



**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA
DE MÉXICO**

FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES

UNIDAD DE POSGRADO

**LA EXPORTACIÓN DE ARTESANÍAS MEXICANAS,
COMO LEGADO CULTURAL E INVERSIÓN RENTABLE**

TESIS

QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE

MAESTRA EN RELACIONES

INTERNACIONALES

PRESENTA:

OLGA PATRICIA POLANCO TAPIA

ASESOR: MTRO. ALFREDO CÓRDOBA KUTHY

MÉXICO, D.F., FEBRERO DEL 2010.



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

Dedicatorias

A la UNAM, mi entrañable casa de estudios

**A mis maestros, asesores y sinodales, por su apoyo, ética
profesional y sabiduría**

**Al artesanado mexicano, poseedor de sabias culturas,
generador de sensibles dotes artísticas**

**A mis afectos más entrañables, esos que la vida me ha
regalado y que identifico como esenciales, porque acarician
con suavidad mi alma**

**El reto que esta investigación representó, vigoriza y revalora
mi autoestima, así como mis capacidades intelectuales y
emocionales.**

ÍNDICE

	Página
INTRODUCCIÓN	7
I. Historia, Ideología e Identidad, en el marco de la Globalización	11
I.1 La Ideología como factor determinante en el manejo del poder	16
I.2 Coyunturas históricas que favorecieron el dominio y la subordinación de la nación mexicana.	20
I.2.1 Análisis crítico sobre la formación y consolidación del Estado Nacional, que favorece a la Globalización.	23
I.3) Identidad ¿para qué?	29
I.4 <i>Etnofagia</i> .	34
I.5 El respeto a la identidad étnica, es propiciada por la crisis del neoliberalismo	38
 Capítulo II. La identidad cultural mesoamericana, su ubicación geográfico-temporal y su legado artístico al México contemporáneo.	 49
Antecedentes	50
Mapa Culturas Mesoamericanas	51
Mapa Regiones Culturales Mesoamericanas	52
 II. 1. Culturas Mesoamericanas	 56
El Códice de Viena	60
El <i>Altépetl</i> -pueblo o señorío- como centro de organización política mesoamericana	61
Olmeca	65
Totonaca y Huasteca	66
Teotihuacanos	66
El mundo Tolteca	69
Mexicas o Aztecas	70
La Triple Alianza	72
Zapotecos y Mixtecos	

Mayas	80
Occidente de México	81
Tarasca o Purépecha	85
Chalchihuite	86
II. 2 Legado artístico de las culturas del México antiguo	87
II. 2.1 El artista indígena	88
II. 2.2 El arte en el México antiguo	90
II. 2.3 Fiestas y costumbres mexicanas: expresiones culturales	94
II.3 Artesanías e Identidad	97
III. La Exportación de Artesanías a través de Pequeñas y Medianas Empresas -PyMEs-	103
III.1 Las Artesanías en México	112
III.2 La importancia de las fuentes de información	114
III.3 Trayectoria histórica de las PyMEs	116
III.4 Exportaciones de México	117
III.5 Los Organismos internacionales y las PyMEs	122
III. 6 Eventos en la internacionalización que han beneficiado a las PyMEs	125
III. 7 Atributos que un gerente de exportaciones debe poseer	127
III.8 Estructura y conformación de las PyMEs internacionales	128
III.9 Información comercial y de mercado	132
III.10 Información sobre legislación y regulación internacional	135
III.11 Información económica y financiera	135
III. 12 Información técnica y científica	135
III. 13 Información política	136
III. 14 Derechos intelectuales de propiedad	136
III.15 Cómo empezar a elaborar una estrategia internacional	136

	137
Anexos: Tabla 3 Organizaciones relacionadas con Comercio Exterior y PyMEs	
Tabla 4 Organismos relacionados con apoyo a Exportaciones y Artesanías	140
	142
Capítulo IV. Estrategia para la elaboración de un Proyecto de Exportación de Artesanías	
IV.1 Elementos básicos para probar la factibilidad exportadora	144
IV.2 Plan de Negocios de Exportación –PLANEX–	146
IV.3 Análisis del producto	149
IV.3.1 La importancia de la diferenciación	149
	150
IV.3.2 Ventajas competitivas del producto en el mercado meta	
IV.4 Selección y análisis del mercado meta	152
IV.4.1 Factores que inciden en la definición del mercado meta	154
IV.4.2 INCOTERMS	157
IV.5 Análisis de costos – <i>Costing</i> o <i>Costeo</i> –	159
IV.5.1 Precio	161
IV.5.2 Estrategia de negociación	161
IV.6 Condiciones indispensables para la Exportación	162
IV.6.1 Análisis FODA (fuerzas, debilidades, amenazas y oportunidades)	163
IV.6.2 Proyecto de distribución en el mercado meta	163
IV.7 Aspectos operacionales	164
IV.7.1 Logística	164
IV.8 La Planeación Financiera	165
IV.9 Plan de Mercadotecnia Internacional –PMI–	166
IV.9.1 Análisis de mercado sobre artículos de regalo y decoración (artesanías)	172

	175
IV.9.2 Productos identificados por las Consejerías Comerciales en la Unión Europea, como nichos de mercado	177
IV.9.3 Investigación de Mercados	177
IV.9.4 Mezcla de mercadotecnia internacional	180
IV.10 La Formación del Precio de Exportación	182
CONCLUSIONES	187
Bibliografía	195
Hemerografía	198
Otras Fuentes	200

Introducción

La Globalización –también llamada neoliberalismo–, es el marco de referencia que circunscribe nuestra realidad, influyendo nuestro entorno político, social y económico, tratando de homogeneizar nuestras vidas, a través del expansionismo consumista que genera grandes ganancias de capital; sin embargo, no generaliza el bienestar común, ni conduce a la equidad social y en cambio ha provocado desigualdad en todos los ámbitos, por lo cual me parece imprescindible conocer dicho sistema económico, para poder ubicarlo en su justa dimensión.

Independientemente de lo anterior, nuestra Historia ha sido una herramienta indispensable para comprender nuestro presente y consolidar nuestra nacionalidad, porque a través de ella se crea conciencia de la pertenencia de los individuos a una comunidad cultural, propiciando con ello la integración y perduración del grupo como colectividad y proporcionando la conciencia de identidad nacional, de donde se deriva, entre otras la identidad y el arte indígena, a través del proceso de socialización mediante la interacción con el grupo y el aprendizaje de los roles sociales que le toca desempeñar a cada individuo, donde destaca la identificación con la familia, la clase social o inclusive la etnia de la cual el individuo es miembro, contribuyendo así a la disposición de pertenencia al grupo, a la comunidad y al sentimiento de patria. Dicho proceso es de gran importancia porque contribuye a la reproducción del sistema vigente.

La ideología por su parte, es un conjunto de ideas o creencias especulativas que representan una realidad falseada, creada por el sistema económico dominante y que se dispersa en el entramado social, a través de instituciones y estructuras políticas y estatales, cuya función es influir en el pensamiento y conducta social para justificar su permanencia.

Entiendo entonces, que la ideología sirve para vincular a los hombres con sus condiciones de existencia, así como en la división de sus tareas, para

que éstas encuentren justificación y aceptación en su realidad cotidiana, así como para soportar su estado, ya sea que éste consista en la miseria de la explotación de que son víctimas la mayor parte de la población o en el privilegio del poder y riqueza de que son beneficiarios unos cuantos.

De esta forma, la ideología de la globalización adquiere sentido en una lógica donde los valores máximos de este sistema económico están determinados por el poder y el dinero, así como por la arrogancia de poseerlos, como objetivo máximo a alcanzar en este sistema económico.

Es interesante observar que el instinto económico alimenta el ego y la soberbia humana y proporciona gran satisfacción material; el problema y la contraparte es que dichos beneficios sólo pueden ser alcanzados por un reducido porcentaje de la población mundial y su reproducción no ayuda a equilibrar a los menos favorecidos, económicamente hablando, de hecho los aísla o somete.

Un reto permanente en la explicación histórica y antropológica ha sido dar cuenta de la división social que se presenta en los orígenes de las sociedades complejas, cuando un sector pequeño del conjunto ocupa las principales posiciones políticas y sociales y acapara la riqueza, mientras que el resto es relegado a los últimos niveles y queda obligado a producir los bienes que consume el conjunto de la sociedad. A menudo la posibilidad de esclarecer los orígenes de esa división se ha tornado confusa porque los autores adoptan un enfoque reduccionista, que le atribuye el origen de la desigualdad a una sola causa, por ejemplo, a la apropiación por parte del grupo superior de los recursos naturales que en principio se suponía pertenecían a todos. Aún cuando la apropiación de los bienes de producción por un grupo o una clase origina desigualdades sociales y económicas profundas, esa explicación es insuficiente para esclarecer cómo y por qué medios la inequidad inicial fue más tarde aceptada, internalizada y reproducida por los mismos sectores afectados por esa situación.

Hoy sabemos que en México, la división originaria entre poseedores de la tierra y desposeídos fue encubierta por la división ideológica de la sociedad entre nobles descendientes de los dioses y *macehuales* vinculados a la tierra por nacimiento. Posteriormente esta desigualdad fue legitimada por la convivencia de ambos segmentos en un mismo territorio y la adopción de mitos que reconocían la existencia de orígenes comunes, el vínculo de sangre con un ancestro legendario, la práctica de ritos y cultos legitimaban esas creencias. La pertenencia a un linaje, fue la base de esta ideología integradora cuyo fin último era legitimar la desigualdad, desde tiempos prehispánicos.

Paradójicamente, la crisis económica por la que actualmente atravesamos y que afecta mayormente a las naciones menos desarrolladas, ha propiciado una revaloración de identidades respecto a su antropología e historia, que al estudiarlas, abren la posibilidad de devolverles su lugar y valor histórico previamente anulado, y junto con ello, una mayor consideración, aprecio y respeto por el pasado indígena que contribuye favorablemente a la autovaloración de nuestra identidad mexicana. Al responder a su propia dinámica, la identidad en sus diferentes manifestaciones proporciona también un cálido refugio a la comunidad.

A partir de este referente, las naciones desarrolladas manifiestan interés y aprecio hacia nuestras culturas ancestrales, donde el arte indígena es una manifestación de ellas.

Estas observaciones y reflexiones sociológicas, me dieron la idea de realizar un proyecto viable de exportaciones que además de representar un legado cultural apreciado por otras sociedades, contribuyera a obtener un merecido reconocimiento económico y artístico para el artesanado mexicano, beneficiando con ello el equilibrio de la deteriorada economía nacional.

En el capítulo II se abordarán las diversas culturas prehispánicas –mesoamericanas–, las cuales se ubican entre los años 2500 a.C. y 1521

d.C. con la idea de apreciar su importancia, legado y expresiones culturales. Se incluye también análisis valorativo del artista indígena y sus artesanías, así como el arte en el México antiguo.

Una peculiaridad del modelo económico latinoamericano después de la 2ª. Guerra Mundial, fue la *Sustitución de Importaciones*, el cual fue utilizado para darles impulso a las industrias nacionales; dicho modelo estuvo vigente hasta la década de 1980. En el caso de México, con la entrada en vigor del Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN), en 1994 se abrieron las fronteras a la importación de bienes manufacturados, para luego dar paso a la globalización.

Cabe mencionar que las pequeñas y medianas empresas –PyMEs– conforman entre el 96% y 99% de las empresas de la OCDE, por lo cual se considera una alternativa de gran relevancia a considerar para el desarrollo de las empresas exportadoras, razón por la cual se dedicará un capítulo a ellas. El apoyo a las pequeñas y medianas empresas PyMEs, inició en 1978 y se ha ido consolidando; a partir del año 2000 ya existe una Subsecretaría PyMEs, dependiente de la Secretaría de Economía.

Finalmente en el capítulo IV, se elabora una Estrategia sobre un Proyecto de Exportaciones, donde se incluye un Plan de Negocios (PLANEX), análisis y selección sobre el mercado meta, así como la logística y diferentes variables que ayudan a determinar la viabilidad del proyecto, donde se incluye el plan de Mercadotecnia Internacional y la formación del Precio de Exportación.

I. Historia, ideología e identidad, en el marco de la Globalización.

La Globalización como fuerza expansiva de la economía, es el marco de referencia a través del cual se definen las transformaciones sociales y culturales que vivimos actualmente, por lo tanto es necesario conocer este fenómeno universal para situar y entender la forma en que nos afecta como nación.

El individualismo, característica tanto del capitalismo, como de la globalización, encuentra su antecedente en la Revolución Francesa de 1789, basada en el liberalismo económico. Dicha revolución sustentaba la primacía absoluta del individuo frente a la comunidad; de esa forma quedó establecido que los derechos fundamentales sólo podían tener una fuente: la autonomía de la persona, es decir, la individualidad.

La globalización se caracteriza por los siguientes rasgos:

- Privilegia las acciones y flujos de capital, productivos y especulativos; lo que propicia una reducción en la regulación del estado y por lo tanto, la despolitización de la economía y de la propia política, debido a nuevos procesos de certificación a través de la intervención de agentes de la iniciativa privada.
- Existe un creciente volumen e intensidad cibernética de la comunicación y los intercambios más allá de las fronteras nacionales.
- La transnacionalización de la economía y la internacionalización de las instituciones políticas
- Patrones y hábitos de consumo con tendencias universalistas
- Hay un cuestionamiento teórico sobre el concepto de nación
- Existe una concentración de las decisiones de inversión en organismos financieros, como el Banco Mundial o el FMI a niveles inéditos que les otorgan un poder que no encuentra límites en los estados nacionales.

Bajo este contexto que representa una etapa de transformaciones sociales radicales, que demandan esfuerzos de comprensión renovados, es evidente que los cambios en curso forman parte de una reconfiguración de las condiciones de la producción capitalista a escala mundial.

El pensamiento social que había tomado como parámetro de articulación a los estados nacionales, se ve desafiado a encontrar otros, de carácter supranacional, pues las mismas acciones colectivas, reformadoras o revolucionarias, ven limitado su horizonte al haberse clausurado como opción el socialismo real y haberse implantado en su lugar, la globalización económica de un capitalismo sin límites. En México, se consolidó recientemente, en el período presidencial de Carlos Salinas de Gortari (1988-1994); las formas de respuesta social empiezan a emerger, aunque aún les falta madurar.

Hay en todas las regiones del mundo, una fenomenología que indica una crisis generalizada, donde se conjugan contradicciones económicas, ambientales, productivas, políticas y simbólicas, etc. En el caso específico de las culturas e identidades nacionales, importa observar de qué manera su sentido cambia y que otros modos de articulación simbólica toman su lugar.

La economía capitalista, a través de la globalización o neoliberalismo, como modalidad económica, organizativa e ideológica, adquiere un carácter fundamentalista, porque se impone como la única modalidad para organizar las condiciones de producción, distribución y consumo que requiere la producción social, razón por la cual, las opciones económicas existentes en las diversas culturas quedan anuladas, invisibles y/o negadas como alternativas.

Lo que se vive a diario en la mayoría de los países del mundo es la confrontación entre las formas culturales endógenas con un modo de vida impuesto por la esfera de las necesidades materiales y de los intercambios simbólicos cristalizados en rutinas y sobre todo por la preeminencia del

dinero y el poder, como símbolos y valores universales. Así, las ciudades y regiones más desarrolladas reciben ofertas incitando al consumo a través de conexiones infinitas que funcionan con los *clicks*, tecléos y botones de las terminales digitales, lo cual propicia la pertenencia ubicua a la comunidad cibernética; de esa forma, la mayoría de la población se siente orgullosamente satisfecha e *integrada* a la universalidad.

Independientemente del esquema de la globalización, en un contexto donde los estados pierden con rapidez sus capacidades administrativas, jurídicas y *gerenciales*, la nación -entendida como una realidad cultural, demográfica, étnica, lingüística e histórica- tiene la oportunidad de pensarse a sí misma sin las limitaciones que le imponía el Estado, ya que las identidades personales, étnicas o sociales son realidades palpables, históricas y dinámicas; son representaciones descriptivas que reflejan formas de organización sociales del mundo con sus correspondientes significados y pluralidad de interpretaciones.

Nos dice Carlos Pereyra ¹ que la Historia se ha integrado a la progresiva madurez de las Ciencias Sociales; de ellas se ha fortalecido y a su vez, las ha complementado; ya que la función de la Historia es comprender el presente, pues al encontrar los antecedentes temporales de un proceso, descubrimos también los fundamentos que explican y dan sentido a los procesos de nuestra sociedad.

A su vez, la ideología coexiste con la Historia; de hecho ésta, ha sido después del mito, una de las formas culturales que más se han utilizado para justificar instituciones, creencias y propósitos comunitarios que prestan cohesión a grupos, clases, nacionalidades, incluso a imperios.

¹ Carlos Pereyra, Luis Villoro, Luis González, José Joaquín Blanco, Enrique Florescano, Arnaldo Córdova, Héctor Aguilar Camín, Carlos Monsiváis, Adolfo Gilly, Guillermo Bonfil Batalla: *Historia ¿Para qué?*. Ed. Siglo XXI, México, 1980, 245pp

En referencia al papel que la Historia ha jugado en las sociedades, Luis Villoro², nos refiere que en la Grecia y Roma antiguas, encontramos los antecedentes de que actuó como factor cultural de unidad nacional, así como instrumento de justificación de sus proyectos frente a otras culturas. A partir de entonces, la Historia ha sido un elemento indispensable en la consolidación de las nacionalidades; ha estado presente tanto en la formación de los estados nacionales, como en la lucha por la supervivencia de las nacionalidades oprimidas. En otros casos, la Historia que trata de regiones, grupos o instituciones, ha servido para cobrar conciencia de la pertenencia de los individuos a una etnia, o una comunidad cultural; al hacerlo, ha propiciado la integración y perduración del grupo como colectividad.

La Historia, como actividad intelectual, contribuye a crear conciencia sobre identidad o pertenencia a una comunidad determinada y favorece la cohesión en el interior del grupo y refuerza actitudes de defensa y de lucha frente a los grupos externos.

Al comprender los orígenes de los vínculos que prestan cohesión a una comunidad, en lugar de justificarlos, se pueden cuestionar y de esa manera la Historia, al concientizar a los individuos, puede contribuir a alterar su obediencia.

La identidad a su vez, forma parte de la conciencia individual, de pertenecer a una determinada comunidad, la cual abarca varios niveles: individual, social, cultural, étnico y nacional; caracterizados a su vez por diferentes elementos que la integran, como lengua, historia, valores, estilo de vida y cultura, dentro de ésta última, se encuentra el arte indígena y las artesanías. Una identidad específica de gran influencia en la Historia actual, es la nacional, en la cual se condensa la compenetración de los individuos con su nación.

² Luis Villoro, *Historia: ¿Para qué?* Op. Cit. p44

Se diferencia de otras sociedades o naciones, precisamente por las variantes de las características que la conforman.

La identidad, se constituye en el proceso de socialización, mediante la interacción con el grupo y el aprendizaje de los roles sociales que le toca desempeñar a cada individuo, donde destaca la identificación como elemento consciente o inconsciente de un colectivo social, por ejemplo, la familia, los parientes, la clase social de la cual el individuo se siente miembro.

Dentro de una sociedad, la identidad relaciona a los individuos, contribuyendo así, al mantenimiento de la pertenencia al grupo, a la comunidad y al sentimiento de patria, lo cual representa un fuerte respaldo para la autoafirmación de un colectividad; su supervivencia como tal, depende de su reproducción para ser transmitida a las siguientes generaciones.

Actualmente, en el marco del neoliberalismo económico y de la interdependencia internacional, la identidad colectiva tiende a convertirse en una identidad menos diferenciada, a excepción de la identificación con los grupos primarios, es decir familia y amistades, ya que el sistema económico actual, propicia mayores relaciones con determinadas asociaciones y organizaciones, por ejemplo, los miembros de partidos políticos y círculos supranacionales.

La identidad individual, vinculada con la social, expresa los roles sociales aprendidos, las expectativas, las reacciones y el reconocimiento de los que interaccionan en las actividades y constituye la base del sentimiento de autoestima.

La conformación de la identidad personal y colectiva, exige además de la simple definición, un esfuerzo de auto-comprensión y concientización sociocultural, para poder respondernos con veracidad quiénes somos.

Hay que mencionar, que una mayor consideración del valor de la identidad personal, fortalece la reflexión crítica, el cambio o hasta el rechazo de los

roles sociales tradicionales –por ejemplo, el rol de la mujer-, las ideas morales, las exigencias sociales, así como determinadas formas de conducta.

I.1 La ideología como factor determinante en el manejo del poder

La invención del país y con ella la de la identidad nacional mexicana, tuvo lugar a partir de la Revolución Mexicana de 1910, cuando tres o cuatro quintas partes de su población estaban formadas por pueblos indios que quedaron excluidos o marginados del nuevo diseño político; no pudieron enfrentarse a él por las mismas razones que antes les impidieron deshacerse del poder colonial; es decir, por su dispersión y desarticulación carecieron siempre de una voz común a todos. Sus rebeliones sólo fueron empeños de resistencia, no de liberación, les faltó claridad y organización para concebir y llevar adelante un proyecto político general capaz de enfrentar al que los oprimía, en nombre de la Corona española o la identidad nacional mexicana y el proyecto nacional. Y no pudieron ni quisieron hacer suyos proyectos como los que definen el estado nacional como estructura de dominación, porque estas culturas indígenas poseen una noción diferente del poder; conciben formas de organización social que no caben en el diseño jurídico político occidental. Quizás el episodio que mejor ilustra esta condición es el de los ejércitos de Villa y Zapata, cuando ocuparon la capital de la república y decidieron abandonarla, pues no habían hecho su revolución para tomar el poder y realizar, desde ahí un proyecto nacional que no habían concebido ni supieron concretar.

El antecedente más antiguo sobre ideología, nos lo proporciona la crítica filosófica del conocimiento, desde el siglo XVI, con Francis Bacon (1561-1626) y la define como falsa conciencia.

Para Hobbes (1588-1679), la ideología es todo lo que en la autoconciencia social dominante de la sociedad, generada por los poderosos, sirve para asegurar y consolidar el poder.

Más tarde, el interés del análisis de la ideología, se dirige también a la acción que las instituciones políticas y estatales ejercen sobre el pensamiento y la conducta ciudadana y justifican su permanencia, argumentando que cualquier intento por cambiar definitivamente las condiciones de vida de las personas mediante reformas políticas o sociales, ha de parecer peligroso porque con la transformación del aparato de dominio, quedarían libres las energías agresivas y destructoras, insuficientemente subyugadas.

Para la Sociología, la ideología es un concepto con el que principalmente se caracterizan las relaciones entre ideas y sociedad, entre conciencia y poder sociopolítico, entre conocimiento e interés.

El objetivo del análisis sociológico es descubrir los factores que oprimen el pensamiento y liberar totalmente la mente a la fuerza de su iluminación limpia y clara, para desenmascarar los mecanismos sociales de formación de prejuicios y juicios falsos; de esa manera concientizar a las masas, con el objetivo de asumir las contradicciones de nuestro entorno social, para lidiar con ellas o transformarlas.

Karl Marx (1818-1883) propagó, frente a la Ilustración de tipo idealista³, la idea de que una superación de las formas adulteradas y desfiguradas del pensamiento humano, no podía llevarse a cabo sólo mediante el esfuerzo racional e intelectual. Para Marx, la ideologización del pensamiento no es una característica invariable o manipulada del pensamiento humano, sino sólo el resultado de las contradicciones producidas y reproducidas por una

³ La Ilustración es un movimiento sociopolítico e intelectual, impulsado por la burguesía, tuvo lugar entre los siglos XII al XIX. Aparece con la crisis del Estado absolutista-feudal y con la pérdida de autoridad de las iglesias separadas; se cuestiona la legitimidad, autoridad intelectual y política de las instituciones. Promueve el progreso racional y acuerdos equitativos entre poder y sociedad, mediante el Contrato Social y División de Poderes. Fuente: *Diccionario Enciclopédico de Sociología*, op cit., p58.

estructura de clases antagonista, que por un lado, consolida una situación social dada mediante la legitimación interna, y por otro lado, la protegen en el exterior, contra sus alternativas históricas o incluso niegan totalmente el carácter histórico de una situación real.⁴

A través del Materialismo Histórico y Dialéctico, Marx nos muestra la ubicación y funcionamiento de la ideología: toda formación social constituye una "totalidad orgánica" que comprende tres niveles esenciales: el económico (el cual incluye las condiciones materiales de subsistencia), el político y el ideológico (o *formas de conciencia social*).

Según Marx, el nivel ideológico, representa una realidad objetiva, indispensable a la existencia de una formación social, lo cual significa una entidad independiente, autónoma, por encima de la subjetividad de los individuos que se encuentran sometidos.

En una sociedad dada, los hombres participan en la producción económica, cuyos mecanismos y efectos son determinados por la estructura de las relaciones de producción; del mismo modo, lo hacen en la actividad política, la cual es regulada por la estructura de las relaciones de clase, es decir, la lucha de clases, el derecho y el estado. Los mismos hombres participan en otras actividades, como la religiosa, la moral, la filosófica, etc., bien sea de manera activa, por medio de prácticas conscientes, sea de manera pasiva, por reflejos, juicios, actitudes, etc. Estas últimas actividades constituyen la actividad ideológica y son sostenidas por una adhesión voluntaria o involuntaria, consciente o inconsciente a un conjunto de representaciones y creencias religiosas, morales, jurídicas, políticas, estéticas, filosóficas, etc., que forman lo que se llama el nivel de la ideología.

Las representaciones de la ideología se refieren al mundo mismo en el cual viven los hombres, así como a sus relaciones con la naturaleza, con la

⁴ Diccionario Enciclopédico de Sociología, *Ibidem*, pp 453-455

sociedad, con el orden social, con los otros hombres y con sus propias actividades, incluso a la práctica económica y a la política. Sin embargo, estas imágenes no son conocimientos verdaderos; pueden contener elementos de conocimiento, pero siempre integrados y sometidos a un sistema falseado.

Los hombres que no tienen el conocimiento de las realidades políticas, económicas y sociales en las que deben cumplir las tareas que les asigna la división del trabajo, no pueden vivir sin guiarse por una cierta representación de su mundo y de sus relaciones con él, la cual está presente desde su nacimiento, existiendo en la sociedad misma, así como en las relaciones de producción y políticas en que deberán vivir.

Todo sucede, como si para subsistir como seres sociales y activos en la sociedad que condiciona toda su existencia, necesitaran disponer de cierta muestra de su mundo, la cual puede permanecer en gran parte inconsciente, o al contrario, ser conciente y reflexiva. La ideología sirve entonces para vincular a los hombres con sus condiciones de existencia, así como en la división de sus tareas, para que éstas encuentren justificación y aquella aceptación en su realidad cotidiana.

En una sociedad de clases, la ideología sirve a los hombres no solamente para vivir sus propias condiciones de existencia, para ejecutar las tareas que les son asignadas, sino también para soportar su estado, ya sea que éste consista en la miseria de la explotación de que son víctimas, o en el privilegio exorbitante del poder y de la riqueza de que son beneficiarios.

Las representaciones de la ideología, acompañan pues, conciente o inconscientemente, como tantas señales y vectores cargados de prohibiciones, de permisos, de obligaciones, de resignaciones y de esperanzas, todos los actos de los individuos, toda su actividad, todas sus relaciones.

La ideología está pues destinada ante todo a asegurar la dominación de una clase sobre la otra, así como la explotación económica que le asegura

su preeminencia, haciendo a los explotados, aceptar como fundada en la voluntad de Dios, en la naturaleza o el deber moral, su propia condición de explotados.

El engaño de la ideología tiene pues una doble función: se ejerce sobre la conciencia de los explotados para hacerles aceptar como "natural" su condición de tales; actúa también sobre la conciencia de los miembros de la clase dominante para permitirles ejercer sin culpa su explotación y dominación.

Una última observación sobre la ideología, se refiere a las sociedades de clases. Si la ideología expresa en su conjunto una representación de lo real, destinada a consagrar una explotación y una dominación de clase, puede también dar lugar, en ciertas circunstancias, a la expresión de protesta de las clases explotadas contra su propia explotación. Por ello la ideología no está dividida únicamente en regiones, sino también en *tendencias*, en el interior de su propia existencia social.

En el interior de la ideología en general, se observa pues, la existencia de tendencias diferentes, que expresan las "representaciones" de las diferentes clases sociales. Pero no debemos perder de vista que en el caso del modo de producción capitalista, tanto las ideologías pequeñoburguesas, como las proletarias, son ideologías subordinadas y en ellas prevalecen las ideas de la clase dominante que las antecede.

I.2 Coyunturas históricas que favorecieron el dominio y la subordinación de la nación mexicana

El inciso anterior, nos ilustra sobre el respaldo que la ideología, ha proporcionado al desarrollo del sistema capitalista.

Con la idea de obtener una mejor comprensión de uno mismo, como identidad individual, social y cultural, enseguida se abordará una revisión de las coyunturas históricas y significativas, que han sido utilizadas para

la consolidación de dicho sistema económico en México y que a la vez han favorecido el dominio y subordinación de la nación mexicana.

Nos dice Luis Villoro⁵ que la historia de México nace a partir de la Conquista Española, iniciada en 1492. Los primeros escritos, responden a un hecho contemporáneo: el encuentro de dos civilizaciones. El abordaje utilizado ante el choque cultural fue la racionalidad; los cronistas escriben con ciertos objetivos precisos: justificar la Conquista o a determinados personajes que intervinieron en ella, con pretensiones de dominio de la Cristiandad o de la Corona. Por ejemplo las historias de los misioneros están dirigidas principalmente a explicar y legitimar la evangelización, esto es, la colonización cultural. Lo cierto es que en lugar de la reconstrucción y transmisión del pasado indígena –que Bernardino de Sahagún, en el siglo XVI, pretendió rescatar sobre una imagen grandiosa de ese pasado indígena-⁶, se impuso, abrumadora, la memoria de los hechos del vencedor: crónicas e historias de la conquista y de los frailes evangelizadores; de esa forma, la historia de los pueblos de México, se transmutó en historia de la dominación española.

La lección que nos proporciona este conocimiento, es que la interpretación del pasado es plural y contradictoria. Lo que se mantendrá como una constante será el peso y la importancia enorme del pasado en la legitimación del poder.

Asimismo, justificó y transmitió al entramado social, la idea de la inferioridad indígena y el “deber” de la Corona, de someter a los nativos con hábiles estrategias como la cristianización, control de etnias y territorios de los pueblos, subordinación económica, jurídica, religiosa, cultural, educativa, simbólica y política; es decir que se cumplió con creces

⁵ Luis Villoro: *Historia ¿Para qué?*, Op. Cit. p40

⁶ Nos dice Enrique Florescano, que dos siglos más tarde –en el siglo XVIII-, cuando ya había sido aniquilada la alta cultura indígena y sólo subsistía la cultura de los campesinos oprimidos, resurgió brillantemente el destruido esplendor indígena en la *Historia antigua de México*, del jesuita Francisco Javier Clavijero: *Historia ¿Para qué?* Op. Cit. p98

el objetivo español del sometimiento de dos terceras partes de la población mexicana, abusando de su docilidad, ingenuidad, bajísimo nivel educativo, lo cual facilitó la manipulación de la que fue objeto, durante un largo período histórico.

La Independencia de México (1810 a 1821), concebida e impulsada por una minoría criolla⁷, que buscaba liberar a los habitantes de la Nueva España de sus opresores coloniales y en cuyo proceso, esta naciente clase dirigente asumió que era deseo de esa nación, ser gobernada por los criollos y constituirse como un estado nacional católico y mestizo como ideal de nación unitaria, que se encuentra en abierta contradicción con la pluralidad real de los mexicanos y con la estructura desigual de su sociedad.

Nos dice Gustavo Esteva⁸ que, al hacerse del pasado indígena, los criollos independentistas pudieron pensar su revolución como la recuperación de un derecho original usurpado por los españoles a un pueblo preexistente.

Sin embargo los criollos consideraron en una sola categoría subalterna -la indígena-, a los diversos pueblos y culturas que encontraron en América, asumiendo consecuentemente la hegemonía con la idea de Hegel de que "el pueblo no puede gobernarse a sí mismo, alguien tiene que gobernarlo". Lo cual significa que el poder sólo cambió de manos: de la Corona, fue trasladado a los criollos.

Enrique Florescano⁹ nos dice que en los primeros años de vida independiente, fray Servando Teresa de Mier y Carlos María de Bustamante propusieron el pasado prehispánico como origen de la nacionalidad, con exclusión del colonial. Lucas Alamán, líder del partido conservador, vio en la herencia hispánica el más sólido baluarte de la

⁷ Encabezada por Miguel Hidalgo, José Ma. Morelos, Francisco Mina, Vicente Guerrero y Agustín de Iturbide.

⁸ Gustavo Esteva, "Más allá de la Identidad Nacional". Op. Cit. pp 333-335.

⁹ Enrique Florescano, *Historia ¿para qué?* Op. Cit., p100

nación y sobre ella propuso construir el futuro de la república, sin la participación de la tradición indígena.

Desde entonces surge la oposición irreductible entre ambos pasados y como consecuencia, la imposibilidad de asumirlos política, social y culturalmente, lo cual ocasionó en el país una contradicción fundamental que desvió la posibilidad de conseguir un destino más sano y equilibrado, ya que en la práctica cotidiana, se negaron persistentemente a reconocer jurídica y políticamente los derechos de la población indígena, así como a dar a la organización social y política de México, una forma acorde a las concepciones de esos pueblos y sus culturas.

Los liberales, triunfadores en esa contienda en que se dirimía el futuro del país, crearon el moderno Estado mexicano y sus leyes constitutivas; al derrotar a los conservadores, empeñaron grandes esfuerzos en destruir el poder de la Iglesia y en crear una sociedad secular y junto con ello, descartaron al pasado prehispánico y al colonial, como contenidos esenciales de la nueva nación que estaban forjando. En lugar del país indígena y campesino que habían heredado, trabajaron por una nación capitalista, que chocaba abiertamente con la profunda desigualdad étnica, cultural, social y económica que dividía al país y decidieron adoptar como modelo de nación, a los países industriales de Europa y Estados Unidos.

I.2.1 Análisis crítico sobre la formación y consolidación del Estado Nacional, que favorece a la Globalización

Dicho estado fue legitimado con la Constitución Federal de 1917, cuyos principios rectores se tomaron de la Revolución Mexicana de 1910 y guiaron el desarrollo de México durante el siglo XX.

Durante este período, se pretendió conjugar los ideales de los diferentes sectores sociales que participaron en la lucha armada: las clases medias urbanas, la clase obrera y el campesinado, éste último seguía siendo el sector mayoritario de la población. Aunque el régimen no cumplía

cabalmente con ellos, nada ni nadie podía cuestionar los principios de la Revolución, mucho menos cambiarlos.

El Estado, concentrado en la modernización forzada de la economía y la sociedad, ató al país a la división internacional del trabajo que imponía el sistema capitalista en expansión, imitando los modelos culturales europeos. El papel que le tocó jugar a México fue como exportador de petróleo y plata.

En contraposición a los proyectos liberales del siglo XIX que negaban al indio e ignoraban la historia antigua y proponían como destino del país la imitación de modelos extranjeros, la Revolución se define como un movimiento en búsqueda de la identidad, que incorpora al indígena y al campesino en su proyecto histórico. De ahí que las décadas posrevolucionarias contemplen una vasta y continua recuperación del pasado prehispánico, centrada en sus aspectos más deslumbrantes, como la arquitectura, la religión y los mitos.

Por otro lado, el movimiento armado de 1910, dio pie a una reformulación sustantiva del poder de Estado. Este sistema de dominio fue posible debido a la existencia de un instrumento llamado partido de Estado, que en 1929 se consolidó con el Partido Revolucionario Institucional –PRI-, el cual formaba parte del aparato estatal encabezado por el presidente en turno y que ejerció durante siete décadas un dominio casi total sobre la población, a la cual reprimía cuando lo consideraba necesario.

Comparto la opinión de Modesto Suárez¹⁰, quien considera que este sistema de dominio ha sido posible debido a la existencia del partido de Estado, que desde la Revolución de 1910, ha sometido a la población a la voluntad de los gobernantes y a una ignorancia activa de los gobernados, quienes se resistían a reconocer su realidad social y política, rechazando el saber y favoreciendo “el antisaber”. A propósito,

¹⁰ Modesto Suárez: “Cultura de partido de Estado”, Sección Opinión. Periódico Reforma, 8 de Enero del 2009.

actualmente la ignorancia ciudadana y la manipulación ideológica, son factores determinantes que impiden alcanzar la democracia y el equilibrio social en nuestro país.

El mejor aliado del partido de Estado, es la ignorancia y el mejor aliado de la democracia es el conocimiento. La manipulación ideológica sólo puede ser cuestionada por ciudadanos informados y con conciencia social. Para ello, es necesario el conocimiento y la decisión firme de adquirirlo. Dicha conciencia y conocimiento causan dolor, malestar y se requiere de valentía para poseerlos. La ciudadanía que no pregunta, que coloca fuera de su marco el mundo de la inquietud, la crítica y la búsqueda del equilibrio, es una sociedad paralizada, estancada e inerte y ello, desafortunadamente repercute negativamente en el país.

Nos señala Arnaldo Córdova¹¹, que la formación del Estado nacional en nuestro país, abarca ya un siglo y es el antecedente de nuestro presente, parte de él, la dimensión de nuestra conciencia histórica, colectiva, como pueblo, como nación y también como individuos.

Según sea la conciencia colectiva, es decir, el conjunto de ideas, creencias a las que nos debemos y respondemos, por las cuales actuamos o contra las que nos oponemos -es decir, con las que nos identificamos-, así será la historia que construyamos.

Nuestro momento histórico está marcado por ese fenómeno de trascendencia que es la Revolución Mexicana, cuyo antecedente es el período del Estado oligárquico porfirista (1876-1911), el cual define el período sucesivo, político, social, económico y cultural que hoy, después de grandes transformaciones, seguimos viviendo; debido a que es nuestro referente, pensamos a partir de ella, en ella y por ella actuamos, sobre ella indagamos el pasado, a partir de ella elaboramos nuestro desarrollo

¹¹ Arnaldo Córdova, *Historia ¿para qué?*, p 132-138. Op. Cit.

futuro, parecido o diferente a ella, y ella nos ha proporcionado la identidad como nación.

Retomando la idea de Modesto Suárez, de que el poder se fundó en el consenso de la ingenuidad e ignorancia del pueblo; parte esencial del discurso político en México consiste en mantener viva y activa la credibilidad del pueblo trabajador y los éxitos del sistema establecido se miden por su capacidad para renovar el consenso popular, fundado en la memoria histórica colectiva de la Revolución Mexicana.

El hecho de que el Estado mexicano actual haya surgido de una revolución hecha por el pueblo, sustenta su legitimidad, ya que las masas trabajadoras creen en ese Estado; lo sienten suyo y lo han hecho suyo sin reservas cada vez que ese mismo Estado se ha declarado en peligro y apela al consenso de las masas populares, sin ofrecer mucho a cambio, ni comprometiéndose demasiado. La fuerza de la Revolución, radica en que representa los ideales del consenso popular, pero de 1910...

El mérito del Estado mexicano, en términos de estrategia política, radicó desde el principio en rechazar toda identidad que no fuera la de su origen histórico, la revolución popular constituyó una innovación política, que sin duda era permitida por el atraso cultural del país y que dejó muy atrás a la concepción liberal y democrática del orden político de la sociedad. El Estado era de la sociedad en tanto se debía a las masas populares, es decir a los trabajadores. Ningún otro emblema ideológico habría permitido el ejercicio de un poder tan ilimitado, ni el dominio tan completo sobre la sociedad entera, como cuando se presentaban simultáneamente como bandera y como dictado del pueblo trabajador.

Precisamente en el período priísta de Carlos Salinas de Gortari -1988-1994-, se consolidó el proceso de apertura de mercados en México, mejor conocido como globalización o neoliberalismo.

Lo inició cambiando el discurso nacionalista –gestado en la posrevolución-, por un “primermundista” y modernizador; para consolidarlo puso en

práctica varios sucesos significativos que mostraban la imagen de un México moderno, como la firma del Tratado de Libre Comercio para América del Norte -TLCAN-, así como el ingreso de México a la OCDE (Organización de Comunidades de Desarrollo Económico), cuyo mensaje subliminal nos transmite el orgullo ingenuo de que formamos parte de los países desarrollados.

El añejo problema del campo se dejó de lado, incluso durante el gobierno de Carlos Salinas, se ordenó la supresión del ejido, contenido en el artículo 123 de la Constitución, mostrando así su falta de interés por resolverlo y como consecuencia de ello, continuaron los problemas económicos de una gran parte de mexicanos.

Dicho evento, repercutió en el éxodo migratorio, así como en la escasa presencia de productos agrícolas mexicanos en los mercados y la consecuente importación masiva de estos insumos.

De acuerdo con el historiador Lorenzo Meyer, la justificación teórica y moral de la política neoliberal sostiene que inicialmente se concentraría la riqueza, pero que con el tiempo se dispersaría a través de nuevas inversiones, empleos y aumentos de salarios, que inevitablemente traerían como consecuencia el crecimiento y el empleo para el resto de la población. Sin embargo hasta ahora, como claramente podemos percatarnos, el resultado económico y social de esta transformación, ha sido todo menos satisfactorio, como ejemplos palpables destacan las economías mexicana y estadounidense, que se encuentran estancadas y en México prevalece aún un porcentaje alrededor del 50% de su población en condiciones de pobreza, situación que propicia el riesgo social, debido al aumento en la frustración, delincuencia e inseguridad.

Es necesario en México, poner en marcha una nueva dinámica que mejore las condiciones económicas y educativas de su población, el combate a la corrupción pública y privada; así como proteger y reactivar el mercado interno, no como una medida populista, sino mediante acciones

cuidadosamente diseñadas para crear demanda de insumos internos y empleo.

