

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO
POSGRADO EN ANTROPOLOGÍA
FACULTAD DE FILOSOFÍA Y LETRAS
INSTITUTO DE INVESTIGACIONES ANTROPOLÓGICAS

“CLASSES PAINT YOUR OWN”

**MIGRACIÓN Y ECONOMÍA ÉTNICA DE LOS ARTESANOS DE
SAN JUAN TETELCINGO, GUERRERO, EN PLAYA DEL
CARMEN, QUINTANA ROO**

TESIS

**PARA OBTENER EL GRADO DE
MAESTRÍA EN ANTROPOLOGÍA**

P R E S E N T A

MARÍA BERENICE MORALES AGUILAR

**TUTORA DE TESIS:
DRA. SARA MARÍA LARA FLORES**



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.

*A Jonathan,
por enseñarme a soñar y caminar nuevos derroteros.*

*A mi madre,
por ayudar a levantarme en cada caída.*

Agradecimientos

Al Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología por la beca recibida para la realización de mis estudios de maestría.

A la Universidad Nacional Autónoma de México por permitirme formar parte de su comunidad estudiantil y a la Coordinación de Estudios de Posgrado.

Agradezco profundamente a la comunidad de San Juan Tetelcingo por permitirme conocer su vida cotidiana y ritual. A todos aquellos que me recibieron y dieron su tiempo durante mis visitas en San Juan y en Playa del Carmen, muchas gracias.

Gracias a la familia Aniceto Iglesias por recibirme en San Juan Tetelcingo y en Playa del Carmen: Señora Flora, mi amigo Martín, Cheli, Ricardo, Pascuala y sus hijos Mario, Flora, Ruth, Ricardo, Ana, María y Araceli, así como Maricruz, José y sus pequeños José y Maricruz. Sin lugar a dudas, nunca hubiera sido posible adentrarme tanto a las clases de pintura sin su ayuda.

A la señora Manuela, su esposo Jacinto y sus hijos Agustín, Francisca, Paloma, Jacinto y Liliana, por recibirme durante mis visitas en San Juan Tetelcingo, Playa del Carmen e incluso en su puesto ubicado en el mercado de la Ciudadela en el DF. Gracias a todos ustedes por compartir su cotidianidad conmigo.

También agradezco a Santos Iglesia, Nicolás Patricio, Cándido Guerrero, Dominga González, Victoria González, Juana Margarito, Raúl Iglesias, Juan Iglesias, Manuel de Tejada, Victoria Juárez, José Rueda, Yanet Marcelo, Josefina Juárez, Victoriana Ramírez, Aristeo Ramírez, María de Jesús Ascencio, quienes me permitieron acompañarlos en tan complejo camino de artesano en una comunidad migrante.

A todos los habitantes de Xalitla, quienes en un primer momento me ayudaron a conocer la región y a establecer mis primeros contactos con los grupos nahuas del Alto Balsas. Gracias a todos ellos por recibirme, proporcionarme su tiempo para entrevistarlos y acompañarme en algunas de mis visitas en otras comunidades.

Agradezco infinitamente a Marisol y a sus padres, Ernestina y Tranquilino, tres de las personas a quienes tengo mucho respeto y cariño. Gracias por recibirme, cobijarme, compartir lágrimas, alegrías y experiencias conmigo. Quedo en deuda contigo Marisol por ser mi amiga y compañera de historias.

Al señor Juan, Eutinia, Joaquín, Rafael y Juanito por mostrarme el proceso con el cual producen sus artesanías. Gracias a Bernardina, María Flora, Miguel Ángel, Andrea y Saraí. Mi agradecimiento para el señor Reynaldo, su esposa Vicenta e hijos Miguel, Ernesto, Lucía, Bernabé, Alejandra, Reyna y Vicente. Gracias por recibirme en sus hogares y compartir su vida de artesanos.

A Chenta, Reyna Rosinelly, Montserrat, Janet y Graciela, quienes siempre me integraron a su grupo y me enseñaron lo que significa ser nahua, joven, artesana y migrante.

En Ameyaltepec también agradezco a Leticia Santos, Gregorio de la Cruz y su hermana Gabriela, Cornelio Ascencio Ramírez y Cristino Flores Medina (†).

A la Dra. Sara María Lara Flores, por ser la directora de esta tesis. A la Dra. Cristina Oehmichen Bazán por la lectura detallada de este documento. Al Dr. Gustavo Marín Guardado por su paciencia y por aceptar leer la tesis para enviar desde la distancia tan acertadas sugerencias. A la Dra. Lourdes Báez Cubero, por sus enseñanzas y acompañamientos en el mundo antropológico. Al Dr. Leopoldo Valiñas Coalla, a quien aún recuerdan con mucho cariño algunos sanjuanenses, gracias por acercarme al mundo de la lengua náhuatl, por tan enriquecedores comentarios y por toda la ayuda.

A Luz, Hilda y Vero por ayudar siempre e invariablemente a los estudiantes del posgrado del IIA-UNAM.

Al Dr. Eustaquio Celestino por proporcionarme sus textos y por mostrar siempre interés en mi investigación.

Al C. a Dr. Maximino Matus, por acompañarme en mis primeras visitas de campo, por presentarme a mis primeros informantes y dedicar interminables horas para leer, corregir y discutir conmigo este trabajo. Gracias amigo.

A mi familia por estar en todo momento conmigo y apoyarme en cada una de mis locuras.

A Jonathan, con quien aprendí que nada termina de ser conocido ni construido. He aquí uno de los productos de aquello que no finaliza.

Mi gratitud a los queridos y entrañables amigos que me abrieron sus hogares para escribir esta eterna investigación: Roberto, Pavel, Leah, Ermenek y Mariana. Llevo a cada uno de ustedes en el corazón y la memoria. A Yanco por recibirme durante mis primeras estancias en Playa del Carmen. A los amigos de tantos años, tantas anécdotas y tantas aventuras: Max, China, Edgar, Muna, Oscar, Maurer, Tizoc, Toño, Ivette, Chechi, Mimí, Gaby, Quetzal, Rocío, Valeria, Gabo y Ara. Gracias familia adoptiva, espero que continuemos tejiendo nuestros lazos afectivos a través de los años.

A las brujas y brujos del IIA, por compartir y mostrarme el verdadero sentido de la amistad. Gracias por las discusiones, las alegrías, las tristezas y las interminables noches.

Al Dr. Carlos Mario Perea, Dr. Iván Gomezcésar, Teresa Quintana y Salvador Aguilar quienes desde sus trincheras formaron parte de este largo proceso. ¡Gracias!

Finalmente a todos los amigos y compañeros a quienes no menciono puntualmente pero que agradezco por seguir compartiendo nuestro pasado y futuro a través de múltiples alegrías infinitas.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	1
El trabajo de campo: Definición del problema de investigación	1
Problema de investigación	8
Hipótesis	8
Preguntas de investigación	9
Metodología	9
Justificación	10
Capitulado	13

Capítulo 1.

