida de los productores y sus comunidades; y por el otro, la tendencia a la extinción de artes y oficios tradicionales que pone en riesgo uno de los más importantes afluentes culturales de nuestro país. Con el aumento de la migración y la violencia, así como los efectos fatales de la pandemia por Covid-19,

en los últimos años la cuestión se exagera y llega a situaciones límite. Hoy, como hace décadas, los más altos niveles de pobreza y pobreza extrema del país, y los índices más elevados de marginación y rezago social se registran en los tres estados de esta región.

Desde hace décadas, instituciones de diferente signo, tanto públicas como privadas, promueven programas de apoyo y asistencia destinados a encarar esta problemática. Sin embargo, sus alcances han sido limitados y puntuales. En el mejor de los casos, solo han alcanzado a paliar la situación de algunos talleres y comunidades específicas, pero nunca se ha llegado a atender a fondo el problema. Por loables que parezcan, la mayoría de esos programas responden a visiones restringidas del fenómeno y lógicas que priorizan el paternalismo asistencialista del Estado, la filantropía corporativa o, claramente, la banalización mercantil de los productos. La atención a las necesidades y aspiraciones de los productores, la dignificación plena de los artistas y sus comunidades no suele ser su prioridad. La insuficiencia se gesta de raíz, ya sea por la superficialidad y la simulación que inspiran las políticas públicas, o por los falsos mecenazgos y los negocios disfrazados que caracterizan al altruismo capitalista.

¿Cómo atender, entonces, una problemática tan compleja en la que se entrelazan aspectos históricos y sociales, económicos y materiales, culturales y propiamente artísticos?

Con estas notas se busca replantear el tema a partir de un ramillete de reflexiones sobre algunos de los principales aspectos involucrados y esbozar los ejes básicos de una ruta alternativa encaminada al fortalecimiento y desarrollo de las pequeñas unidades vinculadas al arte popular en el sur Pacífico de México; y al mejoramiento sustantivo de las condiciones de vida de sus productores y comunidades, sustentado todo ello en prácticas de cooperación y en su asociación autogestiva. A partir de ello, será posible que se dignifique a los artistas populares y a su trabajo, se fomenten la recuperación y conservación de los saberes y técnicas ancestrales utilizados en sus procesos creativos, se respete la identidad de sus etnias y se garantice una justa y sostenible fuente de ingresos.

En el siguiente apartado se presenta una delimitación conceptual sobre la singularidad de las obras de arte, la concepción del arte popular y su trastocamiento en el capitalismo contemporáneo. En el apartado dos se desarrollan algunas consideraciones básicas del componente

histórico que incide en su menosprecio y marginación, así como la caracterización de sus unidades productivas como pequeña producción mercantil simple. Con el apartado tres, se delinea una ruta alternativa de desarrollo regional en el Sur Pacífico mexicano, cimentada en la formación de asociaciones autogestivas de pequeños productores de arte popular. Para concluir este ensayo, se agrega una reflexión final.

1. CONCEPTUALIZACIÓN Y CONSIDERACIONES BÁSICAS

Es preciso entender el trasfondo histórico y estructural del fenómeno y delimitar adecuadamente la problemática que enfrentan los productores de arte popular para distinguir los principales aspectos involucrados y la forma en que se anudan, especialmente en el Sur Pacífico del país. En una primera aproximación, se distinguen los siguientes aspectos:

- a. Singularidad de las obras de arte bajo el capitalismo.
- b. La concepción del arte popular y su soporte comunitario y cultural.
- c. El trastocamiento del arte popular y su riesgo de extinción en el capitalismo contemporáneo.
- d. Componente histórico de la marginación y exclusión social.
- e. Caracterización de las relaciones sociales y rasgos distintivos de las unidades económicas donde se genera el arte popular en México.

1.1. Singularidad de las obras de arte bajo el capitalismo

El arte y sus productos, como la cultura en su acepción más amplia, expresan las condiciones antagónicas bajo las cuales se reproduce la vida social en contextos históricamente determinados. Es una actividad poderosa, marcada por la contradicción de mantener las concepciones del sistema dominante acerca del mundo y, al mismo tiempo, prefigurar y crear formas liberadoras de las emociones y capacidades humanas hacia formas más altas de convivencia social. Es decir, se encuentra cruzada por el conflicto que se funda entre el dominio y la liberación; entre la clase dominante y las subalternas; entre la hegemonía que se ejerce desde el bloque de poder establecido y aquella que se gesta como hegemonía contrapuesta, que prefigura e impulsa transformaciones sociales de mayor o menor calado.

Como producto del trabajo humano en el seno de una sociedad mercantil, la obra de arte se constituye como un bien destinado a satisfacer necesidades a través del cambio, sean estas de orden cultural, esté-

tico, emocional, decorativo, de inversión, resguardo de valor u otras. En sentido económico, la pieza de arte se asume como un valor de uso que llegará a ser apreciado o consumido por alguien distinto a quien lo produce, solo después de que haya concretado su intercambio o venta. Es decir, el arte se asume como mercancía.

Sin embargo, la obra de arte es una mercancía singular. Su valor no está sujeto al trabajo social abstracto que requiere su producción, ya que representa una pieza única, generada por un tipo de trabajo único irreductible a la abstracción, dada la subjetividad del productor directo involucrada en su concepción, ejecución y creación.¹ Es un producto-mercancía que no proviene de la fabricación en serie y estandarizada, sino de la materialización de las capacidades y destrezas de un creador directo que normalmente no está sujeto a una relación de trabajo asalariado en la cual se le indique cómo, dónde y de qué manera debe desplegar su trabajo. Así, la singularidad de las obras de arte radica tanto en las características del trabajo que las produce como en la forma en que se fija el importe monetario de su intercambio. En el primer caso, se trata de que, aún en la sociedad capitalista más avanzada, la concepción y la ejecución de las obras artísticas no llega a escindirse: el artista realiza tanto el trabajo intelectual como el manual.

En cuanto a su tasación, el valor del bien artístico y el precio en que se intercambia están sujetos a la estimación de sus rasgos distintivos, según las condiciones específicas de su venta y las personas o instituciones que intervengan. Salvo en un intercambio cara a cara entre artista y comprador, la realización de las piezas de arte se ejecuta obligadamente en el espacio circulatorio, que abarca su transportación, almacenamiento, exhibición y venta. Con lo cual, la comercialización de objetos artísticos se lleva a cabo en mercados singulares donde, amén de establecerse sus precios, se ponderan sus atributos, tales como la concepción de la obra, la calidad de su ejecución, su significado y sentido estético, así como los antecedentes y trayectoria de los artistas. El precio de venta, entonces, no solo comprende la retribución monetaria al artista y los intermediarios, sino también la tasación “institu-

¹ Los economistas clásicos y el propio Marx, subrayaban este rasgo distintivo de las obras de arte. Cf. Julio López Gallardo y José Valenzuela Feijóo, “La teoría del valor en la economía política clásica: Smith y Ricardo”, Revista *Economía y administración*, número 18, segundo cuatrimestre, Universidad de Concepción Chile, 1971. Carlos Marx, *El Capital*, Tomo I. Primera sección, diversas ediciones.

cionalizada” de la obra. En esta retribución a quienes participan en la esfera circulatoria intervienen tasadores “profesionales”, como gale-ristas, curadores, historiadores del arte, coleccionistas, marchantes y un gran género de personajes cuyo papel depende de las características de la obra, su destinatario y tipo de mercado. En todo caso se trata de valoraciones subjetivas, tan variadas como manipulables.

Con el desarrollo capitalista, la intermediación en la compraventa de obras de arte ha alcanzado niveles de especialización y diferenciación cada vez mayores para crear un “mercado del arte” siempre expuesto a la especulación y regido por la lógica del lucro. Así, la práctica artística tampoco escapa al dominio de los mandatos del mercado, a la lógica del consumo impuesta por los intereses del capital, con lo cual se llega a trastocar tanto el sentido y la orientación de la creación de las piezas artísticas como la hondura del goce estético y las emociones que desata. La valoración del arte en la sociedad contemporánea se somete, bajo diferentes mecanismos, a la reproducción capitalista, los intereses económicos, la dominación ideológica, los prejuicios sociales y demás.

1.2. La concepción del arte popular (entre la estética y la ideología) y su soporte comunitario y cultural

Podría suponerse que, en la sociedad contemporánea altamente técnica y llena de artificios creativos de dudoso valor estético, el arte popular sería capaz de despertar un poderoso atractivo. Para avalar este supuesto, hace algo más de medio siglo, Vicens, Gomis y Prats Vallès (1971) se preguntaban de dónde procede la nobleza y el encanto del arte popular. Su respuesta se finca en tres características distintivas del arte popular: a. la presencia de la proporción humana; b. la simplicidad; y c. la ausencia de toda pretensión trascendental. Y para dilucidar el secreto de los objetos donde se materializa el arte popular, se formulan otras tantas interrogantes y postulados:

- i. ¿Qué factores determinan su aspecto? Ante todo, el sentido funcional del arte popular, que permite una integración simple y directa al entorno y a la vida cotidiana de quien lo disfruta.
- ii. ¿Cuáles son las leyes que rigen su creación? La fidelidad a la materia. Es decir, la poética belleza del arte popular se sustenta, en buena medida, en la presencia fiel y llana de la materia que lo integra.
- iii. ¿Cómo evolucionan las formas del arte popular? Mediante la síntesis de la sensibilidad colectiva y el oficio singular del artista.