En pleno siglo XXI y en medio de discursos *modernizadores* y *democráticos*, seguimos teniendo un alto número de poblaciones semi-abandonadas, pues registran en su gran mayoría, altos índices de marginación y su dispersión –de acuerdo a declaraciones del gobierno-, hace “incosteable” la dotación de servicios básicos, como agua, electricidad, salud y educación.

De acuerdo con la Comisión Nacional de Población –CONAPO–, el 69% de los habitantes de localidades pequeñas, enfrentan grados de marginación alto y muy alto, mientras que el 20% viven alejados de otros centros de población, caminos y carreteras.

El corte neoliberal se afianza con los primeros gobiernos nacionales *panistas*, al mando de las presidencias de Vicente Fox y Felipe Calderón, lo cual nos refleja que la pluralidad política sigue manteniendo el ámbito político lejos de la ciudadanía.

Por mencionar algunos ejemplos sencillos ¿cómo se articula la telepolítica con el predominio absoluto de los grandes monopolios de la radio, televisión y cine? ¿De qué se alimenta el imaginario nacional, más allá del deporte, del recuento noticioso, las telenovelas, los programas norteamericanos –que reflejan realidades ajenas- o los juegos electrónicos enajenantes con los que se entretienen y evaden de su realidad nuestras juventudes?

¿Hemos renunciado como colectividad a imaginar futuros deseables?

La situación actual muestra que la esfera de lo público ha sido ocupada por grupos que se manejan como élites especializadas en representar, gestionar y legislar, no en nombre, sino en lugar de, a millones de personas. Hoy, los ciudadanos estamos desposeídos, en mayor o menor medida, de nuestras capacidades de opinar e influir en las decisiones que marcan el rumbo colectivo. Las condiciones actuales de la democracia

excluyen de facto toda intervención en lo público que no siga los canales establecidos. Se observa que la sociedad mexicana actual no está siendo respetada, desde una perspectiva de consideración ciudadana; ya que se observa que su presencia se reduce a simple agente clientelar y no a seres humanos, es decir que las masas sociales son tratadas cada vez más como simples individuos, indispensables para la reproducción de mercados consumistas, de vastos territorios despojados de connotaciones simbólicas, reducidas a su condición de factores de la producción –o mercados abiertos a la competencia global-.

La imagen que se proyecta es de una tendencia hacia la pérdida de nuestra identidad nacional. La clase política que detenta el poder de estado y que habla en nombre de la nación, se encuentra atrapada por el doble discurso que debe emplear entre la globalización y la soberanía, entre la privatización y sus facultades rectoras, cada vez más disminuidas que hacen evidente un desgaste institucional inocultable.

Esta historia política de nuestro país nos enseña el modo particular en el que en México fue construido el Estado moderno, a través de la conquista del consenso popular y que además de que dejó de lado el reconocimiento real de nuestro pasado indígena, tampoco nos ha proporcionado un equilibrio adecuado de vida.

I.3) Identidad ¿para qué?

Una sociedad que desconoce su Historia, sus derechos o se siente inferior, no se organiza, no exige, no cuestiona; se conforma con lo que tiene, justifica la precariedad de su existencia porque no se cree merecedora de algo mejor.

P. Polanco

Historia e ideología, analizadas de forma clara y objetiva, son herramientas indispensables que nos llevan a entender mejor nuestra identidad, como condición real de los mexicanos, la cual se expresa de

forma heterogénea a través de aspectos culturales, étnicos, demográficos, lingüísticos, etc., ya que hay tantas maneras de ser mexicanos, como personas que tienen la nacionalidad; sin embargo, no podemos dejar de reconocer que la identidad ha sido utilizada por la ideología, para imponer una estructura de dominación al servicio del capitalismo.

Hemos visto que el movimiento armado de 1910, dio pie a una reformulación sustantiva de la ideología de la identidad nacional, hábilmente manipulada por las clases dirigentes. Si bien es cierto que los símbolos patrios, tales como la bandera, los héroes, las fiestas cívicas, los ideales revolucionarios, forman parte de la identidad, éstos fueron hábilmente introducidos por la ideología dominante, con la idea de que la población hiciera asociaciones mentales, relacionadas con valores simbólicos sobre el patriotismo nacional; de esa forma, el mensaje ha sido que es "buen mexicano", quien haga honores a la bandera, celebre las fiestas patrias, o sepa el nombre de los niños héroes, sin ahondar o cuestionar más allá de los ideales revolucionarios o el patriotismo que nunca llegó a ser una voluntad compartida por la comunidad en su conjunto, ni las manifestaciones de un vínculo social real que unificara completamente y en nombre de la identidad, a toda la sociedad. En la práctica, la identidad se redujo a simple lealtad a esas instituciones y procedimientos supuestamente democráticos, ya que la relación misma con esos símbolos y el carácter de la percepción aparentemente unificadora no expresaban una condición cultural en común, sino una brillante y bien planeada manipulación ideológica. Así, la función que ha cumplido el *cánon* de identidad del mexicano¹², ha servido para dar estabilidad al sistema autoritario mexicano, a lo largo del siglo XX. Sin embargo, el poder de Estado, no sólo se legitima por un ejecutivo eficiente, un parlamento representativo y una vigilancia justa, sino por un

¹² Término acuñado por Roger Bartra.

bienestar social generalizado que se refleja en procesos culturales, educativos, morales e informativos que establecen nuevas y diversas formas relativamente autónomas de poder ciudadano.

Nos dice Modesto Suárez¹³, que esta situación favoreció la aparición de la globalización, que postulaba la *mundialización* de la economía, sobre la base de un capitalismo sin límites; así democracia, capitalismo extremo, modernidad y progreso quedaron amalgamados y adoptados como doctrina oficial del gobierno mexicano. Las normas protectoras del campesinado y de los obreros, consagradas respectivamente en los artículos 27 y 123 de la Constitución de 1917, fueron siendo paulatinamente abandonadas a favor de los principios neoliberales.

Es decir, que tanto los derechos individuales como la libre empresa, constituyeron elementos articuladores de la nación, que no excluyeron las diferencias culturales y raciales como componentes vigentes de la organización social y simbólica de la sociedad. Es decir, que con el surgimiento de la nación mexicana, no se acabó con la dominación y explotación indígena; la estratificación colonial fue sustituida por otra de clases; moderna y a tono con la creciente y vigorosa expansión del sistema capitalista. Ello quedó plasmado en un tipo de estado nacional excluyente de la diversidad cultural y étnica; a nivel regional y local, en la vigencia de la dominación étnica estrechamente vinculada a la explotación económica.

Actualmente, el Estado nacional atraviesa una crisis económica, social y política, que propicia una reivindicación étnica; dicha crisis se inició con las evidencias del fracaso del modelo de desarrollo económico y político, emprendido por el Estado y que comenzaron a manifestarse a fines de los años 60, pero que se adoptaron formalmente en el contexto mexicano alrededor de 1986. A partir de entonces se acentúa el agotamiento del

¹³ Modesto Suárez: "El fin de la Revolución Mexicana", p 15 Opinión. Periódico Reforma, 26 de Noviembre del 2008.

modelo de desarrollo capitalista –que ofrecía bienestar y riqueza, bajo la égida del discurso que reivindicaba la igualdad, la libre empresa y el proteccionismo estatal-; así el descontento social se manifiesta entre todos los sectores de la sociedad. El corporativismo, incapaz de controlar y encauzar el descontento social, lo mismo que los pactos sociales tradicionales, han demostrado sus limitaciones para responder a las demandas de la sociedad que pugna por una mejor distribución de la riqueza, una mayor participación en la vida pública y en el ejercicio del poder.

Ante el agotamiento del modelo de desarrollo del país y la disminución de las oportunidades que a los pueblos originarios históricamente les ha sido negado, como sector cultural y socialmente diferenciado, emerge el movimiento indígena, constituido como sujeto político que lucha por alcanzar derechos específicos, el cual es cada vez más visible en la vida nacional. Su emergencia ha implicado la apropiación y resignificación de la identidad étnica de sus miembros y ha hecho de la identidad indígena un elemento de liberación, en confrontación con la herencia colonial que les ha negado a los pueblos originarios sus derechos ancestrales, es decir, su opción de ser sujetos constitutivos de la nación y los ha privado de participar como sujetos políticos dentro del Estado nacional.

Bajo este contexto, se reconoce entonces que la identidad étnica cobra sentido por su antecedente histórico y que los grupos étnicos no son homogéneos –de hecho, ningún grupo social lo es–, por ello, los miembros de los diferentes grupos, tienen derecho a cuestionar los recursos culturales que configuran su identidad; de donde podría surgir un sano conflicto identitario, que propiciara la aceptación de la heterogeneidad social y con ello la apertura al cambio.

Uno de los puntos capitales del actual debate internacional sobre la diversidad, se centra en el tema de si los grupos étnicos por ejemplo los indígenas latinoamericanos, deben ser considerados “pueblos” con derecho

a la autodeterminación y en caso afirmativo, cuáles serían el sentido y los límites de tal derecho.

Es fácil deducir que dependiendo de la forma en que se dirima este litigio en la comunidad internacional, en cada país tendrá un impacto crucial sobre el destino de los indígenas y otras comunidades étnicas.

Algunos países como Alemania, Estados Unidos, Suiza y Francia, han desarrollado instituciones que se dedican a traer productos agrícolas, textiles, artesanías, alhajas, instrumentos musicales y vidrio soplado de países latinoamericanos menos desarrollados, para fomentar apoyo a proyectos sociales de comunidades indígenas, a dicha actividad se le conoce como Comercio Justo –Fair Trade-; de esa manera se destina una ganancia para las comunidades indígenas que elaboran los productos.

Alemania destaca por su participación en este Comercio Justo, que en el año 2008, refleja un crecimiento en su mercado del 23% mayor que el año 2007.

Un propietario de este tipo de tiendas comenta: “Más allá de que los clientes vengan a comprar cosas que necesitan, vienen concientes a comprar algo que, además de que necesitan, ayudan a alguien más”, pues es sabido que los productos de este tipo de tiendas se podrían encontrar en otros lugares y a un precio más barato.¹⁴

En Alemania, el Comercio Justo se practica desde hace unos 25 años y existen unas 800 tiendas que se dedican a vender estos productos, además de unos 30,000 supermercados.

Este tipo de acciones ayudará a definir la manera en que estos grupos, cuando sea el caso, ejercerán políticamente sus derechos colectivos y consecuentemente influirán sobre la posibilidades de que los derechos humanos de sus miembros sean respetados y ejercidos plenamente; es decir, está en juego que estos pueblos puedan practicar sus prerrogativas

¹⁴ “Apoya Europa Comercio Justo”. Periódico Reforma. Domingo 5 de Octubre del 2008. Sección Internacional, p 3. Yaotzin Botello, corresponsal.

ciudadanas en regimenes mínimamente democráticos, esto es, que puedan acogerse a una ciudadanía “multicultural o étnica”.

En el inicio del siglo XXI y ante la crisis generalizada de la globalización, se observa un notable renacimiento de las identidades en todo el mundo. Este florecimiento de identidad se manifiesta a menudo bajo la forma de luchas culturales –nacionales, étnicas, religiosas, políticas y regionales–.

I.4 Etnofagia

De acuerdo con Enrique Florescano¹⁵ La definición de etnia se refiere a un grupo humano asentado en un territorio que comparte nombre, ancestros, mitos de origen y rasgos culturales comunes que le otorgan identidad y un sentido de solidaridad.

En el contexto de un Estado vertical y autoritario que no reconoce la heterogeneidad cultural, se observa que las identidades de los pueblos originarios y la identidad nacional han sido antagónicas, en la medida en que la última se fundamenta en la destrucción o asimilación de las primeras; a este fenómeno Héctor Díaz-Polanco lo llama *etnofagia*¹⁶.

Como sabemos, la globalización ha encontrado la manera de aprovechar la diversidad sociocultural a su favor, de conformidad con el incontenible apetito del capital por la ganancia. Y en ese trance, el capital globalizante “exalta” la diversidad de acuerdo a sus propios intereses de clase. Así, el sistema ataca las bases comunitarias de las identidades al tiempo que promueve todo género de identificaciones, que son una especie de identidades individualizadas sin sustento colectivo. La identificación funciona más bien cuando las comunidades han sucumbido al influjo individualizador del sistema: opera como sustituto de éstas para mal

¹⁵ Enrique Florescano, *Los Orígenes del poder en Mesoamérica*, Ed. FCE, México 2009, 539pp

¹⁶ Héctor Díaz-Polanco, *Elogio de la Diversidad. Globalización, multiculturalismo y etnofagia*. Ed. Siglo XXI. México, 2005, p167.

satisfacer el afán desesperado de los individuos por dar sentido a sus vidas.

Lo que parece cierto es que el orden globalizador busca integrar en su espacio no sólo las identificaciones, sino también a las identidades. Todo debe ser ingerido y digerido por y para el sistema. Queda claro que la lógica del aparato globalizante no se centra en la homogeneización. El aparato de dominio imperial opera en tres etapas: una inclusiva, es decir, abierta a la integración universal, una boca abierta con apetito infinito que invita a todos a ingresar pacíficamente en sus dominios para convertirse en un “espacio uniforme” a través del cual las subjetividades se deslizan sin oponer resistencia ni presentar conflictos sustanciales; la segunda es diferencial, donde se excluye la diversidad como principio de justicia (queda claro que no se incluye la pluralidad, mientras se garantiza que las identidades no opongan resistencia). Así se obtiene el consenso traslapado, prometiendo que respecto de las distintas concepciones de la vida en competencia, el poder en su tercera etapa, será neutral, es decir, ciego a la diferencia. Tal neutralidad (o indiferencia frente a la diferencia) es la clave de la nueva teoría de la justicia a la fase imperial del sistema. Así el imperio obtiene un fundamento universal, base de su estabilidad

Héctor Díaz-Polanco, acuñó el término de *etnofagia*, para explicarnos cómo opera este mecanismo ideológico utilizado por la globalización:

La *etnofagia* expresa el proceso global mediante el cual la cultura de dominación busca engullir o devorar a las múltiples culturas populares; no se pretende su destrucción mediante la negación absoluta o el ataque violento de las otras identidades, sino su disolución gradual, mediante la atracción, la seducción y la transformación, por ejemplo a través de los medios de comunicación como programas de televisión. Por lo tanto la nueva política es cada vez menos la suma de las acciones persecutorias y de los ataques directos a la diferencia y cada vez más el conjunto de los imanes socioculturales y económicos desplegados para atraer, desarticular

y disolver a los grupos diferentes. En síntesis, la *etnofagia* es una lógica de integración y absorción que corresponde a una fase específica de las relaciones interétnicas, que en su globalidad supone un método cualitativamente diferente para asimilar y devorar a las otras identidades étnicas.

Nos dice Eduardo Galeano¹⁷, escritor y periodista uruguayo, que la globalización nos impone a vivir en un mundo cada vez más desigual en la distribución de la riqueza y a la vez más igualador respecto a las costumbres –sobre todo de consumo– que impone; por ello contra esa uniformidad obligatoria, es más que nunca necesario afirmar la diversidad cultural; porque “Lo mejor que el mundo tiene está en los mundos que contiene”. Por ello plantea la unión de los pueblos latinoamericanos para defender juntos los precios de sus productos en el mercado internacional, unirse para enfrentar juntos al sistema bancario que domina nuestras economías y unirnos para afirmar juntos nuestro derecho a ser. Y cuestiona ¿tiene sentido el progreso tecnológico si no está al servicio de la gente?

En los años 80 del siglo XX, ya se ajustaba el ciclo *etnófago*. El poder de estado al tiempo que ensalzaba la diversidad étnica, rechazaba la acción conjunta de indígenas con otras clases o sectores subordinados no indígenas y apoyándose en una peculiar concepción del colonialismo, repudiaba la lucha de clases que supuestamente nada tenía que ver con los indígenas. Por una parte impulsan enmiendas legales para reconocer el carácter pluricultural de la sociedad y por otra adoptan modelos socioeconómicos que minan la identidad étnica de los pueblos indios. Es lo que puede llamarse la estrategia del indigenismo *etnófago*, lo cual significa que mientras se reconoce la vigencia de las identidades, se busca engullirlas, socavarlas desde sus cimientos, desde la misma comunidad,

¹⁷ Eduardo Galeano: “Nos unimos o estamos fritos”. Por Jaime Reyes Rodríguez. Periódico Reforma. Sección El Ángel, p 4. México, D.F., 13 de Junio del 2004.

con la idea de no afectar el orden político –el poder- o el modelo económico neoliberal que impone la globalización como necesidad.

No debe pasarse por alto que las fuerzas a las que se enfrenta la comunidad son enormemente más poderosas y eficaces que en el pasado: la nueva estrategia es más pertinaz y potente en la misma medida en que busca socavar la unidad comunal desde adentro, poniendo en juego las fuerzas individualistas del mercado y utilizando pautas y mecanismos de atracción y seducción que excluyen las brutales medidas de otras épocas.

Hay que añadir que la *etnofagia* no alcanza sólo a los grupos étnicos o indígenas, sino a todas las identidades que son atraídas hacia el orden imperial y su lógica de transformación tiende a generalizarse en diferentes grados, en todo el mundo, como un imperativo sistémico, pues no se trata de una faceta o un momento de la expansión neoliberal en Latinoamérica o de un fenómeno localizado y contingente, sino de un dispositivo clave del dominio imperial en su conjunto. La *etnofagia* no es local, sino global y se muestra como una ávida boca abierta del imperio. El poder colonizador no proviene más del estado nación, sino que surge directamente de las empresas globales.

La globalización sustituye cada vez más la forma del estado de bienestar social por mecanismos que protegen el capital y el mercado. Al mismo tiempo se atribuye a ambos, claramente transnacionalizados, funciones que antes asumía el Estado.

Al continuar despojando al Estado de sus funciones rectoras, confiándolas al capital, el mercado y agencias no gubernamentales seguirá debilitando la capacidad política del gobierno, lo que podría dar pie a usar métodos violentos para enfrentar el descontento social, así como estimular un mayor autoritarismo, lo cual a su vez puede crear nuevas formas de organización social y política que correspondan adecuadamente a las realidades y esperanzas de las mayorías sociales.

I.5 El respeto a la identidad étnica, es propiciada por la crisis del neoliberalismo

Para iniciar este inciso, es pertinente aclarar que un indígena, es el sujeto social que se caracteriza por pertenecer a una etnia, en cuyo origen se le reconoce una identidad y una cultura previas a la llegada de los españoles a América: pertenece a poblaciones que han logrado mantener una identidad propia y diferente a la nacional y se ubican en una situación estructural de dominación, la cual se justifica a través de la ideología del capitalismo.

Como proceso, la identidad étnica se sustenta en valores primordiales que los pueblos consideran propios, heredados de sus ancestros, anteriores a la Conquista y Colonización y les permite hasta hoy establecer su ámbito de pertenencia e identificación colectiva.

Por lo anterior, identidad indígena y étnica forman parte del mismo concepto y su característica particular implica una condición de subordinación sobre aquellas realidades históricas donde existen grupos sociales o pueblos con culturas e identidades diferentes, ya que dichas diferencias se utilizan precisamente para imponer, reproducir o modificar las relaciones sociales existentes, específicamente aquellas de dominación-subordinación.

Paradójicamente, el resurgimiento del tema étnico en el mundo se explica como consecuencia de la globalización; debido al debilitamiento de los estados nacionales y por la incapacidad del capitalismo que ha agotado su posibilidad de expansión.

En esa línea de reflexión, muchas discusiones parecen apuntar hacia la idea de que ante el fin de la expansión globalizante del sistema actual, el reto de la sociedad mundial es su involución; así lo sugiere el

resurgimiento de los conflictos étnicos, religiosos y culturales en todo el mundo y los cruentos enfrentamientos que han vivido en la actualidad los serbios, croatas, musulmanes, judíos, palestinos, vascos, rusos *chechenos*, negros, indígenas, etc., ya que muchos de los movimientos de este tipo buscan el retorno de los hombres a lo más fundamental y universal que es la organización social, la trascendencia de valores y creencias, la necesidad de identidad, de distinguirse, de ser plural y el respeto a su particular forma de organizarse en sus comunidades.

México, igual que América Latina no ha quedado fuera de los conflictos étnicos ni de la globalización y la conformación de los indígenas como sujetos sociales y políticos en nuestros días, pareciera apuntar hacia su consolidación.

De esta manera, el conflicto étnico en México se debate entre las expresiones cotidianas, comunitarias y no organizadas y el nivel nacional, desde el cual se proyecta a niveles internacionales, al constituir alianzas con otros movimientos indígenas del continente y al recurrir a organismos y legislaciones internacionales en la búsqueda de instrumentos de lucha, como el Convenio 169 de la Organización Internacional del Trabajo (OIT), con lo cual se han fortalecido las luchas para reconocer a los indígenas como sujetos sociales, al abrirles las puertas a foros internacionales.

Las organizaciones indígenas de tipo político que se pretenden con representatividad regional y nacional, son las que han generado con mayor claridad una lucha de carácter étnico en la que disputan la legitimidad del estado y cuestionan el orden jurídico que norma las relaciones de la nación y del que son excluidos; entre ellas, la propuesta actual por la defensa de la autonomía indígena ocupa un lugar central.

Tanto en México, como en América Latina, el conflicto étnico se ha caracterizado por rasgos de racismo y explotación de clase, es decir, que en el inconsciente colectivo, persiste la relación entre el binomio dominación étnica y de clase. Cabe aclarar que no siempre los indígenas

ocupan estructuralmente las mismas posiciones, ya que las relaciones de dominación-subordinación y aún las de explotación se presentan también dentro de grupos indígenas; en fin, se observa que, en general, los mestizos ocupan los estratos más dominantes.

Se observa que la dominación de un pueblo sobre otro, ocurre en todos los ámbitos de la vida, es decir, en lo económico, lo político, lo social, pero cuando esa dominación se justifica mediante argumentos que esgrimen las diferencias culturales y raciales, se agrega entonces una dimensión adicional al análisis, que es la étnica. Al concebir la *etnicidad* como una dimensión, se pretende diferenciarla del proceso de identidad grupal de los pueblos, de donde éstos toman históricamente sus identidades para poder diferenciarse culturalmente de otros.

Hoy en día, la identidad indígena, que unifica a millones de pobladores con culturas y lenguas diferentes, es un instrumento de lucha para discutir frente a la nación sus derechos como pueblos, con el fin de que se incluyan las condiciones que garanticen la supervivencia y reproducción de todos los pueblos originarios y sus identidades propias.

En este contexto, las alianzas que establecen las organizaciones de los pueblos originarios son igualmente heterogéneos y pueden tener o no un carácter étnico. De esta manera los integrantes de estos pueblos pueden aliarse entre sí: como indígenas, en la búsqueda de sus propias reivindicaciones, como campesinos en demanda de tierras; como productores en búsqueda de crédito y mejores opciones de comercialización; como jornaleros, migrantes, artesanos o comerciantes, o bien pueden optar por movimientos armados como el EZLN, que son indígenas por su composición regional mayoritaria, pero que no son únicamente étnicos por la cualidad de sus demandas esenciales.

Precisamente por su carácter armado y su auto caracterización como movimiento indígena, el levantamiento del EZLN en Chiapas, en enero de 1994, ha dejado al descubierto lo que hace más de 20 años las

organizaciones indígenas legales venían diciendo sin ser escuchadas, que en el país existen millones de pobladores con identidades y culturas diferentes. Han mostrado que el Estado Nacional, que se pretende moderno y con un ritmo acorde a los requerimientos del proceso de globalización, mantiene dentro de sí a millones de pobladores subordinados y explotados, muchos de los cuales además están sujetos a una dominación de tipo étnico, generalmente combinada con una dominación de clase.

Durante el siglo XX no hubo reconciliación nacional; los indígenas continuaron siendo el sector más miserable y atrasado de la sociedad mexicana. Sobre ellos recayeron descalificaciones lacerantes.

Aunque su presencia no fue negada, casi todos los sectores sociales pugnaron por cambiar su identidad o imaginaron transformarla en algo distinto a lo que realmente era. Sin embargo, el cambio mayor logrado en la situación del indígena, fue obra de los antropólogos. A ellos debemos las políticas que intentaron integrarlos al estado nacido en la Revolución y al redescubrimiento de sus antiguas tradiciones, como el cultivo del maíz, así como todas las cosechas que se obtienen de la tierra en general, son sinónimo de la identidad indígena, de una forma específica de vida campesina. La relación con la milpa fue el cordón que ató a los campesinos con el ciclo agrícola –fundada en la creación de las plantas cultivadas y el origen del maíz-. Su idea de la división del cosmos y de los mecanismos que regulan el universo se sustenta en los movimientos del sol, el gran ordenador, junto con la propia actividad agrícola, las tareas cotidianas, las fiestas y los calendarios de los pueblos campesinos, regulados por el movimiento del sol; la unión de estos dos mecanismos ordenadores fijó el lugar donde vivir, el tamaño de la familia, los ciclos de trabajo, la dieta alimenticia, la dependencia ante los cambios de la naturaleza, el culto a los fenómenos que intervenían en la germinación de

las plantas y la idea de que sobrevivir es sobre todo una empresa colectiva.

Al fin y al cabo, la identidad indígena no es más que el conjunto de hábitos que día con día cumplen de modo solidario la familia y la aldea campesina, en el sentido que tiene para ellos la vida.

Gustavo Esteva¹⁸ utiliza el término *México profundo*, como una categoría que alude a los mexicanos que no están cabalmente inscritos en la matriz de la civilización occidental, es decir que poseen modos de pensar y comportarse distintos a los occidentales. *México profundo* plantea por primera vez su proyecto debido a la urgencia de oponer a la versión actual del proyecto dominante, en que no tienen cabida digna, una visión unificada que articule la diversidad de sus concepciones e intereses. El *México profundo*, no está formado solamente por los pueblos indios, aunque de ellos surgió; probablemente pertenece a él una amplia mayoría de la sociedad nacional.

El desafío actual de las mayorías consiste en articular su proyecto sin renunciar a lo que son, sin reducirse a una forma de existencia política que les resulta inaceptable o incluso ajena, así como en dar a su proyecto un carácter incluyente, que no reproduzca a la inversa la exclusión y subordinación que han padecido.

Así que un proyecto del *México profundo*, capaz de expresar en la realidad aspiraciones y esperanzas de quienes lo forman, que busque incluir a todos los mexicanos tendría que explorar a través del diálogo intercultural, la posibilidad de dar forma a un principio compartido de mutuo reconocimiento entre los diferentes, capaz de inspirar y animar formas de convivencia ordenada y armónica entre todos ellos. Tal principio supondría comunión, no identificación, es decir tolerancia ante la diversidad y respeto al pluralismo.

¹⁸ Gustavo Esteva, "*Más allá de la identidad nacional*", p 359 Béjar Navarro, op cit.

La principal dificultad de un proyecto así no se encuentra en su concepción o difusión, sino en la resistencia que puede encontrar en el sector occidentalizado de la sociedad mexicana.

Siguiendo con Gustavo Esteva, los procesos de identificación y la cuestión misma de la identidad colectiva pueden aparecer en muy diversas condiciones y culturas, pero sólo logran generalizarse en la sociedad económica, que descansa en la reducción de los hombres y mujeres reales, de las personas, a la condición de *homo economicus*, del individuo posesivo nacido en Occidente.

Al quedar reducidos a individuos, los seres humanos son tratados como masas sujetas a una estructura que las ordena, conduce y controla; así cada individuo queda inscrito en su categoría correspondiente: cliente o empleado, deportista destacado o mediocre, estudiante o maestro, soldado, microbusero, vendedor de globos, obrero o gerente, dirigente de un partido o sacerdote; de acuerdo a ello recibe el trato correspondiente, mismo que es determinado por la categoría social a la que pertenecen; no como cada quien es: un hombre o una mujer concretos. Esa es la forma en que se configura el orden social, como una estructura de dominación.

El proceso de individualización propio de la sociedad económica ha avanzado considerablemente en México. Si bien sólo han cristalizado cabalmente en una minoría, ésta es poderosa y no está dispuesta a ceder. En cambio, en las comunidades indias, las personas individuales son nudos de redes de relaciones concretas. Las redes entretejidas por mutuas obligaciones forman una comunidad. La comunidad misma no es una entidad distinta a quienes la forman, una entidad a la que pertenezcan o se adscriban o con la que identifiquen. Sus miembros son la comunidad; ésta sólo existe en ellos, por ellos y con ellos. Ser en comunidad es una dimensión de su existencia concreta, o de su coherencia lógica y natural.

Esta relación no las unifica por identidad, es decir, no sumerge una en la otra o a ambas en una nueva entidad abstracta, no las engulle en la

etnofagia, de la que nos habla Héctor Díaz-Polanco; sino que mantienen su existencia diferenciada, su personalidad propia, influyéndose mutuamente.

En esos núcleos urbanos y rurales del *México profundo*, a los que se refiere Gustavo Esteva, los lugares de origen y pertenencia se mantienen como definición sustantiva de un modo propio de ser y vivir; ese sentimiento de pertenencia, se proyecta en quienes se han establecido en otras partes, entre éstos, los migrantes. Muchos de ellos, han convertido sus nuevos lugares de arraigo en extensiones de sus comunidades de origen, que llegan a constituir las como mixtas y hasta transnacionales, ya que el mismo grupo humano ocupa, a veces rotativamente, lugares en dos sitios distintos que pueden encontrarse en países diferentes; de esa manera, mantienen con su comunidad vínculos claros, incluyendo la visita periódica en ocasiones rituales y a menudo mantienen también el proyecto o el sueño del retorno. En muchos casos, los migrantes permanentes han creado nuevas formas de comunidad en sus lugares de arraigo, como auténticas creaciones culturales, en donde fundan su existencia común y su convivencia.

En suma, el proyecto del México Profundo pretende la articulación de los diferentes, no de los idénticos, la cual estaría abierta hospitalariamente a la diversidad; expresaría formas de comunión entre todos, plasmada en sus pactos y acuerdos.

Se debe reconstruir la nación sobre bases diferentes de lo que hasta ahora se ha hecho, basándonos en el reconocimiento de la diferencia, es decir en la pluralidad, como reiteradamente se ha propuesto en la presente tesis, ya que nuestra dinámica socio histórica ha demostrado que es un error atribuir a la cultura una naturaleza esencialista, es decir ahistórica e inmutable.

El ser humano necesita convivir en sociedad para lograr su pleno desarrollo, el cual consiste en que cada individuo tenga libertad para elegir

el desenvolvimiento de sus potencialidades y capacidades a través de las actividades que decida valorar en un ambiente de respeto y pluralismo.

Bajo este esquema, los pueblos indígenas tendrían el derecho de organizarse con base en las principales actividades en las que participan, sin que por ello queden separados o jerarquizados en una posición inferior al resto de los grupos de la sociedad mexicana.

Tanto el reconocimiento del multiculturalismo mesoamericano —antecedente de nuestro mestizaje—, como el derecho a la libertad son premisas indispensables para nuestra aceptación e integración lo cual se reflejará en una sociedad más sana y equilibrada. No olvidemos que la historia de México es un largo trayecto en la búsqueda de libertad y democracia, especialmente de los pueblos indígenas, quienes son los que más deben defenderlas y enarbolarlas, ya que son las únicas que les permitirán romper las estructuras de jerarquía y aislamiento y que les otorgarán el reconocimiento y la igualdad a los que siempre han tenido derecho.

La unidad y coherencia que México necesita, la proporcionaría una actitud pluralista respecto a la diversidad de los grupos, pueblos y culturas que forman el país real, con el fin de ser trasladada a la política, para que a partir de esa dimensión, se reconozcan y asuman las diferencias, para poder ser integradas y asimiladas política y socialmente.

Esta actitud se observa de modo ejemplar en los pueblos indios; a medida que pasan de su tradicional resistencia a un empeño de liberación, impulsan un proceso de reconstrucción como tales. Agredidos y discriminados por cinco siglos, desmanteladas todas las formas de su existencia como pueblos, encontraron refugio en las comunidades, en las que afirmaron y transformaron sus modos propios de vivir, sus culturas, con diversos matices de un localismo que a menudo fue abiertamente inhóspito a los extraños y los mantuvo encerrados en sí mismos. Su conciencia actual de que los vientos dominantes tienden a arrasar con

todos los localismos y que la mera resistencia es inútil o contraproducente, los está impulsando a vincularse con otros similares a ellos, dentro del proceso de formación de amplias coaliciones de descontentos que define su empeño de liberación. No por ello pierden su localización, su arraigo a los lugares a los que pertenecen y les pertenecen. Tampoco disuelven su manera propia de ser y pensar en una condición abstracta o general. A partir de lo que son ahora, en sus comunidades, se plantean su reconstitución como pueblos lo mismo que sus coaliciones, renovando su tradición de hospitalidad. En algunos casos, tal reconstitución se postula como un proceso de identificación que revelaría, descubriría o recuperaría la identidad de cada pueblo indio hasta ahora oculta o debilitada, o bien, la redefiniría como construcción ideológica a la que podrían adherirse sus miembros para la promoción conjunta de sus intereses comunes.

Cabe mencionar que a nivel constitucional, México reconoce la existencia de pueblos indígenas, de hecho se asumen tres tipos de identidad:

1) La identidad individual, es decir propia u originaria, la cual se mantiene y reproduce a través de instituciones en las que determinados elementos culturales, como la religión y los rituales juegan papeles esenciales y se reproducen a través de la memoria oral y escrita que guardan, recuperan y hasta recrean el pasado milenario del pueblo o comunidad de que se trate.

2) La identidad indígena, la cual ha dado paso a la liberación de los pueblos originarios; ha contribuido a ellos con sus políticas para crear y reproducir intermediarios culturales, promotores y profesionistas y aún líderes indígenas, así como a encauzar e institucionalizar las luchas indígenas, el Instituto Nacional Indigenista es una muestra de ello. La lucha por el reconocimiento constitucional de los pueblos indígenas como integrantes de la nación, se ha traducido en la búsqueda de la institucionalización, de la oficialización y el reconocimiento legal de esa identidad indígena, a nivel nacional y que busca a largo plazo construir un

Estado Nacional multicultural y multiétnico. El artículo 4° de la Constitución reconoce legal y jurídicamente que existe en México una identidad indígena y reconoce sus derechos, sin embargo tal reconocimiento no garantiza una relación justa y equitativa a los miembros de los pueblos originarios; la carga de racismo, dominación y subordinación que aún posee la identidad indígena obliga a los pueblos que se reconocen como indígenas, a modificar sustancialmente el sentido de las instituciones, las políticas y las acciones destinadas a ellos, para que no continúen institucionalizando y haciendo operativas las desigualdades, las injusticias y los abismos raciales y culturales que existen hoy en día entre los indígenas y los no indígenas, sustentada en la supervivencia de una identidad subordinada.

3) La identidad nacional se ha constituido para unir bajo un mismo proyecto social y cultural a una comunidad que sin embargo es y ha sido diferente y desigual, ya que a los sectores hegemónicos, a nivel discurso, les ha interesado construir un México homogéneo culturalmente y con una sólida y única identidad. Las instituciones nacionales que rigen la vida social, política, educativa y jurídica de México han sido las que han estado implicadas en la construcción de un complejo y poderoso sistema ritual y simbólico encaminado a legitimar la existencia de la nación, el Estado y sus autoridades.

Nos dice Maya Lorena Pérez Ruíz ¹⁹ que las identidades individuales, la identidad indígena y la identidad nacional pueden continuar siendo contradictorias y en conflicto permanente, o pueden llegar a ser parte de un mismo proyecto, en el que más que contraponerse en intereses, se complementen para construir un nuevo tipo de sociedad que propicie un intercambio enriquecedor de nuestras culturas, no sólo el carácter étnico

¹⁹ Maya Lorena Pérez Ruíz, *La identidad Nacional Mexicana como problema político y cultural, los desafíos de la pluralidad en el marco de la globalización*. Raúl Béjar Navarro y Héctor Rosales, coordinadores. CRIM-UNAM, Cuernavaca, Morelos, 2002, p 88.

de los pueblos diversos que la componen; dicha sociedad tendría que preocuparse por construir los marcos jurídicos necesarios para la convivencia e interacción positiva entre los pueblos y grupos sociales con culturas e identidades diversas, sólo así se consideraría un estado democrático que tendría la legitimidad que le dieran sus integrantes para dirimir sus conflictos sobre la base del respeto y la equidad, de lo contrario, continuar con la desigualdad social, económica y política conduce al genocidio y la desintegración.

Capítulo II. La identidad cultural mesoamericana, su ubicación geográfico-temporal y su legado artístico al México contemporáneo.

¿Cuál es el objetivo de estudiar en este capítulo la historia Mesoamericana?

A través de nuestras culturas ancestrales, que en este caso son las mesoamericanas, podremos entender los vínculos que dieron cohesión a nuestras comunidades originales, para permitirnos en esta globalización modernizadora, conocerlas e identificarlas, y así comprender mejor la formación de nuestra identidad. Cualquier acercamiento que nos conduzca al conocimiento de nosotros mismos, en tanto nación e individuos, es de gran trascendencia porque nos ayuda a revalorarnos y aceptarnos mejor, así como a sentirnos orgullosos de nuestro pasado indígena, antecedente de nuestras artesanías mexicanas, que simbolizan resistencia y fortaleza ante los cambios históricos.

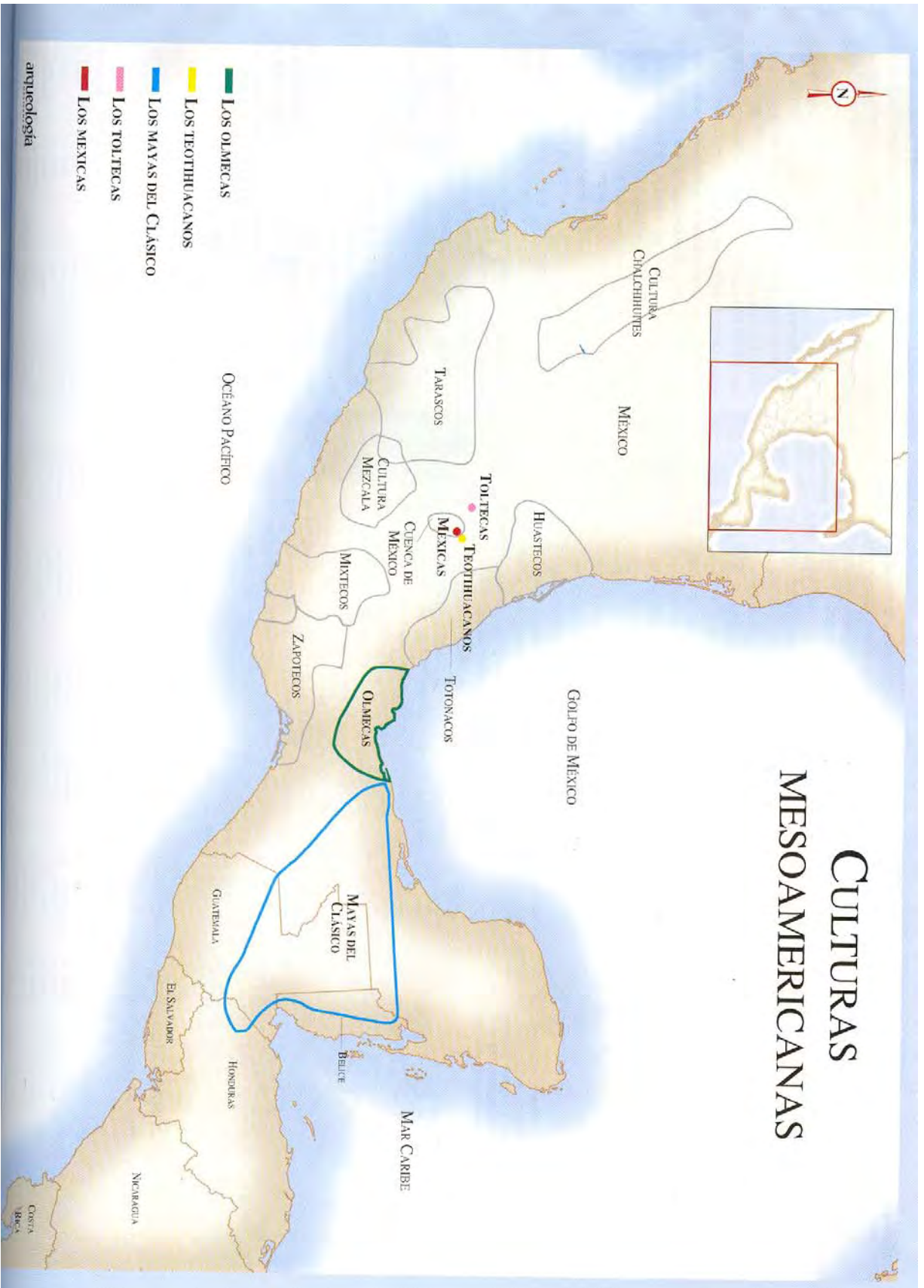
El arte popular mexicano tiene sus raíces en las diversas culturas prehispánicas, como lo demuestran las manifestaciones artísticas puras, que por su natural aislamiento han sobrevivido hasta el presente: elaborados trabajos en oro y plata, textiles manufacturados en telar de cintura, infinidad de objetos de cerámica, pinturas, esculturas e inscripciones talladas en piedra, plagadas de simbolismos míticos, históricos y religiosos con indiscutibles cualidades estéticas. El arte popular es fusión entre lo indígena y lo mestizo, puente entre lo rural y lo urbano, entre lo nacional y lo global, que simboliza sincretismo, es decir apertura e integración ante la diferencia y la diversidad.