MIGRACIÓN INDÍGENA Y ECONOMÍA ÉTNICA DE LA COMUNIDAD

EXTENDIDA: CONSIDERACIONES TEÓRICAS	16
1.1. Perspectivas sobre la migración indígena en México	16
1.2. Aproximación teórica a la comunidad extendida	22
1.3. Economía étnica y su relación con los procesos migratorios	28
1.4. Migración nahua en Playa del Carmen: reciprocidad y confianza en las redes sociales	36
1.5. Estudios sobre Artesanos y artesanías	46

Capítulo 2.

ARTESANOS Y MIGRANTES: LA COMUNIDAD SAN JUAN TETELCINGO,

GUERRERO	51
2.1. Alto Balsas, Guerrero: Breve perspectiva	51
2.2. San Juan Tetelcingo, Guerrero	56
2.3. Producción artesanal en el Alto Balsas	66
2.4. Papel amate pintado en el Alto Balsas: Una producción artesanal	71
2.5. Barro pintado en San Juan Tetelcingo: Producción y comercialización (1960-1990)	76
2.6. Barro pintado: Producción y comercialización a partir de 1990	82

2.6.1 “La organización del trabajo”	86
---	----

Capítulo 3.

NUEVAS ESTRATEGIAS DE VALORIZACIÓN ARTESANAL: LOS NAHUAS DE SAN JUAN TETELCINGO EN LAS CORPORACIONES HOTELERAS DE MÉXICO	91
3.1. Primeras migraciones y apertura de mercados en los centros turísticos: De los servicios al comercio ambulante (1940-1960).....	91
3.2. Artesanos en las corporaciones hoteleras: Del comercio ambulante a la formalidad (1960-1990).....	101
3.3. Barro pintado en la industria hotelera de Playa del Carmen (siglo XXI).....	108
3.4. La mercantilización de la cultura: Artesanías nahuas en el escenario hotelero.....	123

Capítulo 4.

ECONOMÍA ÉTNICA: EL CASO DE LA COMUNIDAD EXTENDIDA DE SAN JUAN TETELCINGO EN PLAYA DEL CARMEN.....	132
4.1. Algunas consideraciones sobre el turismo.....	133
4.2. Turismo y migración en Playa del Carmen y la Riviera Maya.....	137
4.3. Luis Donaldo Colosio en Playa del Carmen: Una colonia diferente.....	148
4.4. El pequeño San Juan en la colonia Colosio.....	154
4.5. Economía étnica nahua en las corporaciones hoteleras.....	164

CONCLUSIONES.....	180
--------------------------	------------

BIBLIOGRAFÍA.....	192
--------------------------	------------

INTRODUCCIÓN

La siguiente investigación es un estudio de caso desarrollado con la comunidad extendida de los nahuas de San Juan Tetelcingo asentados en Playa del Carmen, Quintana Roo. Específicamente en la colonia Colosio, donde se encuentran establecidas la mayoría de las viviendas de los nahuas que dan clases de artesanías de barro pintado a los turistas que se hospedan en las grandes corporaciones hoteleras de la zona. Es dentro de este espacio de consumo, donde estos artesanos han encontrado una forma innovadora de valorizar sus artesanías de barro en un mercado cada vez más globalizado.

Este estudio tiene como objeto analizar las estrategias de mercantilización que los migrantes artesanos de San Juan Tetelcingo han desarrollado para insertarse a la economía de servicios turísticos a lo largo de la República mexicana. Desde una perspectiva histórica se exploran los procesos migratorios de esta comunidad a partir de mediados del siglo XX, en relación a la producción y comercialización artesanal. Se toma como referencia el caso de Playa del Carmen, Quintana Roo, ciudad donde los migrantes nahuas han desarrollado diferentes prácticas sociales y económicas para valorizar de forma innovadora sus productos. A lo largo de esta tesis se exploran las particularidades de una economía étnica, forjada en un proceso de interacción dinámica con las corporaciones hoteleras transnacionales y los turistas internacionales en busca de paraísos donde “todo está incluido” –All inclusive-; hospedaje, comida, bebidas y clases para pintar barro con artesanos nahuas.

El trabajo de campo: Definición del problema de investigación

El primer acercamiento que tuve con la región del Alto Balsas fue durante los meses de marzo y abril del 2004 participando en una investigación de la Asociación Mexicana de Uniones de Crédito del Sector Social (AMUCSS) y la Red Maseual Tomin, S.C., quienes tenían como objetivo establecer los principales lugares de origen y destino migratorio, así como analizar el flujo de las remesas de los habitantes de distintos municipios del

estado de Guerrero. Este primer acercamiento me permitió conocer la región del Alto Balsas e interesarme en el tema de la migración, no obstante, no tenía claro cómo emprender la investigación de un fenómeno que ha sido abordado desde diferentes perspectivas y disciplinas. Ante esto decidí iniciar una investigación de maestría con la cual obtener las herramientas teórico-metodológicas que me permitieran acercarme a tan compleja temática.

Para la elaboración de esta investigación se realizaron diferentes estancias de campo en la región del Alto Balsas, en San Juan Tetelcingo y en Playa del Carmen, las cuales comprendieron los siguientes períodos:

- Del 3 al 30 enero de 2005 en San Juan Tetelcingo, Xalitla, Ameyaltepec, Ahuehuepan, Ahuelican, todos en el estado de Guerrero.
- Del 13 de julio al 8 de agosto de 2005 en Playa del Carmen, Quintana Roo.
- Del 29 de octubre al 6 de noviembre de 2005 en San Juan Tetelcingo, Guerrero.
- Del 12 de enero al 15 de febrero de 2006 en Playa del Carmen, Quintana Roo.
- Del 10 de marzo al 20 de marzo de 2006 en San Juan Tetelcingo, Guerrero.
- Del 5 al 9 de enero de 2009 en Playa del Carmen, Quintana Roo.

El primer período de campo se realizó con el objetivo de recorrer algunas comunidades de la región del Alto Balsas donde se elaboran artesanías de papel amate o barro. Durante esta primera estancia de campo, permanecí en Xalitla donde logré entrevistar a algunos de los artesanos que poseen más prestigio en cuanto a su trabajo artístico. De igual forma, conocí el taller donde elaboran el barro y me involucré en la cotidianidad de una familia de artesanos. Sin embargo, decidí continuar con mi recorrido en las otras comunidades, considerando que posiblemente podría realizar un estudio comparativo sobre la migración de Xalitla y alguna otra localidad del Alto Balsas. De hecho mi proyecto inicial se desarrollaría en Xalitla. Mi investigación tenía como propósito fundamental entender de qué manera se generaban grupos de poder entre los migrantes con mayores posibilidades de comercializar artesanías en las zonas turísticas y si esto influía en la toma de decisiones políticas de la comunidad extendida.