Es precisamente en este último aspecto donde se encuentra la clave del significado “popular” en el arte. Esto es, en la unión de las cualidades individuales del artista popular y las cualidades colectivas del pueblo. En sus palabras, el “carácter popular de este arte depende de la relación entre el artesano creador y la comunidad; relación muy característica que liga la creación individual a la conciencia colectiva del grupo” (Vicens, Gomis y Prats Vallès, 1971, pág. 14).

Se observa una rica síntesis cultural que se establece entre la sensibilidad colectiva, como devenir histórico de la comunidad donde se generan las obras de arte popular, y su singular materialización por medio de la creatividad y el trabajo del artista que las produce. Se trata, además, de una síntesis generativa y cambiante, donde ambos componentes se transforman a lo largo del tiempo, a lo largo de la historia. La sensibilidad colectiva se resignifica al absorber y recrear su herencia cultural mediante la actividad de los productores directos.² Mientras que el artista popular, como sujeto creativo, es por su parte la expresión viva y productora del legado comunitario (sea o no consciente de ello), que interpreta y ejecuta de un modo particular esa sensibilidad en sus obras. Este elemento general alcanza en México una singular dimensión, ya que los artistas populares plasman en sus creaciones la cosmovisión que los arraiga a su tierra y a su historia. En cada obra se expresa la concepción del mundo del artista, la personal interpretación de su identidad ya sea como miembro de una etnia, de un grupo social, de una comunidad o de un pueblo. El arte popular mexicano es por ello tan rico y diverso. Su simbolismo y significado se multiplican en cada región, en cada comunidad, en cada taller.

Entendido como esta gran síntesis, el arte popular representa una matriz creativa que, alejada de toda estandarización simplona, da lugar a obras diversas y únicas a través de las cuales se reproduce y se recrea social e históricamente.

Los otros dos postulados señalados (i y ii) permiten ahondar aún más en el ser genérico del arte popular y adentrarse en la fecunda significación que tiene en México. En cuanto a su morfología, prevalece el

² Vicens, Gomis y Prats Vallès lo expresan así: “La sensibilidad colectiva ha asimilado elementos sucesivos, dejando unos intactos, alterando otros, ejerciendo un instinto selectivo que ha retenido de cada momento lo que encajaba en la estructura de la sensibilidad del grupo” (1971, pág. 14).

arraigo directo y espontáneo que alcanza en la vida cotidiana de quienes lo disfrutan, ya sea por la sencilla accesibilidad a sus atributos estéticos, su riqueza como arte decorativo o su lucimiento como bienes utilitarios de consumo. En cuanto a su composición corpórea, sobresale la fidelidad que guarda con materiales sencillos, insumos y bienes provenientes principalmente de su entorno natural que se integran con sorprendente coherencia a su hechura. A partir de estos elementos, es posible apreciar la relevancia del despliegue del arte popular a lo largo y ancho de nuestro país. Las comunidades donde se asienta su creación mantienen aún la idea de una relación de respeto y comunión con la naturaleza, y cuentan con una rica sensibilidad plástica y estética, heredada de culturas ancestrales atesoradas de forma colectiva.

Con toda su sensible inteligencia, Walter Benjamin (2023) señala que *el aquí y el ahora de la obra de arte* constituyen la esencia de su autenticidad. Y agrega, “es la síntesis [de] todo lo que tiene de transmisible desde su origen, empezando por su durabilidad y hasta su condición de testimonio histórico [...] la aptitud de la cosa como testimonio histórico. [...] Todo esto podría subsumirse en el concepto de *aura*”.³ Si se sigue al filósofo berlinés, se puede afirmar que *el aura* de la obra de arte es la inmediatez (el aquí y el ahora) que revela la autenticidad de su manufactura y permite una genuina apreciación.

En este sentido, el arte popular revela un *aura* singular, donde se condensa la sensibilidad humana, la naturaleza y el tiempo.

1.3. El trastocamiento del arte popular y su riesgo de extinción en el capitalismo contemporáneo

Preservar todos los componentes del patrimonio material e inmaterial, objetivo y subjetivo, que sustenta el arte popular, sus prácticas y oficios, es una tarea colosal que reclama políticas de Estado de gran calado que, a contracorriente de la plena expansión del capital, operen a favor de la cultura y el progreso civilizatorio de la sociedad. A pesar de la invaluable riqueza cultural que representa, el arte popular constituye la supervivencia de una tradición creativa que el avance desenfrenado del capitalismo, sus estructuras oligopólicas y sus modalidades más salvajes de regulación, tienden a degradar y extinguir. Esa amenaza se

³ Esta aguda caracterización de Benjamin aparece en el segundo capítulo de su famoso libro *La obra de arte en la era de su reproducción técnica*.

encarna en varios fenómenos cuya revisión a profundidad sobrepasa el alcance de este ensayo. Sin embargo, conviene mencionar de manera puntual algunos de ellos.

- i. En el entorno más inmediato a su ejecución, el resguardo del patrimonio propio del arte popular precisa de dos tareas primordiales. Una, la transmisión de saberes entre padres e hijos, entre viejos y jóvenes; la otra, la asociación comunal y la organización de gremios. En la sociedad capitalista actual ambas acciones tienden a desdibujarse, no solo en la vida citadina de las grandes urbes, sino también en el campo, el medio rural y las pequeñas poblaciones. Revitalizar ambas prácticas, hoy en día, resulta fundamental.
- ii. La sujeción de los objetos de arte popular en su calidad de mercancías a la lógica de la rentabilidad y la competencia comercial, inevitablemente propicia su desnaturalización, que dependiendo de las circunstancias puede alcanzar un grado muy alto. Su mercantilización descontextualizada lanza los objetos artísticos al mercado como productos indiferenciados para competir con otros bienes por su consumo. Este proceso va de la mano de la pérdida de la especificidad de los propios artistas populares. Si se piensa, por ejemplo, en un tapete diseñado por un artista oaxaqueño, tejido a mano con fibras y colorantes naturales en un taller de Teotitlán del Valle, que compite —abiertamente y sin ninguna mediación— con una alfombra fabricada por telares computarizados en la enorme fábrica de una corporación transnacional en Shangháí.
- iii. Con la expansión del capitalismo se consuma la universalización mercantil, cuyo estatuto convierte en mercancía a todo género de bienes (materiales o intangibles), a toda cosa o criatura sobre la faz de la Tierra, a toda necesidad social (primordial o superflua). Con ello, los mecanismos de comercialización alcanzan formas cada vez más complejas y sofisticadas, controlados por grandes corporaciones monopólicas. Los pequeños productores de arte popular han visto cómo se desvanece el vínculo directo, cara a cara, que se solía establecer entre ellos y el adquiriente, gozoso consumidor de su obra. Para lograr la venta de sus productos, se someten cada vez más a una abigarrada red de intermediarios que va desde “coyotes”⁴ y comerciantes en pequeño hasta las grandes comercializadoras.

⁴ En México se le llama coyote a un intermediario irregular, en ocasiones ilegal. En el ámbito

- iv. Del mismo modo, el apabullante efecto de los dictados del mercado sobre pequeños productores empobrecidos los orilla a modificar técnicas tradicionales y a utilizar materiales inapropiados o de poca calidad con el fin de ajustar a la baja los precios de sus productos. Paradójicamente, el alejamiento de sus tradiciones no les ha garantizado mayores ventas, pero sí ha demeritado la integridad de su trabajo artístico y mermado culturalmente a sus comunidades⁵.
- v. El arte popular se ve impactado por la emergencia de nuevos referentes estéticos y culturales, así como por patrones de consumo y gustos sociales moldeados e impuestos como imperativos de consumo. A priori, no es posible diferenciar los efectos enriquecedores de aquellos que debilitan y envilecen el arte popular que estos procesos generan. Solo a través de estudios específicos y rigurosos es posible establecer la capacidad de los artistas populares para adaptarse y asimilar, de manera provechosa, estos cambios a su matriz creativa. O bien, comprobar el alcance depredador que pueden llegar a tener. En ese sentido, es recomendable revisar el estudio de la profesora Barbosa (2019), quien nota que la creatividad artesanal da testimonio de la dinámica de innovación y apropiación de influencias foráneas a su contexto cultural, y se contrapone al prejuicio de que las comunidades indígenas rechazan el cambio.⁶
- vi. En ese mismo estudio se advierte otra amenaza: “Desde la perspectiva teórica de Adorno y Horkheimer, los intereses económicos de las industrias culturales involucran una lógica de masificación y estandarización de los productos [...]. Por ende, no solo hurta el diseño artesanal, también lo distorsiona, al despojarlo de la significación cultural que le dio origen” (Barbosa, 2019; págs. 31-32).

comercial opera con ventaja y sin escrúpulos para aprovecharse de la urgencia y necesidades perentorias de las partes con el fin de esquilmarlos.