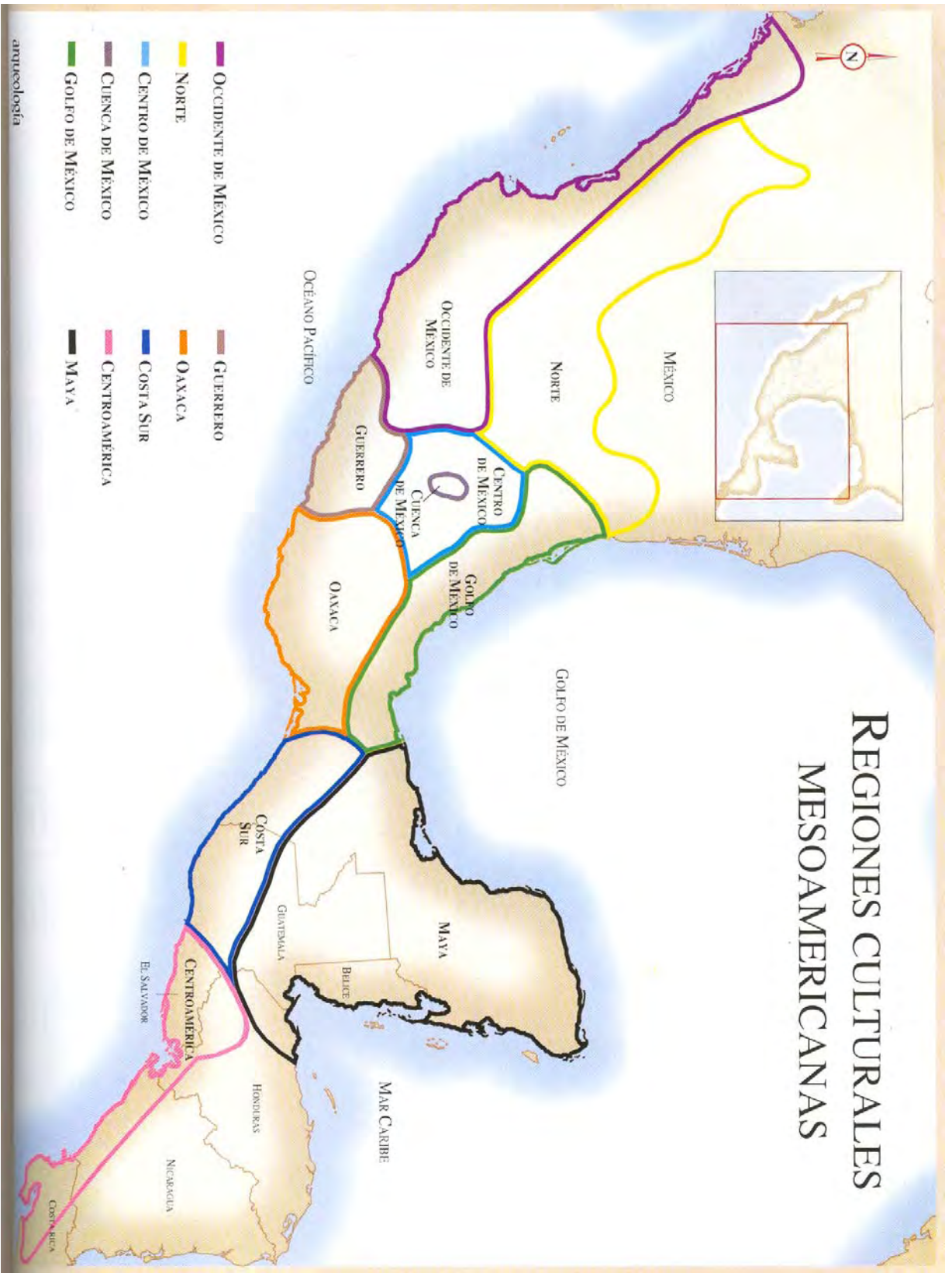
Antecedentes

El antropólogo Paul Kirchhoff (1943-1967) fue el primer investigador que acuñó el término de Mesoamérica²⁰. Bajo esta denominación reconoció a una extensa área geográfica limitada al norte por las fronteras naturales de los ríos Pánuco y Sinaloa en México y al sur por una difusa línea fronteriza entre Guatemala y El Salvador; abarca pues la zona norte-centro de México, hasta la costa del Océano Pacífico en Costa Rica. Se adjuntan mapas ilustrativos.

Desde el momento en que en esta zona se consolida la agricultura como medio de subsistencia fundamental, en el año 2500 a. C., y hasta la llegada de los primeros europeos entre 1512 y 1519, las diferentes culturas que se desarrollaron en Mesoamérica compartieron diversas características comunes. Según P. Kirchhoff, éstas se pueden sintetizar en un excelente manejo de los recursos agrícolas (principalmente referido al cultivo del maíz), mediante avanzadas técnicas que posibilitaron la aparición de un excedente productivo. El uso de un instrumental agrario común, la importancia de las diferentes formas procesadas de maíz en la dieta prehispánica, vida sedentaria, patrón de asentamiento en vastos centros urbanos, alta especialización artesanal, importancia del mercado y del comercio, edificación de grandes complejos rituales –como las pirámides–, una compleja cosmovisión e ideología; importancia del sacrificio humano, así como logros intelectuales, donde sobresalen la escritura, la astronomía y el calendario, que nos ilustran sobre sociedades altamente desarrolladas, donde la intensiva vida urbana, el floreciente comercio, las complejas relaciones que definían las esferas sociales y políticas, así como el particular carácter espiritual de su gente, caracterizaban la cotidianidad de sus vidas.

²⁰ [www.aridoamerica](http://www.aridoamerica.com),, mesoamerica y oasisamérica.com.mx





arqueología

Desde la Conquista hasta nuestros días se desarrolló un largo proceso de mestizaje en el que la cultura europea tuvo una influencia determinante en los grupos nativos de México.

La constante mezcla de razas y linajes, desde el surgimiento de la humanidad sería irrelevante si dichos contactos –con frecuencia violentos-, no hubieran repercutido en las tradiciones culturales de las distintas comunidades. La prolongada permanencia en un lugar y el dominio de su entorno propiciaron la formación de culturas con tradiciones y modos de vida característicos; con el mestizaje se alteraron estos patrones que aún hoy están en continuo cambio.

México ha tenido la gran responsabilidad de entenderlas y fusionarlas en una sola: su cultura nacional. Cabe mencionar que este intrincado proceso, forma parte de la etapa inicial de la entidad nacional del mexicano.

La segunda etapa sucede después de la Revolución de 1910, donde ya se asume la integración de las dos culturas diferentes.

Nuestra cultura nacional nos distingue de otros países y nos da nuestra propia personalidad, pero ¿Cómo assimilar adecuadamente esa fusión si no se estudian y entienden esas experiencias históricas de forma digna y respetable?

Enseguida se hará un acercamiento al estudio de nuestras raíces culturales, lo que Gustavo Esteva llama *México profundo*, a través de las cuales entenderemos mejor el árbol florido que representa la civilización mesoamericana y con ello avanzaremos un poco más en la comprensión de nosotros mismos.

El valle del Anáhuac en el altiplano central, fue el lugar donde se asentó el imperio Azteca o Mexica y su ciudad capital Tenochtitlan, su centro urbano.

Respecto al arte indígena, el contacto con los españoles produjo la alteración del orden social vigente hasta entonces, pues los artesanos indígenas que habitaban los centros urbanos debieron integrarse a las

actividades productivas de la nueva sociedad, aunque buscaron preservar algunos rasgos de su origen; sólo aquellos que habitaban en lugares lejanos e inaccesibles conservaron inalteradas las tradiciones y costumbres de su antigua cultura.

Durante el siglo XVI los europeos experimentaron una ambivalencia emocional frente al arte de los pueblos conquistados: una vertiente condujo a la masiva e irracional destrucción de las florecientes culturas americanas, adjudicándoles a los objetos producidos por estos pueblos un carácter diabólico y herético. Por otro lado, algunos españoles, francamente impresionados por la belleza singular del arte prehispánico, se aventuraron a enviar algunos de estos objetos al Viejo Mundo, como preciados regalos para el rey de España, quien a su vez dispuso de ellos para congraciarse con el papa y otras testas coronadas, especialmente miembros de su familia. De ahí que algunas de estas obras de arte, en particular los libros indígenas llamados códices, los ornamentos de plumas y aquellas piezas cubiertas con mosaicos de turquesa, se integraran a las bibliotecas y cámaras de tesoros, de donde años más tarde surgirían los primeros museos.

Debido a su carácter exótico y singular, los objetos precolombinos que lograron sobrevivir a la gran destrucción del mundo indígena americano fueron considerados desde un principio como "creaciones de bárbaros"; posteriormente al cabo de muchos años, fueron incluidos en la categoría de arte primitivo, llamado también en ocasiones arte etnográfico.

Es sólo hasta el siglo XVIII, con los avances de la naciente ciencia moderna y el trabajo paciente y laborioso por parte de diversos investigadores mexicanos y europeos, cuando se dan las bases para considerar los testimonios materiales de estos pueblos desaparecidos como expresiones del conocimiento, del sentimiento y de las emociones de los seres humanos, cualidades que anteriormente les habían sido negadas.

A finales del siglo XVIII fueron rescatados y protegidos por primera vez algunos testimonios materiales del pasado indígena de nuestro país; esta acción, por su envergadura dio origen a la tradición nacional que nos ha permitido conservar y estudiar las obras de arte de aquella primera época de nuestra historia.

Posteriormente, en el siglo XIX, las artesanías recibieron el nombre de industrias típicas o industrias rurales; a los productores se les conocía aún por el nombre de su oficio: alfareros, pintores, plateros, tejedores, coheteros, doradores, etc. Los intelectuales de principios del siglo XX (entre éstos, los artistas plásticos y los antropólogos) reconocieron en las manos hábiles de los artesanos una herencia valiosa.

Actualmente a las artesanías se les considera objetos típicos tradicionales, indígenas o populares.

Cuando se produce la efervescencia de las ideas revolucionarias nacionalistas de 1910, las obras producidas por indígenas se revaloraron, hasta convertirse en referencia de identidad y base de la mexicanidad. Lo autóctono, lo nativo, lo original, se convierte de inmediato en arte popular al atribuirle a los indígenas un "innato sentimiento artístico"²¹. Al respecto, existen ocho millones de artistas populares en México²²

Formalmente a partir de la segunda década del siglo XX, se da una apertura a la aceptación del arte nacional en México, gran parte del cual es manifestación de la época prehispánica que refleja belleza y perfección de técnica de los pueblos que las hicieron.

De dichas artes, destacan la talla de esculturas. Fueron los Olmecas quienes inventaron el arte lapidario, de donde se obtenían bellos collares y brazaletes, placas pectorales y orejeras de exquisita elaboración. Una de las características de las sociedades precolombinas fue el uso de piedras

²¹ *Arte del Pueblo, manos de Dios. Colección del Museo de Arte Popular.* P 121. México, Octubre del 2005. 607pp

²² *Arte del Pueblo, manos de Dios.* Victoria Novelo Oppenheim. Op. Cit. P33

semi-preciosas, como el jade y el cuarzo, para la manufactura de joyas y ornamentos de gran preciosismo y valor, destinadas a los nobles y a los jerarcas políticos y religiosos.

Los alfareros buscaron dejar un sello especial en la cerámica que crearon. Los mayas fueron los que destacaron en una mayor expresión artística, al igual que los habitantes de Cholula y los Mixtecos en Oaxaca.

Las llamadas artes menores agrupan el trabajo de muchos especialistas que durante varios siglos desarrollaron técnicas especiales para trabajar con materiales muy delicados, como son la madera, la concha, el hueso humano o de animal, e incluso las plumas multicolores de las diversas aves del México antiguo. Recientemente, en El Manatí, Veracruz se descubrieron algunos bustos Olmecas, junto con algunos hermosos instrumentos musicales, como los tambores verticales, llamados *tlapanhuéhuetl* y los xilófonos de doble lengüeta conocidos como *teponaxtles*; en ellos se aprecian los magníficos relieves que los decoran²³.

²³ Felipe Solís. *Cien Obras Maestras del Arte Mexicano*. Época Prehispánica pp 38-41. México, Septiembre 1998. Editorial México Desconocido 176pp

semi-preciosas, como el jade y el cuarzo, para la manufactura de joyas y ornamentos de gran preciosismo y valor, destinadas a los nobles y a los jerarcas políticos y religiosos.

Los alfareros buscaron dejar un sello especial en la cerámica que crearon. Los mayas fueron los que destacaron en una mayor expresión artística, al igual que los habitantes de Cholula y los Mixtecos en Oaxaca.

Las llamadas artes menores agrupan el trabajo de muchos especialistas que durante varios siglos desarrollaron técnicas especiales para trabajar con materiales muy delicados, como son la madera, la concha, el hueso humano o de animal, e incluso las plumas multicolores de las diversas aves del México antiguo. Recientemente, en El Manatí, Veracruz se descubrieron algunos bustos Olmecas, junto con algunos hermosos instrumentos musicales, como los tambores verticales, llamados *tlapanhuéhuatl* y los xilófonos de doble lengüeta conocidos como *teponaxtles*; en ellos se aprecian los magníficos relieves que los decoran²³.

II. 1. Culturas Mesoamericanas

Espacio y tiempo

El de Mesoamérica es un territorio de extraordinaria riqueza natural en el que se encuentran diversos medios ambientales, que abarcan desde extensos litorales marinos, hasta altas montañas, cada uno con un gran potencial productivo y una gran disponibilidad de materias primas. Esta diversidad ecológica se vio reflejada en las culturas que la habitaron y propició el establecimiento de redes de intercambio, uno de los factores fundamentales en la integración de la zona mesoamericana.

Mesoamérica es un auténtico mosaico de culturas, cada una de ellas poseedora de un conjunto de características propias; en ningún otro aspecto esta diversidad resulta más problemática, que al establecer un

²³ Felipe Solís. *Cien Obras Maestras del Arte Mexicano*. Época Prehispánica pp 38-41. México, Septiembre 1998. Editorial México Desconocido 176pp

esquema cronológico que permita la comparación de los distintos desarrollos locales. Éstos, a pesar de darse indudablemente bajo una tendencia común, suelen presentar ritmos distintos. Por ello, no es raro observar que mientras en alguna región una ciudad se encuentra en pleno apogeo, otra experimenta un proceso de abandono.

Para el presente estudio, se ha optado por el siguiente esquema que se divide en tres horizontes o etapas: el Preclásico: del 2500 a.C. al 250 d.C., época que se identifica por el arte Olmeca y las expresiones campesinas aldeanas; el Clásico, del 250 d.C., al 900 d.C., para muchos estudiosos el de mayor florecimiento del arte indígena; el que corresponde al desarrollo de las ciudades y del urbanismo mesoamericano es el Posclásico, del 900 d.C., a 1521 d.C., período terminal donde el refinamiento y la expresión plástica tienen que ver con el dominio de los militares en la sociedad y el impacto de los cultos guerreros.

Las culturas prehispánicas, cada una con sus formas y estilos característicos, se ubican aproximadamente desde el año 2500 a.C. hasta 1521 d.C., cuyo fin concluye abruptamente con la conquista de México-Tenochtitlan a manos de Hernán Cortés.

Mesoamérica estuvo habitada por un numeroso conjunto de pueblos que, en el marco de una extraordinaria diversidad cultural, compartieron una serie de elementos de tal importancia, que es posible suponer no sólo que tuvieron un origen común, sino que a lo largo de toda su historia participaron en una extensa red de relaciones. Debe señalarse que Mesoamérica no es una entidad que los habitantes prehispánicos reconocieran como tal.

La de Mesoamérica es una historia en la que confluyen dos vías: por un lado, cada región parece haber seguido sus propias pautas y ritmos de desarrollo y su integración con las otras se daba por medio de alianzas políticas, o principalmente, por el intercambio comercial; por otro, la tendencia dominante en el conjunto del área mesoamericana determinaba

a su vez el desarrollo de cada región. Es por ello que Mesoamérica debe entenderse más que como una entidad real, como un concepto utilizado por los estudiosos del pasado prehispánico de México para delimitar un objeto de estudio, en este caso, un conjunto de sociedades con tan obvias afinidades, que su comprensión en lo particular sólo es posible si se toma en cuenta la situación general de cada época y la clase de relaciones que se establecían entre las distintas culturas.

Los rasgos a partir de los cuales se define la extensión del territorio mesoamericano son de dos tipos: los relativos a la estructura de la sociedad, como la economía, la política y la religión y los que se refieren a las pautas culturales específicas que derivan de ellas, como los rituales, la cerámica, la escultura y el patrón de asentamiento, entre muchos otros. Es en estos últimos, en las formas concretas en que se expresaban las pautas de comportamiento y las creencias comunes, que se manifiesta en la extraordinaria diversidad de culturas que habitaron el área mesoamericana, de lo cual también dan cuenta las decenas de lenguas que se hablaban al momento de la conquista.

Entre los elementos que caracterizan a las sociedades del área mesoamericana, cuyo territorio si bien comprende una amplia variedad de ambientes, también posee en toda su extensión, las condiciones necesarias para el desarrollo de la agricultura, se encuentran entre otros, el sedentarismo y el cultivo de plantas –entre las más importantes, el maíz, la calabaza y el frijol–, la organización territorial basada en la existencia de uno o varios centros dominantes, una estructura social dominada por una élite definida por su pertenencia o linaje, una religión politeísta y asociado a ella, un grupo de rituales como el juego de pelota y el sacrificio humano. Asimismo, esas sociedades poseían un sistema calendárico basado en la cuenta de años civiles, compuestos por 18 meses de 20 días y cinco días extras y otro religioso de 260 días, formado por 20 trecenas.

En la historia de Mesoamérica la importancia social de los cabezas de linaje corrió paralela a la consolidación de los cacicazgos y reinos. En esta región “los ritos de veneración a los ancestros unían las esferas económica y política con la ideología de una manera que ninguna otra práctica social pudo lograr”.²⁴ Tanto la arquitectura, como la iconografía mortuorias que se desarrollaron en los períodos preclásicos (2500-400 a.C.) y el Clásico (200-900 d.C.) introdujeron de modo permanente la presencia de los ancestros en las ciudades y vidas de los contemporáneos.

El culto a los ancestros, dirigido por los gobernantes se puede situar cuando aparecen los reinos olmecas de San Lorenzo (1200-1000) y la Venta (900-400 a.C). En la Venta, el culto a los ancestros está localizado en la parte norte de la ciudad y se manifiesta bajo la forma de entierros, mausoleos, sarcófagos y retratos monumentales dedicados a los fundadores y jefes del reino. En esta ciudad se observa una relación estrecha entre el culto a los ancestros y la legitimidad de los gobernantes. Enrique Florescano, nos dice que en Oaxaca, existen también registros de cultos antiquísimos -desde el período preclásico- a los ancestros asociado con el origen de los linajes. Los zapotecos llamaban a los ancestros “gente de las nubes” y los representaban como si flotaran o volaran sobre los individuos. Esta tradición se continuó en la Época Clásica, cuando las tumbas, las ceremonias y la escritura se transformaron en culto legitimador de los gobernantes y las familias nobles. Las investigaciones recientes mostraron que los zapotecos hicieron del culto a los ancestros, la base sustentable de las dinastías que gobernaron Monte Albán. Así podemos concluir que el rito mortuorio era el eje que aseguraba la continuidad de los linajes y el punto de unión entre los vivos y los muertos.

²⁴ McAnany, *Living with the Ancestors, Kinship and Kingship in Ancient Maya Society*, p 20, citado por Enrique Florescano, *Op. Cit.* p23.

El Códice de Viena

En sus libros, la nobleza zapotecas relacionó los orígenes de su reino y linaje al principio del mundo; lo mismo hicieron los gobernantes mixtecos que les sucedieron.

En el *Códice de Viena*, una de las primeras imágenes que ahí aparece es la de dos dioses creadores, Señora 1 Venado y Señor 1 Venado, cuya presencia antecede a la creación del cosmos y el comienzo del tiempo. Luego de que ambos ofrecen tabaco e incienso como ofrenda, procrean a 47 seres que pueblan la tierra mixteca; lo cual representa el nacimiento de los dioses y los linajes nobles de un árbol de la región de Apoala. En otros códices las parejas que brotan del árbol de Apoala aparecen como padres de los gobernantes terrestres.

En contraste con el origen divino de los reyes mixtecos, los códices informan que la gente común era *tay ñuhu*, "hombres de tierra". Esta distinción entre nobles y macehuales marcó las relaciones sociales de los pueblos de Mesoamérica y consagró la idea de que los primeros habían nacido para gobernar y recibir los tributos, la obediencia y el homenaje de los "hombres de tierra". Desde entonces la mayoría de los mensajes políticos se concentró en transmitir esa sentencia, amparada por la presencia de los dioses y los símbolos del poder.

Nos dice Enrique Florescano que en un libro que revaloró el papel de la nobleza en la sociedad maya del Período Clásico, Linda Shele y Mary Millar mostraron que el culto a los ancestros expresado en la arquitectura, la pintura o la escultura, fortaleció la institución real y la persona del *huey tlatoani* o supremo gobernante, ya que las obras de arte creadas entonces se concentró en documentar el linaje real de los soberanos mayas. Por ejemplo, en los muros y pilastras del palacio real de Palenque se observa que los ancestros tienen el objetivo de anunciar la designación del heredero al trono, imponerle a éste los símbolos del poder en su entronización y presidir las ceremonias dedicadas a conmemorar los

orígenes de la dinastía. Así que estas imágenes, además de hacer valer los derechos de sangre, legitimaban los territoriales.

El *Altépetl* -o Señorío- como centro de organización política mesoamericana

Así como la función de las etnias fue dar cohesión social a los diversos grupos, el *altépetl* fue el piso que les dio territorialidad, definió sus fronteras y lo dotó de identidad con el lugar de origen.

El *altépetl* es una entidad territorial y política presente en las distintas regiones de Mesoamérica. Los españoles lo llamaron pueblo, un vocablo que le sentaba bien porque cada *altépetl* se imaginaba a sí mismo como un pueblo separado en forma radical de los demás.

El *altépetl* abarcaba tanto el centro urbano o cívico, como el territorio entero de la ciudad, incluso la zona rural. Los elementos constitutivos del *altépetl* eran un territorio dividido en barrios llamados *calpolli* o *calpulli*, habitados por familias unidas por lazos de sangre, un gobernante – tlatoni-, un templo principal que era a la vez símbolo de soberanía y residencia del dios patrono y una gran plaza que servía para las celebraciones, los ritos colectivos y el mercado.

El territorio del *altépetl* se dividía en cuatro, seis, ocho o 10 barrios simétricos, orientados hacia los cuatro puntos cardinales. Asimismo cada uno de los *calpullis* tenían sus propios jefes, que eran cabeza de un linaje a quien pertenecía una porción del territorio del *altépetl* en propiedad privada.

El núcleo básico del *calpulli* era la propiedad corporativa de la tierra, repartida para su explotación entre los cabezas de familia que lo integraban, quienes a su vez heredaban estos “derechos” territoriales a sus descendientes. Esta característica está presente en los *calpullis* de México-Tenochtitlan, pero su origen se remonta a las aldeas campesinas del preclásico (2500-400 a.C) y su adopción posterior al período Clásico.

Respecto al *altépetl*, los mitos más antiguos declaraban que cuando se creó la era actual el espacio fue dividido en cuatro partes, orientadas hacia los cuatro rumbos cardinales. Esas regiones se unían en un centro hacia el que confluían las energías vitales y los vientos de los distintos rumbos, haciendo de este punto, el territorio cargado con mayor energía y vitalidad.

Cuando aún no aparecía la escritura, los medios propagadores de esos mensajes fueron la arquitectura, las estelas sembradas en las plazas, la pintura, la escultura y los ritos y circuitos procesionales que conjugaban esos escenarios con la música, la danza, el vestuario y la actuación teatralizada. En las primeras ciudades, como en la Venta de los olmecas, la geografía y el ordenamiento urbanos fueron señalados por la arquitectura y los monumentos. La aglomeración de edificios en el centro reafirmaba el surgimiento de una urbe humana separada del medio natural, dividida en su interior por plazas, templos y palacios que a su vez ubicaban a sus pobladores en distintas áreas de la ciudad y denotaban sus distintas jerarquías y funciones.

En la Venta, como en Monte Albán o en Izapa, los principales monumentos celebraban los orígenes del cosmos, o la presencia benefactora de los dioses creadores y los ancestros, la fundación del reino y la legitimidad de la realeza.

Los antiguos centros urbanos fueron edificados en estructuras públicas ceremoniales masivas y extendidas que incluían conjuntos de pirámides, plataformas, templos, palacios, terrazas, graderías, patios y estelas. Estas edificaciones eran los constructores del espacio político, social, económico y sagrado de la ciudad, al mismo tiempo que eran símbolo del orden cósmico, social y moral, lo cual es un ejemplo territorial, político y moral del *altépetl* mesoamericano. En adelante, todas las ciudades repetirían esta forma de apropiación del espacio urbano.

Respecto a las divisiones políticas novohispanas, Bernardo García Martínez²⁵ nos dice que es imprescindible estudiar y entender el funcionamiento de los *altépetl* -pueblos o señoríos- del mundo mesoamericano.

Como marco de referencia, la Triple Alianza –la cual se abordará más adelante- se había impuesto sobre los señoríos que conquistó, pero sin dismantelarlos. De igual manera, las jurisdicciones coloniales no fueron invención española, sino reproducciones de los señoríos prehispánicos, respetando en lo esencial su organización. Después de la Conquista, su estructura de poder se consideró esencial para la buena marcha del sistema colonial.

Lo anterior significa que tales continuismos permiten remontar rasgos de la organización política del período colonial temprano hasta antes de la formación de la Triple Alianza.

Hacia 1520, existían alrededor de 1,500 señoríos. Los mexicas con sus aliados habían absorbido algunas decenas de ellos e imponían tributo y otras obligaciones a seis o siete centenares.

Muchos señoríos estaban englobados en otras construcciones políticas más o menos desarrolladas, como la alianza tlaxcalteca, las inestables coaliciones yucatecas o el desarrollado reino de Michoacán.

Los restantes eran independientes y se ubicaban en las sierras orientales, la costa del Pacífico, la zona zapoteca, Tabasco, Tlaxcala y Chiapas. Mención aparte merecen los tarascos (Michoacán), tal vez los únicos enemigos imbatibles de los mexicas.

Así pues, el *Altépetl* era el centro de la organización política prehispánica; es decir, una corporación civil que sumaba a la realidad política preexistente de cada señorío, con su legitimidad y territorio, una expresión institucional y jurídica acorde con las condiciones novohispanas. Cada uno

²⁵ Revista de Arqueología Mexicana. "Poder y Política en el México Prehispánico" #32. México, D.F., pp 58-65

comprendía su respectiva cabecera, generalmente identificada con el mismo topónimo de *Altépetl* y cinco, diez o más sujetos o localidades dependientes.

Su cabeza visible era el *tlatoani*, que significa rey o señor, perteneciente a un linaje que fundaba su legitimidad política en antiguas tradiciones y debajo del cual había nobles de diversos rangos. Asimismo, cada *Altépetl* tenía términos jurisdiccionales o territoriales más o menos delimitados. Cabe recordar que en Mesoamérica había otras perspectivas y terminologías además de la náhuatl. Equivalente al *altépetl* era el *ñuu* en las tradiciones mixtecas y el *batabil* en las mayas, y así en otras. No eran exactamente similares en sus formas de organizarse y legitimarse, pero sí equiparables.

Desde antes de 1550, la administración colonial formó en cada *Altépetl* o Señorío, un cuerpo de gobierno y justicia conforme a un modelo inspirado en los ayuntamientos castellanos: el cabildo, en cuyos cargos – gobernador, alcaldes, regidores, alguaciles y otros menores- habrían de acomodarse las funciones del gobierno. Al principio fue común designar a los caciques como gobernadores, aunque con el tiempo todos los cargos fueron cubiertos por principales mediante un proceso anual que combinaba mecanismos de rotación y elección.

Los *Altépetl* vivieron crisis políticas a partir de la segunda mitad del siglo XVII y como resultado de ello se fragmentaron. En 1821, su número era poco menos de 4,000 y habían perdido los rasgos de los antiguos señoríos, ya que la mayor parte de ellos eran colectividades rurales atomizadas y empobrecidas. En la mayoría de los casos, los municipios modernos del área mesoamericana recogen sus topónimos ancestrales y sus linderos tradicionales representan el antecedente indispensable para trazar el mapa político mesoamericano.

Olmecca

El Golfo fue el escenario de desarrollo de la cultura Olmecca –la de mayor importancia en Mesoamérica durante el Preclásico Medio (1200-400 a.C.)-, cuyos principales asentamientos fueron: La Venta, Tres Zapotes y San Lorenzo, Veracruz. Dicha cultura representa un hito en la historia mesoamericana, pues es posible que con ella se establecieran varias de las prácticas culturales que serían de uso común entre las élites de las épocas posteriores. Una de las características fundamentales de la sociedad olmecca es que fue capaz de trascender su entorno originario, la llamada área nuclear, situada en la costa del Golfo, para conformar el primer complejo cultural de alcance mesoamericano.

El estilo olmecca se distingue por una serie de motivos simbólicos y otros rasgos estilísticos, que en su gran mayoría aluden a la existencia de una organización política en la que el elemento central era la legitimación del gobierno, por medio de su adscripción al ámbito de lo divino.

En esa zona que comprende el sur de Veracruz y el límite occidental de Tabasco, se localizan tal cantidad de vestigios, que ha sido considerada el área nuclear de esa cultura. Su diversidad natural habría sido factor determinante en el desarrollo de esta compleja sociedad. En ella se han encontrado gran parte de las esculturas olmecas conocidas, para cuya elaboración era necesario transportar la piedra desde fuentes tan alejadas de los grandes centros como Cintepec. Un elemento exclusivo de esta región son las cabezas colosales, localizadas en su mayoría en las tres capitales que sucesivamente dominaron la zona: San Lorenzo, La Venta y Tres Zapotes. En San Lorenzo, cuyo apogeo ocurrió entre 1200 y 900 a.C., y La Venta, que lo tuvo entre 900 y 400 a.C., se encuentran muchos de los rasgos que caracterizarían a las poblaciones mesoamericanas²⁶.

²⁶ Revista especial de Arqueología Mexicana. "Atlas del México Prehispánico. Culturas Mesoamericanas". Los Olmecas. México, D.F., Julio del 2000. pp 66 y 67.

Totonaca y Huasteca

Es posible que la población totonaca emigrara desde el centro de México, a la costa del Golfo -que es donde se asentaron ambas culturas-, alrededor del año 800 d.C., lo cual, la hace contemporánea del apogeo de Tajín, aunque no existe acuerdo entre los investigadores que ese esplendor se deba a ellos. De cualquier modo, cuando Tajín decayó, los totonacas tuvieron el control de un amplio territorio que abarcaba el centro de Veracruz y parte del oriente poblano.

El Tajín, con decoraciones a base de nichos, contiene una gran cantidad de canchas para el juego de pelota, 17 en total. Tal proliferación ha sido interpretada como un reflejo de que la ciudad, de acuerdo con la situación prevaleciente en la época, era habitada por grupos con cierta autonomía y tal vez hasta de origen diverso.

Finalmente, también dentro del Golfo, tenemos la cultura de los huastecos, durante el Clásico (200-900 d.C), la región alcanzó su primer apogeo y aparecieron dos de los rasgos distintivos de la cultura huasteca: la arquitectura con esquinas redondeadas y la escultura. Las imágenes de hombres y mujeres relatan cultos a la desnudez y a la sexualidad; su cerámica y figurillas modeladas en pasta de color cremoso, insisten en exaltar la belleza del cuerpo humano, especialmente las exuberantes formas femeninas.

Teotihuacanos

Teotihuacan no sólo fue el primero de los grandes centros urbanos de la Cuenca de México. También, como consecuencia de los requerimientos que imponían la administración y el mantenimiento de la ciudad más prestigiada y poderosa del Clásico Temprano (200-600 d.C.), fue el lugar donde surgieron complejas formas de organización sociopolítica. De ello son muestra aspectos como su gran tamaño, la diversidad y grado de elaboración de sus manifestaciones culturales, la complejidad de su

organización urbana, su evidente predominio sobre las regiones cercanas y la influencia que ejerció en confines remotos del área mesoamericana²⁷.

Teotihuacan se caracteriza por la monumentalidad de sus edificios y la perfección en su trazo urbano, así como por sus esculturas pétreas cuya estructura geométrica se integra perfectamente a la arquitectura.

Se considera que el surgimiento de Teotihuacan tuvo que ver más bien con los fenómenos volcánicos que sacudieron el sur de la Cuenca de México durante el primer siglo de la era cristiana: no sólo el Xitle cubrió Cuicuilco con su lava, también el Popocatepetl emitió cenizas y pómez, lo cual afectó fuertemente los asentamientos de Puebla y Tlaxcala, sitios que ya tenían rasgos culturales que van a ser magnificados en Teotihuacan. Por lo tanto, a raíz del reordenamiento demográfico que esto ocasionó, una gran población se concentró en el valle de Teotihuacan, quizá porque éste tenía materias primas como la obsidiana y las rocas volcánicas usadas en la construcción y muchos manantiales, así como por ser la ruta de acceso más corta entre la Costa del Golfo y la Cuenca de México y por estar en el borde del sistema lacustre de Texcoco.

La construcción de monumentos tan espectaculares como las pirámides del Sol y la Luna y el Templo de Quetzalcóatl está relacionada con la intención de crear un magnífico escenario de poder simbólico, un centro sagrado que fuera un modelo perfecto de ciudad civilizada. El nacimiento del Estado derivaría de la presencia de grupos de distinto origen y del ejercicio del poder sobre un territorio.

Más allá de los valles que circundan la Cuenca de México, hay que mencionar las zonas de influencia teotihuacana, distribuidas por los cuatro puntos cardinales, en zonas de recursos estratégicos: Kaminaljuyú, zona Maya del altiplano guatemalteco, junto a las minas de obsidiana de El Chayal y que probablemente abastecía a Teotihuacan de jadeíta y otras

²⁷ Linda Manzanilla: "El Estado Teotihuacano. Urbanismo y poder". Revista Arqueología "Poder y Política en el México Prehispánico". Op. Cit. Pp 22-31

piedras verdes; Chingú, en el valle de Tula, para la provisión de roca caliza con la cual fabricar estuco; Matacapan, en la región de los Tuxtlas, Veracruz, de donde probablemente se importaban arcillas finas, mantas de algodón, plumas de aves exóticas y pieles de jaguar, y tal vez sitios michoacanos como algunos del área de Tingambato, quizá para el aprovisionamiento de moluscos marinos del Pacífico y de obsidiana michoacana, por ejemplo.

Se tiene evidencia de que los teotihuacanos explotaron recursos como el cinabrio de la Sierra Gorda de Querétaro y quizá en San Luis Potosí; diversas piedras verdes y serpentinas en Guerrero y probablemente también la malaquita y otros compuestos minerales en la zona de Chalchihuites, Zacatecas.

Los teotihuacanos utilizaron rocas de colores y texturas exquisitas en la talla de figurillas, máscaras funerarias y recipientes ceremoniales. Su habilidad para pintar murales puede apreciarse también en el minucioso detalle de las cerámicas decoradas con estuco.

Hacia el año 300 d.C., el número de habitantes de la ciudad superaba los 100,000 y ahí se encontraba el complejo arquitectónico más significativo y de mayores dimensiones de toda Mesoamérica. Para 450-650 d.C., la ciudad había alcanzado su apogeo y su prestigio y poder se manifestaban por prácticamente toda Mesoamérica. En ese entonces llegó a albergar a más de 125,000 pobladores, que se distribuían en cerca de 2000 conjuntos habitacionales. Posteriormente, la población declinó paulatinamente y hacia 650-700 d.C., su esplendor llegó a su fin, cuando tal vez a consecuencia de revueltas internas, los templos y las residencias de la élite del centro-cívico ceremonial fueron quemados.

En su esplendor, Teotihuacan poseía una población y una infraestructura urbana de tales magnitudes que no tuvieron paralelo hasta el surgimiento de Tenochtitlan²⁸.

*Estos toltecas eran ciertamente sabios
Solían dialogar con su propio corazón*

Cantares Mexicanos

El mundo Tolteca

El Posclásico Temprano del altiplano central (900-1200 d.C.), lo inauguraron los Toltecas de Tula, Hidalgo., que fue el grupo dominante de gran parte de Mesoamérica; área por la cual se distribuían rasgos característicos de esa cultura, en los que se incluían lo mismo elementos como la cerámica y la arquitectura que prácticas rituales y preceptos ideológicos, asociados sobre todo a la legitimidad de los gobernantes.

Se caracterizan por el predominio de la casta militar, la expansión imperialista, las conquistas y las tribus²⁹

Los toltecas desarrollaron la agricultura y las artesanías, impulsaron el comercio y elaboraron un estilo artístico que inicialmente se inspiró en las culturas teotihuacana y maya.

Teotihuacan fue su predecesora y Tenochtitlan, su sucesora. Contaba con áreas en las que había edificios destinados a funciones públicas, rituales y administrativas –como templos y canchas para el juego de pelota-, con zonas para la habitación del grupo dirigente y con otras para albergar al resto de la población.

En su apogeo, que abarcó hasta aproximadamente 1100 d.C., la ciudad llegó a cubrir un área de alrededor de 16 km² y a albergar a una población cercana a los 60,000 habitantes, a los que habría que añadir otro número similar, que vivía en numerosos poblados situados en sus cercanías.

²⁸ Revista especial de Arqueología Mexicana. Atlas del México Prehispánico. Op. Cit. Culturas Mesoamericanas. Los Teotihuacanos, pp 68 y 69

²⁹ Pedro Ramírez Vázquez, *El Museo Nacional de Antropología, Arte, Arquitectura, Arqueología, Etnografía*. Ed. Panorama Editorial, S.A., México, 1968. 257pp

El ocaso de Tula coincide con la llegada de nuevos grupos chichimecas, entre los cuales figuraban los que encabezaba Xólotl y más tarde los Mexicas, que a su vez heredaron mucho de los adelantos logrados por los pobladores de Tula, a quienes llamaron toltecas, que significa grandes artífices y artesanos.

Mexicas o Aztecas

Conocidos originalmente como Chichimecas, por sus hábitos nómadas, según sus propios relatos, los mexicas provenían de un legendario lugar llamado Aztlán, "lugar de las garzas" o "lugar de la blancura"; situado en el Bajío, en Guanajuato, anteriormente noroeste de Mesoamérica. De ahí habrían partido en 1111 d.C., en la búsqueda de un sitio donde asentarse. Reconocerían este lugar porque, tal como se los había indicado Huitzilopochtli, su dios tutelar, allí encontrarían un águila posada sobre un nopal y devorando una serpiente. Casi dos siglos de peregrinación les tomó a los mexicas encontrar ese lugar. En un islote en el lago de Texcoco fundaron en el año de 1325 d.C., México-Tenochtitlan, ciudad que llegaría a convertirse en la más importante de Mesoamérica³⁰. Como consecuencia de ese acelerado desarrollo y del crecimiento de la población, el pequeño islote pronto fue ocupado en su totalidad por templos y casas, lo que ocasionó que el área de tierra firme se aumentara artificialmente y que el lago se rellenara con grandes cantidades de piedra y lodo.

En la cosmovisión de las culturas del México antiguo, el Sol representaba uno de los elementos primordiales, al grado que todo ciclo importante – una vida, un reino, un año, una era- se relacionaba simbólicamente con un día, es decir, con un recorrido del astro de esta a oeste. En la medida en que ambos compartían una misma misión: mantener en marcha la máquina del mundo, desde épocas remotas hasta el momento de la

³⁰ Revista especial de Arqueología Mexicana, Op. Cit. Los Mexicas, p75

Conquista, la identificación del gobernante con el Sol, fue una práctica común entre los pueblos mesoamericanos y jugó un papel fundamental en la legitimación del poder político.

El sistema dualista³¹

El *tlatoani* representa al Sol, quien está asociado a lo masculino, diurno, celeste, cálido, en oposición complementaria a lo que es femenino, terrestre, lunar, nocturno, frío. En el plano sociológico, se encuentra del lado de los guerreros, siempre en movimiento, opuestos a los sedentarios. En el código animal, se encuentra del lado del águila celeste, opuesta al jaguar nocturno.

Este sistema de pensamiento dualista se reflejaba en la organización política. En México-Tenochtitlan, había a menudo un poder doble, cuyo segundo término no se encontraba exactamente en el mismo plano que el primero, es decir, la categoría superior al *tlatoani* era Cihuacóatl, cuyo significado en lengua náhuatl es mujer serpiente, representante de la diosa tierra y todo lo asociado a ella, a cuyo rango correspondería para los españoles el término de virrey

Las funciones de Cihuacóatl son mal conocidas y la información al respecto ha sido deformada, pero se puede suponer que idealmente representaba el poder interno de la ciudad, mientras que el *tlatoani* se ocupaba de la política exterior y de la guerra.

La división en dos del poder se reproducía en el nivel más alto de la clase sacerdotal –había dos grandes sacerdotes, Quetzalcóatl y Tláloc. La pirámide principal del Templo Mayor estaba consagrada a dos dioses, Huitzilopochtli y Tláloc, el Sol y la tierra-lluvia, el guerrero errante y el rico agricultor sedentario, el conquistador y el autóctono.

Los mexicas impusieron un estilo artístico que se extendió desde la Huasteca hasta Oaxaca; plasmaron sus imágenes sagradas en

³¹ Michel Graulich, "El rey solar en Mesoamérica. Simbolismo y poder". Revista de Arqueología Mexicana. Poder y política en el México Prehispánico. Op. Cit. Pp14-21.

monumentales esculturas talladas en andesita o basalto, legándonos así ejemplares como la *Piedra del Sol*, la *Coatlicue* y muchos otros monolitos de su complejo panteón y ceremonial; las vajillas destinadas al uso de la nobleza azteca y también las elaboradas con fines rituales se caracterizan por el dominio del color rojo en su compleja decoración. Poco nos queda del fabuloso tesoro de los reyes aztecas, pero las tallas en madera, los objetos de plumaria y los mosaicos de turquesa que sobrevivieron no dejan de sorprendernos por su deslumbrante belleza y calidad artística. Su máximo esplendor lo lograron bajo los reinados de Moctezuma Ilhuicamina, Tizoc, Moctezuma, Xocoyotzin, Cuitláhuac y Cuauhtémoc, hasta la llegada de los españoles, en 1519.

La Triple Alianza

Entre 1430-1440, los mexicas crearon una entidad política formada por Tenochtitlan, Tlacopan y Texcoco y es conocida como la Triple Alianza, la cual muestra que la organización política e imperial estaba en manos de la nobleza, como clase dominante del sistema político del imperio.