Empero durante mi estancia de campo, creció mi interés por saber qué sucedía en la región en su conjunto y comencé a replantear mi problema de investigación. No fue sino

hasta que visité la comunidad de Ameyaltepec, donde comencé a escuchar sobre la especialización de las unidades domésticas y donde percibí que algunas comunidades de la región se enfocan a la producción, otras a la comercialización y algunas realizan ambas actividades paralelamente. Asimismo, fue la primera vez que escuché sobre “las niñeras de San Juan Tetelcingo” y “las clases de pintura” que sólo impartían los migrantes de esa comunidad.

Posteriormente, visité San Juan Tetelcingo, lugar donde se me presentaron algunas dificultades, entre ellas, la negación de la gente por recibirme en sus casas. Sus habitantes no me abrían las puertas o en algunos casos salían hablando exclusivamente en su lengua. A partir de lo anterior, inferí que las personas no deseaban conversar conmigo debido a que me habían confundido con algunos de los testigos de Jehová que visitaban la comunidad en esos momentos. Después de varias visitas desarrolladas en ese primer período de campo, sólo pude conversar con dos personas: la hija de un profesor originario de San Juan y una joven migrante que vivía en Playa del Carmen y a quien había conocido durante la investigación de la Red Maseual Tomin en el año 2004 y que por azares del destino, se encontraba en esas fechas en la localidad.

La información que ambas jóvenes me proporcionaron fue muy útil, ya que me explicaron en qué lugares se encontraban laborando sus paisanos, las actividades que realizaban en dichos sitios y el por qué les decían “las niñeras”¹ en las comunidades vecinas. Un dato interesante obtenido a través de estas entrevistas fue el hecho de que la comunidad de San Juan se especializaba en dar clases de pintura a los extranjeros en los hoteles, fenómeno que inmediatamente llamó mi atención para explorarlo en la investigación. De igual manera, me informaron que la Riviera Maya era el sitio al que migraba más gente de su comunidad, ya que ahí se encontraban establecidos diversos hoteles donde les permitían laborar. Decidí entonces enfocarme al caso de Playa del Carmen, debido a que ambas jóvenes me comentaron que en la colonia Colosio de esta ciudad, hay un importante número de personas originarias de San Juan que se han

¹ Las comunidades vecinas les dicen niñeras debido a que algunas veces cuidan niños mientras imparten las clases. Estos datos serán profundizados en el cuarto capítulo.

establecido definitivamente o radican por temporadas. Todas estas características influyeron en mi decisión por enfocar mi investigación en esta localidad.

Durante mi primera visita a Playa del Carmen, el Huracán Emily asechaba la región. Debido a ese fenómeno natural, me vi en la necesidad de resguardarme en casa de un amigo durante dos días, después de los cuales, tuve la oportunidad de salir a conocer por primera ocasión la colonia Colosio. Cuando llegué al sitio algunas calles estaban inundadas y resultaba complicado caminarlas. La colonia era más grande de lo que había imaginado, lo cual me hizo sentir un tanto angustiada, ya que no sabía a bien dónde encontrar a los artesanos nahuas. En aquella visita no poseía información sobre donde estaban asentados, sólo sabía que vivían cerca del panteón pero no contaba con la ubicación exacta. Caminé por el panteón de la colonia, pero no encontré nada vinculado con mi investigación. Un poco decepcionada, decidí entrar a un establecimiento donde ofrecían servicios de llamadas locales y de larga distancia. Le pregunté a la mujer que atendía si conocía a alguna persona de origen nahua que realizara llamadas de larga distancia a Guerrero. Me respondió afirmativamente y para asegurarse de que nos referíamos a las mismas personas me cuestionó si me refería a: “Las personas que venden artesanía o las mujeres que siempre usan un mandil” (vestimenta femenina tradicional del Alto Balsas). Después de ese comentario tuve la certeza que eran los nahuas de San Juan Tetelcingo y me indicó exactamente en qué área de la colonia vivían. Este encuentro fortuito me sorprendió mucho pues resultaba claro que los nahuas eran identificados con relativa facilidad por los habitantes mestizos de la colonia. Lo cual resulta particular tomando en cuenta que en el área radican migrantes indígenas provenientes de diferentes estados de la república mexicana.

Cuando caminaba siguiendo las indicaciones que me habían proporcionado, me encontré con una mujer nahua que salía de su casa. Me aproximé a ella para explicarle el motivo de mi visita. Después de un corto dialogo me indicó que regresara en otra ocasión, ya que en ese momento no tenían agua, ni luz, debido a los estragos del huracán. Por lo tanto ella y su familia intentaban solucionar la situación. Me explicó que durante este tipo de desastres naturales, la colonia Colosio era de los últimos lugares de Playa del Carmen en ser tomados en cuenta por las autoridades municipales para dar solución a sus problemáticas, ya que en primer lugar prestan atención a la

reparación de los servicios en la zona hotelera². En este pequeño diálogo introductorio quedaba clara la exclusión social de la que son objeto los pobladores de las colonias establecidas en la periferia de las zonas turísticas. Debido a la precariedad de sus viviendas y la irregularidad de sus asentamientos, los indígenas –entre ellos los nahuas– son los grupos más vulnerables ante este tipo de desastres naturales.

Durante los días siguientes volví en diferentes ocasiones a la casa de la mujer nahua, quien junto con su esposo, día a día me platicaba sobre su vida en Playa del Carmen. De igual forma, accedieron a proporcionarme los nombres y direcciones de otros artesanos con los que posiblemente podría conversar. Conforme fui acercándome al resto de la comunidad, logré percibir las condiciones de precariedad de sus asentamientos y darme una idea general sobre su vida cotidiana. Durante esa primera práctica de campo al sitio turístico, obtuve información sobre los nahuas que impartían clases de pintura en los hoteles, empero, no logré detectar en ese primer momento la profunda relevancia de su actividad en la economía de servicios de Playa del Carmen.

Hacia finales de octubre e inicios de noviembre de 2005, realicé otra visita de campo a la localidad San Juan Tetelcingo para encontrarme con algunas personas que me habían comentado que irían a visitar a sus muertos en esas fechas. Durante esta visita, observé y registré la realización de los rituales de Todos Santos. Esto me permitió comprobar el vínculo activo que mantienen los migrantes con los procesos de construcción simbólica de su comunidad de origen a través de su participación en los rituales mortuorios y de otra índole.