⁵ FONART documenta esta tendencia en su *Diagnóstico de la capacidad de los artesanos en pobreza para generar ingresos sostenibles*, publicado en 2010.

⁶ Menciona el caso del barro negro de San Bartolo Coyotepec en Oaxaca, resultado de la innovación técnica de pulir con piedras de cuarzo las piezas, así como las imágenes pictóricas sobre papel amate en Guerrero, gestadas en la década de 1960, o las catrinas y los alebrijes, actuales símbolos nacionales que se crearon a principios del siglo XX. Comenta, además, que las innovaciones, aunque impulsadas inicialmente por una sola persona o familia, se convierten en patrimonio colectivo al ser socializadas de inmediato por la comunidad para reproducir sin obstáculos el objeto novedoso; estas innovaciones “son representativas de la constante creatividad artesanal desde la perspectiva cultural e identitaria de la colectividad” (Barbosa, 2019; pág. 25).

2. COMPONENTE HISTÓRICO DE LA MARGINACIÓN Y EXCLUSIÓN SOCIAL, ECONÓMICA Y CULTURAL DE LAS COMUNIDADES DONDE SE ENRAÍZA EL ARTE POPULAR Y SUS OFICIOS

2.1. Discriminación histórica de los pueblos indígenas

La discriminación histórica y la exclusión social de los pueblos indígenas son el basamento del desprecio y desvalorización de sus productos culturales.

Bajo esta discriminación, argumenta Alma Barbosa (2019, pág. 21), “opera la subestimación cultural del ser y hacer de las comunidades artesanales y la indefensión económica y jurídica de su actividad económica. [...] Contradictoriamente, las obras artesanales suscitan el asombro y el aprecio estético, mientras que los artesanos están sujetos al maltrato económico y étnico, obedeciendo a la representación cultural de su inferioridad”.

Por su parte, Victoria Novelo (2002) considera que, aunque existe una admiración por los productos, esta no se traduce en un reconocimiento que les permita mejorar su calidad de vida. Y añade, “la separación que se hace entre los productores y sus obras en el terreno de la admiración tiene, [además de la dimensión económica-social], un ingrediente de discriminación cultural en el terreno de la apreciación estética”; lo cual conlleva una paradoja: “se otorga valor simbólico nacional a ciertos objetos que son expresión de culturas cuyos participantes no tienen las condiciones materiales para ejercer la libertad de creación artística ni de decisión sobre sus obras” (págs. 173-174).

A pesar de la rica síntesis cultural que lo sustenta, de la apreciación estética y las emociones que desatan sus diversas manifestaciones, el arte popular no es debidamente valorado en la sociedad contemporánea. Los prejuicios clasistas de la inferioridad social de sus productores que campean en amplios sectores de nuestra sociedad, así como los intereses económicos y la ideología dominante, propician de manera espontánea el desprecio y la degradación de sus piezas; llevan a devaluarlas como objetos folclóricos, artesanías insignificantes y bienes utilitarios provenientes de oficios menores.

Si se revisan las estadísticas oficiales sobre la situación de las comunidades donde residen los productores de arte popular, se identi-

fica que Oaxaca, Chiapas y Guerrero son los únicos estados en el país que alcanzan un índice de marginación muy alto (CONAPO, 2023), y albergan las zonas con el mayor porcentaje de pobreza y pobreza extrema con municipios donde 98.5% de los habitantes son pobres y 69.6% muy pobres. De manera marcada, estos lugares se ubican en los Altos de Chiapas y en la Mixteca (en una región compartida por Oaxaca, Puebla y Guerrero), con población mayoritariamente indígena (CONEVAL, 2021b). Por si fuera poco, en las estimaciones oficiales sobre rezago social los estados del Sur Pacífico ocupan los tres primeros lugares en el país, mientras que su proporción de viviendas con acceso a los servicios básicos y con espacios de calidad es mucho menor que en el promedio nacional (CONEVAL, 2021a), como se observa en el cuadro 1. La marginación, la miseria y la exclusión social son rasgos que históricamente distinguen a amplias regiones de los tres estados del Sur Pacífico.

CUADRO 1
REZAGO SOCIAL EN EL SUR PACÍFICO, 2020

Entidad	Grado de rezago social	Lugar que ocupa a nivel nacional	Viviendas con piso de tierra (%)	Viviendas que no disponen de agua entubada de la red pública (%)	Viviendas que no disponen de energía eléctrica (%)
Nacional	-	-	3.5	3.5	0.8
Sur Pacífico*	Muy alto	-	12.6	10.2	1.9
Oaxaca	Muy alto	2	13.3	9.8	2.3
Guerrero	Muy alto	3	14.0	11.1	1.6
Chiapas	Muy alto	1	11.1	9.9	1.8

*Promedio ponderado por la población.

Fuente: Elaboración propia con datos de CONEVAL (2021a).

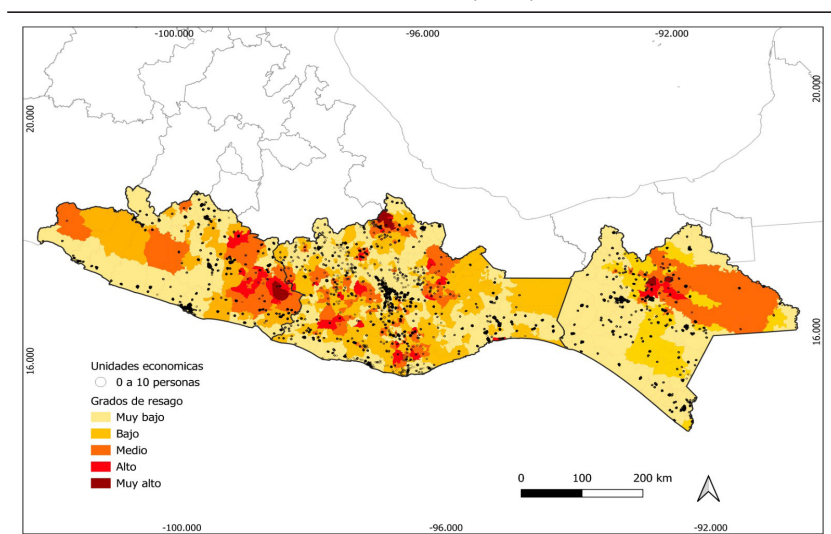
En la figura 1 se presenta la localización de las unidades económicas productoras de arte popular⁷ de los tres estados del Sur Pacífico; se distinguen zonas por el nivel de rezago social. Como se puede observar, cinco de cada diez talleres se ubican en municipios con rezago social

⁷ Los criterios para la selección de estas unidades se explican en el Anexo A.

medio (25.5%), 31.6 % con rezago social bajo y 4.5% con rezago social muy bajo. El resto, radican en municipios con rezago alto y muy alto (38.4%). Cabe señalar, sin embargo, que no es posible establecer una relación causal consistente en estos datos. Dado que en los ingresos de las familias se agregan los provenientes de actividades agrícolas y comerciales, programas gubernamentales y remesas, entre otros, resulta incierto el impacto que tiene la elaboración de arte popular para mejorar sus condiciones de vida.

FIGURA 1

UNIDADES ECONÓMICAS PRODUCTORAS DE ARTE POPULAR (2024) Y REZAGO SOCIAL EN EL SUR PACÍFICO (2020)



Fuente: Elaboración propia con datos de CONEVAL (2021a) e INEGI (2024).

2.2. Caracterización de las relaciones sociales y rasgos distintivos de las unidades económicas donde se genera el arte popular en México

En su *Diagnóstico de la capacidad de los artesanos en pobreza para generar ingresos sostenibles*, el Fondo Nacional para el Fomento de las Artesanías (FONART, 2010) identifica dos tipos de artesanos: aquellos que son dueños de talleres “modernos” y pueden contratar operarios regulares e incluso llegar a producir en forma de maquila, y aquellos que trabajan en “el seno familiar”, mayoritariamente indígenas, cuyos ingresos por esta actividad suelen ser solo complementarios para

solventar sus gastos. Se trata de una distinción bastante elemental que no alcanza a rebasar el ámbito descriptivo. Para avanzar en el análisis crítico de la situación de las unidades económicas donde se genera el arte popular y trazar líneas de acción efectivas para su desarrollo, se hace indispensable una caracterización más rigurosa a partir de sus rasgos esenciales. De entrada, la distinción de FONART puede ser más precisa si se considera que, en el primer caso, se encuentran pequeñas o medianas empresas de tipo capitalista; en el segundo, a unidades de pequeña producción mercantil simple.

El peso de las factorías de tipo capitalista es muy reducido. Según se observa en el cuadro, 2.92% de las unidades que elaboran piezas de arte popular a nivel nacional emplean a no más de cinco personas. En el Sur Pacífico, integrado por los estados de Oaxaca, Chiapas y Guerrero, el porcentaje asciende hasta 98%. Si se agregan las unidades donde laboran de seis a diez personas, se obtiene prácticamente el total de las unidades.