A partir de entonces, los *tlatoanis* mexicas iniciaron un ciclo de conquistas sucesivas que, en poco menos de cien años, los llevaría a dominar diversas regiones mesoamericanas. Durante su máximo esplendor, la Alianza poseía un dominio político-militar de todo el centro y el sur de México, hasta el Oeste del Istmo de Tehuantepec, e incluso límites con la actual República de Guatemala.

Respecto a su integración sociopolítica, dentro de la Triple Alianza, como en la generalidad de los pueblos mesoamericanos, existió una gran división básica entre la población que integraba sus diferentes unidades sociopolíticas: la nobleza y la gente común, *pipiltin* y *macehualtin*,

dominadores y dominados, grandes estamentos³² de los que señalaremos su interrelación tomando como base los rangos jerárquicos del sector dominante, cuyos integrantes estaban ligados entre sí por medio del parentesco.

El *tlatoani* o soberano era el gobernante de una ciudad o *señorío*, y como autoridad suprema ejercía funciones civiles, religiosas, militares, judiciales y legislativas. Asimismo regía la organización económica del reino: recibía los tributos y los servicios personales de la gente común o *macehualtin* y los productos de las tierras asignadas para su sustento, las *tlatocamilli* (milpas del *tlatoani*). Comúnmente era noble de nacimiento y pertenecía a una *tecalli* o casa señorial.

En los casos de los gobernantes de las capitales de la Triple Alianza, éstos recibían el tratamiento de *huey tlatoani* (gran soberano) y formaban un consejo que era la máxima autoridad del imperio; asimismo asignaban tierras, tributos y servicios personales a los señores de los reinos dependientes, a los barrios o *calpultin* de la gente común, y a los templos. Una vez investido, el *tlatoani* gobernaba de por vida y normalmente los sucedía un pariente. El sistema de sucesión era variable: por ejemplo, en Tetzaco predominaba la sucesión directa de padre a hijo, mientras que en Tenochtitlan ésta era colateral.

El rango de *teuctli*, *tecutli* o señor, lo ocupaba el jefe de una *tecalli* (casa señorial) con su propia dotación de tierras y la gente adscrita a ésta, los *teccalleque*, que tributaban y prestaban servicios señoriales a dicho señor, por lo que estaban exentos de darlos al *tlatoani*, cuyo rango era superior, de acuerdo al Altéptetl, presentado anteriormente. Además de ocuparse de administrar sus casas señoriales, los *tetecuhtin* pertenecientes a la Triple

³² "Los estamentos son categorías sociales establecidas por una sociedad dada, según las cuales sus miembros están sujetos a distintos derechos y obligaciones". Pedro Carrasco. IBIDEM, p44 Arqueología Mexicana.

Alianza, eran los que desempeñaban la gran mayoría de los cargos de la estructura política de sus *altepeme* en general y del imperio en particular. El tercero y último de los rangos superiores estaba conformado por los *pipiltin* o nobles. En general, en tanto que hijos de un *teuctli*, todos los miembros del estamento dominante eran *pipiltin*.

Finalmente, como muestra de la movilidad social que existía, proveniente de los *macehualtin*, había un grupo de nobles llamados Quauhpilli (hijo o noble águila), que obtenían esta distinción por sus méritos militares. Sin embargo, se les restringía el uso de ciertas insignias y atavíos reservados a la nobleza por nacimiento. No pagaban tributo, recibían ciertas tierras para su sustento y sus hijos heredaban el rango.

Tenochtitlan, capital o *huey altépetl* (gran señorío) del segmento dominante, era el centro urbano por excelencia, asiento de la clase gobernante integrante de los poderes políticos, donde igual se celebraban las ceremonias y se resolvían los asuntos políticos del imperio. También en Tenochtitlan se encontraban los graneros y almacenes imperiales y se recibía el tributo de los lugares conquistados por los ejércitos de la Alianza, como unidad para su posterior distribución, y era donde en templos especiales, se guardaban los dioses de las provincias sometidas. También ellos eran responsables de las empresas militares.

Tetzaco, capital de los acolhua-chichimecas, fue un centro político y religioso, que se dedicaba a resolver los asuntos que competían a dichos reinos, así como a las regiones directamente sometidas a Tetzaco.

Tlacopan contaba con una extensa zona rural y con el mercado de Azcapotzalco; parece ser que Tlacopan se subordinó ante los tenochcas.

Las principales formas de sometimiento a la Alianza fueron la sujeción voluntaria o la conquista. En el primer caso, la integración se establecía por medio del reconocimiento de la superioridad imperial, el compromiso de tributar en especie, así como auxiliar a sus nuevos señores como

guerreros y atendíéndolos en servicios personales. La segunda opción era a través de la guerra; además de ésta, existió un factor importante en los diferentes tipos de relación con las entidades sociopolíticas conquistadas: las alianzas matrimoniales.

Esta gran ciudad, organizada en cuatro grandes *calpullis* o barrios; se encontraba unida con los pueblos ribereños mediante extensas calzadas, tenía una población de entre 150,000 y 200,000 habitantes y ocupaban un área cercana a los 15 km².

La Cosmovisión de los Mexicas

Para adentrarnos en el estudio de la cosmovisión de un pueblo, es necesario que reflexionemos no sólo en el contenido de dicho sistema de pensamiento, sino en su origen y utilización, que dicho sea de paso es antecedente de nuestra idiosincrasia mexicana.

En la formación de la cosmovisión, integramos los más diversos ámbitos de nuestras acciones y reflexiones. Nuestra colaboración es en buena parte racional, pero paradójicamente no somos concientes de ella. Al externar nuestras ideas, al recibirlas de nuestros semejantes, participamos en un proceso milenario de selección, abstracción y sistematización del pensamiento. En cada uno de nuestros diálogos, elegimos vías lógicas de comunicación y formulamos nuestros juicios, opiniones, propuestas y argumentos. Los diálogos, inmensamente multiplicados en la colectividad, contrastados, depurados por la lógica, se van incrustando en el gran sistema que llamamos cosmovisión y el producto va cargado de la historia que nos transforma cada día. Esto produce una paradoja en la forma de ver el mundo, creada en la tradición de siglos y siglos, ya que nunca está completa o terminada, porque la historia la modifica constantemente. El antiquísimo saber ha de vivir al día ¿por qué? simplemente porque usamos la cosmovisión: de ella derivan las formas de percepción, las guías de acción, las normas de conducta, las estructuras de pensamiento, todo en

el juego de la sabiduría de la tradición, de la adaptación al presente y de los proyectos de la vida futura ¿quién la posee? ningún sabio, en ninguna época de la humanidad ha sido capaz de abarcar el conocimiento de su tiempo. Cada creador-usuario posee un valioso segmento y el conjunto de éstos se articulan para formar el gran conjunto de ideas.

¿Significa esto que todos los miembros de una colectividad tienen un segmento absolutamente concordante con los demás? No, y aquí estaríamos ante una tercera paradoja: el conjunto no es sólo un complejo dialécticamente articulado, sino que precisamente su conformación es la que permite el diálogo social total, de la mayor armonía, a la mayor discrepancia. La cosmovisión no es sólo una construcción de todos: es la palestra³³ y su base es la diversidad.

Los mexicas eran un pueblo pobre que buscaba un territorio propicio en el cual establecerse; pero eran mesoamericanos, es decir, cultural y lingüísticamente estaban emparentados con otros pueblos que gozaban de mejor situación en el contexto político que los recibía. Pertenecían por tanto, a una remota tradición que se había originado milenios atrás con los primeros pueblos agricultores de este territorio; su pensamiento era resultado de una larga transformación de sociedades que, de un estadio de aldeas incipientes, se habían desarrollado hasta constituir estados poderosos. Si bien cada pueblo poseía sus dioses patronos y sus cultos particulares, el panteón, la mitología, el ritual y las creencias sobre el funcionamiento del mundo concordaban en sus elementos nucleares.

Por esa razón debemos entender al pueblo mexica, desde mucho antes de la fundación de su capital, México-Tenochtitlan, como un componente más del orden cultural al que habían pertenecido los primeros cultivadores de maíz: los pueblos del Preclásico, que perfeccionaron las técnicas agrícolas; los Olmecas, creadores del calendario, la astronomía y la escritura; los

³³ Revista de Arqueología Mexicana. "Los Mexicas ante el Cosmos". Mayo-Junio 2008, Ed. Raíces, S.A. de C.V., México, pp25, 26

zapotecos, teotihuacanos y mayas del Clásico; los aguerridos toltecas y muchos otros pueblos que habían participado en la construcción de una muy particular concepción del cosmos. Sin embargo, como todos los demás pueblos mesoamericanos, no fueron meros herederos. Al pertenecer a la tradición milenaria, enriquecieron con su propia historia aquella visión del mundo y llevaron su pensamiento para enfrentarlo o entrelazarlo hasta donde alcanzaron a llegar sus guerreros y comerciantes. Los mesoamericanos creían en una doble naturaleza del tiempo y del espacio. Por una parte existía el tiempo-espacio original y ajeno, al que podemos denominar *anecúmeno*, poblado por los seres que suelen denominarse sobrenaturales: los dioses, las fuerzas, los muertos... Por la otra, el tiempo-espacio propio, el *ecúmeno* o sea, el mundo creado por los dioses y habitado por las criaturas: los hombres, los animales, las plantas, los minerales, los meteoros, los astros. Sin embargo el *ecúmeno* no sólo estaba poblado por las criaturas, pues también lo ocupaban los invisibles seres sobrenaturales y eran ellos los encargados de dinamizar, animar, transformar, deteriorar y destruir todo lo creado. En esta forma los mesoamericanos explicaban su propio ser y su entorno, movidos por entidades imperceptibles, a muchas de las cuales "antropomorfizaron" ¿cómo? Atribuyéndoles características propias de los seres humanos, o sea deificándolas. Los dioses eran concebidos como seres benéficos o maléficos, afables o crueles, indulgentes o vengativos, generosos o avaros; pero sobre todo, eran tan semejantes al hombre que podían escucharlo, compadecerse de sus ruegos, cambiar de voluntad si se condolían con sus plegarias y ofrendas y conceder lo pedido a los piadosos. En otras palabras, entre los hombres y los seres invisibles podían establecerse nexos de carácter social, incluso establecerse pactos e

intercambios de servicios mediante el diálogo constante entre el aquí-ahora y el allá-entonces³⁴

A la creencia en esta estrecha relación se debe que el mesoamericano explicara su origen como el cumplimiento de una voluntad divina que buscaba un intercambio de prestaciones: los dioses habían creado al hombre y lo habían colocado en un nicho propicio para su existencia, distinguiéndolo de las bestias e imponiéndolo a ellas; pero también lo habían facultado con la inteligencia, la palabra y las capacidades reproductivas y de trabajo para que cumpliera con sus funciones, por lo tanto el hombre debía reconocer a los dioses, adorarlos con sus plegarias, producir lo suficiente para ofrendarles y reproducirse para garantizar que el reconocimiento y el intercambio se perpetuaran hasta el fin del mundo.

De esa forma se correspondía con justicia a su benéfica intervención.

Con el sacrificio ritual se buscaba pagar a los dioses por la vida, lluvia, fecundidad, salud de los pueblos, por la sucesión benigna de los acontecimientos, por la continuidad del mundo.

A través de los mitos, se relatan amoríos, lealtades, odios, venganzas y finalmente la aparición del hombre en la tierra.

Uno de ellos cuenta que los dioses vivían con sus padres Tonacatecuhtli y Tonacacíhuatl, en Tamoanchan; pero su apacible existencia concluyó debido a que se atrevieron a cortar flores y ramas de los árboles de aquel vergel. Furiosos el padre y la madre por la conducta de sus hijos, los echaron de Tamoanchan, arrojándolos a la superficie de la tierra y al lugar de la Muerte. Pese a su parecido con la tradición bíblica, la antigüedad mesoamericana de este mito está documentada en la iconografía, es decir imágenes gráficas.

Estos relatos explican el proceso mitológico: el padre y la madre determinan crear el mundo y expulsan a sus hijos de Tamoanchan. Los

³⁴ Revista de Arqueología. La religión mexicana. Op. Cit. P27

dioses hijos quedan condenados a existir tanto sobre la superficie de la tierra como en las profundidades. Su misión es dar origen a las criaturas a partir de sí mismos.

Por otro lado, Nanahuatzin, rey del mundo por nacer, muestra el camino: se inmola, penetra al lugar de la muerte, adquiere allá una nueva naturaleza y surge como la criatura máxima: el sol.

Los mitos nos muestran que las criaturas son los dioses creadores convertidos en seres mundanos por medio del sacrificio; su transformación los ató al ciclo de la vida y de la muerte.³⁵

La Constitución del Hombre

Los mexicas concebían al ser humano como un conglomerado de elementos cuya interrelación no sólo explicaba sus funciones fisiológicas y mentales, sino los vínculos del individuo en su entorno familiar y social, sus relaciones con los dioses, sus posibilidades de actuar frente a la sobrenaturaleza tanto en el *ecúmeno*, como en el *anecúmeno* y las transformaciones que sufría el hombre a lo largo de su existencia y en el camino al más allá. Sintéticamente puede afirmarse que al cuerpo de materia pesada y perceptible se sumaban numerosas entidades anímicas que pueden ser consideradas tanto formadoras del ser humano como contingentes.

Las entidades formadoras pueden dividirse en dos clases: la identitaria y las que proporcionaban al hombre sus características individuales. La primera era el *teyolía*, ubicado en el corazón. Era la entidad anímica que el grupo humano había recibido del dios patrono y por lo tanto, la base de los sentimientos, los derechos y las obligaciones propias de la pertenencia grupal. Esto tiene que ser apreciado en la relatividad de la dimensión patronal, lo que va de la calidad humana, adquirida por pertenecer a la

³⁵ Revista de Arqueología. "La religión mexicana". Op. Cit. pp37 y 38

especie, a las calidades particulares de los niveles grupales más pequeños. En esta entidad anímica radicaban las principales funciones vitales, intelectuales y afectivas. El *teyolía* dejaba el cuerpo del individuo hasta que éste moría. Era además la entidad que viajaba al más allá después del fallecimiento.

Los mexicas dijeron ser el pueblo del Sol y los responsables de salvaguardar la continuidad del mundo. Los sacrificios humanos alcanzaron entonces enormes proporciones. Huitzilopochtli se hartó de sangre y de corazones al paso del hartazgo de la nobleza mexicana.

Como podemos apreciar, desde épocas prehispánicas, en México tanto la religión como la política han servido como hábiles herramienta de poder para someter a las mayorías. Los mexicas tuvieron la soberbia de considerarse auxiliares indispensables de dioses que por sí mismos no podían cumplir sus designios. Después de tres años de resistencia con los españoles, finalmente fueron sometidos a la Conquista.

Zapotecos y Mixtecos

El mundo oaxaqueño, habitado por numerosos grupos indígenas, fue en esencia dominado por dos importantes culturas: la zapoteca y la mixteca, esta última significa país de las nubes, *Beni zaa*, en zapoteco.

Los zapotecos son el grupo más antiguo de Oaxaca, uno de los elementos característicos de esta cultura es el desarrollo de un sistema de escritura que alcanzaría su esplendor durante la época de Monte Albán, centro de la vida zapoteca hasta el año 800 d. C., donde las dinastías reinantes y el sacerdocio patrocinaron tallas en piedra, en estelas, jambas y algunos otros relieves, cuyos misteriosos signos de escritura expresan el poder de la gran ciudad.

La continuidad del linaje fue muy importante para este pueblo, a tal grado que debajo de sus palacios y templos construyeron complejas tumbas en las que enterraron a sus parientes difuntos, en una atmósfera iluminada

con la policromía de sus pinturas murales; asimismo, crearon delicadas urnas funerarias cuyo diseño incluye imágenes de hombres y dioses modelados en arcilla.

Entre los sitios más importantes de los zapotecos en el Posclásico (900-1521 d. C.) se encuentra Yagul, Lambityeco, Guiengola, así como Mitla y Zaachila, para entonces sus capitales religiosa y política, respectivamente.

La segunda cultura dominante en el territorio oaxaqueño fue la Mixteca, y una de las más relevantes de Mesoamérica, no sólo por su largo desarrollo, sino por ser la región de origen de algunos de los códices prehispánicos más importantes que se conocen; su pueblo, dividido en numerosas ciudades-Estado, destacó por su belicosidad y actividad militar, pero también por la gran sensibilidad de sus artífices, alfareros y pintores, quienes exaltaron el amor a la vida en sus delicadas creaciones; muestra de ello es la delicada joyería en oro y plata y las cerámicas policromas de exquisito diseño. Eran también grandes maestros en trabajar cristal de roca, jade, brazaletes, collares, pectorales, arracadas y pequeños objetos suntuarios.

En el Posclásico tardío (1200-1521 d.C.) algunos poblados fueron conquistados por la Triple Alianza, mientras que los mixtecos se expandieron hacia los Valles Centrales, en donde establecieron relaciones de dominio o de alianza con los zapotecos.

*Toda luna, todo año, todo día, todo ciclo
camina y pasa también
También toda sangre llega al lugar de su
reposo.*

Chilam Balam

Mayas

La cultura maya tiene amplio renombre de ser la civilización precolombina más completa y elevada del Nuevo Mundo.

Los avances técnicos, artísticos e intelectuales logrados por los antiguos mayas son asombrosos. Cubre los territorios de Chiapas, Quintana Roo,

Yucatán, Campeche y gran parte de Tabasco, Belice, Guatemala y parte de Honduras y El Salvador. La extensión del territorio maya es de 400,000 km².

En el período Preclásico (2000 a.C. a 250 d.C.) se estructuraron los rasgos que darían su carácter propio a la cultura maya, con diversas influencias de otros grupos mesoamericanos, como los Olmecas de la costa del Golfo de México. En este período surgen las primeras aldeas; en general se establecieron en las márgenes de los ríos y la agricultura fue el fundamento económico, apareciendo ya desde entonces algunas formas de riego, aunque los cultivos dependieron sobre todo de las lluvias. Los principales productos fueron el maíz, el frijol, la calabaza y el chile.

Con el incremento de la agricultura se dio un aumento de población, se crearon los centros ceremoniales, es decir, construcciones específicas para el culto religioso y una jerarquización de la sociedad, ya que se empezaron a desarrollar actividades más libres que las que responden a la mera necesidad material inmediata: la escritura, el arte plástico y el cultivo de las "ciencias"³⁶

Durante el siglo III d.C. se inicia una época de florecimiento en todos los órdenes, llamada por ello Clásica que culmina en el siglo IX. Se da un gran desarrollo de la agricultura con sistemas de riego y cultivos comerciales, como el del cacao y el algodón. Se incrementan las relaciones con otros pueblos de Mesoamérica, como los Teotihuacanos y se consolida una organización política estrechamente vinculada con la religión. Se construyen grandes asentamientos humanos y centros ceremoniales y políticos, que con propiedad podemos llamar ciudades, porque además de los edificios destinados al culto, hay construcciones que parecen haber servido para actividades no religiosas, numerosas casas habitación,

³⁶ *Los Mayas*. Coordinadores: Peter Schmidt, Mercedes de la Garza y Enrique Nalda., pp 21-25. CONACULTA-INAH. Ed. Océano. México, Marzo 1999. 541pp.

mercados, plazas y otros que revelan una estructura de poder religioso y civil muy bien organizada.

Al mismo tiempo se produce una profunda creatividad espiritual que ha dado a los mayas un lugar muy distinguido en la historia de la humanidad: florecen la escritura, las matemáticas, la astronomía y la cronología, conocimientos que podemos denominar "científicos", desde una idea occidental de ciencia, pero que para ellos significaron la forma de conocer y manejar las energías sagradas emanadas principalmente de los astros, concebidos éstos como seres divinos o como epifanías de lo sagrado; es decir, esos conocimientos se inscriben en el campo de la religión.

Podemos decir que su escritura es la más avanzada de América; que inventaron el valor de los signos matemáticos y el uso del cero, concebido como posición vacía; midieron con notable precisión el ciclo solar, con un error de sólo 17.28 segundos, el de la Luna y el de Venus, y lograron predecir eclipses; crearon un complejo sistema de fechas basado en diversos ciclos que incluyen los calendarios solar, lunar y otros ciclos, utilizando una "fecha era" la cual parece registrar el inicio de la era cósmica actual.

También en el Clásico surgen el arte plástico y arquitectónico, manifestados en sus ciudades y una notable conciencia del hombre y de su situación en el mundo, que además de expresarse en un singular humanismo en la escultura, está presente en la aparición de la historiografía, o sea, textos que registran la historia de los grandes linajes de gobernantes, así como de su vida social y política, investigada a partir de 1958 por el alemán Heinrich Berlin y la norteamericana Tatiana Proskouriakoff³⁷

Tanto las ciencias como la historiografía se enmarcan en el ámbito de la religión y su creación revela no sólo un intento por conocer las energías de

³⁷ *Los Mayas*. Op. Cit. P21

los dioses, sino también por manejarlas en provecho del hombre; los Mayas creyeron que el mundo estaba determinado, pero no se sometieron de manera pasiva a los dioses, sino que intentaron conocerlos para moldear su vida por medio del ritual, que fue el conjunto de prácticas para comunicarse con ellos, alimentarlos, tomar como buenas sus malas influencias y de esa forma mantener la vida del cosmos íntegro. Por esta concepción singular del mundo y de la vida, donde el hombre es el eje del universo, en tanto que es el sustentador de los dioses, el ritual fue la principal actividad de la sociedad maya.

Múltiples códigos historiográficos mayas registraron acontecimientos políticos, sociales, rituales de su vida cotidiana, con la idea de dejar testimonios para que en el futuro se supiera lo que ocurría entonces, pues según su concepto cíclico del tiempo, los hechos de los hombres se repetirían como ciclos naturales, al volver a desplegarse sobre el mundo la misma conjunción de influencias divinas. Desafortunadamente dichos códigos fueron destruidos debido al celo evangelizador de los frailes españoles.

El colapso maya se da en el siglo IX, luego de un notable florecimiento en el Clásico y se manifiesta en el hecho de que cesan las actividades políticas y culturales en las grandes ciudades del área central, muchas de las cuales son abandonadas y desaparecen bajo la espesa selva; existen varias hipótesis acerca de las causas de este fenómeno, como crisis agrícolas, ruptura del equilibrio ecológico y hambrunas que pudieron acarrear graves conflictos ecológicos dentro de las ciudades o los Estados, que marcaron su fin.

Occidente de México

El Occidente de México se distingue, entre otras cosas, por su gran extensión territorial; de hecho es la región de mayor tamaño de toda Mesoamérica. Abarca desde el sur de Sinaloa, hasta la mayor parte Guerrero, Jalisco, Colima y Nayarit.

El Occidente de México es un área marginal al florecimiento cultural de Mesoamérica. Se distinguen por la ausencia casi total de la arquitectura y escultura monumental. Otros logros como la escritura y el calendario fueron totalmente desconocidos. Estas culturas fueron esencialmente alfareras, arte en el cual obtuvieron sorprendente calidad.

Destaca también por su notable diversidad ambiental; permitió vía marítima, la comunicación con regiones tan lejanas como Sudamérica. En la medida en que se encontraba en una posición que favorecía el contacto con áreas no mesoamericanas, el Occidente fue una zona que propició el intercambio de prácticas culturales y la circulación de materiales, como la turquesa y la migración de distintos grupos étnicos de la periferia al corazón mesoamericano.

Tarasca o Purépecha

Fue una de las culturas más importantes del área mesoamericana en el Posclásico Tardío (1200-1521 d.C.). En ese entonces llegó a tener tal poder, que no sólo ejercía dominio sobre la mayor parte del actual estado de Michoacán y algunas áreas adyacentes, sino que fue capaz de desafiar la hegemonía mexicana y detener su expansión hacia el occidente.

El origen de los tarascos no ha sido establecido plenamente; podría tratarse de un grupo que emigró a la zona lacustre de Michoacán, o tal vez era originario de la región; había alcanzado un nivel de desarrollo que le permitía expandirse y someter a numerosos poblados, los cuales, por medio del tributo, lo proveían de bienes y materias primas.

El pueblo purépecha destaca por su exquisita orfebrería realizada en oro, plata y cobre y también porque desarrolló una tradición escultórica caracterizada por la economía en sus formas, que llevó a los artífices de esta cultura a la abstracción de la naturaleza, logrando que el geometrismo se entretajara con sus representaciones; así reinventaron el Chac-Mool de características sexuales y relacionado con el fuego.

Alrededor de 1325 d.C., los tarascos habían consolidado su dominio. Bajo el mando del gobernante Tariácuri, establecieron su capital en Pátzcuaro, lo que les permitió el control de los abundantes recursos del lago. Posteriormente, a la muerte de ese gobernante, el control del reino se repartió entre tres señores, que establecieron sus capitales en Pátzcuaro, Ihuatzio y Tzintzuntzan. Para 1450 d.C., ésta última se había convertido en la ciudad más importante del reino tarasco, y hacia fines del Posclásico Tardío, poseía un centro ceremonial de cierta magnitud, cuyos edificios principales mostraban la forma arquitectónica distintiva de los tarascos, conocida como yácata. Desde esa ciudad, que llegó a albergar a más de 400,000 habitantes, el reino vivió su época de mayor expansión. La conquista española marcó el final de su hegemonía, aunque los descendientes de los tarascos aún habitan en la región y conservan prácticas y costumbres con raíces prehispánicas.

Durante el Clásico y el Posclásico, parte del área del norte, que al momento de la conquista estaba habitada por grupos nómadas, estuvo ocupada por sociedades sedentarias con rasgos culturales comunes a los del área mesoamericana; comprenden los actuales estados de: Querétaro, Guanajuato, Jalisco, San Luis Potosí, Tamaulipas, Zacatecas, Aguascalientes, Durango, Chihuahua, Coahuila y Nuevo León.

En la época de la Conquista, la vasta región situada más allá del norte del río Lerma estaba habitada por grupos nómadas de cazadores-recolectores, a los que los pueblos del Centro de México llamaban Chichimecas y que debido a esa movilidad y a su particular bravura, resistieron con más éxito

que los pueblos sedentarios del área mesoamericana, los embates de los españoles.

Siglos atrás, parte de esa extensa región, también conocida como la Gran Chichimeca, estuvo habitada por pueblos sedentarios que no sólo poseían rasgos propios del área mesoamericana, sino que se encontraban plenamente integrados a ella. Esto ocurrió principalmente durante el Clásico (200-900 d.C.) y los inicios del Posclásico Temprano (900-1200 d.C.), cuando Mesoamérica alcanzó su mayor expansión hacia el norte.

Chalchihuite

El origen de la cultura Chalchihuite parece haber sido consecuencia de una colonización por parte de grupos mesoamericanos, posiblemente procedentes del centro de México, a principios de nuestra era. Es probable que el desarrollo de la región estuviera asociado a la explotación de las minas de turquesa que se encuentran en la zona.

Es posible que algunos miembros de la cultura chalchihuite fueran los llamados toltecas-chichimecas, grupo que, junto con los nonoalcas, fundarían la ciudad de Tula. Así lo indican, entre otros elementos, rasgos arquitectónicos, ritos como el del *Tzompantli*, así como la tradición de elaborar las esculturas llamada *Chac Mool*, que al parecer, se originó en esta región.

El arte más conocido del norte del país fue el desarrollado en Paquimé, poblado construido con adobes, llamado también Casas Grandes, en Chihuahua, que forma parte del gran complejo del suroeste de Estados Unidos; el lenguaje artístico preferido por sus habitantes fue el de los diseños geométricos en blanco, rojo y negro, con los que decoraron sus vajillas cerámicas.

II. 2 Legado artístico de las culturas del México antiguo

A pesar de que desde el siglo XVI, al entrar en contacto con los españoles, fueron identificados los pueblos del tardío mundo indígena y no obstante que se registraron sus principales elementos culturales y artísticos antes de desaparecer como naciones independientes durante la hecatombe de la conquista; en estas primeras décadas, de hecho los objetos más conocidos eran los de la cultura mexicana y de los mayas; asimismo a los habitantes de la Oaxaca prehispánica se les agrupaba en la cultura mixteca-zapoteca, sin precisar su temporalidad y todos los materiales arqueológicos que procedían del Occidente de México se relacionaba con los tarascos.

1917 es el año del surgimiento de la arqueología mexicana, que permitió la realización de trabajos de investigación en Teotihuacan, llevados a cabo por el antropólogo Manuel Gamio³⁸

Bajo ese marco histórico de referencia, en 1930, Alfonso Caso inicia las exploraciones en Monte Albán; a través de las cuales, mostró la espléndida capital de los zapotecas, cuya monumental plaza y edificios circundantes se identifican con el estilo del Tablero del Escapulario, con casi mil años de esplendor. Asimismo descubrió numerosas tumbas en cuyo interior se encontraban principalmente ofrendas de la época Clásica caracterizadas por la presencia de urnas, recipientes adornados con imágenes modeladas que representan algunas deidades de su panteón indígena y también con figuras de hombres y mujeres ataviados con los vestidos y joyas que se usaban en aquel tiempo. No podemos dejar de mencionar su gran descubrimiento de la Tumba 7 de Monte Albán, donde encontró el más rico tesoro conocido hasta la fecha: objetos de oro, plata, turquesa, cristal de roca, concha, etc., que sabiamente supo identificar con otro pueblo: el mixteco.

³⁸ *Cien Obras Maestras del Arte Mexicano*. Selección de Felipe Solís. Época Prehispánica. Editorial México Desconocido, S.A. de C.V., México 1998 p25

En los valles de México y Morelos, se identificaron las primeras culturas de carácter agrícola que poblaron el centro del país y dejaron como testimonio de su existencia millares de hermosas estatuillas de pequeño formato, en su mayoría mujeres desnudas con elegantes peinados y ornamentos, algunas de ellas con el vientre muy pronunciado o con niños o perros entre sus brazos; los artesanos agricultores practicaron el arte de la cerámica con gran maestría, por lo que esta época se conoce por la gran variabilidad de sus formas y elementos decorativos. Esta cultura floreció en el Preclásico y constituye la primera etapa evolutiva en el arte precolombino.

Dos pueblos y sus respectivas culturas provocaron durante muchas décadas enojosas discusiones acerca de su identidad y localización geográfica: los Olmecas, así como los habitantes de la mítica Tula.

En el caso de los Olmecas, si bien desde el siglo XIX se conocían algunos objetos en los que se identifica su estilo caracterizado por la gran perfección en su talla y lo valioso de sus materiales, especialmente la jadeíta; era un misterio la identidad de sus creadores y su ubicación en el tiempo y el espacio. Tras afanosas investigaciones, se descubrió en 1925 el sitio de La Venta, Tabasco, donde se localizaron algunos de sus monumentos escultóricos característicos, no obstante lo cual fueron considerados antecedentes de la cultura maya.

Otra gran contribución a los estudios del arte prehispánico fue el extraordinario artículo escrito por Paul Kirchhoff, titulado "Mesoamérica", publicado en 1943; en él, Kirchhoff definía los límites entre las avanzadas civilizaciones y los pueblos cazadores-recolectores, cuyo desarrollo agrícola fue rudimentario. Este estudioso ubicó en la geografía la extensión y dominio de un área cultural que, por el hecho de comprender porciones de México y otros países de Centroamérica, denominó Mesoamérica,

momento a partir del cual el arte de los pueblos que vivieron en ese ámbito territorial es conocido también como arte mesoamericano.³⁹

En 1947, Salvador Toscano, bajo los auspicios de la Universidad Nacional Autónoma de México, publicó su *Arte precolombino de México y de la América Central*, que está dedicado al estudio de las expresiones plásticas de los pueblos y culturas que habitaron en el México antiguo, específicamente en el área mesoamericana. Toscano presenta los grandes temas del arte indígena, desde la arquitectura hasta las artes menores.

En esta obra de Toscano se agrupan ya las expresiones del arte autóctono mexicano en cinco grandes áreas: el mundo maya, las culturas de la meseta mexicana, las que se desarrollaron en el litoral del Atlántico, las culturas zapoteca, mixteca así como la de los tarascos y colimenses, de tal manera que esta forma de conjuntar el arte indígena por regiones mayores sería el preludio para que en el futuro se insistiera en hablar del arte maya, el del Altiplano Central, el de la Costa del Golfo, el Oaxaqueño y el del Occidente de México.

II. 2.1 El artista indígena

El atractivo que a través de los años ha ejercido el arte prehispánico en nuestro mundo, principalmente a partir de fines del siglo XX, se explica en gran medida por la presencia de los objetos artísticos de este período en los más importantes museos y salas de exhibición, con las famosas exposiciones viajeras que han recorrido las capitales más cosmopolitas del mundo.

Inició en 1940 en el Museo de Arte Moderno de Nueva York, cuando bajo los auspicios del gobierno de Lázaro Cárdenas se presentó una interesante muestra que conjuntó las tres etapas fundamentales del arte mexicano: la era Precolombina, el mundo de la Colonia y las creaciones artísticas del

³⁹ *Cien Obras Maestras del Arte Mexicano*. Época Prehispánica. Op. Cit. P28

México moderno; la parte dedicada a la plástica aborígen corrió a cargo de Alfonso Caso, quien hizo una descripción de las obras arqueológicas más importantes de aquel arte antiguo, que en su justa apreciación, irrumpieron triunfalmente en el espacio museográfico "neoyorkino" dedicado específicamente a mostrar al público las principales expresiones de la plástica contemporánea.

Dos décadas más tarde –en 1960- y con el objetivo de que se apreciara con gran detalle la exquisitez y dramatismo de las expresiones artísticas indígenas del pasado, el museógrafo mexicano Fernando Gamboa se aventuró a conducir un gran contingente de piezas, en las cuales se incluían obras de tiempos anteriores a la conquista europea y de la época virreinal, así como objetos de artistas del México posrevolucionario. La belleza y perfección técnica de las obras que conformaron esta exposición despertaron un gran interés por los procesos de trabajo utilizado en su manufactura.

A la par de esta apertura internacional del arte mexicano, desde la segunda década del siglo XX hasta nuestros días, se han llevado a cabo numerosas exploraciones arqueológicas que han sacado a la luz los más importantes restos de aquellas ciudades del pasado indígena, aceptándose finalmente la existencia del urbanismo en el México precolombino. Hoy sabemos que la orientación y ubicación de las construcciones y plazas estaban directamente relacionadas con la concepción indígena del cosmos y también con el movimiento de los astros. Así actualmente podemos admirar ejemplos magníficos de la arquitectura autóctona y valorar el ingenio con el que aquellos individuos planearon y realizaron el diseño de sus ciudades.

Un cambio trascendental en la tecnología del mundo mesoamericano ocurrió probablemente entre los siglos VIII y IX de nuestra era, cuando por influencia sudamericana se inicia el trabajo de la metalurgia; es muy factible que haya sido en la región oaxaqueña donde por vez primera se

ensayó el uso del cobre, el oro y la plata. De forma curiosa, con estos tres metales se trabajó una joyería que identificó de inmediato la fase tardía de la historia indígena, es decir, el Posclásico; estos ornamentos metálicos sirvieron para transmitir en todos los ámbitos de la inmensa área cultural un lenguaje simbólico e ideológico común; en ellos están presentes los cultos y dioses principales de aquel tiempo, al igual que la escritura y los sistemas calendáricos.

Las técnicas utilizadas en la metalurgia derivan de la obtención del metal, el cual se rescataba de los depósitos sedimentarios de los ríos, conocidos comúnmente como "placer"; la técnica denominada laminado consistía en golpear las pepitas o trozos para adelgazarlas y darles la forma deseada; posteriormente los motivos decorativos se lograban mediante el repujado o haciendo incisiones, martillando delicadamente. La otra técnica es la de la fundición, con la que los orfebres labraron extraordinarias joyas: desde cascabeles, cuentas de collares y brazaletes, orejeras y narigueras, hasta los curiosos ornamentos que se encajaban debajo del labio, llamados *bezotes*, o los espectaculares pectorales, como el del dios Xipe Totec, patrono de los orfebres, descubierto en la Tumba 7 de Monte Albán en Oaxaca.⁴⁰

La alta calidad que alcanzaron los orfebres mesoamericanos se debe a la utilización de la llamada "cera perdida", técnica cuyo primer paso consiste en modelar la figura que se desea obtener mediante la fundición; a continuación, con arcilla muy suave se conforman las dos secciones del molde, apretando en su interior la figura previamente modelada; estos moldes por separado se meten al horno para endurecerlos, dejando dos orificios, uno en la parte superior y otro en la inferior, para verter por ahí primero la cera y después el metal; efectivamente, al introducir la cera de abeja líquida, ésta va ocupando todas las secciones interiores de los

⁴⁰ *Cien Obras Maestras del Arte Mexicano*. Época Prehispánica. P41, Op.Cit.

moldes; finalmente el orfebre vertía el metal en el orificio superior y éste desplazaba la cera que se escurría por el orificio del hueco inferior; cuando se abrían los moldes la cera había desaparecido, dejando en su lugar la preciosa joya con el deslumbrante brillo metálico.

La plumaria fue una de las artes más apreciadas en los antiguos tiempos indígenas mexicas. Se estima que con el surgimiento de Teotihuacan y posteriormente, de las capitales zapotecas y mayas, el trabajo con plumas multicolores tuvo una gran demanda por parte de los jefes, quienes requerían ornamentos fastuosos para impresionar a propios y extraños; además de ornamentar los escudos de guerra, con la pluma se realizaban los vistosos tocados conocidos como penachos y gran número de prendas de vestir.

Sólo un número muy reducido de ejemplares de este sofisticado arte indígena sobrevivió hasta nuestros días; en su mayoría se encuentran en Europa, siendo la pieza más conocida *El penacho de Moctezuma*, alojado en la actualidad en el Museo Etnográfico de la ciudad de Viena; en este recinto se encuentra también un abanico con el distintivo central de una mariposa y un escudo con la imagen de un coyote, que expresa el símbolo de guerra⁴¹.

II. 2.2 El arte en el México antiguo

Desde el surgimiento de las primeras aldeas, hace más de dos mil años antes de nuestra era, las comunidades campesinas modelaron pequeñas y delicadas esculturas, especialmente imágenes de mujeres que exaltaban los patrones de belleza dominantes en aquel tiempo: muslos voluminosos, vientres prominentes y cinturas muy angostas.

500 años después, los olmecas, en pleno florecimiento de su arte y cultura, dieron testimonio de su existencia con la creación de enormes

⁴¹ *Cien Obras Maestras del Arte Mexicano. Época Prehispánica*. Felipe Solís. P41, Ed. México Desconocido, S.A. de C.V., México, 1998. pp 175.

cabezas colosales, exaltación de poder y la vida de sus jefes, en las que podemos advertir, a través de la expresión de sus rostros, el orgullo con el que se mostraban sus rasgos físicos.

Numerosos viajeros recorrieron nuestro país en el siglo XIX, con sus crónicas ilustradas propagaron en los ambientes cultos del viejo mundo y de México las obras artísticas que sobrevivieron a la conquista y mostraron las exquisitas variables de los estilos locales, las minuciosas tallas y las monumentales edificaciones, preparando así el terreno a las futuras investigaciones científicas que realizarían los arqueólogos que con el tiempo se considerarían obras de arte del pasado.

Representación de animales

Algunos animales tuvieron gran fuerza en la ideología indígena, por lo que fueron representados un mayor número de veces; nos referimos a la serpiente, el jaguar y el águila; la serpiente tiene que ver con la tierra, con la abundancia y la fuerza de la reproducción y los otros dos animales, con la guerra y el poder de la naturaleza, respectivamente.

En cuanto a la representación de animales sobrenaturales, el ejemplo más conocido es el de la serpiente emplumada, que muestra cómo la ideología indígena se apropia de la figura de uno de los animales más temidos, cuya fuerza aterradora se manifiesta en la serpiente de cascabel. Es muy probable que a través de este reptil, los antiguos mexicanos se relacionaran con Quetzalcóatl, la deidad civilizadora por excelencia, a quien por sus obras benéficas, reprodujeron como una serpiente cubierta con plumas de quetzal, para expresar, mediante el valioso plumaje, su carácter divino; se trataba no sólo de una serpiente emplumada sino en efecto, de la serpiente de mayor preciosismo de la que se tenía noticia; lo cual significa que la deidad civilizadora –serpiente emplumada– representaba una fuerza aterradora, para utilizar esa doble personalidad y así someter a las mayorías a rendir tributo o realizar rituales a las

deidades señaladas por el *huey tlatoani*, o gran señor, quien así lo determinaba.

Colección de arte mexicano en museos de Europa

Durante el siglo XIX –a partir de 1865- se fueron desarrollando museos; en México, el primer museo que albergaba arte precolombino: el Museo Público de Historia Natural, Arqueología e Historia. En Europa y Estados Unidos también fueron desarrollándose colecciones de objetos prehispánicos. El museo Británico adquirió piezas de las culturas totonaca y huasteca, producto de la actividad de los capitanes de los barcos ingleses y expedicionarios en minería, quienes ya fuera ocupando militarmente los puertos del país o aprovechando los recorridos por tierra adentro, extrajeron numerosas piezas realizadas por los pueblos que vivieron en la Costa del Golfo.

Uno de los testimonios más antiguos de la admiración que despertaban los objetos prehispánicos mexicanos en Alemania, se remonta al siglo XVI, cuando el conocido pintor Alberto Dürero, de visita por Flandes, se sorprendió por la calidad, refinada técnica y belleza de la joyería indígena que los conquistadores españoles habían enviado al emperador Carlos V.

El coleccionismo por parte de ciudadanos alemanes fue iniciado de manera formal por Humboldt, quien llevó a la Galería de Arte y Rarezas del Castillo de Berlín de la Casa Real prusiana, numerosos objetos, entre ellos destaca una hermosa hacha olmeca de jadeíta y un delicado disco solar de diorita con la imagen del dios Tonatiuh, los cuales supuestamente fueron destruidos en uno de los bombardeos a la capital alemana durante la Segunda Guerra Mundial.