Durante el mes de enero y febrero de 2006, decidí hacer una estancia más larga en Playa del Carmen, con el objetivo de realizar una observación más profunda sobre las clases de pintura que ofrecen los nahuas de San Juan. En este período de campo, logré visitar varios hoteles con ayuda de algunos de los artesanos que imparten las clases de pintura. Salíamos temprano por la mañana y al llegar al hotel, me prestaban un gafete

² En el trabajo de Gustavo Marín sobre el huracán Gilberto en 1988 en Cancún y la recuperación selectiva, el autor menciona que los sectores sociales más desprotegidos son los más vulnerables ante este tipo de desastres. Así como sucedió en el huracán Emily, después del Gilberto la zona hotelera fue la que recibió más apoyo por parte del Estado. Siguiendo a Marín: “(...) se le otorgó prioridad a la industria del turismo –y se le sigue otorgando- dada la importancia económica que se le atribuye como fuente generadora de divisas para el país” (Marín:2008;326).

donde se indicaba que yo era “artesana” del hotel o en algunos casos me proporcionaban una playera del hotel para que pudiera entrar con ellos como si fuera su empleada, debido a que la entrada a muchos de los hoteles y playas “públicas” es sumamente restringida. Estas interacciones me permitieron observar el contacto de los turistas con los artesanos en las clases de pintura. No obstante, me solicitaron que no sacara mi grabadora o hiciera preguntas a los consumidores, pues eso podía llamar la atención de la gerencia, sólo me autorizaron tomar fotografías. Mis visitas en los hoteles y las entrevistas realizadas en la Colonia Colosio, me permitieron detectar su forma de organización social en torno a las clases de pintura.

De igual manera pude conocer a algunos dueños de las concesiones, sus trabajadores, los lugares donde imparten las clases de pintura y en algunos casos adentrarme no sólo en sus actividades comerciales sino también en su vida cotidiana. Durante esta segunda estancia de campo en Playa del Carmen, tuve la oportunidad de compartir la cotidianidad hogareña de una familia de artesanos quienes me recibieron amablemente en su casa durante las últimas dos semanas de mi estancia de campo. En este período, observé las condiciones laborales y de vivienda que aceptaban los jóvenes nahuas que trabajaban con sus familiares. Sin embargo, en ese entonces me costaba trabajo definir el tipo de explotación laboral que se presentaba entre coétnicos, en donde los empleadores nahuas ofrecen trabajo a sus familiares a cambio de remuneraciones salariales mínimas, empero, son recompensados con la acumulación de experiencia y la posibilidad de abrir su propio negocio en un futuro. Posteriormente, realicé una revisión de textos sobre este tema y encontré que los planteamientos teóricos sobre las economías étnicas³ (Light y Gold: 2000, Wilson y Portes: 1980, Barros: 2003, Parella: 2005) son útiles para analizar este tipo de trabajo familiar no pagado, en una comunidad de migrantes.

En el transcurso de esta visita de campo también noté el recelo de algunos nahuas para compartir la información de sus negocios a personas que no conocen. Hubo un par de casos en los que la gente no accedió a conversar conmigo sobre el tema. En otras ocasiones me pedían que no mencionara que ellos me habían recomendado ir con

³ Temática que será desarrollada y analizada en los capítulos uno y cuatro.

determinada persona debido a las rencillas suscitadas por la competencia de las concesiones.

Posteriormente realicé otra estancia de campo durante la fiesta del Señor de Cuetzala en San Juan Tetelcingo, fechas en las que pude entrevistarme con algunos de los migrantes que ya había conocido en Playa del Carmen y también con aquellos que inicialmente no habían accedido a conversar conmigo. Este hecho me pareció sumamente interesante pues algunas de las personas que no habían querido conversar conmigo en Playa del Carmen accedieron a hacerlo en su lugar de origen. De alguna manera les daba más confianza volverme a encontrar en su localidad. Esta estancia me permitió realizar una comparación entre la vida cotidiana de los nahuas en el lugar de origen y en Playa del Carmen. Uno de los aspectos que más llamó mi atención fue percatarme de que en la práctica y el discurso, los migrantes consideran que van de visita a la comunidad debido a que el espacio turístico se ha convertido en su espacio laboral y su localidad en su espacio de recreo. Así, algunos migrantes son como vacacionistas que toman momentos específicos de convivio y goce con sus paisanos para recrear el sentido comunitario. En esta ocasión tuve la oportunidad de observar nuevamente la participación de los migrantes en los rituales comunitarios. En el desarrollo de estas actividades los migrantes expresaron su arraigo con algunos lugares sacros de la comunidad -tal es el caso de los cerros, el panteón, sus tierras y el río-, ya que a través de ellos establecen y renuevan la cosmovisión de su mundo y estrechan las relaciones comunitarias con la naturaleza.

Finalmente, a inicios del 2009 realicé una última y breve visita de campo de cinco días en Playa del Carmen, con el objetivo de obtener algunos datos estadísticos en el centro de salud de la colonia Colosio, acerca de la población nahua del Alto Balsas radicada allí, no obstante, no poseían información alguna. Durante esta visita, conversé con algunos de los migrantes con los que ya me había entrevistado anteriormente. De igual manera, observé la forma en la que algunos nahuas se abastecen de barro a través de los vendedores de otras comunidades del Alto Balsas que recorren la república mexicana en sus camionetas para comercializar las piezas sin pintar. Mi última visita a Playa del Carmen también me permitió apreciar el rápido crecimiento de la colonia Luis Donaldo Colosio. Percibí que algunos extranjeros comienzan a rentar espacios para

vivir debido a los bajos precios de los arrendamientos en la colonia. Este fenómeno me sugiere que a pesar del estigma de algunos habitantes de Playa del Carmen hacia la colonia Colosio, posiblemente dentro de unos años será absorbida por la urbe turística y dejará de formar parte de su periferia. De ser así, los costos de la vivienda aumentarán y probablemente la gentrificación trastocará la cotidianidad de los nahuas artesanos en Playa del Carmen.

Problema de investigación

A partir de mis estancias de campo, formulé y reformulé mi problema de investigación, ahora enfocándome en los procesos que han llevado a posicionar a los artesanos nahuas en las zonas de gran turismo, ya no como vendedores sino como instructores de pintura en artesanías. Esta nueva figura heredera de la amplia tradición artesanal local, ha generado una serie de redes comunitarias sustentadas en los vínculos familiares y de paisanaje, que rebasan la comunidad de San Juan Tetelcingo e involucra a toda la región del Alto Balsas.

De esta manera, mi problema de investigación analiza cómo se estructura una economía étnica en torno a su producción artesanal y cómo ésta permite a los sanjuanenses construir toda una ruta migratoria que los lleva hasta Playa del Carmen, en donde se integran al sector de servicios de grandes cadenas hoteleras a través de una nueva forma de posicionar sus artesanías mediante la impartición de clases de pintura de barro dirigidas al gran turismo.

Hipótesis

En esta investigación se sugiere que los migrantes de San Juan Tetelcingo en Playa del Carmen han logrado innovar sus procesos de producción y comercialización artesanal, gracias al desarrollo de diversas prácticas basadas en una economía étnica que es a la vez sostenida por redes sociales. Las experiencias migratorias previas y el uso activo de sus recursos sociales y culturales han sido determinantes en la expansión de su

comunidad dando lugar a una comunidad extendida que incluye a Playa del Carmen, lugar donde se han integrado como concesionarios artesanales en grandes corporaciones hoteleras.