CUADRO 2
UNIDADES ECONÓMICAS PRODUCTORAS DE ARTE POPULAR, 2024

Entidad	Unidades económicas	Composición por estrato de personal ocupado			Participación en el total nacional (%)	Unidades económicas por 100 mil habitantes
		0 a 5 personas (%)	6 a 10 personas (%)	11 y más personas (%)		
Nacional	194,433	92.4	4.1	3.5	100.0	154.3
Sur Pacífico	49,130	98.5	1.2	0.2	25.3	371.7
Oaxaca	24,082	99.0	0.8	0.2	12.4	582.8
Guerrero	17,183	98.0	1.8	0.2	8.8	485.3
Chiapas	7,865	98.5	1.3	0.3	4.0	141.9

Fuente: Elaboración propia con datos de INEGI (2024).

Cabe destacar también que 25% de las unidades productoras de arte popular en el país se localiza en los tres estados de la región Sur Pacífico. Oaxaca es la entidad con mayor participación nacional; Guerrero ocupa el quinto lugar y Chiapas el noveno. En cuanto a la cantidad de unidades que producen arte popular per cápita, la región tiene un nivel 2.5 veces mayor que el promedio nacional. El de Oaxaca es casi cuatro veces superior, y el de Guerrero más de tres. Chiapas se encuentra

cerca de la media nacional. La vocación artística de las comunidades y pueblos del Sur Pacífico es uno de los grandes patrimonios de la región y su aporte al arte popular de México es fundamental.

Es posible afirmar que en la región de estudio el arte popular se genera, prácticamente en su totalidad, en unidades cuyo rasgo esencial es operar como pequeña producción mercantil simple (PPMS).⁸ Esto significa que el trabajo no se despliega bajo las condiciones de trabajo asalariado y, por tanto, no se les puede catalogar como capitalistas. Pero, además, por el carácter típicamente subordinado que tiene la pequeña producción mercantil simple, su reproducción social no escapa a la lógica dominante de la valorización de capital, sus normas de competencia y rentabilidad.

A partir de este rasgo esencial de los pequeños productores de arte popular, se señalan otros aspectos fundamentales de su operación:

- i. Se trata en general de pequeños talleres cuyas actividades se despliegan a partir del trabajo concebido y ejecutado por un maestro, con la asistencia de aprendices y ayudantes unidos normalmente por lazos familiares, comunitarios o de amistad. La contratación de fuerza de trabajo mediante relaciones salariales formales no es común. En esta suerte de unidad familiar, el maestro como ‘pequeño productor’ detenta la propiedad de los medios productivos y ejerce su poder patrimonial. Tenemos entonces que en estas unidades “La propiedad es personal y no existe explotación del trabajo ajeno. [...] En otras palabras, los que despliegan el trabajo productivo son también los dueños de los medios de producción empleados” (Valenzuela, 2014; pág. 315).
- ii. En estas unidades, en consecuencia, no es posible distinguir con claridad la parte de los ingresos que cubre el consumo de subsistencia de los productores y sus familias de aquella que representa ganancias propiamente dichas. De tal forma, en su producto agregado el exiguo producto excedente, cuando lo hay, se diluye en el producto necesario. Es frecuente que los miembros de estos talleres sobrevivan en la pobreza, con un trabajo precario sin asistencia ni seguridad social alguna; es habitual que para subsistir requieran llevar a cabo activi-

⁸ Un estudio detallado de la Pequeña producción mercantil simple nos lo ofrece el profesor José Valenzuela Feijóo en su *Teoría general de las economías de mercado*, publicado por la Facultad de Economía de la Universidad Nacional Autónoma de México en 2014. Consultar en particular los capítulos XVI y XVII del Tomo II.

dades complementarias, como el trabajo agrícola y el comercio al por menor, entre otros muchos.

iii. El proceso de trabajo propiamente dicho suele ser irregular y discontinuo, con lo cual se afecta su eficiencia y, sin duda, la obligada concentración reflexiva que reclama una actividad creativa. Su producción es a pequeña escala, habitualmente con medios productivos rudimentarios, limitada dotación de equipo y en espacios de trabajo inadecuados. En la gestión operativa y la administración de sus recursos prevalecen prácticas intuitivas, la falta de experiencia y conocimientos elementales.

iv. Buena parte de estas unidades productivas son incapaces de mantenerse más allá de las condiciones de reproducción simple. Al no apropiarse de excedente de manera regular, su capacidad de acumulación es exigua o inexistente. Con la permanente amenaza de cierre, se mantienen en un lastimoso letargo de supervivencia, con todo género de esfuerzos y sacrificios personales y comunitarios, el apoyo de familiares migrantes o nimios recursos provenientes de programas sociales. Su móvil, más que la apropiación de ganancias es sobrevivir; honrar y perpetuar su arte y tradiciones creativas.

v. Por otra parte, vale recordar que dado el estado de transición que caracteriza la PPMS, la subsistencia de estas unidades siempre está en entredicho. Sobre las que operan en las peores condiciones siempre pende la amenaza de la desaparición. En el otro extremo, es posible que algunos talleres logren consolidarse productiva y comercialmente para remontar su posición y convertirse en pequeñas empresas de orden capitalista; con trabajadores asalariados, mejores instalaciones y medios productivos y capacidad de acumular y expandirse. Por las condiciones prevalecientes en el Sur Pacífico, han sido muy pocas las que han logrado consumir ese proceso.

vi. La antinomia entre la pequeña producción mercantil simple y la acción de estructuras oligopólicas en los mercados capitalistas contemporáneos, propicia que sea en la realización de sus productos donde estas unidades encuentran mayores obstáculos y reveses. Tradicionalmente, la venta de sus piezas se circunscribe a su localidad o región circundante. Para mercados más amplios y alejados deben recurrir a una gran cantidad de intermediarios, coyotes, comercializadoras establecidas o instituciones gubernamentales, con lo cual los ingresos de los productores directos se reducen, al tiempo que el precio final de sus obras se encarece por la suma de desmedidas ganancias de circulación.

Además, debido a las ventas lentas y a baja escala, al crédito forzoso que les imponen los intermediarios y a la tardanza de su cobranza, estos pequeños productores sufren permanentemente de estrangulamiento financiero. Al no contar con acceso a créditos apropiados, se les orilla a endeudarse en condiciones adversas con usureros y bancos comerciales voraces.

vii. En el desbocado capitalismo neoliberal mexicano, el aperturismo y la desregulación, de la mano de un Estado omiso de sus responsabilidades, hacen que los artistas populares enfrenten también el descarado plagio de sus diseños. Ya sea por reconocidos diseñadores de moda de talla internacional que sin decoro los incorporan a sus exclusivos catálogos a precios desorbitantes, o bien por empresas transnacionales que desde China los reproducen masivamente en piezas falsificadas, de baja calidad y precios ínfimos. Todo ello, sin ningún reconocimiento explícito o beneficio para sus creadores originales.⁹

3. HACIA UNA RUTA DE DESARROLLO REGIONAL EN EL SUR PACÍFICO MEXICANO

Se retoma, entonces, la pregunta inicial: ¿cómo enfrentar la compleja problemática de los artistas populares de México, en particular los que residen en los tres estados del Sur Pacífico?

Bajo la limitada visión dominante prevalece la idea de que actualmente no hay más opciones que aquellas aplicadas incesantemente a lo largo de los años, asimiladas de manera acrítica como la única forma de enfrentar el problema. Su ruta sería, entonces, hacer lo mismo, pero de mejor manera. Esto es: i. continuar con el paternal asistencialismo público, perfeccionado ahora a través de programas de mayor alcance y más imaginativos, renovados en sus discursos inclusivos y fundamentos de justicia social¹⁰; ii. esperar que la filantropía privada gene-

⁹ Conviene revisar el interesante trabajo de Judith Amador (2018) donde documenta casos de plagio de diseños de artistas populares por parte de consorcios transnacionales, como Nestlé, Zara, Mango y Michael Kors, e incluso de empresas nacionales, como Pineda Covalin.

¹⁰ La presidenta Claudia Sheinbaum anunció recientemente que, como parte del Plan México, va a impulsar un “proyecto de recuperación, apoyo, promoción a las artesanas y artesanos de México”, mediante créditos a la palabra con cero por ciento de interés, certificación de las piezas, programas tanto de rescate de técnicas artesanales como de innovación y diseño y la garantía de comercializar las artesanías a precio justo, en los nuevos encuentros llamados *Original* y a través tiendas operadas por el mismo FONART. El proyecto “busca comercializar sin interme-

rosamente amplíe los montos y alcances de sus proyectos de apoyo mediante fundaciones, asociaciones sin fines de lucro, clubs sociales u organizaciones no gubernamentales; iii. confiar en que algunas (muy pocas) de las unidades económicas se transformen en talleres o pequeñas empresas capitalistas, gracias a que por su esfuerzo y capacidades creativas y a saber aprovechar los apoyos públicos y privados, el mercado las llegue a premiar declarándolas aptas para la competencia; iv. fomentar cooperativas de corte tradicional, donde la propiedad fraccionada y el trabajo aportado no rompen la lógica empresarial, y conllevan consabidas distorsiones y corruptelas en una larga trayectoria con más fracasos que éxitos.