Cabe destacar, que el actual Museo Etnográfico de Berlín posee una de las colecciones más importantes de objetos arqueológicos y artísticos de nuestro país, gracias al doctor Waageen, quien donó el famoso recipiente

para sacrificios, o *Cuauhxicalli* de piedra verde, labrada primorosamente, a mediados del siglo XIX.

Asimismo, Carl Uhde, durante la primera mitad del siglo XX reunió una impresionante muestra de casi cuatro mil objetos, en su mayoría del mundo azteca, que hoy ocupan un primerísimo lugar en la Sala Mexicana del museo de Dahlen.

En Suiza, el museo de la ciudad de Basilea posee importantes ejemplos de escultura mexicana y algunas muestras de instrumentos musicales de madera, reunidos en México por Lukas Vischer en la primera década de los gobiernos del México independiente.

La seducción que ejercían estos objetos del mundo indígena mexicano en los viajeros y curiosos se debía a las encontradas emociones que provocaban: desde la fascinación por lo terrible, hasta la admiración por lo minucioso de la técnica, pasando por la codicia hacia los materiales preciosos en los que fueron tallados o fundidos.

Rusia y Estados Unidos no escaparon al embrujo de magníficos objetos del arte mexicano y que hoy se exhiben en sus museos.

Como hemos podido apreciar, en México y en algunos países del mundo, principalmente en Europa, el interés que despertaban estas muestras artísticas y culturales de aquellas civilizaciones desaparecidas, en aquel entonces envueltas en un gran misterio, condujo no sólo al coleccionismo de las mismas, sino también a su estudio y comprensión.

Ha sido durante el siglo XX cuando se ha llevado a cabo el mayor número de exploraciones arqueológicas que han sacado a la luz importantes vestigios del pasado prehispánico de México y gracias al avance en la ciencia arqueológica ha sido posible establecer columnas cronológicas que nos permiten ubicar con cierta precisión los procesos evolutivos de las diversas culturas y civilizaciones que crearon aquellas obras de arte.

A partir de entonces, es que los mexicanos hemos aprendido a comprender y valorar la obra de nuestros ancestros indígenas, como lo

muestra la creación de numerosos e importantes museos a lo largo y ancho de nuestro país.

II. 2.3 Fiestas y costumbres mexicanas: expresiones culturales

En el mundo hay regiones, donde la gente conserva sus tradiciones y su propio modo de vida; esto sucede en pueblos herederos de culturas antiguas, donde para hacer arte popular, los ingredientes se toman de la naturaleza, se mezclan con la teología, la historia, la leyenda, el rito y la tradición; luego con habilidad y paciencia, se elaboran íconos o representaciones con cantos, poesía, danzas, música y objetos artísticos que nos acompañan a lo largo de nuestra vida material y espiritual, hasta la muerte⁴².

Los indígenas nacidos en estas tierras forman un variado mosaico de razas y culturas. Cuando llegaron los conquistadores españoles y ocurrió la mezcla de razas blanca y negra con la indígena, se constituyó un bagaje cultural complejo, aderezado con influencias del Asia Menor, el Lejano Oriente y el norte de África. Este es el antecedente por el cual se considera que existen sesenta y cinco grupos étnicos que componen el genoma actual del mexicano⁴³.

“A cada pueblito le llega su fiestecita”

En cualquier poblado, por pequeño y pobre que sea, se realiza una fiesta tradicional por lo menos una vez al año. Es la costumbre.

Entonces sucede el milagro. Como por arte de magia todo se transforma y emergen lujos de pueblos que elaboran haciendo acopio de su herencia milenaria.

El arte y la técnica sumadas por generaciones hacen surgir en todo su esplendor manifestaciones de todo tipo, para disfrute de los sentidos.

⁴² *Arte del Pueblo, manos de Dios*. Colección del Museo de Arte Popular. P 159. Ed. Landucci. Octubre, 2005, 608pp

⁴³ Noticiero del Canal 11, 21 hrs., del 21 de Mayo del 2008.

Aunque es obra de todos, cada quien tiene su quehacer; por ello es gozo colectivo; donde se unen viejos, jóvenes y niños en la comunión de la fiesta, la celebración, el mitote, el rito.

La organización social que esto requiere lleva tiempo y gran esfuerzo; la encabezan los *mayordomos* o representantes de los barrios elegidos por el pueblo, quienes se encargan de recabar el dinero y de coordinar a los capitanes de la música, de la danza y demás actividades y a los *padrinos* de comida, bebida, adornos y seguridad.

Para quienes ostentan dichos cargos es un orgullo y un deber indeclinable. Además se contribuye con dinero; aquellos más adinerados o que reciben dólares de sus parientes braceros dan una aportación mayor y le dan gusto a todo el pueblo. El traje, la máscara o los tocados que lucirá el danzante se elaboran en el seno de la familia. El logro de estas fiestas es un milagro efímero, pero indispensable para la estabilidad, el lucimiento de habilidades, el orgullo de pertenecer y compartir el arte popular, así como una catarsis de la dura faena por sobrevivir.

Estas fiestas son muy concurridas, duran varios días. La gente del pueblo, los fuereños y los peregrinos llenan el espacio con música, velas encendidas, cantos, oraciones y danzas; se enriquecen los rituales del catolicismo con las manifestaciones del arte popular mexicano, lleno de amor y calidez y aún de aromas sagrados como el humo de copal.

Como es obvio, la gastronomía también está presente. No sólo se degustan los platillos tradicionales de confección elaborada y sabores refinados, sino que se preparan en bellas cerámicas, cuya presentación se hace sobre mantelería bordada o deshilada.

Revolución, nacionalismo y arte popular

El movimiento revolucionario que se inició en 1910 dio entre sus frutos más ricos un nacionalismo (orgullo de identidad) que habría de permear muchos aspectos de la vida de nuestro país, entre ellos, la revaloración del

arte prehispánico, en esa época totalmente incomprendido por la mayoría de la población, incluso por muchas personas de las consideradas “cultas”. Para conocer la impresión que causaban las distintas manifestaciones de las culturas, se organizó una exposición en dos salas del Palacio de Bellas Artes, en una de las cuales se presentaron objetos, deidades y símbolos guerreros prehispánicos y en la otra se expusieron piezas con formas afines al arte occidental.

A los espectadores de aquella exhibición se les pidió que respondieran un cuestionario; el resultado que se obtuvo fue que la mayoría consideraba a las segundas como obras de arte, al contrario de las primeras. Los analistas llegaron a la conclusión de que la gente aceptaba las obras que se asemejaban a las formas tradicionales de la cultura occidental, pero tal apreciación no se considera válida, porque para llevar a cabo una estimación auténtica del arte prehispánico, es necesario que armonicen y se integren la belleza de la forma material y la comprensión de la idea que ésta representa.

Entre las esculturas más apreciadas de aquella exposición estuvo el llamado Caballero Águila, que muchos compararon con un discóbolo o un gladiador romano, ignorantes de que aquél representa la solemnidad, fiereza y serenidad del guerrero azteca de clase noble.

Esos resultados reforzaron el propósito de dar a conocer la cosmogonía, los valores, las costumbres, la estética, así como otros aspectos fundamentales de las culturas que crearon ese arte para que realmente pudiera ser comprendido y valorado.

Los intelectuales nacionalistas emprendieron algunas batallas, una de las más exitosas fue la cultural, expresada de manera preponderante en la cuestión artística. Los pintores recogieron esas ideas y las llevaron a los muros de los edificios públicos, lo que constituyó uno de los aportes más importantes que México dio al mundo: el muralismo. Diego Rivera, José Clemente Orozco, David Alfaro Siqueiros, Ramón Alva de la Canal, Roberto

Montenegro, Xavier Guerrero, Fermín Revueltas, Pablo O´higgins, Ángel Bracho y Fernando Leal, entre otros, pintaron obras que plasman el pasado prehispánico, la brutalidad de la Conquista, el mestizaje, la Independencia, la Revolución. Es hasta este momento, cuando se recupera el orgullo por las raíces indígenas y surge un arte netamente mexicano.

Intelectuales y artistas como Miguel y Rosa Covarrubias, Diego Rivera, Frida Khalo, Guadalupe Marín, el *Dr. Atl* y Chucho Reyes Ferreira decoraron sus casas con artesanías y las mujeres usan ropa y joyería indígena que despertaron el interés por esos objetos y prendas que consideraban propios de las clases populares.

Víctor Fosado, amigo de todos ellos, sensible y talentoso artista joyero que se inspiraba en las viejas formas para diseñar sus obras de plata, fundó el Museo de Culturas Populares y estableció una de las primeras tiendas de artesanía fina de todo el país: textiles, barro, piezas de cartonería, papel picado, joyas, juguetes y cuanta cosa bella encontraba⁴⁴.

Este nacionalismo también tuvo repercusión en la música, compositores talentosos como José Pablo Moncayo, Silvestre Revueltas, Carlos Chávez y Blas Galindo incorporaron temas y sonidos mexicanos en sus obras. Aún hoy las distintas orquestas nacionales incluyen en sus repertorios el famoso *Huapango* de Moncayo, la *Sinfonía India* de Chávez o *Janitzio* de Revueltas.

Este sentimiento nacionalista dio origen a la novela de la Revolución mexicana, entre cuyos exponentes destacan Martín Luis Guzmán, José Revueltas, Mariano Azuela, Rafael F. Delgado y Francisco Rojas González. Esta obra influyó en la obra de algunos escritores de tiempos más recientes como Carlos Fuentes, con *La muerte de Artemio Cruz* e Ignacio Solares en su novela sobre Pancho Villa.

⁴⁴ *Arte del Pueblo, manos de Dios*. Op. Cit., p226

Sin duda en esta época se despierta el interés por el arte popular, quizá sin una idea clara de su valor artístico y patrimonial, sino destacando su carácter decorativo. Sin embargo ahí se empieza a crear conciencia de su importancia, pues no es exagerado afirmar que el arte popular es el heredero directo del arte prehispánico, fuente de identidad indudable y de alegrías para el espíritu.

Por tanto, es indispensable apoyar a los grupos indígenas que son los custodios y creadores de buena parte del patrimonio intangible que nos identifica y enorgullece como mexicanos.

Los mexicanos se pintan solos

Una de las características que distinguen a los mexicanos de otras culturas del mundo es su capacidad de identificarse consigo mismos. El autorretrato mil veces repetido por los artistas es una expresión del encuentro con la propia identidad.

El arte popular ha sido el medio que ha permitido a los mexicanos autoretratarse y representar a su sociedad, a su medio ambiente y a los personajes que desempeñan papeles esenciales y que forman parte de la vida cotidiana. Como ejemplo, actualmente tenemos a los caricaturistas que se pueden ver en los periódicos, retratando el sentimiento íntimo de los mexicanos, sobre eventos de la vida nacional y de nuestros gobernantes.

El guardar una sensibilidad especial y autocrítica ha logrado plasmar las costumbres y las actividades fundamentales de nuestro entorno, así como capturar episodios o etapas de la historia, que reflejan situaciones específicas de nuestra vida cotidiana, de fiestas y rituales.

Esta necesidad de auto-reconstrucción va más allá de la preocupación por repetir artísticamente una escena; en realidad es una forma de introspección, de allí que una de las representaciones de identidad sea tratada por los artesanos con gracia, crítica y humor.

Las artesanías de verdad,
las que nacen con los colores de la mañana
y con los pigmentos de las tierras de cada lugar,
con los nudos de las telarañas
y las plantas de cada sitio,
tienen guardado el tiempo, el ritual, la generosidad,
el calendario de la devoción,
el ritmo de lo doméstico,
la memoria de lo colectivo.

Las artesanías tienen el trabajo de lo único,
de lo que se repite
pero nunca vuelve a ser lo mismo.
En México son y seguirán siendo
mientras pervivan: resistencia.

Han probado su fortaleza
durante siglos de colonización
desde la llegada del caballo, hasta la de Internet.

Betsabé Romero

Arte del Pueblo, manos de Dios. Op. Cit.

II.3 Artesanías e Identidad

Una adecuada valoración simbólica de arte popular indígena propicia el valor agregado con el que se puede obtener una apropiada remuneración económica.

Al adquirir un valor simbólico —con el que por cierto, también se obtiene prestigio social—, la obra de arte indígena puede ganar un nivel de legitimidad y reconocimiento como elemento de identidad, no sólo por los que pueden legitimarla y asignarle un valor simbólico, sino también por aquellos que al adquirir la pieza reconocen, respetan y manifiestan empatía y sensibilidad cultural. Con ello se logran equilibrar el valor simbólico con el económico, lo cual permite al artesano poder vivir de su trabajo con dignidad y además representa unapremisa necesaria para un adecuado posicionamiento en el mercado donde se vende la artesanía.

De esta forma adquiere sentido la cultura, entendida como conjunto de formas de vida; la estética, como parte integral de esta simbolización social y la identidad como referente histórico que inspira representaciones y rituales, en este caso, a través del arte indígena y popular que nos rodea y que es importante reconocer para otorgarle su justo valor.

En toda sociedad se observa cómo se yuxtaponen, conviven y se enfrentan en un mismo espacio varias culturas que van desde la popular, la urbana, hasta las etnias más tradicionales, fenómeno que se ha visto incrementado con la fuerza de la modernidad y la globalización en la cual nos encontramos actualmente.

El arte popular e indígena se manifiesta a través del ritual y la estética, como una expresión de sensibilidad, que forma parte de la actividad humana en sus diferentes contextos, es decir que se expresa en la cotidianidad artística.

La identidad se comprende básicamente como una construcción de sentido social y simbólica de la cultura, "... es un proceso de identificaciones históricamente apropiadas que confieren sentido a un grupo social y le dan

estructura significativa para asumirse como unidad"⁴⁵. Es decir, la identidad no es esencia, sino proceso activo y complejo de identificaciones sociales, históricas, con la capacidad interna de modulación, es decir, con plasticidad social para cambiar y adecuar conforme a sus intereses e historia, sus tradiciones étnicas aún dentro de la modernidad.

Es importante señalar que el sentimiento de pertenencia genera una identidad compartida que predispone a la solidaridad, a la convivencia social, comunitaria y a la interrelación.

La identidad coloca en el mundo a los sujetos asignándoles roles, deberes, derechos y aspiraciones.

La identidad es auto-percepción, auto-reconocimiento, resultado de un juego dialéctico, de una tensión intrínseca entre auto-reconocimiento y hetero-diferenciación, es decir, es la capacidad de un actor social de reconocerse y distinguirse de los demás.

En el caso de la identidad individual, ésta se inscribe en una multiplicidad de circuitos de pertenencia. Por ejemplo, los productores de arte oaxaqueño están adscritos a varios círculos de identidad: como miembros de la sociedad oaxaqueña, como descendientes de la cultura zapoteca-mixteca que los hace expresar una tradición correspondiente a su herencia histórica, se identifican con la sensibilidad estética-artística y por supuesto, también son mexicanos.

La identidad es entonces un proceso de reconocimiento e identificación de lo individual con el mundo social y se sustenta en la producción y comunicación de conceptos ideológicos, ya que la conciencia individual se articula con las formas de comunicación social y con la existencia de

⁴⁵ Lorena Marisol Cárdenas Oñate: "Estéticas Rituales, pincelando identidades. ..." Op. Cit. P33

signos (lingüísticos, simbólicos, estéticos, científicos, filosóficos, etc.) que permiten la materialización de esta comunicación y la percepción estructurada del mundo o cosmovisión; por ello se considera que la identidad es una red de relaciones significativas que dan sentido a los actos sociales y se expresa a través de las prácticas culturales.

Así, la identidad se define en primer lugar por las prácticas sociales y el significado colectivo que ellas adquieren y en segundo lugar por la ideología; ello significa que en la construcción del sentido social intervienen prácticas e instituciones dedicadas a la administración, renovación y reestructuración del sentido.

La ideología a su vez, construye aquellas pre-nociones colectivas que se recrean y reproducen dentro de un grupo y que posibilitan la acción y verosimilitud de un individuo, grupo, clase social, pueblo, nación, profesión u oficio, por mencionar algunos niveles de identidad que se pueden entrelazar, relacionar, excluir o incluir, de acuerdo con el conjunto de evidencia que lo constituyan.

Todo ordenamiento cultural –en su acepción particular de identidad- es también un ordenamiento ideológico de las prácticas sociales, en la medida en que se realiza desde lugares sociales diversos.

Nos dice Aguado y Portal⁴⁶, que sin ideología no hay identidad. La ideología constituye un eje ordenador y organizador, desde el cual se permean todas las experiencias de las prácticas sociales y sirve también como puente entre Historia y cultura, ya que posibilita configurar las identidades colectivas, incluyendo el ritual y la estética.

Cada grupo social tiene un punto de partida propio y prácticas concretas diferenciadas; su reproducción como tal está determinada por su relación con los otros y particularmente, por el poder hegemónico.

⁴⁶ Citado por Lorena Cárdenas en *Estéticas rituales, pincelando Identidades*, Op. Cit. P32.

Por tanto, las evidencias constituyen un presupuesto básico empírico y funcional, no necesariamente falso, que establece las mediaciones sociales entre los individuos y los grupos sociales. Así, la ideología es el puente que media entre lo individual y lo colectivo; es una forma práctica y cotidiana a partir de la cual, el individuo recoge lo social y a su vez, la sociedad abarca las prácticas individuales.

De esa manera, una de las evidencias que se construyen cultural e ideológicamente, es también la estética cotidiana, en la cual se observa que se utilizan evidencias subjetivas, para justificar acciones excluyentes; por ejemplo si de antemano se admite que los mexicanos son flojos, ventajosos, envidiosos, machos y además morenos, con dichos argumentos, se discrimina y excluye lo relacionado con lo mexicano, lo cual nos remite a apreciar lo opuesto, es decir, lo que relaciona con el primer mundo, al que se aspira pero se concibe como un objetivo prácticamente inalcanzable, lo cual nos frustra y margina y por consiguiente se deja de valorar la parte positiva que sí se tiene.

Por otro lado, existen instituciones sociales y autoridades culturales, encargadas de transmitir e interiorizar las prácticas y hábitos. Los hábitos a su vez, son aquellas acciones que a fuerza de repetirse en un contexto determinado y con un sentido cultural específico, se incorporan a la identidad de los individuos, en su comportamiento.

Las evidencias representan mensajes culturalmente significativos que reproducen a los hechos y se diferencian entre sí, como lo religioso o económico, respecto a la estética o la salud respecto del arte, etc.

Las evidencias ideológicas son signos, pero su eficacia radica en su función simbólica, que prevalece aún en diferentes contextos.

El espacio representa el lugar desde donde se organizan las prácticas sociales, pero es también lo que significan culturalmente esas prácticas, lo que concreta un ordenamiento significativo.

Por ejemplo, la memoria colectiva es un conjunto de eventos significativos que se almacenan en los recuerdos de la colectividad y representa un marco de referencia conformado por símbolos que tamizan las prácticas vigentes y se constituyen en referentes de identidad. Por lo tanto, existe una distancia entre el hecho y su significación en la construcción del ser social. Es esta distancia, la que permite la consolidación y reproducción de generaciones mediante mitos, tradición oral, historia escrita, rituales, cuya reproducción en espacios socialmente acotados permite la permanencia en la memoria colectiva.

En este proceso, se identifica que la dimensión del poder es el eje rector. La reproducción cultural de los grupos subalternos con respecto al hegemónico existe por el uso, la organización, el control y manipulación que dichos grupos hegemónicos ejercen sobre el tiempo y el espíritu social de forma concreta y cotidiana, como una manera de subvertir el poder e incorporar, imponer y controlar dichos tiempos y espacios.

De esta forma, la cultura como proceso social, se va gestando dentro y debido al ordenamiento espacio-temporal, pues es a través de esta organización que se establecen los ritmos y las fronteras de las prácticas cotidianas.

El individuo se identifica y es reconocido como perteneciente a una sociedad que puede ser una región, una ciudad o un país, donde se reconoce con otros sujetos. Las identidades étnicas tienen la característica de orientarse hacia el pasado que les da sentido, los legitima y les permite vivir el presente; justamente desde ahí la identidad adquiere poder e influencia, porque es posible convertirla en un medio para la acción. Por ejemplo, a través de la identidad zapoteca-mixteca, se obtiene un producto estético que es el arte popular a través de las artesanías, el cual es susceptible de generar ganancias económicas, a través del reflejo de

una imagen étnica y estética como puede ser un objeto de arte, que nos refleja conocimiento sensitivo y racional.

Es importante mencionar que el paradigma estético, representa los significados culturales que son diversos de acuerdo a las regiones de que se trate. Por ejemplo, las escarificaciones en el rostro que para algunas culturas africanas denotan prestigio, pertenencia, belleza, no son lo mismo que para un francés clásico, que prefiere ver su rostro completamente liso. Un florero plástico hecho en serie y decorado con cisnes y flores, puede ser bello para una ama de casa sencilla, pero seguramente el jarrón de cristal de Bohemia, será preferido por la esposa del dueño de una empresa; un jarrón de barro negro oaxaqueño, por el intelectual y el artista, ya que lo estético no es algo esencial que está presente o no, sino más bien un modo de relación de los hombres con los objetos, cuyas características varían según las clases sociales a las que pertenecen.

La estética, como disciplina, estudia el conjunto de prácticas sociales que caracterizan a un grupo sociocultural en su cosmos de producción de efectos sensibles, sean éstos placenteros o no, pero siempre son significativos. Explora esos códigos, esos modos de organización, de significantes estéticos, de posibilidades de combinación, que en última instancia se orientan hacia efectos emotivos que pueden estar asociados a significados de poder, ética, arte o religión y de esa manera se podrán entender mejor los referentes culturales que la determinan.

Establecemos entonces que el hecho estético varía, de acuerdo a la cosmovisión o idiosincrasia de la cultura específica a la que se pertenezca. Así, por ejemplo un evento festivo ritual —mayordomía o “Lunes del Cerro” en Oaxaca—, contiene elementos estéticos determinados o subordinados por el ritual de la cultura que le precede, es decir, a la *etno-estética* de la cultura zapoteca.

El hecho de que la estética pertenezca a la esfera de la cultura, significa que en la formación y mantenimiento de los estereotipos *etno-estéticos*, el papel decisivo pertenece a la información sociocultural.

Las categorías o sentimientos estéticos son capacidades o facultades humanas.

Por lo anterior, podemos llamar entonces al artesano, sujeto estético, ya que otorga un significado a los objetos que produce.

En cada sociedad, el individuo elige sus modos, medios, ideales y sentimientos, preferencias y aversiones estéticas de sus cinco sentidos, pero los elige entre las posibilidades que le ofrece la sociedad en su formación estética. Posee un sistema de valores estéticos en forma de ideales o paradigmas que regulan sus reacciones de agrado o desagrado ante las categorías estéticas.

Lo bello de un objeto no reside tanto en el objeto mismo, sino en la función estética que una sociedad determinada, en un momento histórico concreto, le otorga⁴⁷

El Arte, constituye una forma de especialización de lenguajes estéticos, donde se objetiva la cultura en nociones, ideas, interpretaciones, prácticas y símbolos, reflejados en productos artísticos que a su vez mezclan con la identidad social, al reafirmarla y representarla. El quehacer artístico ha sido percibido por las sociedades, como el medio por excelencia y la tradición de interpretación simbólica del mundo real.

Las representaciones artísticas cumplen con la función de reafirmar a la identidad social, en su percepción y expresión cultural.

Los lenguajes estéticos, podríamos considerar el arte como uno de ellos, se enmarcan en las prácticas de la comunidad para identificarse y comunicarse colectivamente. El origen, los usos y los efectos que los signos visuales tienen en los lectores, se sitúan en la dimensión

⁴⁷ Lotman, mencionado por Lorena Cárdenas *Estéticas Rituales, pincelando Identidades*. Op. Cit., p 60

pragmática. La función del lenguaje estético, es articular y conceptualizar una realidad preexistente.

El mito, la religión, el arte, la ciencia, la Historia; cada una de estas formas simbólicas, informan al mundo sin reducirse a imitarlo.

Las obras artísticas, además de contener valores estéticos, también tienen valores culturales representativos de la pertenencia a una colectividad.

Los artistas se han constituido históricamente como traductores estéticos de la percepción colectiva; a través de su arte imprimen un sentido simbólico y social a las representaciones estéticas de las realidades culturales e históricas.

La identidad artística es entonces una construcción histórica cultural que ocupa una posición y jerarquía determinada en la comunidad social.

Las obras artísticas, son entonces símbolos o representaciones del mundo social.

La existencia de colectividades artísticas, se explica por el universo cultural de cada época y el contexto histórico, donde se determina la función que asume el artista y el arte en la sociedad.

Una diferencia histórica entre lo estético y lo artístico, ha sido que mientras la Estética como disciplina clausura a lo prosaico, a lo popular y a lo grotesco, el arte paradójicamente lo ha acogido.

Al arte siempre se le ha permitido tomar los temas populares prosaicos e integrarlos a la cultura que los legitima al convertir esos objetos de arte en significados culturales. Así el arte no sólo reproduce la realidad mundana, sino que los transforma en signos y les imprime simbolismo y significado.

Uno de los medios colectivos de gran importancia y uso para transmitir la cultura es el ritual. El ritual es una de las dimensiones de la cultura, donde se construye y reconstruye la identidad.

El ritual es una práctica social que permite ordenar, recrear, reproducir y actualizar las representaciones simbólicas y las relaciones sociales en un

tiempo y espacio que pueden ser cotidianos o no cotidianos (como la fiesta); prefijados y reconocidos socialmente. El ritual crea y recrea la memoria colectiva de los grupos, sintetizando en un solo momento el pasado, el presente y el futuro.

El ritual es un mecanismo a través del cual se estructuran y reproducen las identidades individuales y sociales, a través de él se establece la relación del hombre con el mundo de lo sagrado, mediante las creencias, las acciones y el lenguaje. Y es justamente esta lógica simbólica la que orienta y da sentido a la vida cotidiana.

Ritual, Estética e Identidad. En las sociedades étnicas o indígenas, las expresiones artísticas están al servicio del ritual y aportan un valor de uso social. La sociedad contemporánea en cambio *desritualiza* el objeto y lo cosifica y promueve la apropiación privada de dicho objeto, convertido en mercancía.

Toda la revalorización de cultura popular tiende en definitiva a revitalizar la cultura nacional, como un modo de contrabalancear la *desritualización* producida por la globalización, o cultura de masas.

Para J. Acha⁴⁸, tanto el mito como el ritual pueden ser considerados piedras angulares del arte latinoamericano.

Dentro del estilo étnico, está el modo peculiar en el que el artesano proyectará su libertad creativa, que en tanto arte, Roland Barthes, considera que éste es internacional, transhistórico y transcultural, ya que todos los grupos humanos poseen esa capacidad artística y por lo tanto puede ser valorado y disfrutado en común por hombres de diversas e incluso opuestas culturas⁴⁹.

⁴⁸ Comentado por Lorena Cárdenas en "Estéticas Rituales, pincelando Identidades", Op. Cit., p 72

⁴⁹ Acha, pp 225-228. Comentado por Lorena Cárdenas en "Estéticas Rituales, pincelando Identidades", Op.Cit. p73

III. La Exportación de Artesanías a través de las Pequeñas y Medianas Empresas -PyMEs-

Si bien es cierto que la globalización se asocia especialmente con las grandes compañías que ven el mundo como un inmenso mercado con billones de clientes potenciales; no podemos negar que ha dado lugar a una creciente integración en la civilización mundial.

La interdependencia de las naciones es ahora mejor representada por corporaciones multinacionales, así como por instituciones financieras, las cuales han creado un mundo en el cual las fronteras se han vuelto más accesibles. Este fenómeno económico, social y tecnológico ha afectado la economía y cultura de todos los países.

La percepción que se tiene sobre la globalización, tiene connotaciones extremas, bien puede ser la fuerza que va a traer prosperidad económica o aquella que es nociva para la economía mundial.

El objetivo de este capítulo es presentar una opción práctica para las micro, pequeñas y medianas empresas PyMEs, donde se pueden aprovechar alternativas viables que ofrece el capitalismo del mundo globalizado en el que vivimos.

Parece que el término globalización, ha estado largo tiempo asociado con las grandes compañías, no con las PyMEs. Dichas compañías multinacionales han logrado penetrar a los mercados más importantes del mundo, un ejemplo de ello es el que ha propiciado el Acuerdo de Comercio Internacional de Norteamérica, la Unión Europea y Asia (NAFTA); sin embargo, cuatro quintas partes de sus ventas las concentran en sus mercados internos.

En épocas de crisis y no crisis económicas, la exportación –en particular la de artesanías- es una actividad que favorece a la economía y contribuye a equilibrarla.

En términos de internacionalización, existen dos fuerzas:

1) Una, referida a la homogeneización de mercados, en la cual, corporaciones multinacionales sobresalen en el ofrecimiento de los mismos productos y beneficios a los diferentes países.

Estas grandes empresas logran obtener economías de escala, a través de capacidad productiva en diferentes puntos geográficos, una adecuada logística de distribución, así como grandes presupuestos para *marketing*.

El público en general identifica sin problema los *logos* de estas corporaciones, como es el caso de *Nike's* o *Mc Donald's*

2) La segunda gran fuerza, se encuentra en los mercados heterogéneos, donde los consumidores tienen diferentes necesidades y gustos. Es por ello que los mercados necesitan segmentarse. Cada segmento está compuesto por consumidores potenciales que comparten características demográficas, de comportamiento y psicológicas; los mercados pueden dividirse aún más, en lo que se conoce como nichos.

Un nicho de mercado es un pequeño grupo, cuyas necesidades no han sido suficientemente satisfechas. En estos mercados segmentados, los consumidores desean productos y servicios que los satisfagan; las artesanías representan una buena alternativa para ello.

Algunas compañías, con producciones flexibles, han adecuado sus productos para atender las necesidades y gustos de esas fracciones de la población, pero a un costo más alto.

Las PyMEs pueden servir mejor a esos mercados heterogéneos que sus contrapartes, las grandes empresas, ya que se encuentran más cercanos de sus clientes, están mejor dispuestos a innovar, así como a integrarse mejor a los cambios que demande el mercado.

Por lo anterior, encontramos que a través de las PyMEs, la exportación del arte popular en México, encuentra el cauce más adecuado para realizarse.

III.1 Las Artesanías en México

El arte popular en México, es una de las manifestaciones de nuestra cultura con mayor significado de identidad, motivo de orgullo para los mexicanos y del que nos sentimos satisfechos.

Acercarse a este tema significa reflexionar sobre las raíces de nuestra idiosincrasia, es decir aquellos eventos, bien sean experiencias o hechos históricos que nos dieron forma y sentido como individuos y determinaron la peculiaridad y carácter de nuestra nación mexicana.

Es importante destacar el trabajo de los artesanos de México, porque son obras únicas, lo que las convierte en obras maestras del arte ancestral, cuya maestría, técnica, habilidad y experiencia forman parte de una rica herencia cultural. Como piezas, tienen un sentido estético, ritual, funcional e histórico que les dan un valor agregado; en cuyas piezas se manifiestan muchas veces la innovación de lo moderno con lo tradicional, o la adaptación a aspectos artísticos, sin perder su carácter de obras representativas de una forma comunitaria de ser.

Por el camino que nos muestran los objetos dedicados a la ritualidad, nos aproximamos al intenso mundo de las creencias profundas de los diversos pueblos de México, capaces también en lo religioso, de sincretismos y yuxtaposiciones sin fin. Ello nos habla de un pueblo firme en sus convicciones, pero al mismo tiempo flexible, capaz de fluir ante las realidades cambiantes del mundo.

Diversa, colorida y mágica como el territorio que habita, la artesanía es producto de esa natural inclinación de los mexicanos por cubrir de arte la vida cotidiana.

En la república mexicana, manos mestizas intiman con la naturaleza de su entorno y convierten el material que les es más cercano –la tierra, la flor,

la pluma, el metal- en objetos útiles, decorativos o ritualistas; muchos de ellos provienen de herencias prehispánicas, donde simplemente expresan sus visiones o tradiciones sobre su entorno, sus vivencias y creencias, es decir su idiosincrasia.

El oficio del artesano rara vez se aprende –o se ejerce- fuera del ámbito familiar y doméstico. Las más de las veces, las técnicas y los procedimientos, los diseños y los matices se transmiten de generación en generación y se reproducen en el interior de la casa, con la ayuda de uno o varios miembros de la familia.

Frecuentemente la artesanía terminada es resultado de un proceso arduo y laborioso, que a veces empieza desde la extracción, el cultivo o la crianza de aquello que constituirá la material prima. Excavar, moler, macerar, trasquilar, limpiar, cardar, ablandar, remojar, fundir, amasar y una lista infinita de actividades forman parte del ritual propiciatorio que el artesano ejecuta tan sólo para poder empezar a moldear la materia de sus sueños. Después vendrán las horas, los días y las semanas de ejecución de la obra; la confección minuciosa del *puntillado*, el bordado, el martillado o el deshilado; el urdido y el tramado; el modelado o el vaciado; la espera del punto exacto y el acabado perfecto.

Las técnicas ancestrales, las que mejor identifican una herencia cultural de perfección, son ejemplo de minuciosidad, suelen ser, por tanto, privilegio de grandes maestros del arte popular. Por ello es importante contribuir a evitar la extinción de dichas manifestaciones artesanales, ya que con ello se refuerza también la identidad cultural y se estimula la producción artesanal y ayuda al arraigo de la población rural e indígena y al desarrollo de sus comunidades, a partir de la creación de nuevos empleos y actividades productivas.

Se identifican las siguientes ramas artesanales: barro, madera, piedra, textiles, metales, papel, piel, fibras vegetales y materiales varios;

divididas a su vez de acuerdo a la técnica utilizada, la región donde se aplica, el tipo de producto, e incluso el uso que se le da a la pieza⁵⁰

III. 2 La importancia de las fuentes de información

Uno de los recursos más importantes tanto para los procesos productivos, como empresariales, y en particular para directores y dueños de PyMEs, que son las personas clave en la toma de decisiones, es la información y el conocimiento, requisito indispensable para resolver problemas de diferentes tipos; como venta de productos, pago a proveedores e impuestos federales, contratación de personal, búsqueda de nuevos clientes, soluciones de problemas técnicos en la producción, etc. Por ello se debe contar con información verídica y actualizada de productos, competidores, etc.

Parece ser que la información más valorada es la relacionada con las preferencias y requerimientos de sus clientes actuales o potenciales, seguida de productos o servicios comparables a los que ofrece su compañía; otra información relevante es el tipo de cambio, la moneda y la estabilidad política de otros países.

Si bien es cierto que el conocimiento se basa en información, ésta debe combinarse con experiencia, para poder satisfacer objetivos o necesidades de la empresa.

En los anexos del presente capítulo, se incluyen direcciones electrónicas y teléfonos relacionados con organismos vinculados con PyMEs y apoyo a la exportación de artesanías.

⁵⁰ *Grandes Maestros del Arte Popular Mexicano*. Colección Fomento Cultural Banamex. Pp 20 y 21 México, Abril del 2001. Turner Publicaciones, S.L., 552pp

III.3 Trayectoria histórica de las PyMEs

Durante parte de los siglos XIX y XX, el desarrollo de los países y su desarrollo industrial se apoyaron en grandes compañías, como lo ilustran los sectores automotriz, ferrocarrilero, metalurgico, etc., los cuales utilizaban maquinaria pesada.

Esta situación comenzó a cambiar a partir de los años 80's; una de las causas fundamentales fue que los mercados nacionales e internacionales se volvieron más competidos y las grandes empresas no supieron responder adecuadamente.

Nos dice Jorge Rodríguez⁵¹ que las grandes compañías que mejor sobrevivieron a la turbulencia económica de los años 70's y 80's, fueron aquellas que se reagruparon y redujeron su tamaño, dedicándose únicamente a actividades con el mayor valor agregado. Pero tanto la reducción de tamaño y presupuesto de la gran empresa, los obligó a buscar proveedores en países con bajos costos de mano de obra (outsourcing); muchas de ellas, pertenecían a las PyMEs.

En estos países, las compañías se ubicaron en ciudades o parques industriales, que para hacer más atractivas sus inversiones, les ofrecieron cobrar bajos impuestos, además de bajos aranceles a la importación de materia prima y a la exportación de partes y productos terminados.

Otra de las características de los cambios que se dieron en la economía mundial, fue la mayor participación de países emergentes en la internacionalización del comercio.

La política de desarrollo que siguieron las economías latinoamericanas en el período de la posguerra y hasta la década de los 80, fue la Sustitución de Importaciones, con la finalidad de desarrollar las industrias nacionales. Este modelo mostró signos de agotamiento a finales de los 70, por lo que

⁵¹ Jorge Rodríguez Martínez, Tesis doctoral *The Internationalization of the Small and Medium sized Enterprises: The aware manager*. University of Sheffield, England. July 2005, 244pp

la mayoría de los países optó por abrir sus fronteras y orientar la producción de sus industrias de manufactura a las importaciones. Enseguida se ilustra información en tabla 1.

Tabla 1. Comparación de las políticas industriales en Latinoamérica, del periodo de posguerra, con el nuevo modelo económico vigente, a partir de la década de los 80 y que derivó en la globalización.

Período de Posguerra de la década de los 40 a los 80	Nuevo modelo económico de mediados de la década de los 80, a la fecha.
Modelo de industrialización orientado al mercado doméstico	Modelo de industrialización orientado a mercados internacionales
El gobierno es el motor de la economía	El sector privado es la fuerza dominante
Mercado nacional cerrado, con tarifas arancelarias y no arancelarias altas	Economía de libre mercado, mediante la eliminación del proteccionismo
Se favorece la manufactura en vez de la agricultura o minería	Se favorece la exportación de productos manufacturados
Se impulsa el desarrollo de compañías grandes de capital nacional o extranjero	Las exportaciones son dominadas por compañías grandes, la mayoría de capital extranjero y en menor medida por PYMES

Fuente: Elaboración propia, a partir de información de CEPAL.

En el caso de México, esta tendencia se acentuó con la entrada en vigor del Tratado de Libre Comercio de Norteamérica, en 1994. Una crítica que se ha hecho, es que si bien es cierto que aumentó el nivel de las exportaciones, éstas contienen un alto porcentaje de insumos importados y por otro lado, el desarrollo industrial interno, ha quedado trunco. Así lo demuestra la severa crisis económica mundial del 2009. Una de sus expresiones es que en los primeros cinco meses del año, el flujo comercial de México con el mundo registró fuertes descalabros, pues las exportaciones cayeron 31% anual, al sumar 84 mil 948 millones de dólares, la variación más baja desde que se tiene registro, para un período

similar, destacan datos del INEGI; se debió a una baja del 22.8% en ventas manufactureras y de 58.1% en envíos petroleros.

Las importaciones por su parte, sufrieron una contracción de 31.7%, la caída más profunda desde 1983, al acumular 85 mil 949 millones de dólares; los resultados revelan una menor demanda externa, pero también una severa debilidad en la capacidad de importación de bienes y servicios por parte de familias, empresas y gobierno.

“Los datos revelan la severa baja en el consumo interno y externo, ante la falta de un mercado interno sólido dependemos de lo que pase en Estados Unidos. El problema es que México no cuenta con una industria exportadora propia, ya que el país se ha convertido en una economía maquiladora en la cual sólo se termina la última fase de ensamble” afirma Gustavo de la Rosa, catedrático de la Universidad Anáhuac⁵²

El docente detalló que esta crisis pone de manifiesto la falta de una estrategia comercial y de una plataforma exportadora diversificada.

“El dinamismo es cada vez menor, pero más alarmante es la falta de competitividad que genera una pérdida de presencia en los principales mercados”⁵³

Diversos artículos periodísticos evidencian que la situación de inseguridad en México en el 2009, desfavoreció el ambiente de negocios.

Dentro de 56 rubros evaluados por el Foro Económico Mundial, donde se mide el acceso al mercado, la administración de las fronteras, la infraestructura de transporte y comunicaciones y el entorno empresarial, México presenta 42 desventajas competitivas contra 14 ventajas. Dentro de las deficiencias se encuentra el servicio postal (lugar 117), los costos de seguridad para los negocios (113), las barreras que existen para productos

⁵² Gustavo de la Rosa: “Derrumba crisis comercio del País”. Sección Negocios, p 1, Periódico Reforma. Miércoles 24 de Junio del 2009.

⁵³ Gustavo de la Rosa: “Derrumba crisis comercio del País”. Op. Cit.

agrícolas (110), así como en variaciones arancelarias y costos de importación (107), y la ineficiencia gubernamental (94).

En aquellos sectores en los que nuestro país presenta ciertos avances, se refiere a los escasos requerimientos para importar (posición 15), los pocos aranceles que los exportadores tienen que pagar (20) y el margen de preferencia de los mercados destino (25). Se subraya en este artículo que persisten las barreras relacionadas con las políticas de intercambio, administración de aduanas e inseguridad.⁵⁴

Sin embargo, hay buenas noticias sobre el tema, pues se acaba de anunciar que de los 18 trámites y 34 días requeridos hasta ahora, para registrar y echar a andar una empresa, ahora se ofrece realizar el proceso a través de correo electrónico en sólo dos horas (www.tuempresa.gob.mx)⁵⁵

Paradójicamente, esta situación ha propiciado el incremento de pequeñas y medianas empresas nacionales que son más competitivas, están mejor informadas y han adoptado sistemas de calidad.

A partir de la década de los 70, la tendencia en la mayoría de los países ha sido reevaluar el papel y significado de la pequeña y mediana empresa.

Las pequeñas y medianas empresas juegan un papel importante en la vida económica y social de la mayoría de los países. Las PyMEs tienen un gran peso por su gran número. Por ejemplo, del 96% al 99% del total de las empresas de los países miembros de la OCDE⁵⁶, son consideradas como PyMEs. Las PyMEs contribuyen con entre el 40% y el 70% de los nuevos empleos, como es el caso de los sectores de nuevas tecnologías (OCDE 1997 y 2000). Finalmente, las PyMEs aportan entre el 30% y el 70% del Producto Interno Bruto (PIB), de la mayoría de los países (OCDE 1997 y

⁵⁴ Ulises Díaz, "Empeora México en facilitar comercio". Periódico Reforma, Sección Negocios, jueves 9 de Julio del 2009,

⁵⁵ Noticiero 21 hrs. Canal 11. 3 de agosto de 2009

⁵⁶ La OCDE es la Organización de Cooperación y Desarrollo Económico; está conformada por 30 países miembros, México es uno de ellos.