Preguntas de investigación

1. ¿Cómo se estructura la economía de los sanjuanenses en Playa del Carmen?
2. ¿Cuál es la importancia que tienen las redes sociales a nivel local y regional para conformar su economía étnica?
3. ¿Cómo construyen una comunidad extendida a partir de su economía étnica?
4. ¿Cómo se crean y consolidan las rutas migratorias para comercializar las artesanías de barro pintado?
5. ¿De qué manera se ha reestructurado su proceso de producción y comercialización artesanal?

Metodología

Para los fines planteados en esta investigación se realizó trabajo de campo en la localidad de origen de los nahuas de San Juan Tetelcingo y en Playa del Carmen, advirtiendo en todo momento el enfoque multilocal de dicho estudio. Durante las estancias de campo realicé observación directa y participante, conversaciones informales, entrevistas abiertas, semiestructuradas y a profundidad. En algunos casos, las entrevistas abiertas y semiestructuradas fueron introductorias para después realizar las entrevistas a profundidad con informantes clave que me ayudaron a reconstruir los procesos migratorios de los nahuas del Alto Balsas y de San Juan Tetelcingo, así como la manera como han ido conformando la comunidad extendida. De igual forma, a través de dichas entrevistas logré comprender los procesos que han llevado a sustentar su “economía étnica”.

Se aplicaron entrevistas semiestructuradas a 64 individuos, de los cuales, 15 fueron aplicadas en San Juan Tetelcingo, 17 en Playa del Carmen y 20 en ambos lugares.

Asimismo, fueron entrevistadas 12 personas más de las comunidades de Xalitla, Ameyaltepec y Ahuehuepan. Dependiendo del tipo de persona con la que me entrevistaba, fui desarrollando preguntas específicas en razón de los diferentes tópicos que me interesaba abordar con cada una de ellas.

Es importante señalar que algunas de las entrevistas aplicadas en San Juan Tetelcingo, Xalitla, Ameyaltepec y Ahuehuepan, sirvieron para elaborar la etnografía de la comunidad de origen y para entender los vínculos establecidos con las comunidades vecinas. Por otro lado, las entrevistas realizadas en el lugar de origen y destino me permitieron elaborar la etnografía de Playa del Carmen, entender la comunidad extendida de San Juan Tetelcingo, identificar sus redes sociales y discernir la economía étnica de los artesanos migrantes.

De igual manera, se recabaron algunas historias de vida de los artesanos con los cuales pude profundizar sobre los diferentes períodos de la migración comunitaria relacionados con la apertura de mercados para la venta de sus artesanías. Se obtuvo material fotográfico que sirvió para analizar algunos de los datos obtenidos en campo.

El trabajo de archivo consistió en la revisión de mapas, material hemerográfico y datos estadísticos de la población en San Juan Tetelcingo y la colonia Colosio, con el objetivo de complementar los datos cualitativos obtenidos en campo y los datos cuantitativos elaborados por el INEGI.

Justificación

Una vez planteado el problema de investigación, me di a la tarea de hacer una revisión de la literatura en torno a la producción artesanal, los artesanos y las artesanías en México. Descubrí que a pesar de que existe un amplio desarrollo de estudios en México en torno a la producción artesanal de distintas comunidades, poco se ha abordado sobre el vínculo de los procesos migratorios hacia los sitios turísticos, con la producción y comercialización de artesanías.

Algunas de las investigaciones han discutido sobre la utilidad de las artesanías para la construcción del discurso nacionalista (Medina y Quezada:1975, Fleschig:2004). Otras han analizado la intermediación en el proceso de producción (Nash:1993). Se han interesado por el estudio de la artesanía y su carácter mercantil (Ramírez:1986;18). Han abordado el uso cotidiano y ritual de las artesanías (Kindl:1997). Se ha discutido sobre el concepto de artesano y artesanías (Mejía:2004), y algunas otras han explorado los procesos de trabajo de los artesanos (Novelo:1993, 2007).

En cuanto a los estudios de producción artesanal realizados específicamente en el estado de Guerrero, tenemos los trabajos Gobi Stromberg (Stromberg:1982) y Jonathan Amith (Amith:1995), quienes exploran la producción del papel amate como una expresión artística de la región. A pesar de que ambos trabajos son muy sugerentes para la investigación antropológica, sus aportes no son útiles para mi investigación ya que no tengo como objetivo describir el carácter artístico de la artesanía, sino las estrategias contemporáneas de valorización desarrolladas por los nahuas de San Juan Tetelcingo. Por su parte, Alba Mastache y Elia Morett (Mastache y Morett:1997), realizan un importante trabajo etnográfico sobre los diferentes productos artesanales de distintas regiones del estado de Guerrero, sin embargo, las autoras sólo describen algunos aspectos sobre los procesos de producción y la diversidad de materiales para la elaboración de cada artesanía.

En cuanto al trabajo de Catharine Good titulado *Haciendo la lucha. Arte y comercio nahuas de Guerrero* (1988), se menciona que las artesanías son innovaciones de los grupos indígenas en las economías capitalistas de México. La investigación de Catharine Good está conformada por un amplio trabajo etnográfico que llevó a la autora a seguir a los nahuas de Ameyaltepec hacia la ciudad de México y el puerto de Acapulco, en donde descubrió que la expansión de los mercados de “papel amate” se convirtió en una estrategia exitosa no sólo para Ameyaltepec, sino para la región del Alto Balsas. Asimismo, comienza a observar los primeros movimientos migratorios que utilizaron los artesanos para llevar sus artesanías hacia ambos destinos. Los planteamientos de la autora son de suma importancia para comprender la producción y comercialización de artesanías de la comunidad Ameyaltepec.

Desde una perspectiva comparativa, este estudio pionero me permitió identificar algunos patrones recurrentes y divergentes entre la comercialización artesanal de Ameyaltepec y San Juan Tetelcingo. Por un lado, encontré que los artesanos de Ameyaltepec y Xalitla aún producen y comercializan con éxito el papel amate, generando en cierta medida, una especialización en la producción de dicho producto. Empero, no todas las comunidades del Alto Balsas –entre ellas San Juan Tetelcingo– lograron colocar y mantener la producción o comercialización del papel amate en los mercados turísticos, razón que los llevó a retomar nuevamente la producción de barro pintado. Así, las comunidades nahuas de la región del Alto Balsas comercializan sus artesanías en los mercados turísticos, como ya había señalado Catharine Good e incluso este mercado se ha ampliado considerablemente hacia otros sitios turísticos de la república mexicana. Sin embargo, el comercio ambulante ha perdido importancia debido a las restricciones que les han impuesto las autoridades, por lo que actualmente algunos nahuas arrendan establecimientos para la venta de sus productos. En el caso particular de la comunidad sanjuanense que aborda esta investigación, encontré que los artesanos comercializan sus productos sin el acabado final en los hoteles de “Gran turismo”, en donde los viajeros toman “clases de pintura” para concluirlos.