Sin negar que estas acciones pueden ser encomiables en la situación que se vive en el Sur Pacífico mexicano y que podrían llegar a tener impactos positivos, lo cierto es que el fondo del problema permanece sin atender. Los pequeños productores de arte popular continúan sujetos a concepciones económicas, ideológicas y culturales que no les son propias, y bajo las cuales se les condena a la dependencia e invalidez social; a un trato subordinado que los minimiza como artistas y sujetos sociales y los condena tarde o temprano, de una u otra manera- a fenecer. No es exagerado afirmar que sobre ellos pende la constante amenaza de una supervivencia lastimosa en entornos de pobreza y marginalidad, de la extinción gradual de sus artes y oficios por la imposibilidad material de sostener su integridad ante la embestida monopólica de las formas imperantes de producción y comercio del capitalismo actual. Están en constante riesgo de convertirse en abstracciones vivientes de una

diarios, para dignificar el trabajo artesanal y generar un equilibrio entre la riqueza cultural que representa y un mejor escenario económico digno para sus creadores”, además de “acompañar a las artesanas y a los artesanos en procesos de capacitación, experimentación, innovación, colaboración con terceros, comercialización y hasta exportación” (Presidencia de la República, 2025). La iniciativa parece acertar en varios frentes, que empiezan por nombrar a las artesanías como arte popular y reconocer que uno de los mayores problemas es su comercialización, con la presencia de intermediarios y la falta de recursos por parte de los productores para promover sus propias obras de arte. Asimismo, la propuesta de levantar un censo de artesanos para identificar las necesidades de capacitación y acceso a las materias primas y diseñar planes específicos que las atiendan, está en línea con las consideraciones que expresamos en el presente trabajo. Sin embargo, adolece del mismo sentido paternalista que ha caracterizado a los programas asistencialistas gubernamentales. Se reproduce la idea de que los artistas populares requieren ser tutelados, al no estar plenamente facultados para trazar sus propios objetivos y ser agentes autónomos de cambio. Este asunto medular está al centro de nuestra propuesta.

realidad social que los excluye, de ser anticipadamente objetos petrificados en libros y museos.

Confrontar este destino reclama explorar una ruta alternativa, con un cambio radical de enfoque, donde los pequeños productores sean por sí mismos agentes de cambio, y sus tradiciones comunitarias el germen de nuevas formas de organización social, de la creación de sus obras y la gestión de sus unidades productivas; todo ello para exaltar y engrandecer el arte popular y sus oficios, y hacer posible que su trabajo sea el sustento efectivo de una vida digna y provechosa para ellos y sus comunidades.

Con esa intención, se plantean los enunciados básicos de una propuesta cuyo fundamento es la asociación de los pequeños productores de arte popular en organizaciones autogestivas. Se trata de que las unidades individuales de pequeña producción mercantil simple, sin perder su independencia creativa y patrimonio propio, avancen de manera consensuada y progresiva a formas de organización basadas en principios asociativos, que combinen las artes y los oficios individuales con aquellos que surjan del trabajo cooperado, el intercambio y la reflexión conjunta; que mediante una gestión colectiva de aprendizajes comunes logren hacer más eficientes los procesos productivos, la administración y las ventas de sus obras.

La asociación autogestiva de los pequeños productores en organizaciones que sintetizan el sentido productivo, social y cultural de su quehacer artístico permitiría: i. revalorar el arte popular mexicano, salvaguardarlo, enriquecerlo y renovarlo; ii. generar ambientes y procesos creativos para el desarrollo y mayor significación cultural del arte popular; iii. propiciar bases objetivas y subjetivas para el mejoramiento de las condiciones de vida de los artistas populares y sus comunidades; d. promover y encauzar nuevas formas de relacionarse con las instituciones gubernamentales y las organizaciones civiles para los apoyos y dotación de recursos.

Podrá apreciarse que se considera indispensable un cambio radical en la concepción y atención de la problemática antes de ser capaces de plantear una ruta hacia el desarrollo. La propuesta para el fortalecimiento productivo, económico e identitario de los talleres, como base de una estrategia de desarrollo comunitario, local y regional, parte de cuatro ejes básicos, que se esbozan a continuación de manera articulada: promover y constituir asociaciones autogestivas de productores

de arte popular; estudiar, sistematizar y documentar el arte popular mexicano; evaluar de manera crítica y sistemática las condiciones en las que operan las unidades económicas vinculadas al arte popular y; delinear y promover nuevas formas de apoyos y dotación de recursos. La propuesta se compendia en los siguientes ejes básicos.

3.1. Promover y constituir asociaciones autogestivas de productores de arte popular

El aspecto medular de la propuesta radica en la construcción de asociaciones autogestivas de productores de arte popular (AAPAP), concebidas como células de un tejido comunitario a escala regional que, sustentado en las capacidades creativas y productivas compartidas por los artistas populares y sus centros de trabajo, adquieren cohesión y relevancia a través de las prácticas individuales y colectivas de sus miembros en la concepción, elaboración y realización comercial de sus obras. Su composición orgánica puede partir de las diversas expresiones del arte popular y sus oficios, mientras que su demarcación regional dependerá del despliegue territorial de las unidades artísticas y las condiciones de integración que se vayan alcanzando.

Esta asociación autogestiva pretende armonizar el trabajo individual y colectivo de los artistas y sus centros de trabajo, así como el ejercicio colectivo del poder patrimonial sobre los recursos productivos y una gestión basada en responsabilidades compartidas, acuerdos consensuados y la formación integral de sus miembros para participar en la operación de la organización.

En vez de representar una vuelta al pasado, las AAPAP prefiguran formas de relacionamiento social más avanzadas que las imperantes bajo el capitalismo. Además de este aspecto que podría ser una gran contribución para la transformación progresista de México, las AAPAP aportan dos cambios sustantivos, tanto en el terreno teórico conceptual como en el práctico, para enfrentar las problemáticas mencionadas. Por un lado, atienden los aspectos esenciales del fenómeno al poner las formas de vida social de los artistas populares al centro de la solución, y a ellos mismos como los principales sujetos del cambio; así, las soluciones van de abajo hacia arriba. Por otra parte, las AAPAP constituyen entidades orgánicas que se desarrollan al interior de la matriz creativa del arte popular mexicano, para recrearla y enriquecerla. Por eso, es a través de ellas que todo género de factores externos, como los

apoyos públicos y privados, alcanzará mayor significación y mejores resultados.

El funcionamiento de las AAPAP perseguiría dos metas principales que se esbozan a continuación: i). el desarrollo de las capacidades y artes creativas, y ii). el desarrollo de procesos creativos y gestión conjunta.

i. Desarrollo de las capacidades y artes creativas

Entre otros, contempla los siguientes aspectos:

- La formación integral de sus miembros bajo el principio de “aprender con todo el cuerpo” y durante toda la vida. Se trata de un aprendizaje conjunto y acumulativo, basado en la asimilación crítica de sus procesos creativos y del intercambio de experiencias, debidamente apreciados y sistematizados.
- La interacción permanente con otros artistas y creadores, así como con diversas instituciones educativas y artísticas. Mediante cursos y talleres conjuntos, programas de formación e intercambio de procesos creativos y experiencias, que involucren tanto a los artistas como a sus comunidades, se establece una fructífera vinculación externa que refuerza y renueva sus referentes estéticos y métodos de trabajo. Pensemos, por ejemplo, en el diseño, en nuevas herramientas y técnicas productivas, el uso de nuevos materiales y un sinfín de aspectos que permiten desarrollar las capacidades de creación y refrescar el arte popular y sus oficios.
- La incorporación de jóvenes a través de un reclutamiento bien fundamentado, tanto a las labores de creación artística como a las tareas especializadas en la integración de tecnologías, la gestión administrativa, idiomas y comercialización. La renovación generacional contribuye a consolidar las prácticas de las AAPAP y el despliegue de capacidades conjuntas.
- Involucrar a familiares y miembros de la comunidad en la operación, la administración y gestión estas asociaciones.

ii. Desarrollo de procesos creativos y gestión conjunta

De manera específica, tiene en cuenta:

- La planeación y coordinación de los procesos de trabajo y producción, de la gestión operativa y la comercialización de los productos.

- El acondicionamiento y modernización de instalaciones y la dotación de máquinas, equipo y herramientas. Asimilación y utilización de técnicas y tecnologías avanzadas.
- Una estructura operativa común, con responsabilidades rotativas, que cubra tareas como la planeación y organización de la producción de obras; la selección de insumos, materiales y compras conjuntas; el empaque, embalaje y almacenamiento de piezas; la gestión y administración de los procesos.
- Estrategias y gestión coordinadas para la comercialización que incorporen la identificación y diferenciación de mercados; las condiciones de venta y cobranza; la elección de intermediarios y canales de comercialización; el transporte y entrega de las obras; la definición y jerarquización de los sitios de comercialización; participación en exposiciones, ferias nacionales e internacionales, galerías presenciales y virtuales; programas de capacitación para consolidar su fuerza de ventas.