2000). La totalidad de los gobiernos miembros de la OCDE o de APEC⁵⁷ han reconocido la importancia de las pequeñas y medianas empresas y han establecido Secretarías, que se dedican exclusivamente a las PyMEs. En México, el apoyo a nivel gubernamental hacia las pequeñas y medianas empresas, tiene sus inicios en 1978, cuando se crea el Programa de Apoyo Integral a la Industria Mediana y Pequeña (PAI), cuyo propósito fue agrupar fondos económicos y fideicomisos (INEGI 2006). Los Censos Económicos que publica el INEGI (2006) cada cinco años, cuenta con datos estratificados por tamaño de empresa, esto es: micro, pequeña, mediana y gran empresa; este fue el caso de los Censos 1999 y los más recientes del 2004.

El apoyo gubernamental a las PyMEs se vio impulsado con la creación de la Subsecretaría de las PyMEs, la cual forma parte de la Secretaría de Economía, a partir del sexenio que comenzó en el año 2000.

A nivel mundial, una gran cantidad de países han creado ministerios, secretarías u organismos gubernamentales, cuyo objetivo principal es apoyar, y promover oficialmente a las PyMEs; también es cada vez mayor el número de conferencias, seminarios y congresos que se organizan de manera regular a nivel internacional o en México⁵⁸. Algunas universidades en Estados Unidos y Europa⁵⁹ han creado centros de investigación y desarrollo que están dirigidos al apoyo o estudio de pequeñas o medianas empresas.

Si bien es cierto que existen instituciones que apoyan y promueven la tríada PyME-artesanía-exportación; nos parece pertinente comentar que sería de gran ayuda para la coyuntura de crecimiento económico nacional, que se estableciera una política pública de Estado, a nivel gubernamental,

⁵⁷ APEC: Asia Pacific Economic Cooperation, es la asociación de países asiáticos y del Continente Americano, de la cual México forma parte.

⁵⁸ En México, la Secretaría de Economía organiza anualmente la Semana PyME,

⁵⁹ El Centro para las PyMEs de la Universidad de Warwick, en el Reino Unido

estatal, federal y municipal, específicamente dedicada a un apoyo fuerte y sostenido encaminado no sólo a promover y apoyar, sino a resolver de manera efectiva y expedita los problemas del sector exportador de artesanías a través de las PyMEs, con el fin de consolidar y concretar eficientemente estrategias encaminadas a la preservación, revaloración y defensa de nuestra cultura artesanal, la cual está amenazada como veremos enseguida, de plagios chinos, respecto a la propiedad intelectual de nuestro artesanos mexicanos.

III. 4 Exportaciones de México

Las pequeñas y medianas empresas se han enfocado tradicionalmente a sus mercados domésticos, sin embargo, a partir de la década de los 80, un creciente número de PyMEs de diferentes regiones del mundo, han estado participando en la internacionalización de la economía mundial.

A partir del 2005, México se ha destacado en la exportación de bienes y servicios creativos o culturales por un monto anual de 4mil 271 millones de dólares, esto nos colocó en el primer lugar como economía creativa en América Latina y en el número 18 a nivel mundial, de acuerdo con datos recopilados en 108 países por la Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Comercio y el Desarrollo (UNCTAD)⁶⁰.

El organismo define como “economía creativa” las actividades que tienen como principal activo el factor intelectual y creativo, que puede generar empleos, exportaciones, crecimiento y desarrollo económico.

Las industrias que integran este sector van desde las artesanías tradicionales hasta las productoras de hardware, pasando por la industria editorial, pintura, cine y teatro entre otras.

⁶⁰ “Exporta País creatividad”. Lidera México a América Latina. UNCTAD. Artículo periodístico de Gustavo de la Rosa y Lilia Chacón. Periódico Reforma. Sección Negocios. México, D.F., 6 de Mayo del 2008, p1.

Para el UNCTAD, el comercio mundial de estas actividades está creciendo a tasas de 8.7% anual y representa una importante alternativa de diversificación comercial para los países cuyas exportaciones dependen fundamentalmente de la venta de materias primas.

En el ranking mundial del 2005, China es campeón de economía creativa – y competencia desleal-, ya que actualmente se comercializan en el mercado reproducciones de alebrijes elaborados en China, hechos de porcelana, resina, arcilla u otros materiales. Los artesanos mexicanos han sufrido la copia ilegal de diseños y creaciones sin que puedan defenderse, por lo costoso, largo y complejo que es todo el proceso. El Instituto Mexicano de Propiedad Intelectual –IMPI- explica que el problema es que la mercancía de procedencia china, que copia los diseños de productos típicos mexicanos, ingresa al país de manera legal, es decir, pagan impuestos. Por ello, aunque se copien los diseños, si éstos no tienen registro ante el IMPI, el organismo no puede hacer nada para impedir su venta dentro del territorio nacional. La diferencia en precio que se ofrece al turista es \$5,500.00 MN alebrije original, contra \$500.00 MN⁶¹ la copia.

México destacó en las exportaciones de productos audiovisuales y culturales, sin embargo quedó rezagado en los que involucran nuevas tecnologías.

Lo anterior nos demuestra que las industrias creativas son una alternativa para incentivar la economía.

En la medida en que los productos tradicionales de exportación como el petróleo se empiecen a agotar, se tienen que generar gradualmente alternativas de ingresos por ventas externas, en ese sentido el potencial de industrias creativas en México es elevado, contamos con reconocido acervo cultural y artístico, así como con capital intelectual, mano de obra

⁶¹ “Acorrala piratería china a artesanos mexicanos”. Por lo costoso de un proceso legal, prefieren negociar con los que los copian. Dayna Meré. Periódico Reforma, Secc. Negocios, p1, 6 de Octubre del 2009.

artesanal competitiva y una importante oferta de servicios turísticos, festividades y atractivos para el resto del mundo.

Las principales ventajas que se obtienen gracias a la creatividad mexicana, son las divisas netas y la generación de empleo, al mismo tiempo que se promueve la preservación cultural, social y humana, que se asocia con la corriente humanista, la cual sería muy deseable que se adaptara al esquema político y social de México; cabe mencionar que algunas instituciones universitarias promueven, como la UNAM.

A continuación en la tabla 2, se presentan valores en millones de dólares sobre exportaciones totales de México.

Tabla 2

País	Año 2008	Enero-Julio 2009
Norteamérica ⁶²	241,686.70	102,911
ALADI ⁶³	14,149.70	5,153.90
Centroamérica ⁶⁴	4,034.70	1,680.10
Unión Europea ⁶⁵	17,079.90	6,109.20

Fuente: Secretaría de Economía⁶⁶

Los cinco estados de la república mexicana que más exportan son Coahuila, Distrito Federal, Hidalgo, Jalisco y Estado de México.

⁶² Los países de Norteamérica son: Estados Unidos y Canadá

⁶³ Los países que conforman ALADI son: Argentina, Brasil, Bolivia, Colombia, Chile, Ecuador, Paraguay, Perú, Uruguay, Venezuela y Cuba.

⁶⁴ Centroamérica abarca: Belice, Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras y Nicaragua.

⁶⁵ Los países de la Unión Europea son: Austria, Alemania, Bélgica, Dinamarca, España, Finlandia, Francia, Grecia, Holanda, Irlanda, Italia, Luxemburgo, Portugal, Reino Unido, Suecia, Chipre, Estonia, Eslovenia, Letonia, República Checa y República Eslovaca.

⁶⁶ www.economia-snci.gob.mx/sphp_pages/estadisticas/cuad_resumen/expmx_e.htm, del 17 de Octubre del 2009

III. 5 Los Organismos internacionales y las PyMEs

La OCDE -Organización de Cooperación y Desarrollo Económico- se fundó en el año 1961, con el propósito de agrupar a los gobiernos de los países comprometidos con la democracia y la economía de mercado; algunos de sus principales objetivos son: apoyar el crecimiento económico sustentable, así como el desarrollo económico de los países y contribuir al crecimiento del comercio internacional. México es el único país latinoamericano que es miembro de esta organización compuesta por 30 de las economías más importantes⁶⁷

La OCDE, al reconocer la creciente importancia de las PyMEs, en lo económico, social, político y como agente innovador, ha organizado un gran número de actividades a nivel internacional, nacional y regional, para el desarrollo y reconocimiento de este importante sector.

Un ejemplo de las actividades de apoyo para las PyMEs, que se han desarrollado en la OCDE, es que los gobiernos miembros ofrezcan una dirección en la *web* única, donde la persona interesada en encontrar información acerca de cursos de capacitación, normatividad, tipos de cambio y la forma de recibir asesoría de algún tipo, lo pueda hacer de la manera más sencilla posible. Para el caso de México, el contacto PyME es: <http://www.contactopyme.gob.mx>

SIEM Sistema de Información Empresarial Mexicano:
<http://www.siem.gob.mx/siem2008/>

Existe un sitio de la OCDE que se denomina por sus siglas en inglés INSME –International Network for Small and Medium Sized Enterprises–, su misión es valorar la cooperación transnacional y buscar socios del sector público o privado en los campos de la innovación y transferencia de tecnología para las PyMEs; su correo electrónico es: (http://www.insme.info/page.asp?IDArea=1&page=about_insme).

⁶⁷ Fuente: www.oecd.org

La Asociación Asia Pacífico –APEC- (Asian Pacific Economic Cooperation), se fundó en el año 1989, al principio era un grupo de diálogo informal, pero ha crecido hasta tener como miembros a 21 economías de la región. Sus objetivos principales, son la promoción del comercio internacional y de la cooperación técnica y económica en la Cuenca del Pacífico; México como país miembro, en 2002 fue país sede de las actividades que realiza APEC durante el año, por ejemplo reuniones para promover el desarrollo de las PyMEs de la región. En esas reuniones, los ministros de cada país presentaron algunas iniciativas exitosas que les han dado resultado.

A nivel mundial, existen algunos temas que por su importancia son recurrentes en los foros mundiales, este es el caso del desarrollo sustentable, la contaminación, erradicación de la pobreza y entre ellos se encuentra el apoyo a las pequeñas y medianas empresas.

Europa es probablemente el continente que más se distingue por su apoyo a las pequeñas y medianas empresas. La formación de la Unión Europea, con más de 25 países miembros, ha sido el foro desde el cual le han dado un fuerte impulso a una variedad de programas, directorios de negocios, estadísticas para recoger la actividad económica, así como estudios de investigación académica.

En el continente americano destaca la oficina del gobierno estadounidense, la SBA (Administración de Pequeños Negocios), una de las organizaciones pioneras a nivel mundial, con varias décadas de experiencia. Existe un centro de negocios especializado en PyMEs, que se encuentra en la Universidad de Arkansas del mismo país. Otro ejemplo interesante es la CEPAL, una comisión regional de la ONU que busca contribuir al desarrollo económico de Latinoamérica, tiene un programa dedicado especialmente a las PyMEs, que ha producido una serie de estudios y publicaciones relacionados con el tema.

En México, destacan algunas organizaciones: La Secretaría de Economía, la cual desde el año 2000, creó la Subsecretaría de la Pequeña y Mediana

Empresa; CONACYT, BANCOMEXT, Pro-México, Nafin y FUNTEC, cuyos contactos se anexan al final de este capítulo, junto con organismos de apoyo a la exportación de artesanías, como FONART e INEGI.

III. 6 Eventos en la internacionalización, que han beneficiado a las PyMEs

Una de las características de la internacionalización, es que las grandes compañías han reducido su tamaño, para concentrarse sólo en aquellas actividades que les reditúan alto valor agregado, lo cual ha propiciado que en su labor logística, busquen en el exterior mano de obra, capital financiero e impuestos más bajos, que abaraten su cadena productiva y que faciliten superar todo tipo de obstáculos, para poder desarrollarse favorablemente.

De esa manera, grandes empresas han hecho sus ajustes para reducir costos y conseguir proveedores más baratos, lo cual propicia una expansión en la cadena internacional, ya que ésta se asocia con la perspectiva de minimizar gastos en compras, producción y ventas, a cambio de obtener mayores ganancias.

Un buen ejemplo de lo anterior, lo representa China, donde se consigue abundante mano de obra barata, que atrae a grandes consorcios extranjeros a invertir en compañías productoras, razón por la cual, se ha convertido en el gran taller del mundo.

- Actividad Financiera. Una de las causas importantes de la internacionalización, ha sido la actividad financiera internacional, cuya tendencia ha sido liberar y quitar barreras al movimiento financiero.

- Migración. Con el fin de mejorar sus economías personales, así como sus condiciones de trabajo, la migración ocupa un lugar importante. Ésta se divide en diferentes grupos: altos ejecutivos, ingenieros y técnicos calificados; académicos y científicos; estudiantes y trabajadores no calificados.

Existe un importante flujo de capital económico proveniente de este sector, que los migrantes envían a sus familias.

En países más pobres, las remesas económicas representan también una importante fuente de ingresos. Por ejemplo en Nicaragua, representa una cuarta parte del ingreso anual *per cápita*.

- Tecnologías de Información y Comunicación: Internet y Teléfonos Celulares. En la década de 1990, se generalizó el uso de Internet, por lo cual el e-mail ha sido de gran utilidad para las PYMES.

Esta tendencia facilitó la comunicación con clientes y proveedores y permitió el acceso a la información en tiempo y forma, para una mejor localización intercontinental.

- El uso del idioma inglés, se ha extendido como el idioma común en el mundo de los negocios, lo cual ha favorecido a las PyMEs, ya que con un solo idioma se pueden hacer negocios en casi cualquier parte del mundo, incluyendo la Unión Europea.

Dentro de Europa, muchas compañías multinacionales están adoptando el inglés como su idioma de trabajo, lo hablan cada vez más gerentes, ingenieros, supervisores, de diferentes nacionalidades.

Asimismo, es el idioma dominante en Internet. De esa forma, se facilita la captación de clientes por esta vía, a través de sitios *web*, lo cual es un acceso en el uso de negocios en línea, es decir, *e-commerce*.

III. 7 Atributos que un gerente de exportaciones debe poseer

Muchos estudios sobre la internacionalización de las PYMES, indican que la clave del proceso recae sobre la persona que toma las decisiones de la compañía. Él o ella, es la fuerza que guía, propone y visualiza a la compañía. El gerente PYME es quien tiene el conocimiento detallado, así como el acceso, información estratégica y es la persona que tiene más familiaridad con los competidores locales e internacionales de la empresa.

El comportamiento estratégico de la PYME, tiene gran influencia, por la orientación cultural del gerente, su apertura a otras culturas y su habilidad para adaptarse a las circunstancias cambiantes del entorno.

La compañía además de eficiente, necesita ser diligente, es decir, cuidadosa, precisa y activa en sus tareas, para prosperar en su negocio. Deberá elegir mercados apropiados y distribuir productos o servicios que los clientes quieran o necesitan comprar, para lo cual necesitará conocer a sus clientes y su competencia.

Debido a que es la persona con más influencia en la PyME, el gerente cumple diferentes funciones, de acuerdo a lo que se necesite, por ello requiere conocimiento básico sobre todos los aspectos del negocio, ya que lo mismo tiene que surtir un pedido urgente, que resolver un problema que requiere su atención, o un trámite legal que necesita ser completado. En fin, se requiere que sea proactivo, es decir, abierto, arriesgado, persistente y en busca constante de nuevas oportunidades para su negocio; en vez de ser reactivo o visceral, para lo cual necesita estar muy bien entrenado e informado de los diferentes problemas con los que se enfrentará día a día.

Se recomienda que antes de iniciar la aventura internacional, la compañía esté segura de poder enfrentar exitosamente a la competencia con productos de excelente calidad y ofrecer de igual forma un eficiente servicio. Asimismo, se sugiere que existan los siguientes factores que facilitarán las exportaciones:

- 1) Oportunidades en el exterior sobre el producto que se quiera exportar.
- 2) Interés y habilidades profesionales de las personas que estarán manejando el comercio exterior.
- 3) Actitudes positivas del gerente, así como cualidades de responsabilidad, adaptabilidad, versatilidad; así como ser analítico, racional y orientado hacia la organización administrativa, lo cual favorecería una orientación internacional a largo plazo.

Respecto al género, el Dr. Jorge Rodríguez⁶⁸, nos comenta que el 14% de los cuestionarios aplicados a diferentes países, fue contestado por mujeres, quienes han hecho un mayor progreso en educación superior, al tener un mayor nivel educativo que los hombres encuestados. Al respecto, un reporte de OCDE del 2004, indica que entre los países miembros de ese organismo, el 29% de las mujeres, poseen educación terciaria, a diferencia de los hombres, con el 26%. Por lo que durante la siguiente generación, las mujeres no sólo estarán mejor preparadas, sino que también jugarán un papel más importante como gerentes PyME.

Se encontró también que el grupo de mujeres propietarias de compañías PyMEs, es en general menor y tienen un rango de productos más limitado que su contraparte masculina. Otro dato interesante fue que las mujeres tienden a ser propietarias únicas del negocio y prefieren clientes nacionales.

Cerca de tres quintas partes de gerentes entrevistados por el Dr. Jorge Rodríguez⁶⁹, tienen entre 41 y 60 años de edad. En general, mientras más grandes de edad, mayor conocimiento, recursos, información y contactos sociales, en comparación con gente más joven; estas características tienden a ser cruciales en la internacionalización de la empresa.

Los gerentes con mayor experiencia y educación, están en general mejor preparados para aprovechar las oportunidades del mercado internacional y para responder a los retos comerciales, que sus contrapartes más jóvenes e inexpertos.

Los gerentes con mayor nivel educativo, son del área de Ingeniería (40%) o postgrado en Administración de Empresas (38%).

Respecto a su experiencia de trabajo, los gerentes PyME, han aprendido y acumulado experiencia práctica, debido a que han sido entrenados para

⁶⁸ Jorge Rodríguez. *The Internationalization of the Small and Medium sized Enterprises: the aware manager*. Doctoral thesis . Op. Cit.

⁶⁹ Jorge Rodríguez, Op Cit.

trabajar en negocios internacionales; de hecho, cerca del 45% habían trabajado previamente para ese propósito en grandes empresas, gracias a lo cual pudieron obtener entrenamiento y oportunidades para ejercer dichas actividades, así como contactar con diferentes países y culturas.

La experiencia adquirida por un gerente PyME, determina su elección para iniciar una nueva compañía.

Un estudio realizado por la Comisión Europea, en 2002, muestra que cerca de la mitad de los gerentes-propietarios alemanes y dos terceras partes de los daneses, trabajaron previamente como empleados, entre 10 y 20 años, antes de fundar su propia compañía, frecuentemente en la misma área de negocios.

Lo deseable por los encargados de hacer políticas para incrementar la participación de las PyMEs, es implementar el esquema de ser preparado y *nutrido* en actividades internacionales, ya que propicia el esquema adecuado, fuentes de información y ayudas necesarias para participar en los mercados internacionales. Como anteriormente se mencionó, el participar en actividades de mercado internacional –incluyendo las importaciones-, es de gran ayuda, debido al conocimiento que se adquiere en resolver problemas, las oportunidades que se aprovechan y aún de los errores que se cometen.

Algunos autores consideran que los gerentes PyME, involucrados en actividades internacionales, frecuentemente tienen una actitud más positiva y perciben menores riesgos al exportar, que los gerentes PyME, relacionados sólo con el mercado doméstico.

Respecto al idioma, la encuesta realizada en cinco países –dos de los cuales son de habla inglesa-, el 84% dice ser competente en el idioma inglés; mismo que es considerado más importante que el resto de los idiomas.

Como sabemos, el idioma inglés se ha convertido en el idioma de los negocios, las finanzas y la cultura en este mundo globalizado, debido a la gran influencia ejercida por Estados Unidos y Gran Bretaña.

III. 8 Estructura y conformación de las PyMEs internacionales

La globalización propicia oportunidades, retos y amenazas en la internacionalización de las PyMEs,

Como principal actividad interna que realizan las PyMEs, del análisis que Jorge Rodríguez⁷⁰ elaboró, se dedican en un 62%, a la importación de productos; mientras que su principal actividad externa, en un 38% está dedicada a la exportación de productos, la cual se realiza de manera indirecta, en un 59.1%

Se observa que en el sector manufacturero se tiene más actividad exportadora, que en el de servicios.

Aquellos que inician una compañía, es con la idea de hacer dinero y generar otros beneficios, como la generación de empleos. Normalmente el riesgo es evaluado a través de un Plan de Negocios. Una vez que se ha tomado la decisión, cualquier inicio requiere de una inversión.

La mayoría de las grandes compañías multinacionales que forman parte de la economía, iniciaron como pequeños negocios. Su éxito y crecimiento como líderes en el mercado internacional, se atribuye a la combinación de nuevas habilidades, conocimiento e información, misma que se aplica tanto a productos, como a servicios, así como a su habilidad para capitalizar a partir de las oportunidades de los mercados nacional e internacional. Comúnmente, el producto es ofrecido al cliente, a partir de una necesidad que puede ser satisfecha.

Es posible identificar dos grupos de factores de la producción, que afectan el proceso de internacionalización de la pequeña empresa:

⁷⁰ Jorge Rodríguez, Op Cit., p 95.

1) Factores específicos de la empresa, que en base a su conocimiento y experiencia, otorgan a la empresa, conocimientos y habilidades aprendidos muchas veces de manera empírica, pero que se reflejan en la organización y en el producto final que se obtiene exitosamente.

2) Factores específicos del producto. En estos tiempos de gran competencia internacional, es determinante ofrecer productos diferenciados, adaptándolos a las necesidades del cliente, a precios accesibles. Un desarrollo innovador, podría desarrollarse en la especialización de productos destinados a nichos de mercado, junto con un excelente servicio. Un ejemplo de ello, ha sido que algunas PYMEs, han encontrado un nicho internacional, creando un producto único y conveniente de acuerdo a necesidades específicas de mercados internacionales.

La globalización de una industria según la OCDE, se refiere a las actividades de las empresas fuera de sus fronteras, donde se incluyen inversiones, negocios y alianzas estratégicas para el desarrollo de productos, la producción, y abastecimiento de mercados⁷¹

Por otro lado, la OCDE estima que menos de la mitad de las empresas que inician actividades, sobrevive por más de cinco años.

Parece que lo que determina la supervivencia de las compañías que recién inician sus actividades, no es tanto el número, sino la calidad de sus productos lo que sustenta un buen patrón de competencia.

Estudios recientes, muestran que el tamaño de la empresa, no es una variable que determine el éxito de sus exportaciones. Existe evidencia de que las pequeñas y medianas empresas tienden a volverse internacionales. En general en la actividad internacional, dominan más las compañías manufactureras que las de servicios, aunque existe una tendencia a la alza de ésta última.

⁷¹ OECD, 1997, citado por Jorge Rodríguez, Op. Cit., p98

Muchas compañías se hicieron internacionales, porque se dedican a las importaciones directas e indirectas, o se convierten en *licenciatarios* de compañías extranjeras o mantienen alianzas comerciales con empresas fuera de su país o bien realizan manufacturas fuera de sus fronteras, pero que venden en los mercados domésticos.

Otro motivo, es que se crea la compañía específicamente para exportar.

Este tipo de actividades pueden ser más fáciles de establecer, que las que se realizan de adentro hacia fuera, como las *Joint Venture* o alianzas estratégicas y *Counter Trade*.

Muchas de las empresas (cerca del 38%), iniciaron sus exportaciones de manera indirecta, es decir, a través de una tercera persona; su ventaja es que esa estrategia es menos riesgosa que la exportación directa.

Los motivos por los cuales las empresas se iniciaron en la exportación son: actividades promocionales, tener sitios web, participación en ferias exposiciones comerciales en el extranjero, establecer una sucursal en el extranjero, alianzas estratégicas o *Joint Venture*.

Las compañías que se han creado específicamente para aprovechar las oportunidades internacionales, también llamadas "Born global", representan sólo un 4% del total, sin embargo rompen con el esquema de que una compañía debe consolidarse primero en el mercado doméstico, antes de iniciar su aventura en el mercado internacional.

Se recomienda especial cuidado y atención para ingresar a estos mercados, con las barreras culturales, financieras o legales, para lo cual se recomienda una compañía intermediaria doméstica que facilite este trámite.

Las razones por las cuales una PYME no puede internacionalizarse, puede ser debido a que encuentra barrera internas o externas muy difíciles de superar, algunas de ellas son:

Falta de información y conocimiento, problemas financieros, riesgo alto, problemas con el idioma (inglés) o problemas de financiamiento.

III.9 Información comercial y de mercado

La información que se consideró más valiosa para una empresa, es la relacionada con la parte comercial y de mercado, la cual nos indica la importancia que debe prestar la PyME a la atención de su clientela, en relación a conocer sus necesidades y preferencias, así como aspectos culturales.

Otro rubro de gran importancia es la información relacionada con las condiciones actuales y tendencias futuras sobre mercados internacionales, requerimientos y tamaño del potencial de mercado, así como competidores.

Los tres elementos claves que un gerente debe cumplir son: experiencia en el mercado meta, experiencia profesional y personal, así como manejo del idioma del país meta.

III.10 Información sobre legislación y regulación internacional

Tanto en el mercado doméstico, como en el internacional, existen normas y legislaciones que necesitan ser conocidas por el gerente PyME, así como regulaciones o adaptaciones solicitadas por los clientes. Conocer las reglamentaciones que rigen a la Unión Europea, donde existe libertad para el tráfico de bienes o movimiento de personas, es de gran utilidad. O conocer los estándares de calidad de ISO 9000 e ISO 14000, éste último se refiere a estándares que no alteren el medio ambiente; para mayores detalles, consultar ISO website www.iso.org

III.11 Información económica y financiera

La información financiera y económica más valiosa, es conocer las tarifas cambiarias. La fluctuación cambiaria tiene un impacto directo en los volúmenes de venta, márgenes de ganancia y costos.

Asimismo, las predicciones económicas y estadísticas ayudan a predecir las futuras condiciones del mercado.

Una vez que se ha definido la viabilidad económica del mercado, cualquier información relacionada con el aspecto financiero y sus variables – pequeñas, medianas o grandes-, son tomadas muy en cuenta, ya que la supervivencia de la compañía depende de ello.

III.12 Información técnica y científica

La información más valiosa de esta sección, está relacionada con los detalles técnicos de los productos de los competidores, ya que por lo general, las compañías con elevada tecnología, tienden a internacionalizarse más rápido que las tradicionales, así como a intercambiar información tecnológica con otras compañías respecto a procesos y productos.

III. 13 Información política

La estabilidad política de los países a donde se van a dirigir las exportaciones es de gran importancia, no importa cuán lejano esté el país meta; porque la afectación que pueda suscitarse en la cadena de abastecimiento, podrían afectar por ejemplo, los pagos o el contacto con el cliente. El ataque terrorista sufrido por Estados Unidos en Septiembre del 2001, nos recuerda que la situación política debe tenerse muy en cuenta.

III. 14 Derechos intelectuales de propiedad.

La Organización de Propiedad Intelectual mundial – de acuerdo con sus siglas en inglés: WIPO (World Intellectual Property Organization), define a la propiedad intelectual como un producto de creaciones mentales sobre inventos, trabajos artísticos y literarios, símbolos, nombres e imágenes usadas en el comercio.

Por otro lado, se definen los derechos de propiedad intelectual (IPR), como aquellos derechos legales amparados por leyes nacionales e

internacionales, que pueden ser utilizados respecto del capital intelectual y los productos derivados de aquél y que en caso de infringirse, repercutiría en las sanciones legales correspondientes.

Un ejemplo de lo anterior, sería el registro de una patente, un registro de marca o de diseño industrial, ante la WIPO.

La patente es un derecho exclusivo otorgado a un invento, mismo que podría ser un producto o un proceso que conduce a una nueva forma de hacer algo, o que ofrece una nueva solución técnica, para solucionar un problema.

El registro de marca es un símbolo o signo distintivo, que es útil en los negocios para diferenciar los bienes y servicios, entre una compañía y otra y es el que más frecuentemente se registra.

Un diseño industrial es un artículo estético u ornamental y puede tener características tridimensionales.

Cabe destacar que las empresas grandes, son las que más registran sus derechos de propiedad intelectual (IPR), Esta práctica se ha realizado con más frecuencia sobre actividades de investigación e innovación tecnológica.

Debido a razones de alto costo en trámites burocráticos y monetarios, las PyMEs, prefieren usar prácticas más informales para proteger sus derechos de propiedad intelectual (IPR), a través de sus mercados domésticos, es decir que registran sus marcas en sus propios países. Sin embargo, las prácticas informales no suelen funcionar bien en los mercados internacionales, por lo que es conveniente considerar a la IPR como una herramienta útil.

III. 15 Cómo empezar a elaborar una estrategia internacional

Hay una gran variedad de opciones a través de las cuales se inicia la actividad internacional. La opción preferida, es exportar indirectamente, a

través de un tercero, como por ejemplo ser proveedor de grandes compañías que se dedican a la exportación.

La oportunidad es una buena razón para iniciar con la actividad internacional; sucede cuando una inesperada oportunidad aparece y se aprovecha el reto. Los gerentes mexicanos confían mucho en aprovechar este tipo de oportunidades. Algunas PyMEs, son creativas e innovadoras de economías emergentes, orientadas hacia nichos de mercado, tratando de aprovechar las ventajas en otros países.

No olvidemos sin embargo, que la internacionalización, no está limitada exclusivamente al comercio, se incluye también subcontratación a compañías en el exterior, adquisición de licencias de compañías extranjeras, la compra de compañías extranjeras, o *Joint Venture*.

Compañías que nacen siendo Globales

Hay compañías que fueron creadas con el propósito específico de aprovechar alguna oportunidad internacional.

Este tipo de empresas busca desde sus inicios, la aplicación de sus recursos y conocimiento hacia las ventas de bienes, en varios países.

En su mayoría, pertenecen al sector de servicios y tienen una intensiva actividad internacional. La proporción del valor y cantidad de su producción exportadora es dos veces y media mayor que de las empresas estándar.

Los gerentes de las compañías que nacen siendo globalizadas, iniciaron actividades debido a factores internos, sobre todo para proporcionar exportación de servicios para hacer crecer mercados extranjeros.

Los gerentes de estas compañías, tienen mayor educación que el gerente promedio, ya que la mitad de ellos, tienen educación universitaria y una tercera parte tienen estudios de posgrado.

Tipo de actividades internacionales

Básicamente, las dos principales actividades internacionales, aunque no las únicas, son: la exportación de productos y la exportación de servicios, otras más son la venta de *know how*, licencias, patentes y franquicias.

Actividades indirectas de Exportación

Un gran número de empresas inician su actividad internacional de manera indirecta; por ejemplo como proveedor de un producto que se exporte. Para un gerente, probablemente sea una buena forma de aprovechar aprendizaje y experiencia que más adelante puede aplicar en su propia compañía, en el desarrollo de habilidades, conocimiento del mercado, incluso en la organización de sus capacidades.

ANEXOS

TABLA 3

Organizaciones relacionadas con Comercio Exterior y PyMEs

Organización	Dirección Electrónica/Tel	Departamento relacionado con PyMEs
Secretaría Economía	http://www.economia.gob.mx	<p>Subsecretaría Pequeña y Mediana Empresa www.contactopyme.gob.mx Sistema Información Empresarial Mexicano (SIEM) www.siem.gob.mx Comité Nacional de Productividad e Innovación Tecnológica (COMPITE) www.compite.gob.mx Red Nacional de Centros Regionales para la Competitividad (CRECE) www.crece.gob.mx SIAMI es un link de la Secretaría de Economía, donde pueden buscarse fracciones arancelarias de exportación</p>
Consejo Nal. de Ciencia y Tecnología (CONACYT)	www.conacyt.mx	<p>CONACYT tiene programas de financiamiento a las empresas que desarrollan tecnología e innovación.</p>
Banco Nal. de Comercio Exterior (Bancomext)	www.bancomext.gob.mx	<p>BANCOMEXT publica dos revistas: "Negocios", la cual trae información práctica para el exportador, así como estrategias de exportación; y "Comercio Exterior", cuyo enfoque es económico y comercial, también sobre exportaciones. PROMEXICO es la institución encargada de promover el comercio exterior www.promexico.gob.mx Financiamiento para exportadoras PyMEs: http://www.bancomext.com/Bancomext/portal.jsp?parent=12057&category=12057&document=12082 Estos dos sitios proporcionan información útil para los exportadores como el DIEX –Directorio de Exportadores, donde están listadas cientos de compañías.</p>
Euro centro Nafin México	http://www.eurocentro.org.mx	<p>México-Europa (Programa Ariel). Es una oficina de cooperación económica co-financiada por la Unión Europea y Nafinsa. Ofrece a pequeñas y medianas empresas mexicanas apoyo para poderse internacionalizar y concretar negocios en países europeos. Las relaciones inter-empresariales se facilitan mediante alianzas estratégicas a través de Programas Europeos de Cooperación y Asistencia Técnica.</p>

Nacional Financiera (NAFIN)	http://www.nafin.gob.mx	Nafin tiene dentro de sus propósitos la creación de cadenas productivas. Nafin ofrece capacitación y asistencia a las PyMEs. sobre cadenas productivas, fundamentos para los negocios, aspectos contables financieros y administrativos.
Programa Integral de Apoyo a las Pequeñas y Medianas Empresas (PIAPYME)	www.cemue.com.mx Tel. 5449 9177, 5449-9536	Centro Empresarial Méx-Unión Europea. Los apoyos se conforman de asistencia técnica, capacitación e información y los proyectos deberán estar vinculados al desarrollo de negocios con la Unión Europea
Fundación Mexicana para la Innovación y Transferencia de Tecnología en la PyME, A.C. (FUNTEC)	http://www.funtec.org	FUNTEC tiene varios programas: Integración Productiva; Apoyo a la Competitividad; Programa de Sectores y Cadenas Productivas; Fondo para Proyectos de Prevención de la Contaminación.
Sitio PyME	http://www.pyme.com.mx/	Sitio de la iniciativa privada, dedicado a información de revistas, periódicos y agencias del gobierno mexicano relacionado con PyMEs
Euro paginas	http://www.europages.com	Directorio de negocios en Europa, proporciona acceso directo a más de 500,000 empresas de más de 30 países
Negocios Europa (PyME) Business Europe (SME)	http://www.business-europe.eu/Content/Default.asp?	Servicio líder en Europa que ofrece directorio de negocios, consejos de exportación, foros en línea y noticias relevantes de PyMEs
Administración Mipyme	www.emprendemexico.org www.ccm.itesm.mx/dn/emprendedores www.contactopyme.gob.mx www.banamex.com/esp/grupo/saber_cuenta	Programa Emprendedor del Tec. de Monterrey son Guías Empresariales. Organismos que enseñan a llevar una buena administración de una Mipyme

Asociación Nacional de Importadores y Exportadores de la República Mexicana	Email: anierm@anierm.org.mx www.org.mx http://.anierm.org.mx/	
Cámara Internacional de Comercio en México	E-mail: camecic@iccmex.org.mx http://iccmex.org.mx/	
Centro Promotor de Diseño	Av. Insurgentes Sur 1855-10º piso, Col. Guadalupe Inn. Tel 56 62 97 90 E-mail: info@centrodiseno.com http://www.centrodiseno.com	

Tabla 4

Organismos relacionados con apoyo a Exportaciones y Artesanías:

Museo Nacional de Culturas Populares	Museo de Arte Popular (MAP)	FONART-SEDESOL
www.conaculta.gob.mx Tel. 4155 0920 Coyoacan, D.F.	www.map.df.gob.mx Tel. 5510 2201	www.fonart.gob.mx Tel. 5093 6060, 5093 6061
CONACULTA (Consejo Nacional para la Cultura y las Artes) promueve, preserva y enriquece bienes artísticos, culturales y patrimonios históricos de la nación	MAP muestra la variedad de arte mexicano.	FONART apoya al sector artesanal a través de cuatro vertientes: capacitación y asistencia técnica, financiamiento a la producción, adquisición y distribución de artesanías y concursos de arte popular.

Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI)	Secretaría del Desarrollo Económico (SEDECO)	CIDECH
www.inegi.org.mx	www.sedeco.gob.mx Tel.5687-5283, 5536-9040, ext. 158 y 220	www.cidech.com.mx exporta.ccm@servicios.itesm.mx Tel. 5483-2020 ext. 2091 5973-4990, 5975-5150
INEGI ofrece información que facilita el conocimiento del país y el análisis de los fenómenos que suceden dentro de él; así como de la población que lo conforma, donde se incluyen historias y costumbres, así como empleos, ingresos e indicadores económicos, como el PIB, así como oferta y demanda de bienes y servicios, con los cuales se estudia la dinámica del comercio exterior y el destino de la producción.	SEDECO es un organismo del gobierno capitalino que ofrece capacitación, asesoría y financiamiento a micro, pequeñas y medianas empresas, tanto nacionales, como exportadoras. Cuenta con un Club de Exportadoras.	CIDECH empresa privada, con apoyo de la Secretaría de Economía y del ITESM. Ofrece contacto con clientes potenciales, incluyendo estudios de mercado, promociones internacionales, misiones comerciales, asesoría en negociaciones de compra-venta o cierres de contratos exitosos.

Organismo Gubernamental	Pro México	
www.tuempresa.gob.mx	www.promexico.gob.mx www.intracen.org/menu/busserv-s.html www.trademap.org Teléfono 5447-7070	
Se ofrece a realizar el proceso de trámite y registro de nuevas empresas a través de Internet, en lugar de ir personalmente. (Ago. 2009)	Centro de Comercio Internacional, da apoyo en línea sobre estadísticas de comercio mundial, accesos a mercado, mapa de productos.	

Fuentes: Directorios Bancomext, Pro México

*Para dirigir una compañía no se necesita tener las respuestas correctas o fórmulas mágicas.
Es más bien una mezcla sólida entre convergencia, manejo óptimo de conocimiento y habilidades, experiencia, visión, intuición, carácter, valores y el liderazgo en la dirección.*

Helmut Maucher
Presidente honorario de Nestlé.

Para dirigir una compañía no se necesita tener las respuestas correctas o fórmulas mágicas.

Es más bien una mezcla sólida entre convergencia, manejo óptimo de conocimiento y habilidades, experiencia, visión, intuición, carácter, valores y el liderazgo en la dirección.

Helmut Maucher
Presidente honorario de Nestlé.

CAPITULO IV. Estrategia para la elaboración de un Proyecto de Exportación de Artesanías

En su significado básico, el proyecto, es el plan prospectivo de una unidad de acción, capaz de materializar algún aspecto del desarrollo económico o social. Esto implica, desde el punto de vista económico, proponer la producción de algún bien o la prestación de algún servicio, con el empleo de una cierta técnica y con miras a obtener un determinado resultado o ventaja económica, social o ambas.

Es importante aclarar que el objetivo del presente capítulo es aportar los elementos que considero nos pueden llevar a la elaboración de un Plan de Negocios –PLANEX-el cual a su vez nos indicará los medios necesarios para su realización y la adecuación de esos medios a los resultados que se persiguen; en base a diversos textos relacionados con cursos y diplomados tomados por la suscrita y que hacen referencia al tema. El análisis de estas cuestiones, se hace en los proyectos no sólo desde el punto de vista económico, sino también técnico, mercadológico, financiero, administrativo e institucional y es útil no sólo para las artesanías, sino para cualquier otro sector. En un inicio se requiere todo tipo de recursos humanos y financieros, con la postergación del beneficio económico inmediato.

En muchos casos, la inversión es el hecho más importante que se analiza en un proyecto; en otros casos, son problemas de distinta naturaleza, como los de organización o técnica de manufactura –como es el caso de las artesanías-, los que constituyen la cuestión principal por resolver.

El proyecto es pues, el enfoque de la unidad elemental en el proceso de racionalización de decisiones en materia de desarrollo económico y social. Es decir, la idea del proyecto se plantea, desarrolla y analiza hasta llegar a algún tipo de justificación o evaluación⁷⁵

Entonces el objetivo de un proyecto o plan de negocios, es elaborar un documento de análisis que aporte elementos de juicio para tomar decisiones encaminadas a su ejecución, así como los apoyos que se necesiten para su realización. Antes de iniciarlo, lo mas importante será definir y delimitar la idea, que básicamente consiste en identificar si existe oferta y demanda del producto que se quiere exportar, así como sus posibles soluciones y alternativas técnicas y económicas, con el fin de contar con los elementos necesarios para tomar la decisión de continuarlo. Posteriormente, se recomienda verificar que en general las alternativas de solución económica, técnica, mercadológica, financiera, administrativa e institucional, sean claramente factibles.

Al probarse que existe por lo menos una solución técnicamente viable y económicamente rentable, puede justificarse la decisión de profundizar los estudios, que ayudarán a definir los elementos y formas de la inversión. A esta etapa se le llama estudio de factibilidad y se recomienda trabajar detenida y cuidadosamente en ella, pues es la que va a aportar elementos de juicio que permitirán tomar la decisión de iniciar o no con el plan de negocios. En esta etapa no se está juzgando la idea del programa de producción, ésta ya está decidida, lo que entra a analizarse, es la forma en la que se llevará a cabo y no excluye la posibilidad de que a través de ella se llegue a posponer o incluso a rechazar la idea misma del proyecto, si alguno de los estudios parciales muestran su inviabilidad o inconveniencia; aunque en la mayoría de los casos, será posible encontrar la forma de

⁷⁵ ILPES, *Guía para la presentación de Proyectos*. Ed. Siglo XXI, México, D.F., 2006. 230pp

llevarlo a cabo, ya que el proceso de evaluación puede realizarse e incluso solucionarse, en cada etapa del proyecto.