Mi aporte específico para los estudios relacionados con las artesanías nahuas del estado de Guerrero, deviene del interés por analizar las clases de pintura de “barro” impartidas por los nahuas del San Juan Tetelcingo en pleno siglo XXI. De igual manera, en esta tesis se describen las rutas migratorias que llevaron a dichos artesanos a Playa del Carmen. Se analiza su economía étnica y los procesos migratorios que los han integrado al sector de servicios en diferentes destinos turísticos. Esta temática nueva no ha sido abordada por ninguna investigación sobre la producción artesanal de la región, siendo el eje de la tesis que aquí presento.

La importancia de esta investigación radica en que a partir de un estudio de caso contemporáneo se analizan los cambios en la producción y comercialización de las artesanías de los nahuas de San Juan Tetelcingo. Se propone que estos procesos han sido adaptados de forma creativa a la demanda de los consumidores en el mercado global. Empero, esto no significa la pérdida de su originalidad, sino que hace referencia a los diferentes diálogos desarrollados entre productores y consumidores para coordinar

las características de las artesanías y convertirlas en objetos atractivos, con rasgos culturales locales dentro de un mercado global que considera a estas expresiones como mercancías dotadas de valor simbólico. Dichos diálogos se han suscitado de manera informal en los viajes que los migrantes artesanos han emprendido en su incorporación a la economía de servicios en diferentes destinos turísticos, sobre todo en aquellos de sol y playa. En esta investigación se exploran diferentes hitos que han impactado en los procesos de innovación artesanal de los nahuas de San Juan Tetelcingo en Playa del Carmen.

Capitulado

En el primer capítulo se presentan algunas investigaciones que abordan el tema de la migración indígena en México. Más adelante se aborda el tema de la comunidad extendida, vinculándola con la migración y algunas estrategias que han seguido los nahuas para que prevalezca su estrategia económica en los sitios turísticos. Posteriormente, se exponen y analizan las discusiones teóricas que han conllevado a varios autores a plantear los conceptos más significativos de esta investigación, es decir, el enclave étnico y la economía étnica. Enseguida se caracteriza la economía étnica con el objetivo de analizar las prácticas económicas orientadas étnicamente de los habitantes de San Juan Tetelcingo que viven en Playa del Carmen. Después se presentan algunos postulados teóricos en torno a las redes sociales, la reciprocidad y la confianza para entender su establecimiento y uso por parte de los nahuas de San Juan Tetelcingo, que han migrado a Playa del Carmen con el objetivo de impartir clases. Finalmente, se presentan algunas definiciones sobre artesanos y artesanías desarrolladas desde la perspectiva antropológica. El propósito de dicho apartado es fijar una postura en la discusión generada en torno a los sujetos sociales y los productos que abordaré en esta investigación.

El capítulo 2 presenta un breve panorama de la región del Alto Balsas y de San Juan Tetelcingo. En el primer apartado, se elabora un recorrido histórico de las rutas migratorias y comerciales de los nahuas de la comunidad de estudio. De igual manera, se aborda la producción y comercialización artesanal de la región del Alto Balsas,

poniendo especial énfasis en la comunidad de San Juan Tetelcingo. En este capítulo también se analiza la producción en la región del Alto Balsas, entendiendo que a pesar de que las comunidades que la conforman no producen los mismos objetos artesanales, existe cierta especialización en cuanto a la producción y comercialización que les permite establecer diferentes vínculos comerciales. Se describe y analiza el *boom* del papel amate en algunas comunidades de la región del Alto Balsas hacia finales de la década de 1950. De igual forma, se presentan las formas de producción artesanal y la división del trabajo entre los nahuas de San Juan Tetelcingo a partir de la década de 1960 y principios de los años 90. Se describen los procesos de producción artesanal desarrollados por los nahuas de San Juan Tetelcingo desde la década de 1990 hasta el año 2008. Se analiza el relativo abandono de la producción de papel amate y el desarrollo de la producción del barro pintado, así como la comercialización del mismo en los sitios turísticos. Por último, en este capítulo se vislumbran algunas modificaciones en la organización del trabajo artesanal de los nahuas de San Juan Tetelcingo.

En el capítulo 3 se describen y analizan algunas de las primeras experiencias migratorias de los habitantes de San Juan Tetelcingo, así como los factores que los llevaron a producir y comercializar artesanías de barro pintado en el puerto de Acapulco. En este capítulo también se examinan las migraciones comerciales de los nahuas desde 1960 hasta 1990, fechas en las que se vieron obligados a abandonar el comercio ambulante para integrarse a los mercados formales. Asimismo, se detalla la estrategia desarrollada para integrarse a la comercialización artesanal en la industria hotelera de la Riviera Maya desde finales de la década de los 1990 hasta el año 2008. Se analizan las clases de pintura de barro como una nueva estrategia comercial que adquiere su éxito a partir del valor que le asignan sus consumidores al momento de integrarse en su proceso de producción. De igual manera, se analizan los actores-objetos, artesanías-nahuas como parte del escenario hotelero.

En cuanto al capítulo 4, se abordan algunas investigaciones que exploran el fenómeno turístico con el propósito de entender a cada uno de los diferentes agentes sociales que determinan la construcción y éxito de un sitio turístico. Se analizan los motivos que han impulsado para que la Riviera Maya y Playa del Carmen sean sitios turísticos por

excelencia y por lo tanto, lugares receptores de constantes flujos de mano de obra migrante. Posteriormente, se describe la colonia Luis Donald Colosio, lugar donde residen los nahuas que migran hacia Playa del Carmen. En seguida se detallan algunas de las condiciones infraestructurales con las que actualmente viven las personas de San Juan Tetelcingo y finalmente se presentan algunos aspectos que caracterizan a la comunidad extendida sanjuanense en Playa del Carmen. Posteriormente, se analizan las redes sociales que han propiciado y reforzado la migración de los nahuas de San Juan Tetelcingo hacia Playa del Carmen en la Riviera Maya. La comprensión de dichas redes sociales permite vislumbrar tanto su multidimensionalidad así como su carácter simétrico. Este capítulo finaliza con la descripción de análisis de la contratación de nahuas por parte de empleadores coétnicos. Se identifican las clases de barro pintado como una estrategia orientada étnicamente con la que se consolidado su “economía étnica”, en la que sobresale el control y manejo de recursos personales, sociales y comunitarios.

Capítulo 1.