3.2. Estudiar, sistematizar y documentar el arte popular mexicano

El propósito es elaborar un catálogo sistematizado y riguroso del arte popular mexicano y sus oficios por medio de programas de investigación en los que participen diversas instituciones, especialistas y miembros de las AAPAP y sus comunidades. Se busca documentar el origen y desarrollo de las más altas tradiciones artísticas de nuestros pueblos para poder llegar a diferenciar, acreditar y valorar apropiadamente sus obras y procesos creativos. Una clasificación rigurosa que rebase las limitadas generalizaciones de artesanías¹¹ o las despectivas nociones de curiosidades folclóricas, y permita recoger la riqueza de las dife-

¹¹ En su *Manual de diferenciación entre artesanía y manualidad*, FONART (2015, pág. 14) define las artesanías como “objetos o productos de identidad cultural comunitaria, hechos 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 en donde habita el artesano. El dominio de las técnicas tradicionales de patrimonio comunitario permite al artesano crear objetos de variada calidad y maestría, imprimiéndoles, además, valores simbólicos e ideológicos de la cultura local.” De esta forma, la definición de artesanía se ciñe a que el proceso creativo sea manual y con herramientas tradicionales, que sus materiales se procuren localmente y que tengan algún valor simbólico o identitario de la cultura. Tal visión resulta restringida y dificulta la conceptualización del arte popular propiamente dicho.

rentes categorías de sus obras de arte, de sus diversos objetos de artes decorativas y de la gran variedad de refinados bienes para el consumo doméstico y personal.

Todo ello haría posible que el Estado mexicano asumiera la perentoria responsabilidad de emitir certificados, sellos de autenticidad y marcas distintivas que acrediten la calidad de la obra, la veracidad de sus procesos de elaboración y la fidelidad de sus materiales. Asimismo, la indispensable tarea de establecer las denominaciones de origen pertinentes y fomentar el registro de los derechos de autor de los diseños. Además de proveer el debido marco legal para defender los derechos de los artistas populares, los beneficios de estas acciones son inestimables. Las obras alcanzarían un rasgo distintivo para exaltar sus atributos, reconocer su valor y potenciar el interés por disfrutarlas; y se sentarían las bases para resarcir la insuficiente protección a la propiedad intelectual de los artistas populares y sus comunidades.

Acreditar así *el aquí y el ahora* del arte popular mexicano ayudará a forjar el renovado espíritu creativo que alcanza en esta época.

3.3. Evaluar de manera crítica y sistemática las condiciones en las que operan las unidades económicas vinculadas al arte popular

Para entender con mayor profundidad la problemática que enfrentan las unidades productoras de arte popular en el Sur Pacífico de México, se hace necesaria una evaluación diagnóstica, crítica y sistematizada de la situación específica en la que operan. Desde el seno mismo de su cotidianidad, habrá de organizarse programas de investigación con la participación de los productores y sus comunidades, así como de colaboradores externos provenientes de organizaciones académicas, sociales o gubernamentales que acrediten tanto su legítimo interés en el proyecto como la solvencia teórica y metodológica que reclama.

El trabajo colaborativo, la convivencia y compenetración entre los creadores, sus comunidades y los expertos podrían representar la forma adecuada para identificar con mayor precisión los problemas concretos a los que se enfrentan los pequeños productores y plantear acciones reales para su solución. La experiencia acumulada de unos, el empleo certero de los saberes de otros, el respeto y el aprendizaje compartido, la aplicación de metodologías rigurosas a la vez que accesibles, y un trabajo consistente y bien orientado darán lugar a la evaluación sistemá-

tica que se pretende. Alejados del academicismo pedante y el reduccionismo economicista, será posible impulsar proyectos de desarrollo local y regional donde la revaloración del arte popular y la asociación de sus pequeños productores sean su soporte material y cultural.

3.4. Delinear y promover nuevas formas de apoyos y dotación de recursos

La constitución misma de las AAPAP, como células del tejido regional, productivo, comunitario y cultural hará posible que los apoyos externos, públicos o privados, adquieran significados e impactos sociales más trascendentes. La centralidad que pueden alcanzar estas asociaciones provoca un cambio de terreno para la recepción y canalización de recursos externos que puede propiciar:

- i. Una nueva concepción institucional por parte del Estado sobre el arte popular mexicano, con el fin de reorientar el destino de los recursos y los contenidos de los programas públicos federales, estatales y municipales.
- ii. Resignificar los programas privados de apoyo y aumentar la captación recursos provenientes de fundaciones, organizaciones y asociaciones diversas, encauzados hacia proyectos acordados con las AAPAP.
- iii. Aplicar recursos provenientes de las remesas para fortalecer las asociaciones autogestivas. Una vez cubiertas sus necesidades, las familias receptoras podrían aportar recursos para formar parte de las AAPAP y sus beneficios.

CONCLUSIONES

El arte popular mexicano ha logrado perdurar a contracorriente de un capitalismo heterogéneo y dependiente que, preñado de colonialismo, lo condena a ser un símbolo arcaico de una matriz creativa destinada a fenecer. Aun a costa de lamentables condiciones de vida, la terca vitalidad de los artistas populares les ha permitido resistir los embates de una modernización excluyente, donde la riqueza de la diversidad identitaria de México tiende a diluirse en las generalizaciones abstractas del ser moderno. A esos anónimos supervivientes les debemos que todavía prevalezca uno de los más poderosos afluentes culturales para que México llegue a alcanzar formas de vida superiores. Gracias a la

forma en que perciben el mundo y la belleza, al vínculo respetuoso y fértil que establecen con la naturaleza, a la conjunción de la concepción y la ejecución de su trabajo creativo que recupera la integridad del ser humano. Gracias al sentido comunitario de sus prácticas sociales, que no renuncian a la autodeterminación y la solidaridad.

Lejos del fatal destino al que lo lanza la manipulación mercantil y la marginación aséptica emanada de la visión servicial que, vaciado de su esencia estética, lo entiende como herencia de un pasado mitificado, el arte popular debe reconocerse como un componente vital y generativo de la sociedad mexicana actual. Solo con la vista puesta en este presente desgarrado que reclama arreglo y en ese futuro en disputa por construir, el arte popular puede florecer y no ser aniquilado. Por ello, es momento de que los creadores de arte popular y comunidades pasen de la resistencia pasiva a la acción liberadora que dignifique su trabajo y aprecie sus obras; a exaltar sus valores comunitarios y construir formas superiores de organización y creación, con el fin de desplegar el trabajo cooperado que armonice lo individual y lo colectivo, lo intelectual y lo manual. De que los pequeños productores de arte popular se asocien en organizaciones autogestivas para que su labor creativa discurra con entusiasta libertad, en condiciones materiales apropiadas y genere ingresos suficientes para su bienestar. Únicamente desde ahí, desde esa práctica gratificante y liberadora, será posible desatar procesos de desarrollo comunitario y regional.

Cabe preguntarse, sin embargo, si en esta época, cuando la reproducción descarada de piezas y las técnicas digitales de creación se apoderan del mundo artístico y la apabullante universalización mercantil someten y distorsionan las actividades culturales, es factible que las obras que emergen de comunidades marginadas y elaboradas por manos anónimas sean socialmente reconocidas como notables creaciones dignas de ser adquiridas. La respuesta no es fácil, pero sin duda debe ir más allá de los debates académicos para anclarse en los conflictivos procesos del cambio social.

En estos tiempos de desenfrenado culto a los artificios tecnológicos y ponderación maniquea de lo que son los “objetos valiosos”, el arte popular en México reclama, aún más que otras expresiones artísticas, de una singular sensibilidad social y personal para ser apreciado como un hecho estético de amplia significación. Pero ¿hasta dónde y de qué

manera los mexicanos de distintos estratos sociales podremos gestar esa singular sensibilidad?

El reto es mayúsculo y reclama una suerte de *revolución cultural*, donde la cultura no se entienda como saber enciclopédico de sabiondos o pedante refinamiento de privilegiados, sino como una forma sencilla y profunda del encuentro humano capaz de cimentar la liberación del individuo y de la sociedad. Ante el imperativo de formarnos una cultura propia, conviene recordar a Gramsci (2014, pág. 66): “La cultura es [...] organización, disciplina del propio yo interior, es apropiación de la propia personalidad, es conquista de la conciencia superior por la cual se llega a comprender el propio valor histórico, la propia función en la vida, los propios derechos y los propios deberes”.

En el ámbito social, algunos pasos decisivos se podrán dar si en nuestro país se promueve una visión desacralizada del arte y se asume como un bien común, al alcance de todos, que exalta un estimulante encuentro humano. Si las obras artísticas se disfrutan por las emociones que desatan y su significado intrínseco, sin juicios economicistas que las reducen a medios para generar ganancias. Si la venta y el consumo de los objetos artísticos escapan de la dictadura de los mercados cada vez más monopolizados, con el fin de fomentar una intermediación mercantil justa para el productor y accesible al grueso de la población. Si se reconoce la placentera satisfacción que para los individuos y la sociedad en su conjunto representa la práctica y el goce de las artes. Estos pasos iniciales pueden llegar a ser decisivos para el arte popular mexicano.