IV.1 Elementos básicos para probar la factibilidad exportadora

Se enumeran algunos:

- Análisis sobre fuerzas, debilidades, amenazas y oportunidades que nos ayudará a establecer de forma objetiva retos y oportunidades, o amenazas externas de nuestra empresa; de donde se deberá encontrar la forma de superar las debilidades y consolidar las fortalezas, con el fin de que la empresa sobreviva.
- Definir las ventajas competitivas del producto, es decir: precio, calidad, imagen, diseño, servicio, crédito.
- Conocer las características comerciales del mercado a concurrir, a través de un estudio de mercado
- Elaborar una estrategia de exportaciones.

Elementos indispensables en la estrategia de exportaciones:

- Elaborar un Plan de Negocios de Exportación –PLANEX–
- Asesorarse en cuanto a diseño, financiamiento, formulación de precio y aspectos de logística
- A través de un Plan de Mercadotecnia Internacional (PMI), realizar una adecuada investigación de mercado, dirigida a lo que quiere el cliente, cuándo, cuánto, dónde, cómo y porqué quiere comprarlo
- Apoyarse en ferias y misiones comerciales, organizadas por instituciones gubernamentales, como Pro México.

Respecto a la formación del precio de exportación, considerar que:

- Tiene como objetivo analizar los costos de producción y comercialización, a fin de elaborar una cotización internacional competitiva

- Es necesario llevar a cabo una definición de costos diferenciándolos del mercado doméstico e internacional para lograr un precio competitivo
- Se requiere preparar una cotización en base a costos, teniendo como referencia los INCOTERMS⁷⁶
- Es bastante útil presentar adecuadamente la oferta exportable y ofrecer al cliente diferentes alternativas.

Los antecedentes recogidos y analizados progresivamente en las diferentes etapas de preparación del Proyecto de Exportación, incluyen: su viabilidad técnica, mercadológica, económica, financiera, administrativa, e institucional, las cuales se abordarán enseguida.

- Desde el aspecto técnico, la capacidad de producción, proceso de manufactura, tiempo adecuado de entrega y localización apropiada.
- Elaboración de un Plan de Mercadotecnia Internacional (PMI), que incluye un estudio de mercado que ayudará a definir el destino al que se dirigirán las mercancías, la revisión de tratados comerciales que México tiene con países a los que le interesa exportar; la formación del precio de exportación, vinculado con el *marketing*, es decir, con la mezcla de las *cuatro P's* –precio, producto, plaza y promoción-, ya que de una adecuada combinación de estas categorías, dependerá la apropiada comercialización de los productos.
- El conocimiento del presupuesto y su evaluación económica, así como los recursos necesarios para concretar el proyecto.
- El entendimiento de los detalles de la inversión, del presupuesto y proyecciones de gastos e ingresos, así como del financiamiento de la ejecución y operación del programa.

⁷⁶ INCOTERMS: International Commercial Terms. Su objetivo es establecer un conjunto de términos y reglas de carácter facultativo que permita acordar los derechos y las obligaciones tanto del vendedor como del comprador en las transacciones comerciales internacionales. Algunos de ellos son: FOB, Ex Works. Fuente: Curso Pro México, "Cómo Exportar Joyería de Plata". México, D.F., Septiembre, 2007.

- Plan de ejecución, que incluye el cronograma de actividades y asignación de tareas, así como una evaluación de lo planeado con lo ejecutado.

Para realizar este análisis, se necesita obtener datos técnicos, estadísticos, económicos, demográficos, y antecedentes de todo tipo sobre legislación, política económica y otros factores institucionales que puedan afectar el proyecto y elaborarlos con los métodos de análisis adecuados, para prevenir correctamente los fenómenos que condicionan su realización y operación, así como para evaluar el uso de recursos que implica su realización.

A medida que las etapas de estudio se complementan, el análisis de los problemas se va agrupando de modo más definido y al llegar al anteproyecto definitivo, se reúnen en temas articulados que conforman la estructura programada.

Se sugiere presentar el documento, de acuerdo a los temas analizados, que en conjunto abarca los aspectos más importantes de los problemas que deben resolverse antes de decidir la inversión y los reúne por sus afinidades más directas:

- Estudio de Mercado,
- Estudio Técnico, donde se incluye la capacidad de producción, el proceso de producción adoptado (en él se deberá precisar si se trata de un proceso tecnológico o artesanal) y la localización de la región o ciudad donde se pretenda ubicar la unidad productiva.
- Estudio Financiero
- Evaluación Económica
- Plan de Ejecución

Los temas de este capítulo, a los cuales debe preceder una descripción resumida del proyecto, sólo tienen una autonomía relativa, ya que están correlacionadas. Las soluciones que sugieren, por lo tanto, han de ser compatibles entre sí y constituir un todo coherente y armonioso.

Es importante destacar la relevancia tanto del Plan de Negocios de Exportación –PLANEX-, el Estudio de Mercado -el cual determinará el mercado meta-, así como la Formación del Precio de Exportación y Fuentes de Financiamiento, en cuyos tópicos nos detendremos.

IV.2 Plan de Negocios de Exportación –PLANEX—⁷⁷

El plan de negocios de exportación es la base que determinará la guía a seguir en nuestra experiencia exportadora, contiene los siguientes elementos:

Análisis de la Empresa:

- Cómo está constituida
- Industria a la que pertenece
- Misión empresarial y objetivos a corto, mediano y largo plazo
- Situación jurídica
- Líneas de productos que maneja
- Experiencia exportadora
- Fuente de financiamiento
- Situación comercial
- Política de precios,
- Situación manufacturera

IV.3 Análisis del producto

El punto de partida para exportar, es contar con un producto competitivo que satisfaga las necesidades, gustos y preferencias del mercado meta; es importante asegurarse que el artículo cuente con ventajas atractivas sobre la competencia, de manera que sea un producto único y diferenciable.

Posteriormente, investigar estadísticas de exportación en México; así como acuerdos internacionales o tratados comerciales que el gobierno mexicano

⁷⁷ "Plan de Negocios para la Exportación" (PLANEX). Bancomext. México,D.F. 2005. Texto y Curso impartido por Lic. Sergio Chávez, C.

ha firmado, a fin de analizar preferencias arancelarias de productos que se pretenden exportar, para luego detectar las demandas. En anexos del capítulo III, se incluyen contactos sugeridos.

Cuando hablamos de un producto, no sólo hablamos de un artículo físico, sino de un conjunto de beneficios que recibe el comprador, los cuales se relacionan con la importancia que le da el mercado a esa pieza, así como la serie de satisfactores que proporciona. En el caso de las artesanías, se trata de una bella expresión de identidad e ingenio cultural; además el aprecio por el trabajo manual que representa y que en otros países desarrollados valoran enormemente.

En concreto, un producto es la suma de las satisfacciones y apreciaciones físicas y psicológicas que proporciona al cliente.

IV.3.1 La importancia de la diferenciación

Respecto a que la calidad es un factor indispensable para competir y diferenciar el producto, en el caso de las artesanías, se recomienda destacar que se trata de piezas únicas, al ser elaboradas una por una a través del ingenio de manos mestizas, las cuales reflejan una expresión cultural del arte popular mesoamericano.

La diferenciación puede hacerse también en el diseño, la calidad en el servicio, empaque y presentación del producto, la forma de promocionarlo, etc., ya que a mayor diferenciación, se puede obtener un mejor precio.

En la presentación del producto se incluye: envase, empaque, embalaje, etiquetado, envoltura e información adicional. Al respecto, es importante considerar que debido al uso abundante de materiales de empaque en Europa, han surgido problemas en relación a los materiales de deshecho, susceptibles de causar daños ambientales. Ante esta situación, las medidas ambientales juegan un papel determinante en los requerimientos legales de empaque y etiquetado.

El material de empaque, preferentemente debe ser re-usable y no debe contener PVC. Si es necesario el empaque individual, es conveniente utilizar de preferencia papel reciclable, cartón, polietileno o polipropileno. También se recomienda empaquetar el producto en cajas de cartón reciclables.

Etiquetado⁷⁸

Los consumidores europeos reconocen la calidad del producto a través de la información adicional que se proporciona. La etiqueta representa un elemento importante para ofrecer un reconocimiento del mismo. Por ello, se debe incluir información sobre el tipo de materiales utilizados, nombre del artesano, garantía de originalidad, país de origen; el idioma debe ser en inglés.

Debe considerarse que para maximizar las satisfacciones que se reciben, puede ser necesaria la adaptación de atributos tangibles e intangibles, dependiendo de las diferencias culturales en el uso del producto y en la percepción que de él se tiene en el mercado para el que fue desarrollado originalmente y en el nuevo mercado.

Por otro lado, una marca comercial ayuda a identificar el producto, con el tiempo el cliente la relacionará al producto, por lo que debe ser fácil de recordar. Debe registrarse ante el IMPI (Instituto Mexicano de Propiedad Intelectual), para evitar que se copie.

Adicionalmente, se presenta el siguiente esquema de verificación:

- Especificaciones del producto a ofrecer en el mercado meta: diseño, color, tamaño, empaque, nombre de marca, garantía.
- Identificar si el producto es exportable, es decir, verificar si el producto necesita adaptación al mercado en cuestión

⁷⁸ Guía para Exportar Productos Mexicanos a la Unión Europea. Op. Cit., pp152 y 153.

- Analizar ventajas competitivas que se pueden ofrecer; por ejemplo, considerar que una herramienta indispensable para darle valor agregado al producto, es ofrecerle al cliente un servicio realmente profesional, con lo cual quedará satisfecho y como consecuencia, se generará un valor adicional a los bienes ofertados.
- Tener conocimiento de que el Sistema Armonizado de Designación y Codificación de Mercancías, es el sistema internacional de clasificación, a través del cual se comercializan y facilitan las operaciones, tanto a las autoridades aduaneras, como a los exportadores e importadores. Se crea a partir de las distintas formas en que un mismo producto es conocido en diversos países; se basa en el uso de Fracciones Arancelarias, como claves para identificar productos específicos en la Tarifa Arancelaria.

IV.3.2 Ventajas competitivas del producto en el mercado meta

El excelente servicio puede ofrecerse también a través de los procesos productivos, materias primas, cumplimiento en entregas, desarrollo e implementación de estrategias de mercadotecnia; así como logística externa, es decir, una eficiente y adecuada distribución física hacia el mercado exterior, basada en estrategias de mercadotecnia y ventas. Esta satisfacción extra, justificaría ampliamente el precio de venta.

Para poder ofrecer dicho profesionalismo, es indispensable una serie de actitudes que se traducen en trabajo de investigación y análisis, que en conjunto representa una cadena de valor configurada de la siguiente manera:

- a) Investigación y análisis de la competencia, respecto a: productos comercializados, necesidades satisfechas, calidad de productos, nivel de precios, estrategia comercial, etc.
- b) Investigación y análisis sobre proveedores, maquiladores y productores de los que dependemos, con el objeto de satisfacer

la entrega del producto, dentro del plazo de entrega acordado, para cumplir con calidad y oportunidad nuestros compromisos.

- c) Conocimiento sobre Normas y Controles de Calidad, con la idea de conocer y asegurar que estemos cumpliendo con toda la normatividad existente en el país importador. A partir de entonces, implementar el producto, en la medida de lo posible, con el fin de que tenga una característica o beneficio superior y diferente al de la competencia.

Costos y Gastos, como parte de la cadena de valor que conforma las ventajas competitivas, Es imprescindible desarrollar en esta área un sistema de información que nos permita tomar las decisiones correctas en un momento determinado, en áreas de:

- Costos de Producción
- Gastos de Operación
- Depreciaciones y amortizaciones
- Gastos Financieros

Con la idea de identificar mecanismos promocionales de apoyo, así como información sobre oportunidades de exportación, capacitación, asistencia técnica y tecnológica, algunas instituciones han sido creadas para ello —como Pro México—, que lo hace a través de diversos mecanismos como PITEX, Maquila de Exportación, ALTEX (empresas altamente competitivas), ECEX, Consolidadora y Promotora, Proyectos de Inversión, Banca de Inversión y asistencia a Ferias de Exportación. Otras de ellas son la Comisión Mixta para la Promoción de Exportaciones (COMPEX), —Exportanet— y Centro Promotor de Diseño.

IV.4 Selección y análisis del mercado meta

Una vez que se tiene la certeza de que la demanda del producto existe, de que se conoce sobre la importancia de algunos mercados externos y se cuenta con la capacidad productiva disponible para satisfacer los requerimientos, se procede al análisis del mercado preseleccionado por medio de apoyos institucionales; algunos de los cuales se incluyen en los anexos del capítulo III, a través de los siguientes rubros:

- Volumen y participación de la competencia
- Conocimiento sobre la existencia de algún tipo de barreras arancelarias, productivas o tecnológicas en el país al que se pretende exportar
- Información sobre las tendencias de consumo de los importadores
- Conocimiento sobre sus valores culturales, así como estar enterados si existe algún tratado —como el *Mercado Justo*, manejado por algunos países como Alemania—, que favorece a ciertos mercados.
- Se recomienda elaborar un esquema de análisis sobre variables relevantes del mercado meta, tales como: logística, canales de distribución, precio, forma de pago, competencia, tratamiento arancelario, etc., que ayuden a definir el mejor destino para las exportaciones.

Cabe destacar la importancia que tienen los canales de distribución a nivel internacional, ya que son los medios que sirven de enlace para que el producto llegue hasta el consumidor final. Existe gran diversidad de ellos, que abarcan desde el tipo directo, hasta múltiples niveles que emplean una diversidad de intermediarios, cada uno para un propósito particular.

Si bien es cierto que dichos canales de distribución varían de acuerdo al país, es importante que se diseñen en la medida de lo posible, sus propias opciones, teniendo en cuenta lo siguiente:

- Entre más especializado es el producto, más corto es el canal de distribución y entre más básico sea, más largo es el canal.
- El exportador deberá analizar cuidadosamente las alternativas viables para eludir intermediarios en la medida de lo posible.
- Respecto al control, entre más distribuidores se tengan del producto, menor será el control durante la comercialización.

Además de la exportación directa, existen otras posibilidades de comercializar productos, a través de mayoristas o distribuidores, y agentes o representantes.

Cabe destacar que el mayorista o distribuidor, compra el producto y es quien tiene más independencia en el canal de distribución, por ser él quien tiene el control del mercado.

Los agentes o representantes, operan bajo una comisión y tienen menos libertad en su operación, ya que no manejan directamente los productos.

Una vez seleccionado el mayorista o representante, es conveniente la firma de un contrato de distribución, que por lo general tiene una duración de uno o dos años.

Analizar el mercado meta, ayuda a conocer sus propias características de conformación y ayuda a diseñar la mezcla de mercadotecnia más adecuada y rentable para ese mercado.

Es importante analizar el mercado meta desde el aspecto cuantitativo o numérico, sobre los siguientes factores:

- Consumo aparente
- Consumo doméstico
- Mercado potencial
- Consumo per cápita
- Producto Interno Bruto (PIB)
- Barreras arancelarias
- Precios vigentes

- Márgenes de ganancia económica entre intermediarios y distribuidores

Aspectos cualitativos. Factores:

- Geográficos
- Demográficos
- Usos y hábitos
- Psicográficos

Como parte del proceso administrativo, para desarrollar y mantener una relación coherente entre los recursos y los objetivos de la empresa y las oportunidades cambiantes del mercado, es conveniente adaptar tanto los productos como los negocios de la empresa, según las necesidades del mercado, con el fin de propiciar un desarrollo adecuado y utilidades satisfactorias.

Parte de las acciones que deben llevarse a cabo, antes de decidir el mercado meta, es la segmentación del mercado, es decir, la ubicación de un nicho específico de mercado, que aprecie, valore y por lo tanto pueda venderse y posicionarse; es decir, que tenga un lugar el producto.

A continuación se presenta el esquema básico que deberá cumplirse para decidir el mercado meta y que incluye la mezcla de mercadotecnia

-producto, precio, promoción y plaza-:

- Producto
- Investigación de mercados
- Precios
- Marca
- Canales de distribución
- Ventas y servicio
- Publicidad
- Promoción de ventas
- Almacenes e inventarios
- Información/investigación para adaptación del producto

- Comprobar que no existan barreras que impidan la exportación

Una vez definido el mercado meta, se deberán definir los canales de venta, tales como: venta directa o indirecta, esta última puede ser a través de Internet; así como el tipo de publicidad, en la cual se pueden incluir ferias y misiones comerciales.

IV.4.1 Factores que inciden en la definición del mercado meta

Además del análisis concienzudo de las variables del proyecto o plan de negocios para exportar artesanías a través de las PyMEs, es imprescindible considerar los tratados de comercio de México con otros países, como el de la Unión Europea, o el TLCAN; así como mantenerse informado de las novedades o noticias actuales, de donde se pueden obtener importantes beneficios.

En referencia al TLCAN (Tratado de Libre Comercio con América del Norte), firmado entre Estados Unidos, Canadá y México en 1994. En la reunión que tuvo lugar en Dallas, Texas, el 19 de Octubre del 2009, se destacó: "Ya que ha concluido la eliminación arancelaria acordada en el tratado, solicitamos a nuestros funcionarios promover la cooperación en otras áreas, incluso la reducción de diferencias innecesarias en nuestras regulaciones para facilitar el libre flujo de bienes, de servicios y de capital a través de fronteras modernas y eficientes."⁷⁹

En el mismo documento, se destaca el compromiso de los países para cooperar en la protección de los derechos de propiedad intelectual –para evitar la falsificación y piratería- y de esa manera facilitar el desarrollo de economías innovadoras.

A menudo, las nuevas y pequeñas firmas han sido un recurso clave para la innovación, la creación de trabajo y el crecimiento de las exportaciones

⁷⁹ Comisión de Libre Comercio –TLCAN Dallas Texas- 19 de Octubre de 2009. Declaración Conjunta. <http://www.economia.gob.mx/?p=5000>

en cada uno de los países del TLCAN. Con ello las PyMEs, cobran importancia en el desarrollo económico de la región.

Con la idea de mantenernos al día sobre noticias relacionadas con el tema, en el Decreto publicado por el Diario Oficial del 31 de marzo del 2008, se otorgan facilidades administrativas en Materia Aduanera y de Comercio Exterior, con la idea de que se agilicen y simplifiquen sus operaciones, como por ejemplo la inscripción en los padrones de sectores específicos y el mecanismo de certificación de origen para los efectos de cuotas compensatorias.

Otra noticia significativa expedida en el mencionado Decreto, se refiere a que la Secretaría de Economía otorgará el carácter de exportador autorizado, al amparo del Tratado de Libre Comercio con la Unión Europea, a las personas físicas o morales que exporten: mercancías con un valor de al menos US\$200,000 anualmente; productos perecederos o productos artesanales.

Por otro lado, en el artículo séptimo, la Secretaría de Economía establecerá una ventanilla digital para trámites electrónicos, a fin de que las dependencias y entidades de la Administración Pública Federal que operen instrumentos, programas y en general resoluciones derivadas de una restricción o regulación no arancelaria, se encuentren interconectadas electrónicamente con dicha dependencia y con la Secretaría de Hacienda y Crédito Público.

Las secretarías de Economía y de Hacienda y Crédito Público, implementarán acciones permanentes de simplificación, automatización y mejora de los procesos aduaneros y de comercio exterior⁸⁰

⁸⁰ Diario Oficial, 31 de Marzo del 2008.

IV.4.2 INCOTERMS

Los Términos Internacionales de Comercio –International Commerce Terms–, creados por la Cámara Internacional de Comercio (CIC), son el conjunto de términos y reglas de carácter facultativo, que permiten acordar los derechos y obligaciones de importadores y exportadores y que se utilizan en acuerdos de compraventa internacional.

Adicional al costo de la mercancía, son gastos relacionados al tipo de transporte a utilizar (flete), el lugar donde se entrega el producto, seguro por daño o pérdida y consecuentemente, a cargo de quién corren dichas erogaciones.

Los INCOTERMS regulan tres aspectos básicos relacionados con el lugar de entrega:

- La transferencia de riesgos entre comprador y vendedor
- Los costos / gastos a cuenta de cada parte
- La documentación, trámites y gestión ante autoridades de gobierno y agentes privados.

Fueron creados en 1936 y se han actualizado en 1953, 1967, 1976, 1980, 1990 y en el 2000. Siempre será necesario hacer referencia a la versión de INCOTERM que se utilice.

Los INCOTERMS se clasifican en cuatro grupos, cuyo objetivo es indicar la responsabilidad sobre el lugar de entrega del producto:

Sigla	Descripción
E/ Exi	Mercancía disponible al comprador, en domicilio del vendedor
F/ Free	Transporte Principal no Pagado
C/ Cost	El Flete principal lo paga el Exportador

D/Delivered Entrega en destino. 100% gastos pagados por Exportador

Así, las siglas "E", "F", "C" o "D", deberán aparecer enseguida de las siglas del INCOTERM negociado. Lugar de entrega: "E"; lugar o puerto acordado de embarque: "F"; Si incluye costo de flete, seguro: "C"; lugar de entrega o puerto de destino: "D".

Enseguida se enlista detalle de la terminología utilizada por los INCOTERMS:

GPO.	SIGLA	DESCRIP. INGLÉS	DESCRIPCION ESPAÑOL
E	EXW	Ex Works	Entrega en punto de origen
F	FCA	Free Carrier	Libre de Porte
	FAS	Free Alongside Ship	Libre al Costado del Buque
	FOB	Free on Board	Libre a Bordo
C	CFR	Coast and Freight	Costo y Flete
	CIF	Coast, Insurance & Freight	Costo, Seguro y Flete
	CPT	Carriage Paid to	Flete/Porte pagado hasta
	CIP	Carriage & Insurance Paid to	Flete/Porte y seguro hasta
D	DAF	Delivered at Frontier	Entregado en Frontera
	DES	Delivered Ex Ship	Entregado Libre en Buque
	DEQ	Delivered Ex Quay	Entregado en el Muelle
	DDU	Delivered Duty Unpaid	Entregado sin Pagar Arancel
	DDP	Delivered Duty Paid	Entregado c/Arancel Pagado

IV.5 Análisis de costos – Costing o Costeo–

El objetivo es determinar un precio que permita ser competitivo, en relación a fabricantes locales y otros exportadores, obteniendo un margen suficientemente atractivo para considerar la exportación como una opción importante de negocios.

Para lo cual, es necesario considerar:

Costos y gastos de la empresa

Gastos asociados a la exportación

Incoterms

Utilidad

El *Costing* considera el costo total del producto, donde se incluye una utilidad determinada, así como los costos relacionados con la logística internacional. Se distinguen dos criterios:

a) Total o Absorbente, que se calcula de esta forma:

Costo Total = Costos Fijos + Costos Variables

Precio Base = Costo Total + % Utilidad

Precio Exportación = Precio Base + Gastos Asociados

b) Directo o Marginal, que se determina así:

Costo Total = Costos Variables únicamente

Precio Base = Costo Total + % Utilidad

Precio Exportación = Precio Base + Gastos Asociados

IV.5.1 Precio

Partiendo del precio vigente en el mercado objetivo – por ejemplo, en el de la plata, cuya cotización se determina en el mercado internacional-, se llega al precio “teórico” de venta, que deberemos comparar con nuestro precio base, de acuerdo al *Costing* y así determinar si resulta o no conveniente.

Adicionalmente, se deberá considerar la suma o resta de los siguientes conceptos:

	Precio al Consumidor final
Menos	I.V.A.
Menos	Márgenes de Intermediación
Igual	Precio de Venta del Importador
Menos	Margen del Importador
Menos	Costo Neto del Importador
Menos	Aranceles
Menos	Gastos Asociados
Igual	Precio México Exportación
Versus	Precio Base

IV.5.2 Estrategia de negociación⁸¹

Es muy común que los compradores soliciten el precio de los productos como información inicial para saber si vale la pena seguir una negociación más formal. Incluso en muchos casos el orden en que el comprador negocia los elementos de la estrategia comercial de exportación suele ser: precio, apoyo a la promoción, servicio, distribución y producto.

Al negociar primero el precio, se obtiene una base de negociación que en muchas ocasiones no está bien definida; por ejemplo si ya se acordó un precio (previo regateo), muchas veces el comprador presiona con respecto al apoyo que requiere para promover el producto en su país, así como el servicio, adecuaciones al producto, empaque. Y todo lo quiere por el mismo precio.

Para ello, se recomienda preparar paquetes de precios, donde se incluyan beneficios tales como servicios y apoyos para promoción bajo el mismo precio.

⁸¹ *Formación del Precio de Exportación. Cómo integrarlo para competir.* BANCOMEXT. Pp157, 158. México 2002.

Sin embargo, si la estrategia competitiva es de diferenciación, como es el caso de las artesanías, entonces se debe negociar en el orden opuesto, debido a que primero se debe hacer notar las diferencias del producto, el mercado al que se dirige, el servicio que se ofrece, el empaque y finalmente el precio.

IV.6 Condiciones indispensables para la exportación

IV.6.1 Análisis FODA (fuerzas, debilidades, amenazas y oportunidades) ⁸²

Como se mencionó anteriormente, este rubro analiza fuerzas, debilidades, amenazas y oportunidades sobre el producto a exportar, en el mercado destino.

Enseguida se presenta un ejercicio sobre la industria de la joyería de plata mexicana, en el mercado estadounidense⁸³:

- Fuerzas: Diversidad en diseños, fuerte posicionamiento y calidad de la plata mexicana, adaptación y flexibilidad del producto en el mercado estadounidense
- Oportunidades: Gran producción de plata en México (somos los primeros productores de plata en el mundo); facilidad para importar plata mexicana, desde Estados Unidos y Canadá, ya que no se requieren permisos especiales y no hay barreras no arancelarias que obstaculicen la importación –debido al TLCAN (Tratado de Libre Comercio con América del Norte)-. El mercado estadounidense permite la variedad de diseños provenientes de otras culturas, lo cual favorece la opción para encontrar un nicho de mercado adecuado a lo que se busca. No paga impuestos de importación, lo

⁸² Curso BANCOMEXT "Cómo exportar a la Unión Europea". Agustín Domínguez Álvarez. México, D.F., 22 y 23 de Agosto del 2006.

⁸³ Curso PROMEXICO "Cómo exportar joyería de plata". Op. Cit.

cual representa una ventaja competitiva frente a otros países, cercanía geográfica y costo de transporte.

- Debilidades: al ser un producto artesanal, los precios no siempre pueden ser competitivos; poca inversión tecnológica; mala fama de mexicanos incumplidos en tiempo, diseño y calidad.
- Amenazas: Creciente competencia y bajos precios de mercados asiáticos; el aumento de exportadores mexicanos y de otros países ha provocado una competencia que propicia una baja en los precios, disminuyendo con ello la utilidad para artesanos y exportadores mexicanos. Por ello, es necesario reforzar la imagen de cultura, para compensar y justificar el precio. Dependencia de la cotización internacional del precio de la plata. Retraso tecnológico.

IV.6.2 Proyecto de distribución en el mercado meta

En relación al proyecto de distribución en el mercado meta, es importante considerar que:

- La información sobre clientes potenciales puede ser obtenida a través de Pro México, Exportanet, Secretaria de Economía a través de las PyMEs, en el correo www.sedeco.df.gob.mx
- La formalización de compra venta debe hacerse a través de contratos de compra-venta, distribución, comisión mercantil, licencias y/o franquicias, representación comercial
- Las formas de pago son: Pago anticipado, Carta de Crédito, Abono en cuenta, Banca electrónica, Giro, Letra de cambio, Trueque, Cuenta abierta, Consignación

IV.7 Aspectos operacionales

Objetivo: determinar la meta en ventas que se pretende alcanzar en el mercado meta, para poder definir:

- a) Ventas, costos y márgenes de la exportación

- b) Determinar el impacto financiero de la mezcla de mercadotecnia
- c) Establecer un objetivo de participación de mercado
- d) Si segmentamos la exportación, como unidad estratégica de negocios, determinar entonces su impacto en los resultados de la empresa
- e) Conocer nuestra capacidad productiva actual, en relación a la demanda del mercado tanto doméstica, como de exportación.

El pronóstico de ventas debe siempre estar expresado en unidades numéricas o en unidades de consumo, considerando por separado los precios de venta, costos y gastos de operación involucrados en la exportación, de manera que nos permita evaluar la operación y tomar decisiones.

En la preparación del pronóstico de ventas, deberemos considerar los siguientes escenarios:

	Volumen a corto plazo	
	Volumen mediano plazo	
Pronóstico	Volumen a largo plazo	Escenario pesimista
en unidades		Escenario esperado
	Paridad de moneda local vs. moneda internacional de operación	Escenario optimista

IV.7.1 Logística

Para cumplir con todas las normas internacionales que se especifiquen en las Leyes Aduanera y de Comercio Exterior de los países importador y exportador, se deberán cubrir los diversos requerimientos, que en términos generales abarcan diferentes temas:

- Las 4 "E": Envase, Empaque, Embalaje, Etiqueta
- Facturas: pro-forma y factura comercial,

- Certificaciones, donde se incluye el Certificado de Origen
- Carta de instrucciones: al transportista y al agente aduanal
- Documentos de embarque: conocimiento de embarque, guía aérea, carta poder, talón de embarque
- Lista de embarque
- Manifiesto de valor
- Pedimento de Importación/Exportación
- Transporte: aéreo, marítimo, terrestre –ferroviario o carretero–, multimodal
- Canales de comercialización: broker, mayorista, minorista o tienda especializada.
- Contratos de requerimientos especiales sobre propiedad industrial –patentes, marcas o dibujos–, derecho de autor, por ejemplo sobre Literatura u obras artísticas, etc.

IV.8 La Planeación financiera

Estudia, evalúa y proyecta el futuro económico – financiero de una empresa, para tomar decisiones acertadas y alcanzar objetivos propuestos por los propietarios y directivos de empresas, para conocer por un lado márgenes de utilidad, compararlos con su inversión inicial y con la competencia; así como incrementar utilidades, contar con liquidez, solvencia y estabilidad económica.

Respecto al tema de crédito, permite conocer la forma de acceder a préstamos, es decir, generación de efectivo, solvencia, capacidad de pago, etc.

Es indispensable conocer los diferentes escenarios financieros, tanto nacionales, como de los países a los que se pretenda exportar, respecto a tasas de interés e inflación, devaluación, salarios mínimos, crecimiento del PIB, costo del dinero, política monetaria, tipos de cambio tanto del dólar, como del euro, etc.

Los elementos que conforman el Plan Financiero son:

Costos, gastos, flujo de efectivo (cash flow), balance, equipos de capital, estado de resultados, origen y aplicación de fondos, punto de equilibrio y premisas financieras. Se detallan a continuación.

En relación a *Costing* mencionado anteriormente, el **Costo Marginal** es aquel que genera el mayor margen de contribución y se refiere a la consideración de costos directos de mano de obra y de materias primas. Sin embargo para ello, la empresa debe tener capacidad instalada excedente, es decir que no le propicie costos adicionales para dicha producción; ventas y utilidades incrementadas, por aceptar un precio más bajo del normal; que no le altere sus ventas en el mercado nacional.

El **Costo Absorbente**, es el procedimiento que integra dentro del *Costing*, la materia prima, la mano de obra y los gastos de fabricación, tanto directos como indirectos.

Costo Directo es el método que considera como costo la mano de obra directa, la materia prima directa y los gastos directos de fabricación; los gastos indirectos, al igual que los de venta y de administración, los considera independientes del volumen producido.

Los **gastos**, son pagos por bienes o servicios, cuyo valor afecta los resultados del ejercicio en que se erogan.

Pueden ser corrientes, es decir, que normalmente se tienen, o extraordinarios, lo cual significa eventuales o esporádicos.

Existen gastos de organización, administración, fabricación, operación, investigación, venta, financieros, fijos y variables.

El **Flujo de Efectivo (Cash Flow)**. Es el documento que muestra las salidas y entradas de efectivo que se darán en una empresa durante un período determinado.

Sirve para proyectar la cantidad de efectivo que necesitará o tendrá una empresa en uno o varios períodos y su elaboración, a partir de la existencia inicial en caja.

Balance o Saldo es el estado contable que presenta la situación de la empresa a una fecha determinada. Consta de:

- Activo, el cual se refiere a los bienes, propiedad de la empresa, más los que le deben
- Pasivo, es lo que la empresa debe
- Capital, se refiere a las aportaciones de los socios y las utilidades que aún no se han repartido.

Equipos de Capital de Trabajo. Su estudio y análisis ayuda a controlar los activos que se deprecian, para mantenerlos en óptimas condiciones de operación, así como para crear reservas necesarias para reemplazarlos.

Estado de Pérdidas y Ganancias. Es el Estado Contable, que muestra los resultados operativos de la empresa en un período determinado, en materia de ingresos, egresos y utilidades.

Esta es su estructura tradicional:

	Ventas netas
Menos	Costo de ventas
Igual a	Utilidad bruta
Menos	Gastos de administración
Más	Gastos de ventas
Más	Gastos financieros
Igual a	Utilidad de operación
Más	Otros productos
Menos	Otros gastos
Igual a	Utilidad neta

Estado de Origen y aplicación de Fondos o Recursos, es el informe sobre el origen y montos de los recursos financieros que se manejaron durante un período y sobre el uso o aplicación que se les dio mediante un

balance comparativo y utilizando el análisis de diferencias como herramienta básica.

Punto de Equilibrio. Es la situación en que el volumen de ventas de una empresa es exactamente el necesario para absorber sus costos y gastos, de manera que no gane ni pierda. Su fórmula es dividir:

Gastos/porcentaje de utilidad bruta = volumen de ventas; donde el volumen de ventas es determinante para obtener el punto de equilibrio.

Premisas financieras de la empresa

Su vinculación y optimización permiten lograr los objetivos primordiales de la empresa, los cuales son la obtención de las mejores utilidades y su permanencia en el tiempo, se trata de: liquidez, solvencia, estabilidad, productividad.

Liquidez, es la capacidad de la empresa para generar efectivo y cumplir con sus obligaciones inmediatas.

Solvencia, es la capacidad para generar efectivo y cumplir con sus obligaciones a largo plazo.

Estabilidad, es la capacidad para generar efectivo y cumplir con sus obligaciones a mediano y largo plazo.

Productividad, es la esencia de la utilidad máxima, produciendo las más unidades posibles, con el mínimo costo, en el menos tiempo y la mayor calidad.

Las Razones Financieras, Simples y Standard se refieren al Estado de resultados de un período determinado, referido al Balance general, así como al Estado de cambios en la situación financiera.

Comparan los rubros que tiene una relación directa de causa y efecto, por medio de una división o una resta, siendo las primeras, las de mayor aplicación. También se les conoce como "índices".

Requisitos para el uso de las Razones Financieras:

- Los rubros deben ser relevantes y vincularse entre sí
- La selección de los rubros se basa en el propósito del análisis y en las características de la empresa
- Una vez determinadas las razones, deben compararse contra un parámetro de eficiencia (razón Standard)
- Cada razón debe observar una proporcionalidad lógica.

La Razón Financiera de liquidez, determina la capacidad de la empresa para cumplir sus requerimientos inmediatos de efectivo y se obtiene con la siguiente división:

$$\text{Activo Disponible} / \text{Pasivo Circulante} \times 100 = \text{AD} / \text{PC} \times 100$$

Se considera que el índice mínimo a obtener debe ser UNO.

La Razón Financiera de solvencia, determina la capacidad de la empresa para generar efectivo a corto plazo (máximo un año) y se obtiene dividiendo:

$$\text{Activo Circulante AC} / \text{Pasivo Circulante PC}$$

El índice mínimo aceptable es de DOS a UNO.

Dentro del mismo rubro de solvencia, se encuentra el Capital de Trabajo:

$$\text{Activo Circulante} - \text{Pasivo Circulante} = \text{AC-PC}$$

El índice mínimo aceptable es de DOS a UNO

Dentro del rubro de Solvencia, se encuentra la Razón de la Prueba del Ácido, esta razón reconoce que los inventarios no siempre son realizables en el corto plazo, se calculan con las siguientes operaciones:

$$\text{Activo Circulante} / \text{Pasivo Circulante} - \text{Inventarios} = \text{RPA}$$

El índice aceptable es UNO

En el mismo rubro, encontramos la Razón de Apalancamiento, la cual indica la proporción de endeudamiento o capital ajeno en uno, en relación al total de recursos existentes:

$$\text{Pasivo Total} / \text{Activo Total} = \text{Razón de Apalancamiento}$$

Su índice razonable es de UNO a UNO.

Dentro de las Razones Financieras de Productividad, se encuentra la Razón de margen de utilidad neta, que indica la capacidad del capital para producir utilidades:

$$\text{Utilidad Neta} / \text{Ventas} \times 100 = \%$$

Razón del Rendimiento según Capital Contable:

$$\text{Utilidad Neta} / \text{Capital Contable} \times 100 = \%$$

Si adicionalmente dividimos 100 entre el porcentaje obtenido, se sabrá el número de años requeridos para recuperar el capital contable:

$$100 / \% \text{ Rendimiento en Cap. Contable} = 100 / \% \text{ RCC} = \text{Núm Años}$$

Razón del Retorno sobre la Inversión (RSI). Ésta en particular, mide la capacidad de gestión de los dirigentes de la empresa:

$$\text{Utilidad Neta} / \text{Promedio Activo Total} \times 100 = \text{UN/PTA} \times 100$$

$$\text{Rotación de Inventarios} = \text{Costo de Ventas} / \text{Inventario Promedio}$$

$$\text{Rotación del Activo} = \text{Ventas Netas} / \text{Activo Total}$$

Un Proyecto de Exportación de Artesanías, es considerado de carácter económico, ya que la decisión final sobre su realización se hará en base a una demanda efectiva, respaldada por un poder de compra de una comunidad interesada en las artesanías que se produzcan en México. También pertenece al ámbito social, porque la producción de los bienes está a cargo de artesanos de diferentes comunidades, razón por la cual se espera que repercuta en un mejoramiento de las condiciones que estimularán un mayor desarrollo en las comunidades con actividades artesanales, es decir que se producirán efectos laterales de bienestar económico y social.

Por otro lado, se prestarán servicios de carácter personal, material o técnico (supervisión), ya sea mediante el ejercicio profesional o a través

de instituciones involucradas con el ramo de la exportación, donde se incluyen los trabajos de investigación técnica, respecto a solucionar los problemas del tipo de proceso, capacidad y tiempo de producción, así como a su óptima localización, la cual comprende la elección de la región, ciudad o área en que se ubicará la unidad de producción proyectada. Incluye, el análisis de los factores que inciden en la decisión respectiva; por último la promoción y comercialización de los productos en el extranjero.

Finalmente, la evaluación del proyecto, debe garantizar en la medida de lo posible, el futuro éxito del programa de producción, que constituye el objetivo final de cada proyecto y que da una respuesta positiva a los siguientes puntos clave:

- La existencia de demanda suficiente, cuya comunidad esté dispuesta a asignar los recursos indispensables.
- Una técnica de producción adecuada y económicamente factible, dado el volumen de producción previsto.
- Una localización adecuada
- La capacidad financiera o de endeudamiento suficiente para atender tanto la instalación del proyecto, como su operación.
- La disponibilidad suficiente de insumos y factores requeridos para el proyecto, dadas la técnica y la capacidad de producción adoptadas.

IV.9 Plan de Mercadotecnia Internacional –PMI –

Después de definir los objetivos y metas del Plan de Negocios de Exportación, cuyos elementos se han analizado en este capítulo, el Plan de Mercadotecnia Internacional, es primordial y complementario al PLANEX, para la estrategia de selección del mercado meta y la decisión de cómo entrar en él; así como la táctica, esto es, las acciones a realizar en cuanto a la mezcla de producto con el precio, actividades promocionales y la interacción de la distribución física, el manejo de los

canales de distribución y la óptima combinación de las cuatro *p's* (precio, producto, promoción y plaza); porque de una adecuada mezcla, dependerá la exitosa comercialización del producto.

Enseguida se presenta una propuesta sobre la Estructura del Plan de Mercadotecnia Internacional (PMI):

Aunque el proceso de planeación de una empresa varía, el plan final debe incluir la identificación y el análisis de los siguientes rubros:

1. Breve historia del mercadeo y las ventas de la empresa
2. Posicionamiento de la empresa en el mercado
3. Los objetivos y metas de mercadotecnia específicos y medibles, incluyendo el ordenamiento de prioridades
4. El análisis del o los mercados meta y de los clientes probables
5. Estrategias y tácticas de mercadotecnia, es decir acciones a realizar en cuanto a la mezcla de productos/servicios, precios, las actividades promocionales y la interacción de la distribución física, manejo de canales de distribución y selección del mercado meta.
6. Los pasos de iniciación del Proyecto, -cronograma, presupuestos, cuotas y asignación de diversas tareas—.
7. Sistema de evaluación de lo planeado con lo ejecutado

Ubicación de mercados internacionales

Sin duda, uno de los aspectos preocupantes para el empresario, es decidir a que mercado dirigir sus esfuerzos para comercializar sus productos. Inicialmente, debe conocer las acciones de su gobierno para fortalecer su país, en relación a política económica.

Al respecto, en México existe una apertura comercial en sus relaciones comerciales con diferentes países; tal es el caso de los Tratados de Libre Comercio vigentes:

- Tratado de Libre Comercio con América del Norte (México, Estados Unidos y Canadá —TLCAN—.

- Tratado de Libre Comercio con Bolivia
- Tratado de Libre Comercio con Chile
- Tratado de Libre Comercio con Costa Rica
- Tratado de Libre Comercio, Grupo de los Tres (México, Colombia, Venezuela)
- Tratado de Libre Comercio con Nicaragua
- Tratado de Libre Comercio Triángulo del Norte (México, Guatemala, Honduras y El Salvador)
- Tratado de Libre Comercio con la Unión Europea⁸⁴
- Tratado de Libre Comercio con Israel⁸⁵

Los tratados comerciales son instrumentos del Gobierno Federal, para apoyar el desarrollo de la economía, porque representan nuevas oportunidades comerciales para el empresario para expandir sus operaciones y diversificar sus mercados, lo cual repercute favorablemente en la generación de empleos y mejora de ingresos para la población.