MIGRACIÓN INDÍGENA Y ECONOMÍA ÉTNICA DE LA COMUNIDAD EXTENDIDA: CONSIDERACIONES TEÓRICAS

La innovación en las estrategias de producción, distribución y comercialización artesanal, la continua búsqueda de mercados, la multilocalización de la comunidad y el uso de múltiples capitales distribuidos en redes sociales, son algunos de los tópicos analizados en esta investigación. A continuación se abordan brevemente algunas de las investigaciones enfocadas a la migración indígena en México, con el objetivo de enmarcar esta investigación en los estudios que se han aproximado a la comunidad extendida. Posteriormente se retoman las dos principales temáticas de este estudio: la migración y la economía étnica, explorando su relación a partir de diferentes propuestas teóricas. Se elabora un recorrido por los distintos planteamientos teóricos que fueron retomados por los teóricos de los enclaves étnicos y más adelante por los estudiosos de la economía étnica. De igual manera, se retoman diferentes planteamientos teóricos relacionados específicamente con el estudio de las economías étnicas con la finalidad de explorar el fenómeno que atañen a esta investigación. Posteriormente, se presentan y analizan algunos planteamientos teóricos respecto a las redes sociales. Finalmente se presentan algunas definiciones sobre artesanos y artesanías, elaboradas desde la antropología con el propósito de establecer una posición al respecto.

1.1. Perspectivas sobre la migración indígena en México

La migración indígena del campo a la ciudad ha sido abordada desde distintas perspectivas teóricas. Las visiones adaptativas e histórico-estructurales fueron predominantes en su estudio durante la década de 1960 y 1970 (Butterworth:1962, Kemper:1976, Chance:1971, Orellana:1973). A partir de la década de 1980 y 1990 algunas investigaciones resultaron imposibles de encasillar en dichos marcos interpretativos, ya que al abordar el estudio de la migración indígena, desarrollan perspectivas teóricas particulares aplicadas al análisis de fenómenos singulares, como es el caso de los asentamiento étnicos, las relaciones interétnicas, las organizaciones indígenas, etc. (Velasco:2002, Martínez:2002, Romer:2006, Oehmichen:2001).

Las visiones adaptativas fueron primordialmente desarrolladas hacia la década de 1960. Su énfasis estaba centrado en la integración y asimilación de los migrantes rurales al medio urbano. En dichas investigaciones, las particularidades de las identidades indígenas eran sustituidas por el paradigma campesinista. Este es el caso de la investigación realizada por Douglas Butterworth (Butterworth:1962), quien abordó la migración de dos localidades mixtecas del Municipio de Tilantongo hacia la ciudad de México. El autor analizó las consecuencias de la experiencia migratoria en la vida cotidiana en la localidad de origen.

Por otro lado, Robert Kemper (1976) realizó una investigación sobre la migración de la comunidad de Tzintzuntzan hacia la ciudad de México. En este trabajo, Kemper se enfocó esencialmente en los procesos de urbanización en la localidad de origen como resultado de la migración hacia los Estados Unidos y a la ciudad de México. Siguiendo los postulados del autor, los migrantes que viajaban a la ciudad no provenían de condiciones socioeconómicas igualitarias, por lo tanto, la diferenciación social les proporcionaba distintas condiciones de integración en la localidad de destino.

Sobre esta misma perspectiva, encontramos el trabajo elaborado por Chance (1971) quien a diferencia de los dos autores antes mencionados, analizó los procesos de cambio y adaptación de los migrantes mixtecos y zapotecos a la ciudad de Oaxaca. En esta investigación, John Chance explora los cambios de asentamiento de los migrantes del centro hacia la periferia de la ciudad, planteando que los asentamientos suburbanos son afianzados a partir de las relaciones de parentesco, las cuales, facilitan la adaptación y posible adquisición de una vivienda.

Otra investigación desarrollada bajo el enfoque de la adaptación, fue la de Carlos Orellana (1973), quien estudió la creación de asociaciones en pro de los migrantes mixtecos en la ciudad de México. El autor plantea que tanto la comunidad como la familia sufren transformaciones a partir de los procesos migratorios. De igual manera, Orellana considera que las asociaciones hacen más factible la adaptación de los migrantes en las ciudades, debido a que a través de ellas se puede obtener vivienda, empleo y apoyo solidario de tipo comunitario (Velasco:2007;185-188).

Los trabajos que siguieron un enfoque adaptativo fueron innovadores al considerar no sólo el proceso adaptativo de ida sino también de vuelta, es decir, la influencia de la ciudad en las comunidades migrantes y viceversa. De igual forma, estas investigaciones fueron pioneras al señalar los procesos de estratificación social en las ciudades como consecuencia de los flujos migratorios. Asimismo, evidenciaron la importancia de los lazos de parentesco y comunitarios, como un recurso que permitía a los migrantes afianzar su sentido de pertenencia a pesar de la integración de ciertos elementos propios de la urbe. No obstante, dichas investigaciones no se referían a grupos de migrantes indígenas sino de campesinos. Además, dejaron de lado que los migrantes campesinos o indígenas, no pasan necesariamente por un proceso adaptativo homogéneo, sino por uno de tipo heterogéneo plagado de resignificaciones identitarias. De igual manera, omitieron el conflicto latente entre la población migrante y la que no lo es, pareciendo que los procesos de adaptación se presentan en un contexto de negociaciones continuas que se resuelven por consenso.

En cuanto a las perspectivas histórico-estructurales, la premisa central suponía que las migraciones internas eran consecuencia de la desigualdad en los procesos de industrialización impuestos por el Estado mexicano hacia la década de 1940. En esta línea, sobresale el trabajo sobre mujeres indígenas mazahuas y otomíes en la ciudad de México de Lourdes Arizpe (1975), quien plantea que la integración de los indígenas a la ciudad es prácticamente nula, debido a la conformación de comunidades dislocadas de los demás grupos sociales urbanos, las cuales sobreviven en condiciones de extrema pobreza a través de empleos poco calificados.

En el trabajo de Arizpe, sobresalen dos aspectos: El primero y central en la explicación, tiene que ver con la marginalidad, es decir, que los migrantes indígenas continúan reproduciendo su identidad por la imposibilidad de insertarse en la estructura laboral formal. El segundo aspecto, que depende del anterior, es la funcionalidad de la permanencia de la identidad, es decir, que el hecho de ser parte del contingente de migrantes pobres y excluidos de la economía formal, es a la vez una manera de defenderse, de fortalecer su dominio y control en alguna actividad económica de corte informal. La autora sugiere, entonces, que la exclusión es a la vez un recurso de integración en un contexto estigmatizado contra los indígenas. De igual modo, la autora

menciona que el contenido clasista de la palabra “María”¹ expresa no sólo el rechazo de la población urbana hacia los migrantes indígenas sino también el conflicto latente entre ambas clases sociales.