Al cobijo de la solidaridad comunitaria y con el propósito superior de ofrendar belleza para cautivar con el *aura* de sus obras, se refrenda la pertinencia de la organización autogestiva de los pequeños productores de arte popular en el Sur Pacífico mexicano. Como una ruta para preservar la matriz generativa del arte popular y la visión del mundo de las comunidades que lo acogen, para suscitar emociones y reflexiones que revelen la importancia que puede alcanzar en la sociedad contemporánea. Es una ruta que fortalece el sentido comunitario y estimula la conciencia de que “todos nos necesitamos para avanzar y vivir mejor”. Una ruta en la que se desarrollan saberes y capacidades que propician la cooperación, la solidaridad y la fraternidad en las relaciones sociales. Una ruta que parte desde abajo, desde la realidad descarnada de los

marginados y excluidos, para prefigurar formas superiores de convivencia humana. Es, en fin, una ruta a favor del futuro de México.

REFERENCIAS

- Amador Tello, Judith (2018). Defensa del arte popular contra la piratería. *Revista Proceso*, 22 de septiembre de 2018. <https://www.proceso.com.mx/reportajes/2018/9/22/defensa-del-arte-popular-contra-la-pirateria-212514.html>.
- Barbosa Sánchez, Alma (2019). La valoración cultural y económica de las artesanías indígenas mexicanas. *Diseño en Síntesis*, (61), 20-33.
- Benjamin, Walter (2023) *La obra de arte en la era de su reproducción técnica*. Barcelona: Editorial Alma.
- CONAPO (2023). Índices de marginación 2020. Consejo Nacional de Población. <https://www.gob.mx/conapo/documentos/indices-de-marginacion-2020-284372>.
- CONEVAL (2021a). Índice de Rezago Social 2020. Anexos estadísticos del IRS 2000-2020. Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social. Abril de 2021. https://www.coneval.org.mx/Medicion/IRS/Paginas/Indice_de_Rezago_Social_2020_anexos.aspx.
- CONEVAL (2021b) *Medición de la pobreza en los municipios de México, 2020*. Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social. Diciembre de 2021. https://www.coneval.org.mx/Medicion/Documents/Pobreza_municipal/2020/Presentacion_Pobreza_Municipal_2020.pdf.
- FONART (2010). *Diagnóstico de la capacidad de los artesanos en pobreza para generar ingresos sostenibles*. Fondo Nacional para el Fomento de las Artesanías.
- FONART (2015). *Manual de diferenciación entre artesanía y manualidad*. México, D.F.: Fondo Nacional para el Fomento de las Artesanías y Secretaría de Desarrollo Social.
- Gramsci, Antonio (2014). *Crónicas de Turín*. Buenos Aires: Editorial Gorla.
- Hernández Navarro, Luis (2023) *La pintura en la pared*. Ciudad de México: Fondo de Cultura Económica.
- INEGI (2023a). Cuenta Satélite de la Cultura de México (CSCM). *Sistema de Cuentas Nacionales de México. Fuentes y metodologías. Año base 2018*. Instituto Nacional de Estadística y Geografía.
- INEGI (2023b). *Sistema de Clasificación Industrial de América del Norte, México 2023*. Instituto Nacional de Estadística y Geografía. <https://www.inegi.org.mx/scian/>.
- INEGI (2024). *Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas*. Datos de noviembre de 2024 para las industrias manufactureras. Insti-

- tuto Nacional de Estadística y Geografía. <https://www.inegi.org.mx/app/descarga/?ti=6#denue>.
- López Gallardo, Julio y Valenzuela Feijóo, José (1971). La teoría del valor en la economía política clásica: Smith y Ricardo. *Revista Economía y Administración*, (18). Universidad de Concepción, Chile.
- Marx, Karl (1976). *El Capital, Tomo I*. México, D.F.: Siglo XXI Editores.
- Novelo Oppenheim, Victoria (2002). Ser indio, artista y artesano en México. *Espiral: Estudios sobre Estado y Sociedad*, 9(25), 165-178.
- Presidencia de la República (2025). *Presidenta: A través del FONART y Original se apoyará a 140% más artesanas y artesanos mexicanos como parte del Plan México*. Comunicado de prensa del 11 de abril de 2025. <https://www.gob.mx/presidencia/prensa/presidenta-a-traves-del-fonart-y-original-se-apoyara-a-140-mas-artesanas-y-artesanos-mexicanos-como-parte-del-plan-mexico>.
- Valenzuela Feijóo, José (2014). *Teoría general de las economías de mercado. Tomo II*. México, D.F.: Universidad Nacional Autónoma de México, Facultad de Economía.
- Vicens, Francesc, Gomis, Joaquim y Prats Vallès, Joan. (1971). *Artesanía*. Barcelona: Ediciones Polígrafa.

ANEXOS

ANEXO A. IDENTIFICACIÓN DE LAS UNIDADES ECONÓMICAS PRODUCTORAS DE ARTE POPULAR

Si bien no existe un registro de los productores de arte popular o de las unidades económicas que se dedican a la elaboración de este tipo de obras, se hace una primera aproximación a su cantidad, tamaño y localización a partir de la clasificación que hace el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) de las actividades relacionadas con la elaboración de artesanías en la Cuenta Satélite de la Cultura en México (CSCM) y del Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas (DENUE), también de INEGI (2024).

La CSCM forma parte del Sistema de Cuentas Nacionales (SCN), por lo que su contabilidad se organiza de acuerdo con el Sistema de Clasificación Industrial de América del Norte (SCIAN), que puede consultarse en INEGI (2023b). De todas las clases de actividad en la economía, INEGI selecciona 47 que forman parte del sector de industrias manufactureras como actividades relacionadas con la elaboración de artesanías¹².

Se toma esta selección como punto de partida para crear una base de datos de todas las unidades económicas contabilizadas en DENUE que pertenezcan a estas actividades. Excluimos solamente siete actividades relacionadas con la elaboración de alimentos y bebidas para dejar únicamente las que elaboran objetos, así como una clase de actividad de la industria química que, si bien incluye productos artesanales (como fuegos artificiales y aceites esenciales), estos no constituirían objetos de arte popular.

Cabe aquí hacer una crítica de la contabilidad de artesanías con base en el SCIAN, puesto que, aún en el nivel de mayor desagregación contable que son las clases de actividad, estas abarcan productos disímiles que pueden fabricarse tanto de forma artesanal como de forma industrializada en grandes plantas maquiladoras. Es decir, no hay distinción ni de la forma de producción ni de los objetos que son propiamente

¹² Para información más detallada sobre los criterios de selección de las actividades por parte de INEGI, puede consultarse el documento metodológico de INEGI (2023a), en especial las páginas 384-404.

artesanías. Por ejemplo, la clase de actividad “339999 Otras industrias manufactureras” incluye tanto espejos enmarcados y máscaras, que suelen ser valiosos objetos de arte popular, como empaques de todo tipo de materiales, extintores y máquinas de entretenimiento que operan con monedas, que suelen producirse en masa y no contienen elementos de creación artística. Esto resalta la importancia de tener clasificaciones, registros y estadísticas propias de los objetos de arte popular y de sus productores para ser capaces de hacer una caracterización precisa y verdaderamente representativa.

Sin embargo, para una primera aproximación es necesario ajustarse a los datos disponibles. Quedan entonces 39 clases de actividad relacionadas con la producción de arte popular, que se clasifican de acuerdo con el tipo de arte que producen, como se muestra en el cuadro A. Por último, del registro de DINUE de noviembre de 2024, únicamente las unidades económicas que se dedican a alguna de estas actividades fueron seleccionadas. Todas las cifras reportadas en este trabajo pertenecen a la base de datos resultante.

CUADRO A1
CLASES DE ACTIVIDAD DEL SCIAN 2023 EN LAS QUE SE PODRÍA ENCONTRAR LA
PRODUCCIÓN DE OBRAS DE ARTE POPULAR

Clave	Actividad	Clasificación propia
313111	Preparación e hilado de fibras duras naturales	
314110	Fabricación de alfombras y tapetes	
314120	Confección de cortinas, blancos y similares	Textiles decorativos y alfombras
314991	Confección, bordado y deshilado de productos textiles	
314992	Fabricación de redes y otros productos de cordelería	
314999	Fabricación de banderas y otros productos textiles no clasificados en otra parte	
315123	Fabricación de ropa exterior de tejido de punto	Prendas y accesorios de vestir
315222	Confección en serie de camisas	
315224	Confección en serie de disfraces y trajes típicos	
315229	Confección en serie de otra ropa exterior de materiales textiles	
315991	Confección de sombreros y gorras	
315999	Confección de otros accesorios y prendas de vestir no clasificados en otra parte	
316211	Fabricación de calzado con corte de piel y cuero	Calzado y productos de cuero y piel
316219	Fabricación de huaraches y calzado de otro tipo de materiales	
316991	Fabricación de bolsos de mano, maletas y similares	
316999	Fabricación de otros productos de cuero, piel y materiales sucedáneos	
321910	Fabricación de productos de madera para la construcción	Talla de madera
321991	Fabricación de productos de materiales trenzables, excepto palma	
321992	Fabricación de artículos y utensilios de madera para el hogar	
322299	Fabricación de otros productos de cartón y papel	Productos de cartón y papel
327111	Fabricación de artículos de alfarería, porcelana y loza	Alfarería, porcelana y loza

CUADRO A1 (TERMINA)
CLASES DE ACTIVIDAD DEL SCIAN 2023 EN LAS QUE SE PODRÍA ENCONTRAR LA
PRODUCCIÓN DE OBRAS DE ARTE POPULAR