Aunque la primera apreciación para seleccionar un mercado meta es considerar los tratados de libre comercio, no es el único medio para analizar los mercados. Según el producto que se pretenda promocionar, el interés sobre la composición del mercado adecuado puede oscilar entre los siguientes

Indicadores del tamaño del Mercado

	Total de la población
Población	Crecimiento promedio anual
	Población por sexo

⁸⁴ A partir del 1° de Julio del 2000, entró en vigor el Acuerdo de Libre Comercio de México con la Unión Europea, con el objetivo de liberalizar progresivamente las tarifas arancelarias sobre el comercio de bienes, servicios e inversiones.

⁸⁵ Banco de Comercio Exterior, S.N.C.: *Mercadotecnia Internacional*. México, D.F., 84pp

Población por edades

Total del Año

Producto Interno Bruto: Promedio de crecimiento anual

Ingreso *per cápita*

Por producto

Por sector

Clasificación arancelaria

Exportaciones totales Por período

Por destino

Por región

Valor

Por producto

Por sector

Importaciones totales: Clasificación arancelaria

Por períodos

Por origen

Valor

IV.9.1 Análisis de mercado sobre artículos de regalo y decoración (artesanías)⁸⁶

México es considerado un importante proveedor de artículos de regalo. Dentro de los principales competidores de artículos mexicanos, figuran los europeos, que no sólo tienen consolidada una fuerte industria exportadora en artículos de regalo y decoración, sino que también son grandes importadores de los mismos.

Por el lado mexicano sus exportaciones alcanzaron los 10 millones de dólares en el 2003, manteniéndose en nivel similar en los últimos tres

⁸⁶ *Guía para Exportar Productos Mexicanos a la Unión Europea*. BANCOMEXT, México 2005, pp 139-147.

años; en tanto que las importaciones triplican ese valor con 33 millones de dólares. Lo que pone de manifiesto que las empresas mexicanas no han promovido sus productos, ni se ha adaptado a la demanda del mercado europeo.

De ahí que las exportaciones totales del sector, tan sólo el 3% tienen como destino el mercado europeo, en tanto que el 21% de las importaciones provienen de esa región.

Las exportaciones totales registradas por este sector (integrado por cerca de 90 fracciones arancelarias durante el 2003, ascendieron a 743.5 millones de dólares, siendo los productos más representativos artículos de joyería, plata, oro y metales; estatuillas y adornos de cerámica; velas; artículos para servicio de mesa y decorativos de vidrio; marcos de madera para cuadros y fotografía; vajillas de cerámica y marcos de metales comunes. El conjunto de estos artículos representaron 620.3 millones de dólares, es decir, el 85% de las exportaciones totales.

Los principales países destino de las exportaciones mexicanas de este sector, por orden de importancia son: Estados Unidos, Reino Unido, Canadá, Colombia, Alemania, Egipto, Guatemala, Hong Kong, España, y Taiwán, entre otros.

Cabe resaltar que artesanías, regalos y productos de decoración se producen en casi todo el territorio mexicano, manteniendo la identidad regional y las tradiciones en cuanto a diseños y desarrollo de los mismos.

Dado que la variedad de productos ofrecidos en este sector es amplia, a continuación se presenta un resumen con productos específicos que muestran oportunidades de exportación para México en Europa:

País	Oportunidades de exportación
Bélgica	Servicios de mesa, vajillas, pewter, velas, flores, lámparas, artículos para jardín, macetas, pinturas de artistas mexicanos contemporáneos,

	barro
Francia	Accesorios de hierro forjado y pewter, macetas de barro, artículos de vidrio, joyería de plata y velas
Londres	Joyería de plata, pulseras, anillos, collares, aretes, prendedores, dijes
España	Joyería de plata y bisutería de alpaca

Fuente: Bancomext

IV.9.2 Productos identificados por las Consejerías Comerciales en la Unión Europea como nichos de mercado:

Producto	Alemania	España	Francia	Bélgica
Alfarería y Cerámica	X		X	X
Pewter			X	
Hierro forjado	X		X	
Artic. madera	X			
Joyería plata	X	X	X	X

Fuente: Consejerías Comerciales Bancomext.

IV.9.3 Investigación de Mercados

La investigación de mercados forma parte del Plan de Mercadotecnia Internacional, éste es mucho más complejo que el nacional, debido a la interacción de diversas variables como son los aspectos políticos, culturales, económicos, sociales y tecnológicos del mercado meta.

También la investigación de mercados a nivel internacional debe contemplar aspectos tácticos y estratégicos, dado que es una tarea que brinda soporte para la toma de decisiones. Las decisiones estratégicas son la selección del mercado meta y la decisión de cómo entrar en él; las decisiones tácticas son la mezcla de mercadotecnia internacional.

Toda investigación de mercados está fundamentada en cuatro etapas principales:

1. Definición del problema y establecimiento de los objetivos de la investigación
2. Determinación de las fuentes de información
3. Recabación de la información con base en una investigación primaria y secundaria
4. Análisis de la información y presentación del informe.

Una herramienta esencial para el estudio de mercados, es la investigación primaria, técnica a través de la cual se accede a conocer con mayor detalle el mercado meta, por ejemplo, la segmentación del mercado y más específicamente, el nicho, el cual alude a una sección o fracción económica del entramado social, dentro de la cual se utilizan otras variables, como los estilos de vida, actitudes o personalidades que juegan un papel importante en la identificación de grupos similares de consumo en diferentes países.

Los tres objetivos posibles de la investigación de mercado –que forman parte de la investigación primaria- son: exploratoria, descriptiva o causal.

La investigación exploratoria es usada cuando el objetivo (primario) es identificar o percibir situaciones o problemas; auxilia en la formulación de hipótesis respecto a los problemas u oportunidades potenciales presentes en la situación de decisión. Es muy útil para la creación de primeras impresiones sobre clientes, proveedores o el ambiente; de ahí se desprende que la recabación de la información, sólo es relevante en la medida en que se aplique a experiencias que nos muestren hechos o resultados concretos que orienten la investigación.

La investigación descriptiva, es usada para proporcionar una descripción de los fenómenos existentes en el mercado. Ya que el empresario puede estar investigando varios mercados a la vez, este tipo de investigación se recomienda para buscar similitudes y diferencias entre los mercados y los grupos de consumo. Es importante destacar que los estudios descriptivos

son los más requeridos, ya que éstos proporcionan un entendimiento total de la situación de un mercado, lo cual los convierte en previsibles.

El objetivo de la investigación causal es identificar con precisión las relaciones causa-efecto en el mercado; por tanto es la más exigente en términos de recursos financieros y tiempo. Pretende mostrar respuestas respecto a porqué suceden las cosas y resaltar detalles de las relaciones entre las variables. Es obvio que este tipo de investigación es útil, sólo si el objetivo de la investigación es identificar si estas interrelaciones contribuyen al proceso de decisión de la empresa que justifique la inversión.

La investigación secundaria de mercadotecnia internacional, es la búsqueda preliminar de información respecto a diferentes mercados. Esta información es de carácter general y es generada por instituciones con el fin de proporcionar una visión genérica, como estadísticas de comercio, de importaciones y exportaciones, directorios empresariales, informes de cámaras y asociaciones de comercios, informes sectoriales de gobierno, etc.

La valoración para seleccionar uno o varios mercado internacionales, se hace a través de la información que va surgiendo de cada país, lo cual significa que éste se va presentando atractivo en el contexto internacional, tanto para inversiones, alianzas estratégicas, actividades de importación y exportación, comercialización, etc.

Hay cuatro etapas de mercado que deben visualizarse y valorarse, con el propósito de identificar posibles prospectos del mercado meta:

La primera etapa, consiste en seleccionar mercados en base al análisis de macrovariables, que representen excelentes oportunidades de penetración de mercados, por ejemplo la combinación de factores políticos, sociales, económicos y geográficos, o bien, Tratados Comerciales. Considerar además que un indicador de factor económico relevante, que nos indica el tamaño del mercado, es el producto interno bruto (PIB).

Si el o los mercados en cuestión pasan a la segunda etapa, se verán inmiscuidos en un análisis que determinará el tamaño del mercado, así como la aceptación del producto o productos similares. Otro análisis importante, sería lograr la posible exención de impuestos al momento de establecer operaciones en ese mercado.

La tercera etapa consiste en conocer las micro-variables como la competencia, facilidad de ingreso al país meta, etc. Su importancia radica en que del conocimiento de dichas micro-variables, depende el éxito o fracaso del producto y/o el mercado al que nos interesa acceder.

La última etapa de este proceso de selección de mercado, consiste en hacer una lista con el análisis de los mercados objeto de estudio, en base al plan de negocios de la empresa.

IV.9.4 Mezcla de mercadotecnia internacional

Es la combinación de los cuatro elementos de mercadotecnia, mejor conocidos como las 4 P's: precio, producto, promoción y plaza; concepto encaminado al logro de los objetivos de la empresa y la satisfacción de los clientes.

Esta mezcla es la que concibe la empresa como su oferta para responder a las expectativas del mercado, varía de acuerdo al tamaño de la empresa y el mercado.

El precio es el único elemento de la mezcla de mercadotecnia que se traduce en ingresos, los demás son costos; por ello la fijación de precios debe ser una estrategia importante que se debe controlar en la toma de decisiones de mercadotecnia; no debe determinarse aisladamente, sino integrado a la mezcla de las 4 P's, ya que tanto los precios como los costos determinarán la viabilidad del proyecto a lo largo de su ejecución. Cuanto más control se tenga sobre el precio de producto, el empresario será capaz de lograr los objetivos de mercadotecnia.

En la fijación de un precio que se establece por primera vez, las opciones generales son: 1. Disminución gradual del precio inicial; 2. Tomar como referencia el precio del mercado; 3. Fijación del precio de penetración.

1. El objetivo de la disminución gradual del precio inicial, es lograr un ingreso alto en un período de tiempo corto. Para que un exportador aplique esta opción, el producto tiene que ser único y algunos segmentos del mercado deben estar dispuestos a pagar un precio alto. En la medida que aumente el número de segmentos y se ponga a disposición mayor cantidad del producto, el precio disminuirá gradualmente. El éxito de la disminución gradual depende de la capacidad y velocidad de reacción de la competencia.

2. Si en el mercado meta ya existen productos similares, se aplica la fijación del precio con base en el valor del mercado. El precio al cliente final es determinado con base en los precios competitivos. Posteriormente, el exportador deberá poner especial atención en su control de costos y en su producción, para que después se ajuste el precio. Esta opción requiere que el exportador tenga un conocimiento completo de los costos del producto, así como la confianza de que el ciclo de vida del mismo sea lo suficientemente largo para garantizar el ingreso en el mercado.

3. La técnica de fijación de precio con base en la penetración del producto, se usa cuando el producto es ofrecido a un precio bajo con el fin de generar ventas de volumen y lograr con esto una participación de mercado alta, lo cual compensaría un precio bajo por unidad. Para que esta técnica funcione, se requieren mercados masivos, clientes sensibles al precio, disminución de los costos de producción y comercialización a medida que aumentan los volúmenes de ventas.

Otro aspecto importante en cuanto a la fijación de precios, es la posibilidad de los cambios de precio cuando:

- Se lanza un producto nuevo

- Hay un cambio en las condiciones del mercado, como variación en el tipo de cambio.
- Se modifica la situación interna del exportador, como una variación en los costos de producción.

IV.10 La Formación del precio de exportación

Está influido por factores internos y externos. Los factores internos incluyen los costos de investigación y desarrollo del producto, producción y comercialización del producto de exportación y la naturaleza del producto. Los factores externos se relacionan con los mercados internacionales que se basan en factores competitivos. Por ejemplo, si el empresario decide desafiar en el mercado extranjero a su principal competidor y la reglamentación en ese mercado exige una adaptación costosa del producto, este costo tiene que ser absorbido por el producto, para poder seguir siendo competitivo.

La mezcla de mercadotecnia, también conocida como *marketing*, debe planearse para que se ajuste a las características del mercado meta. La fijación del precio será un factor importante en la determinación de la imagen que desea proyectar la marca, así como los canales de distribución que se usarán y el nivel de soporte promocional requerido.

Las políticas de fijación del precio, son el resultado de los objetivos generales que contiene el PLANEX, también llamado *Business Plan* de la empresa para un mercado meta particular, éstas incluyen la maximización de la utilidad, lograr una mayor participación y permanencia en el mercado, así como satisfactorio porcentaje de rendimiento de la inversión y políticas competitivas relacionadas con precios bajos.

Estrategia para la formación del precio de exportación.

Las tres principales estrategias para el establecimiento del precio de exportación en cuanto a mercadotecnia internacional se refiere, son:

1. Precio mundial estándar
2. Doble fijación del precio
3. Precio diferenciado por el mercado

Las primeras dos, son estrategias orientadas al costo y la tercera estrategia se basa en la orientación de la demanda, por lo que es más consistente con el concepto de comercialización; sin embargo también tienen que reconocer los costos en el largo plazo.

1. El precio mundial estándar, puede ser el mismo precio sin importar el comprador o puede basarse en los costos promedio por unidad de los costos fijos, variables y costos relacionados con la exportación.

2. En la doble fijación del precio, tanto para los precios nacionales, como los de exportación, se diferencian y permiten dos enfoques para fijar el precio de los productos para exportación: el método "costo plus" y el método costo marginal. La estrategia del "costo plus", es el costo verdadero, el cual carga los costos nacionales y extranjeros al producto. Aunque esta estrategia asegura márgenes de utilidad, el precio final puede ser tan alto que la competitividad de la compañía se verá comprometida.

Frente a tal desventaja, algunos exportadores consideran una estrategia de costo más un margen adicional flexible, que permita variaciones en circunstancias especiales. Es posible conceder descuentos, pero depende del cliente, el tamaño del pedido o la intensidad de la competencia.

El método del costo marginal, considera los costos directos de producción y comercialización de productos para exportar, como el límite inferior debajo del cual ya no es posible mover el precio establecido. Pasa por alto los costos fijos, investigación y desarrollo, así como gastos indirectos nacionales y costos de mercadotecnia nacional. Pero permite a un exportador, disminuir los precios de exportación para ser competitivo en mercados que de otra manera estarían inaccesibles.

Sin embargo, esto expone a la compañía a cargos por *dumping*, debido a que la determinación de éste, se basa en costos totales promedio, que por lo general son más altos.

3. El Método de fijación del precio diferenciado por mercado, requiere que el precio refleje las condiciones dinámicas de éste. Para estas compañías, la estrategia del costo marginal proporciona un base y los precios pueden cambiar debido a los cambios en la competencia, las fluctuaciones de los tipos de cambio u otros cambios ambientales. La necesidad de información y control es crucial si se intenta esta alternativa de fijación del precio.

Por último, no hay que olvidar que en la preparación de una cotización, el exportador debe considerar y si es posible incluir los costos directamente relacionados con la exportación, que rebasan los costos normales compartidos con el aspecto nacional y que incluye lo siguiente:

- a) El costo de modificar el producto para los mercados extranjeros
- b) Los costos operativos de la exportación, como recursos humanos, investigación del mercado, costos adicionales embarque y seguros, costos de comunicación con los clientes extranjeros y los costos de promoción en el extranjero.
- c) Los costos incurridos al entrar en los mercados extranjeros, como tarifas e impuestos, riesgos asociados con un comprador, en un mercado diferente (principalmente riesgos de crédito, comercial y políticos), así como los riesgos al negociar con otra moneda distinta a la del exportador, es decir, riesgo en el tipo de cambio.

Resumen Ejecutivo.

Es la síntesis que contiene los aspectos substanciales y críticos de un proyecto de negocio. Se analizan de manera resumida los aspectos más relevantes por los que pensamos que ese proyecto de negocio debe implementarse y hacerse realidad.

La razón de su existencia, estriba es comprobar que se han considerado aspectos relevantes que hacen posible su probabilidad de éxito.

Antecedentes de la Empresa:

- Objetivo empresarial
- Antecedentes de constitución
- Hechos relevantes en la historia de ésta
- Posicionamiento en la industria nacional e internacional
- Análisis del capital humano involucrado en el proyecto
- Análisis de fortalezas y debilidades

Presentación del Negocio de Exportación:

- Presentación del negocio: ¿Qué producto exportar y a qué mercado?
- Clasificación arancelaria y posibles beneficios
- Capacidad de producción y/o alternativas
- Soporte interno al proyecto exportador

Ventajas Competitivas del Producto:

- Necesidades o deseos de los consumidores
- Análisis de productos competidores directos o sucedáneos
- Diferencias y oportunidades
- Oferta total al consumidor: variedades disponibles, servicios
- Margen de contribución al negocio de exportación
- Mezcla de mercadotecnia

Selección y Análisis del Mercado Meta:

- Análisis de la industria: productores locales e importadores
- Razones de selección del mercado
- Definición cuantitativa y cualitativa del mercado
- Segmento al que nos dirigimos
- Mezcla de mercadotecnia
- Estrategias de comercialización
- Pronósticos de ventas
- Oportunidades y amenazas

Proyecciones y Requerimientos Financieros:

- Análisis de la situación financiera actual
- Proyección de ventas
- Análisis de razones financieras
- Determinación de requerimientos de financiamiento
- Formalización de operaciones y garantías de pago

Así, el Resumen Ejecutivo, debe cubrir en forma clara y precisa:

- Descripción del negocio propuesto: producto y mercado
- Identificación de fortalezas y debilidades de la empresa
- Descripción del producto a exportar y sus ventajas competitivas
- Segmentación del mercado meta

Análisis de los indicadores financieros que demuestren y confirmen la factibilidad del proyecto.

*¡Que aclare!
¡Que amanezca en el cielo y la tierra!
No habrá gloria ni grandeza, hasta que exista
la criatura humana: el hombre formado*

Popol Vuh

CONCLUSIONES

¿Qué sentido tiene estudiar, analizar o profundizar en nuestras culturas ancestrales –mesoamericanas– en este momento en que la modernidad globalizadora nos dirige hacia el crecimiento económico, el bienestar material y al progreso tecnológico, englobados en una retórica de “libertad” sin sentido ni destino; de trascender fronteras, abrirnos y unificarnos... en la enajenación y el consumismo?

Es justamente en este momento que enfrentamos la paradoja contrastante de los grandes desarrollos tecnológicos, las grandes conquistas políticas, territoriales o espaciales; y por otro lado, la pobreza galopante¹⁸⁴, corrupción, inseguridad, narcotráfico, carencia de valores éticos, falta de empleo, injusticia social, desequilibrio emocional, neurosis, etc., que caracteriza hoy en día nuestra realidad cotidiana, la cual nos indica que afrontamos una clara crisis no sólo socio-económica, sino que además hemos equivocado el rumbo de nuestra civilización.

Si la especie humana lleva tantos años poblando la Tierra ¿porqué no aplicamos nuestra inteligencia equilibradamente? ¿porqué no aprendemos de nuestras experiencias pasadas?

Encontramos que nuestros gobiernos se han guiado por sus propios intereses de clase, lo cual ha conducido a actitudes cerradas, egoístas y arrogantes, donde el dinero y el poder son los valores más elevados. Lo cual nos hace deducir que un liderazgo basado en la justicia, la equidad,

¹⁸⁴ 47.4% de la población mexicana es pobre. Periódico Reforma. Opinión Financiera. Sec. Negocios, 21-VII-09, p 6. Lo cual significa que ese porcentaje de la población es blanco fácil para la desestabilización social (violencia y delincuencia)

solidaridad, generosidad, etc., donde se acepte y respete la diversidad humana, no vendrá del aparato político ni empresarial, ni siquiera del científico; comparto la opinión del investigador Pablo Latapí, que será de los sectores sociales, concientes e insobornables que enarbolan con justicia ese liderazgo de valores.¹⁸⁵ ¡Ya es tiempo de comenzar a trabajar sobre nuestra verdadera democracia y equilibrio, dar lo que nos corresponde y complementarnos para avanzar y realmente evolucionar como seres humanos, como *homo sapiens* (hombre pensante)!

Para encontrar un equilibrio entre la subjetividad de intereses económicos de determinados grupos de poder y el resto de la población mexicana, sería necesario proporcionar satisfactores reales y tangibles a dicha población, y cesar las manipulaciones ideológicas. De esa manera, podríamos asumir que se aplica una inteligencia ejecutiva por parte del gobierno, que tarde o temprano se tendrá que alcanzar.

Mi propuesta de indagar, estudiar, analizar, hacer conciencia, revalorar nuestro México profundo y confrontarlo con los *pseudo* valores del capitalismo que han guiado nuestro devenir histórico, desde la posrevolución y que ha derivado en el fracaso social y la crisis generalizada con la que nos enfrentamos hoy en día; contribuye simplemente a reconocer nuestra formación como mexicanos, entendiendo los diferentes procesos por los que hemos transitado, para poder vernos tal y como somos.

Identificar lo anterior, significa proveernos de la poderosa herramienta que representa el conocimiento cuando éste deriva en toma de conciencia que permite reconstruirnos de acuerdo a nuestra propia dinámica socio-histórica, de tal forma que como individuos y sociedad, podamos alcanzar un mejor equilibrio en la distribución de la riqueza, que repercuta en los demás ámbitos, y de esa manera ubicarnos donde realmente nos

¹⁸⁵ Suplemento del Periódico Reforma *Todo México Somos Hermanos*. Anastasio Sosa, "Queremos frutos de Latapí". Septiembre, 2009.

corresponde estar, requisito indispensable para exigir y obtener justicia social, jurídica e igualdad de oportunidades, lo cual se reflejaría en instituciones más sanas, como por ejemplo una policía que efectivamente protegiera a los ciudadanos, partidos políticos que sí representaran a sus electores, un IMSS que proporcionara un buen servicio médico, un Ministerio Público que defendiera a los ciudadanos y no los extorsionara, un Ejército que no violara los derechos humanos, un Magisterio que en verdad diera al alumnado la enseñanza a la que tiene derecho; o un Fisco que fuera más efectivo, justo y distributivo.

El tema de la globalización, bajo el cual se enmarca el presente análisis, nos muestra el dominio económico, social e ideológico que ha caracterizado al injusto sistema político que hemos tenido desde hace 100 años, cuyos valores máximos rinden tributo a la arrogancia de la clase dirigente y se refleja en poder, control y dinero.

La globalización nos impone a vivir en un mundo cada vez más desigual en la distribución de la riqueza y a la vez más igualador respecto a las costumbres, sobre todo de consumo que impone. Por ello contra esa uniformidad obligatoria, es más que nunca necesario afirmar nuestra diversidad cultural.

Independientemente del esquema de la globalización en un contexto donde los estados pierden con rapidez sus capacidades administrativas, jurídicas y gerenciales, la Nación, entendida como una realidad étnica, cultural, demográfica, lingüística e histórica, tiene la oportunidad de pensarse a sí misma sin las limitaciones que le imponía el Estado, porque las identidades personales, étnicas o sociales son realidades palpables, históricas y dinámicas; son representaciones descriptivas que reflejan formas de organización sociales del mundo con sus correspondientes significados y pluralidad de interpretaciones; constituyen además la base del sentimiento de autoestima individual.

Así, para contribuir a valorarnos, salen a nuestro encuentro las culturas mesoamericanas que nos antecedieron y que nos muestran la riqueza de nuestros valores étnicos, artísticos, espirituales e inclusive científicos. Las identidades individual, indígena y nacional, nos ofrecen la opción de conciliar para formar un proyecto común y complementario, con la idea de construir un nuevo tipo de sociedad que propicie un intercambio enriquecedor que ayude a devolvernos el sentido de comunidad, con el fin de encontrar nuestro equilibrio como mexicanos, en lugar de evadirnos, como nos propone el sistema globalizador que se agota sin remedio, y que sin embargo logró imponerse y generalizarse en la sociedad económica que descansa en la reducción de las personas, a la condición de *homo economicus*, es decir: individuos y de acuerdo a ello reciben el trato correspondiente, mismo que es determinado por la categoría social a la que pertenecen, y no como seres humanos plurales y diversos.

En este estudio, se muestra la importancia de la ideología, como elemento de control y la forma en que influye en la mente de los mexicanos, a tal grado que creemos que el pensamiento impuesto desde afuera es nuestro; así lo asimilamos y lo integramos a nuestra idiosincrasia, a través de la cual se definen conductas poco críticas o de sometimiento de nuestra gente, mismas que han sido determinadas por el sistema capitalista en sus diferentes etapas.

Encontré que el proceso de construcción de los estados mesoamericanos no es muy distinto al de otros países. Etnia, territorio, sedentarismo y división social del trabajo son la base para la edificación de un poder político, que además de cohesionar a la comunidad, también discrimina, domina y legitima la rígida estructura social; por ello los primeros estados son el referente del eslabón civilizatorio, es decir, son construcciones sociales donde la ideología ha sido un cohesionador primordial que fija su sentido y alcances, mismos que repercuten en nuestra identidad e idiosincrasia, y se expresan indudablemente en nuestra conducta. Por ello

el arte popular y la artesanía reflejan la creatividad original del grupo étnico y mestizo que ha trascendido y que vale la pena entender para ubicarlos en el sitio que les corresponde: el de nuestra cultura primordial, para disfrutarla e identificarnos con ella.

En 1947, Salvador Toscano, investigador de la UNAM, agrupa las expresiones de arte autóctono en México en cinco grandes áreas: el mundo maya, las culturas de la meseta mexicana, las que se desarrollaron en el litoral del Atlántico, las culturas zapoteca y mixteca; la de los tarascos y colimenses; pueblos herederos de culturas antiguas, donde para hacer arte popular, los ingredientes se toman de la naturaleza, se mezclan con la teología, la historia, la leyenda, el rito y la tradición.

Las tres etapas fundamentales del arte mexicano son: la era Precolombina, el mundo de la Colonia y las creaciones artísticas del México moderno.

El hecho de que la estética pertenezca a la esfera de la cultura, significa que en la formación y mantenimiento de los estereotipos etno-estéticos, el papel decisivo pertenece a la información sociocultural; por ello podemos llamar al artesano, sujeto estético, ya que otorga un significado a los objetos que produce.

El quehacer artístico, ha sido percibido por las sociedades como el medio por excelencia y la tradición de interpretación simbólica del mundo real; así las representaciones artísticas cumplen con la función de reafirmar a la identidad social, en su percepción y expresión cultural. Así el mito, la religión, el arte, la ciencia, la Historia, cada una de estas formas simbólicas informan al mundo.

Luego de este oasis reflexivo, que imprime energía a nuestro espíritu, podemos asumir que la crisis del país se convierte en algo que es posible revertir mediante la acción decidida de planes o proyectos como el que esta investigación sugiere.

Desafortunadamente, el orden político y social en México, se ha caracterizado como una estructura de dominación, donde el trato a las etnias ha sido de racismo y explotación, de manera que en el inconsciente colectivo, persiste la vinculación: dominación – subordinación, relacionada a su vez, con abuso y exclusión; lo cual ha afectado a los sectores menos favorecidos económicamente hablando, en su conducta se observa pasividad, obediencia y carencia de iniciativa, debido al papel que han desempeñado en su devenir histórico; razón por la cual, cuando se obtiene un alto nivel en la jerarquía social, económica o laboral, permite una “seguridad” que con frecuencia deriva en actitudes de prepotencia y arrogancia, que lo único que reflejan es complejo e inseguridad, aderezado con un machismo heredado este último de los aztecas. Si a ello se añade el retraso educativo, el resultado no es avance, sino estancamiento.

Por ello sería conveniente aceptar una sana autocrítica que nos permita liberarnos de viejos lastres que venimos arrastrando, para reconocer simplemente lo que somos. Lo deseable, sería reconstruir la nación sobre bases diferentes de lo que hasta ahora se ha hecho, respetando y reconociendo nuestras diferencias, asumiendo nuestra pluralidad; ya que la dinámica socio-histórica, ha demostrado que es un error atribuir a la cultura una naturaleza esencialista, es decir ahistórica e inmutable, ya que la Historia es resultado de un proceso de trabajos sucesivos que se continúan en el presente y cuyo conjunto va develando el pasado, lo cual significa que en cada etapa la visión de aquel sea diferente.

El respeto al multiculturalismo mesoamericano –antecedente de nuestro mestizaje–, es premisa indispensable para otorgarle a nuestra identidad el lugar que le corresponde, lo cual se reflejaría en un mejor trato e integración de nuestros pueblos indígenas y nos acercaría un poco más a la democracia nacional, que tanto se pregona y poco se cumple.

Dentro de las ventajas que la globalización, como modelo económico ofrece, a partir de los años 90's encontramos que existe una creciente integración de la civilización mundial, donde las fronteras se han vuelto más accesibles, propiciando con ello un mayor acceso a la economía y cultura de todos los países, lo cual deriva en una alternativa más viable para las micro, pequeñas y medianas empresas –PyMEs; existe también un modelo de industrialización orientado a mercados internacionales, donde el sector privado es ahora la fuerza dominante; asimismo hay una economía de libre mercado que elimina el proteccionismo arancelario de antaño. Así, la exportación de artesanías, cuenta con un marco propicio para su desarrollo, lo cual significa una contribución favorable para la economía nacional.

La creciente importancia que se le ha dado a las PyMEs, se debe a su relevante papel en la contribución de empleos, así como su significativa aportación al PIB (producto interno bruto).

Asimismo, Europa con más de 25 países miembros, está otorgando respaldo a las PyMEs, lo cual representa una oportunidad digna de considerarse para México, que ocupa uno de los primeros lugares en la exportación de bienes y servicios creativos y culturales, donde se incluye el sector artesanal.

Con el objetivo de desarrollar un Plan de Exportaciones –PLANEX–, capaz de aportar elementos de juicio para tomar decisiones encaminadas a su ejecución, se incluyeron las diferentes áreas que lo conforman, entre ellas la estrategia para desarrollar un estudio de mercado, análisis de costos y formación de precios, lo cual ayuda a definir su viabilidad técnica, mercadológica, económica, financiera e institucional.

Debido a que una artesanía mexicana es reflejo de una forma peculiar de concebir el mundo, en la cual está contenida nuestra cultura ancestral, hecha con arte, destreza y sensibilidad, el resultado es una pieza estética hecha con el corazón.

Con lo anterior, se demuestra y concluye que el proyecto que se propone es viable, redituable, y contribuye a enriquecer las diferentes categorías que abarca: socio-histórica, económica, cultural y comercio exterior; abriendo con ello la posibilidad de trascender fronteras para compartir nuestra sensibilidad artística e identidad nacional, esa que nos distingue como únicos y diferentes, en relación a los 213¹⁸⁶ países que conformamos actualmente este mundo.

¹⁸⁶ Dato obtenido de Wikipedia (Enciclopedia Internet)
http://enciclopedia.us.es./index.php/Pa%C3%ADses_del_mundo_A-Z

Bibliografía

Arte del Pueblo, Manos de Dios. Colección del Museo de Arte Popular, Impreso en China, México, 2005, 608pp

Bancomext, *Guía Básica del Exportador*, 8ª. México, 2000, 380pp

Bancomext, *Guía para Exportar Productos Mexicanos a la Unión Europea.* México, 2005. 382pp

Bancomext, *Plan de Mercadotecnia Internacional*, México, 2000, 84pp

Bancomext, *Plan de Negocios para la Exportación*, México.

Bancomext, *Formación del Precio de Exportación. Cómo integrarlo para competir.* México, 2002. 227pp

Bartra, Roger. *Anatomía del mexicano*, Ed. Plaza Janés, México, 2002, 318pp

Béjar Navarro, Raúl y Rosales, Héctor (coordinadores) *La Identidad Nacional Mexicana como problema político y cultural. Los desafíos de la pluralidad.* CRIM-UNAM, Cuernavaca, Morelos, 2002. 415pp

Cabrera Cisneros, Ma. Carmen, *Competitividad de la Joyería de Plata Mexicana en los Mercados Internacionales*, Tesis Maestría en Dirección Internacional, ITAM. México 1999, 145pp

Cárdenas Oñate, Marisol, *Estéticas Rituales, Pincelando Identidades.* Análisis Semiótico de la Cultura Estética de Juchitán. Las Mantas Juchitecas. Tesis de Maestría, México, 1999

Chávez C., Sergio, *Plan de Negocios para la Exportación (PLANEX)*, Diplomado, México,

Cien Obras Maestras del Arte Mexicano. Época Prehispánica. Editorial México Desconocido, S.A. de C.V., 1ª. Edición. México 1998. 175pp

Cosío Villegas, Daniel (Coordinador), *Historia General de México*, Tomos I y II, Ed. El Colegio de México, 1981

Díaz Polanco, Héctor, *Elogio de la Diversidad. Globalización, Multiculturalismo y Etnofagia*, Ed. Siglo XXI, México, 2005

Diccionario Enciclopédico Larousse 2007. Ediciones Larousse, México D.F., 1824pp

Diccionario Enciclopédico de Sociología. Karl-Heinz Hillmann. Ed. Herder. Barcelona 2001. 1016pp

Diccionario Español de Sinónimos y Antónimos. F.C. Sainz de Robles. Ed. Aguilar, 10a. impresión. México 1981. 1147pp

Esteva, Gustavo. Más allá de la Identidad Nacional. La creación de opciones políticas y culturales. Raúl Béjar Navarro y Héctor Rosales, coordinadores. CRIM-UNAM, Cuernavaca, Mor. 2002. 415pp

Etnia y Sociedad en Oaxaca. UAM Iztapalapa. Escuela Nacional de Antropología e Historia. México 1991. 242pp

Fontaine, Ernesto R. *Evaluación Social de Proyectos*, 12^a. Edición. México 2007. 471pp

Florescano, Enrique. *Los orígenes del poder en Mesoamérica*. 1^a. Edición, FCE, México 2009, 539pp

Gilly, Adolfo, *La Revolución Interrumpida*. Ed. Fuentes Impresores, México, 1998. 367pp

Grandes Maestros del Arte Popular Mexicano. Colección Fomento Cultural Banamex, Editorial México Desconocido, S.A. de C.V., 551pp

Historia General de México. El Colegio de México, Tomo I, 734 pp, Tomo II, 1585pp. México, 1981

Historia Mínima de México, El Colegio de México., Ed. Encuadernación Técnica Editorial, S.A., México, 2003, 181pp

Heinz Hillman, Kart, *Diccionario Enciclopédico de Sociología*, Ed. Herder, España, 2001, 1046pp

ILPES, *Guía para la presentación de Proyectos*. Ed. Siglo XXI, México, D.F., 2006, 230pp

Mayas, los. Coordinadores: Peter Schmidt, Mercedes de la Garza y Enrique Nalda. Ed. Océano. México, Marzo 1999. CONACULTA-INAH. 541pp

Meyer, Lorenzo, *Fin de Régimen y Democracia Incipiente*. México hacia el siglo XXI. Ed. Océano, México, 1998, 283pp

Novelo, Victoria, *Artesanías y Capitalismo en México*, Ed. SEP INAH, México, 1976, 270pp
Oaxaca, Museo Nacional de Antropología. Lunwerg Editores, impreso en España, 2004

Pereyra, Carlos, Villoro, Luis, González, Luis, Blanco, José Joaquín, Florescano, Enrique, Córdova, Arnaldo, Aguilar Camín, Héctor, Monsiváis, Carlos, Gilly, Adolfo, Bonfil Batalla, Guillermo, *Historia ¿Para qué?* Ed. Siglo XXI, México 1980, 245pp

Pérez Ruíz, Maya Lorena, *La Identidad Nacional Mexicana como Problema Político y Cultural, los desafíos de la Pluralidad en el marco de la Globalización*. Raúl Béjar Navarro y Héctor Rosales, Coordinadores. CRIM-UNAM, Cuernavaca, Morelos, 2002. 415pp

Polanco Tapia Olga Patricia, *Análisis Crítico de la Formación de la Idiosincrasia Mexicana y su Manifestación Literaria en Pedro Páramo, de Juan Rulfo*. Tesis de Licenciatura, UNAM, ENEP Acatlán, México 2007, 202pp

Ramírez, Santiago, *El Mexicano, Psicología de sus Motivaciones*, Ed. Grijalbo, México, 1977

Ramírez Vázquez, Pedro, *El Museo Nacional de Antropología. Arte, Arquitectura, Arqueología, Etnografía*. Ed. Panorama Editorial, S.A., México 1968. 257pp

Reyes Díaz-Leal, Eduardo, *Introducción a la Logística Internacional*, Ed. Talleres WEP Imagen Virtual, México, 2002, 152pp

Rodríguez Martínez, Jorge. *The Internationalization of the Small and Medium sized Enterprises: the aware Manager*. (Thesis) University of Sheffield, England, July 2005, 244pp

Rothstein, Arden Aibel and Rothstein, Anya, *Mexican Folk Art from Oaxacan Artist Families*. Books 1 and 2, England 2002. 260pp

Sapag Chain, Nassir, Sapag Chain Reinaldo, *Preparación y Evaluación de Proyectos*. 2ª. Edición Mac Grawhill. México 1995. 390pp

Soret Los Santos, Ignacio, *Logística Comercial y Empresarial*. Ed. ESIC, España, 1994, 413pp

Soto Soria, Alfonso, *Arte del Pueblo, Manos de Dios*. Artículo: "Artesanías Indígenas y Artesanías Mestizas". México, Octubre del 2005, 607pp

Zipiajo, Patabam, Tonalá, Moctezuma Yano, Patricia, *Artesanos y Artesanías frente a la Globalización*. Ed. Fonca. México, ENAH, Enero 2002. 237pp

Hemerografía

Bancomext, *Guía Práctica para la Elaboración de un Contrato de Comisión, Representación y/o Distribución Mercantil Internacional*. México, 2000.

Bancomext, *Guía Práctica para Requisar la Solicitud de Emisión de Carta de Crédito Irrevocable*. México, 2001.

Botello, Yaotzin, "Apoya Europa Comercio Justo", p3, Sec. Internacional, periódico Reforma, 5 de Octubre del 2008

Díaz, Ulises, "Empeora México en facilitar comercio". P 1, Sec. Negocios, periódico Reforma, 9 de Julio del 2009

Galeano, Eduardo, "Nos unimos o estamos fritos". P4, periódico Reforma, Sección El Ángel, México, 13 de Junio del 2004

Lecturas Mexicanas #103, Villoro Luis, "Los grandes momentos del Indigenismo en México". 1987

Martínez, Ma. Teresa, "Ven poder al servicio de pocos". P5, Sec. Internacional, periódico Reforma, 20 de Mayo del 2008

Meyer, Lorenzo, "Y de aquí ¿hacia dónde?". P 11. Sección Opinión, periódico Reforma. 28 de Septiembre del 2006

Meyer, Lorenzo, "Nuestras batallas interminables", p13. Sec. Opinión, periódico Reforma. 12 de Julio del 2007

Meyer, Lorenzo, "Y crecieron los enanos", p11. Sec. Opinión, periódico Reforma. 16 de Agosto del 2007

Meyer, Lorenzo, "Los (verdaderos) peligros para México". P 11. Sec. Opinión, periódico Reforma, 6 de Septiembre del 2007

Meyer, Lorenzo, "Conversaciones con don Ramón". P 13. Sec. Opinión periódico Reforma, 27 de Septiembre del 2007

Meyer, Lorenzo, "La crisis de México, la de 1946 y la de ahora". P 9, Sec. Opinión, periódico Reforma, 16 de julio de 2009

Quintana, Enrique, "Se multiplican los pobres". P6, Sec. Negocios, periódico Reforma, 21 de septiembre de 2009

Revista de Arqueología Mexicana, "La Religión Mexica" Núm. 91, Ed. Raíces, S.A. de C.V., México, Mayo-Junio del 2008

Revista Especial Arqueología Mexicana. "Atlas del México Prehispánico". Ed. Raíces, S.A. de C.V., Instituto Nacional de Antropología e Historia. México, Julio del 2000. 87pp

Revista Proceso. Análisis de Denise Dresser. "Llamado a hablar mal de México", pp 50-52. 30 de Agosto de 2009.

Reyes Rodríguez, Jaime. "Nos unimos o estamos fritos". P 4, periódico Reforma: El Ángel. 13 de Junio del 2004.

Rodríguez Díaz, Cruz y Mena Ledezma, Patricia "La Emergencia de una Perplejidad: Identidad Étnica y Reflexión Metalingüística"

Rodríguez Martínez, Jorge. "Fuentes de Información para las PyMEs, a nivel Internacional y Nacional, de Organismos Gubernamentales o Privados y por los Medios de Comunicación", UAM Azcapotzalco. 5º Coloquio de Cuerpos Académicos Junio 2008

De la Rosa, Gustavo, "Exporta País creatividad". P1, Sec. Negocios, periódico Reforma, 6 de Mayo del 2008

De la Rosa, Gustavo, "Sufre exportación caída record", p 1. Sección Negocios, periódico Reforma, 24 de Abril del 2009.

De la Rosa, Gustavo, "Derrumba crisis comercio del País", Sec. Negocios, periódico Reforma, 24 de Junio del 2009.

Suárez, Modesto, "Cultura de partido de Estado", Sección Opinión, periódico Reforma, 8 de Enero del 2009

Suárez, Modesto, "El fin de la Revolución Mexicana", p15, Sección Opinión, periódico Reforma, 26 de Noviembre del 2008.

Suplemento periódico Reforma, Todo México Somos Hermanos. Prof. Anastasio Sosa Ramos: "Queremos frutos de Latapí". P4. Septiembre de 2009.

Woldenberg, José, "El ayer no es definitivo", p12, Sección Opinión, periódico Reforma, jueves 31 de Diciembre del 2009.

Otras Fuentes:

Diplomado en Plan de Negocios para la Exportación. Bancomext. México, D.F., Mayo a Noviembre del 2005 (apuntes).

Diplomado Desarrollo de Habilidades para la Alta Dirección. ITESM, Campus Querétaro. Septiembre 1993.

Curso "Mercadotecnia Internacional". Bancomext. México, Octubre 2006.

Curso "Técnicas de Negociación Internacional". Bancomext. México, 2006.

Curso "Cómo exportar joyería de plata". Bancomext. México 2007.

Noticiero del Canal 11, 21 hrs, del 21 de Mayo del 2008.

Wikipedia (Enciclopedia Internet)

http://enciclopedia.us.es./index.php/Pa%C3%ADses_del_mundo_A-Z

www.aridoamerica, mesoamerica, y oasisamerica.com.mx

<http://www.economia.gob.mx/?p=5000>

Diario Oficial del 31 de marzo de 2008