Clave	Actividad	Clasificación propia
327215	Fabricación de artículos de vidrio de uso doméstico	
327219	Fabricación de otros productos de vidrio	Productos de vidrio, yeso y cantera
327420	Fabricación de yeso y productos de yeso	
327991	Fabricación de productos a base de piedras de cantera	
332110	Fabricación de productos metálicos forjados y troquelados	Piezas metálicas, forja y troquelado
332212	Fabricación de utensilios de cocina metálicos	
332510	Fabricación de herrajes y cerraduras	
332610	Fabricación de alambre, productos de alambre y resortes	
332999	Fabricación de otros productos metálicos	
335132	Fabricación de lámparas ornamentales	
337120	Fabricación de muebles, excepto cocinas integrales, muebles modulares de baño y muebles de oficina y estantería	Muebles
339912	Orfebrería y joyería de metales y piedras preciosos	Orfebrería, joyería y metalistería
339913	Joyería de metales y piedras no preciosos y de otros materiales	
339914	Metalistería de metales no preciosos	
339930	Fabricación de juguetes	Juguetes e instrumentos musicales
339991	Fabricación de instrumentos musicales	
339994	Fabricación de velas y veladoras	Productos de cera, velas y veladoras
339999	Otras industrias manufactureras	Otras obras de arte popular y artesanías

Fuente: elaboración propia con datos de INEGI (2023a, 2023b).

ANEXO B. PRIMERA CARACTERIZACIÓN DE LAS UNIDADES ECONÓMICAS PRODUCTORAS DE ARTE POPULAR

CUADRO B1
UNIDADES ECONÓMICAS PRODUCTORAS POR TIPO DE ARTE POPULAR, 2024

Tipo de arte popular	Nacional		Sur Pacífico		
	Unidades económicas	Participación nacional (%)	Unidades económicas	Participación regional (%)	Participación nacional (%)
Total	194,433	100.0	48,416	100.0	24.9
Textiles decorativos y alfombras	61,147	31.4	28,789	59.5	47.1
Talla de madera	32,800	16.9	4,747	9.8	14.5
Muebles	26,501	13.6	3,747	7.7	14.1
Prendas y accesorios de vestir	23,294	12.0	3,269	6.8	14.0
Alfarería, porcelana y loza	10,727	5.5	2,131	4.4	19.9
Orfebrería, joyería y metalistería	4,596	2.4	1,585	3.3	34.5
Otras obras de arte popular y artesanías	7,343	3.8	1,313	2.7	17.9
Productos de cartón y papel	6,017	3.1	1,248	2.6	20.7
Calzado y productos de cuero y piel	8,961	4.6	807	1.7	9.0
Productos de vidrio, yeso y cantera	8,007	4.1	460	1.0	5.7
Productos de cera, velas y veladoras	683	0.4	180	0.4	26.4
Juguetes e instrumentos musicales	1,455	0.7	73	0.2	5.0
Piezas metálicas, forja y troquelado	2,902	1.5	67	0.1	2.3

Fuente: elaboración propia con datos de INEGI (2024).

CUADRO B2
UNIDADES ECONÓMICAS PRODUCTORAS DE ARTE POPULAR EN 2024 Y GRADO DE REZAGO SOCIAL EN 2020

Demarcación	Unidades económicas	Participación estatal (%)	Participación nacional (%)	De 0 a 5 personas (%)	De 6 a 10 personas (%)	Actividad principal	Grado de rezago social
Nacional	194,433	-	100.00	92.39	4.12	Textiles decorativos y alfombras	-
Región Sur Pacífico	49,130	-	25.27	98.55	1.23	Textiles decorativos y alfombras	Muy alto
Oaxaca	24,082	100.00	12.39	98.95	0.83	Textiles decorativos y alfombras	Muy alto
Juchitán de Zaragoza	3,145	13.06	1.62	99.84	0.16	Textiles decorativos y alfombras	Bajo
San Cristóbal Amatlán	980	4.07	0.50	100.00	0.00	Textiles decorativos y alfombras	Muy alto
San Pablo Villa de Mitla	783	3.25	0.40	98.85	1.15	Prendas y accesorios de vestir	Medio
Teotitlán del Valle	779	3.23	0.40	96.53	2.95	Textiles decorativos y alfombras	Medio
San Juan Cotzocón	751	3.12	0.39	100.00	0.00	Textiles decorativos y alfombras	Medio
Villa Díaz Ordaz	572	2.38	0.29	99.48	0.52	Textiles decorativos y alfombras	Medio
San Blas Atempa	530	2.20	0.27	99.43	0.57	Textiles decorativos y alfombras	Alto
San Pedro Amuzgos	502	2.08	0.26	100.00	0.00	Textiles decorativos y alfombras	Alto
Santa María Atzompa	494	2.05	0.25	97.98	1.82	Alfarería, porcelana y loza	Bajo
Oaxaca de Juárez	486	2.02	0.25	95.06	3.29	Talla de madera	Muy bajo
Santiago Yaitepec	461	1.91	0.24	100.00	0.00	Textiles decorativos y alfombras	Muy alto

CUADRO B2 (CONTINUACIÓN)
UNIDADES ECONÓMICAS PRODUCTORAS DE ARTE POPULAR EN 2024 Y GRADO DE REZAGO SOCIAL EN 2020

Demarcación	Unidades económicas	Participación estatal (%)	Participación nacional (%)	De 0 a 5 personas (%)	De 6 a 10 personas (%)	Actividad principal	Grado de rezago social
Santa María Xadani	426	1.77	0.22	99.53	0.47	Textiles decorativos y alfombras	Medio
Principales municipios	9,909	41.15	5.10	98.89	0.91	-	-
Guerrero	17,183	100.00	8.84	98.01	1.79	Textiles decorativos y alfombras	Muy alto
Taxco de Alarcón	2,281	13.27	1.17	97.98	1.71	Textiles decorativos y alfombras	Bajo
Chilapa de Álvarez	2,126	12.37	1.09	98.64	1.27	Textiles decorativos y alfombras	Alto
Zitlala	1,630	9.49	0.84	98.16	1.84	Textiles decorativos y alfombras	Alto
Ometepec	1,606	9.35	0.83	99.32	0.68	Textiles decorativos y alfombras	Medio
Eduardo Neri	864	5.03	0.44	98.96	1.04	Textiles decorativos y alfombras	Bajo
Copalillo	826	4.81	0.42	94.79	5.21	Textiles decorativos y alfombras	Muy alto
Xochistlahuaca	785	4.57	0.40	99.49	0.38	Textiles decorativos y alfombras	Muy alto
Acapulco de Juárez	688	4.00	0.35	95.49	3.63	Talla de madera	Bajo
San Luis Acatlán	683	3.97	0.35	99.71	0.29	Textiles decorativos y alfombras	Muy alto
Leonardo Bravo	563	3.28	0.29	99.29	0.71	Textiles decorativos y alfombras	Medio
Mártir de Cuilapan	494	2.87	0.25	98.99	0.61	Textiles decorativos y alfombras	Alto

CUADRO B2 (TERMINA)

UNIDADES ECONÓMICAS PRODUCTORAS DE ARTE POPULAR EN 2024 Y GRADO DE REZAGO SOCIAL EN 2020

Demarcación	Unidades económicas	Participación estatal (%)	Participación nacional (%)	De 0 a 5 personas (%)	De 6 a 10 personas (%)	Actividad principal	Grado de rezago social
Olinalá	473	2.75	0.24	95.98	4.02	Otras obras de arte popular y artesanías	Muy alto
Principales municipios	13,019	75.77	6.70	98.07	1.78	-	-
Chiapas	7,865	100.00	4.05	98.47	1.26	Textiles decorativos y alfombras	Muy alto
Amatenango del Valle	1,118	14.21	0.58	99.11	0.81	Alfarería, porcelana y loza	Muy alto
Berriozábal	796	10.12	0.41	99.50	0.38	Textiles decorativos y alfombras	Bajo
Tuxtla Gutiérrez	627	7.97	0.32	96.17	2.87	Talla de madera	Muy bajo
Zinacantán	542	6.89	0.28	97.60	2.21	Textiles decorativos y alfombras	Muy alto
Venustiano Carranza	449	5.71	0.23	100.00	0.00	Textiles decorativos y alfombras	Medio
San Cristóbal de las Casas	379	4.82	0.19	96.04	3.69	Talla de madera	Bajo
Tapachula	286	3.64	0.15	99.30	0.00	Muebles	Bajo
Comitán de Domínguez	259	3.29	0.13	97.68	1.93	Talla de madera	Bajo
Teopisca	184	2.34	0.09	97.83	2.17	Textiles decorativos y alfombras	Alto
Villaflores	162	2.06	0.08	99.38	0.00	Muebles	Bajo
Simojovel	155	1.97	0.08	98.71	1.29	Orfebrería, joyería y metalistería	Alto
Chiapa de Corzo	153	1.95	0.08	99.35	0.65	Talla de madera	Bajo
Principales municipios	5,110	64.97	2.63	98.39	1.33	-	-

Fuente: elaboración propia con datos de CONEVAL (2021a) e INEGI (2024).