Otro de los trabajos desarrollados bajo la misma perspectiva fue el de Lane Hirabayashi (1984) quien enfoca su estudio en el surgimiento, mantenimiento y continuidad de las asociaciones de zapotecos de la ciudad de México en las décadas de 1960 y 1970. En esta investigación, la autora analiza los mecanismos de reproducción social del grupo étnico en la ciudad a través de lo que ella denomina capital cultural, el cual se refiere a los recursos simbólicos de tipo colectivo que pueden utilizar las personas para autoadscribirse. Siguiendo los planteamientos de Hirabayashi, las organizaciones de indígenas en las ciudades contienen una serie de lealtades y solidaridades, que no ayudan únicamente a integrarse a la sociedad urbana a través de la obtención de una vivienda o un empleo sino que también hacen que disminuya el choque cultural entre grupos urbanos e indígenas (Velasco:2007;188-189)

Los autores que formaron parte de las posturas histórico-estructurales, consideraron que la migración del campo hacia la ciudad era consecuencia de los cambios estructurales procedentes de las diversas políticas de industrialización en México, las cuales, produjeron la rápida urbanización de los centros industriales y la pobreza de las zonas campesinas. La importancia de dichas investigaciones radica en que se comienza a percibir la heterogeneidad urbana compuesta por indígenas y no indígenas que viven en un continuo conflicto, lo que les permite a la vez reconocerse, reagruparse y autodefinirse. Sin embargo, la mayoría de los postulados histórico-estructurales de alguna manera privilegiaban factores macroeconómicos como el parteaguas de las migraciones campo-ciudad y las integraciones culturales.

Cabe señalar que a pesar de algunas de sus limitantes, estas investigaciones fueron la punta de lanza de los estudios posteriores, ya que se empieza a reconocer el aspecto pluriétnico de las urbes a partir de las migraciones indígenas. A partir de estos trabajos surgen los primeros estudios enfocados en problemáticas relacionadas con las relaciones interétnicas, la etnicidad, las identidades étnicas, las organizaciones de indígenas, etc., los cuales, ya empezaban a hacerse presentes en las ciudades hacia

¹ Aplicado a las indígenas mazahuas insertadas en el mercado ambulante.

las décadas de 1980 y 1990. Desde entonces, la antropología mexicana desarrollaría diversos enfoques –en su mayoría culturales- al analizar temáticas vinculadas con la migración indígena urbana.

Investigaciones como la de Regina Martínez (2001, 2002), empezaron a vislumbrar que las segundas y terceras generaciones de “indígenas urbanos” (Martínez:2002) no han perdido la conexión con sus lugares de origen ni tampoco han fracturado su sentido comunitario de pertenencia. La autora elabora un estudio sobre la negociación de la cultura como una estrategia de significación que utilizan los migrantes otomíes de Santiago Mexquititlán, Querétaro en la ciudad de Guadalajara, Jalisco. En esta novedosa investigación, Martínez señala que no es aculturación lo que presentan los migrantes otomíes ya que no es un cambio cultural lo que sucede durante sus desplazamientos sino una transformación de significados, en el contexto urbano, tanto de las relaciones familiares como del uso de su lengua indígena, es decir, los procesos diversos de resignificación cultural.

Sobre el análisis de las identidades étnicas, destaca el trabajo de Marta Romer (2006) quien indaga sobre el cambio generacional entre poblaciones mixes y mixtecas. La autora propone que este tipo de experiencias pueden inducir dos respuestas contradictorias dependiendo de las características particulares de la práctica migratoria y su entrada a la urbe: “1) conducir a un refuerzo de la identidad étnica debido al gran peso de la identidad atribuida; y por el otro, 2) pueden resultar en su abandono, parcial o total, para liberarse del estigma” (Romer:2006;62). Regularmente se considera que el alto o bajo nivel de escolaridad beneficia el abandono o reforzamiento de las identidades étnicas. Empero, la autora argumenta que este factor por sí sólo no es determinante para que se rechace la identidad étnica, sino que toma importancia sólo dentro de un conjunto de factores como es el proyecto migratorio de los padres, la transmisión de la lengua materna, la posición de cada uno de los hijos y el ambiente conflictivo o armonioso al interior de la familia, etc.

Cristina Oehmichen (2001, 2005), por su parte, señala que las relaciones de parentesco y la endogamia son los mecanismos que ayudan a que los indígenas se integren a la vida en las urbes, asimismo, a partir de ellos se simplifica la reproducción social de la vida comunitaria y ciertas condiciones de pobreza. La autora discierne tres tipos de

asentamiento indígena: a) el centro histórico, b) colonias de clase media baja y, c) la periferia. En dichos asentamientos se comparte vecindad con otros migrantes pobres, por lo tanto, la autora sugiere la existencia de relaciones interétnicas diversas que comparten la depreciación de la pertenencia indígena y la alteración de lo que separaba la categoría de indígena y mestizo. Así, Cristina Oehmichen plantea una segunda “eticización” de los migrantes indígenas en las urbes, en donde reubican y redefinen su identidad a partir de la afirmación o negación identitaria (Velasco:2007;193-194).

Sobre las investigaciones enfocadas a las organizaciones de migrantes indígenas, encontramos la de Marjorie Thacker (1990), quien hacia inicios de la década de 1990 propuso que: “La sobrevivencia de los diferentes grupos étnicos en la ciudad, es posible gracias a las formas organizativas que mantienen, y que al menos en la ciudad de México, responden a dos constantes importantes que tienen que ver, en primera instancia, con el vínculo entre la vida y la muerte (...) y segundo con la comunidad y el vínculo organizativo familiar” (Thacker: 1990; 74).

Las investigaciones surgidas a partir de la década de 1980, dejaron de lado las perspectivas que explicaban la movilidad de población indígena por cuestiones macroeconómicas, considerando que las migraciones indígenas contemporáneas responden a múltiples factores. Estos argumentos resultan difíciles de inscribir en una línea teórica debido a la diversidad de temas abordados desde entonces. Los aportes de cada uno de los estudios mencionados fueron de gran valor debido a que se comenzó a hablar de las comunidades indígenas migrantes que se extienden y resignifican más allá de sus límites geográficos.

La gran mayoría de las investigaciones antes abordadas se han enfocado en las migraciones indígenas hacia los grandes centros urbanos, por lo que se ha profundizado poco en las migraciones indígenas hacia las ciudades turísticas. Sobre las migraciones indígenas en los sitios turísticos, encontramos trabajos como el del geógrafo José Granados (2005), quien sólo se menciona que las ciudades turísticas de la Península de Yucatán, forman parte de las nuevas zonas de atracción de mano de obra indígena. Según el autor, el flujo migratorio está constituido por población masculina, la gran mayoría de los indígenas provienen del Estado de Yucatán y laboran en el sector servicios. No obstante, al ser un trabajo que aborda diferentes lugares

turísticos de la república mexicana, sólo se presentan algunos datos estadísticos generales que no abordan a profundidad el tema de la migración indígena en dichos destinos.

Por otro lado encontramos el trabajo la antropóloga Alicia Re Cruz (2005), quien plantea que la migración hacia Cancún de la comunidad yucateca de Chan Kom ha generado fragmentación social y un nuevo imaginario suscitado a partir de las lecciones ideológicas y económicas aprendidas en los centros turísticos de Quintana Roo. Elizabeth Ceh, por su parte realiza una investigación antropológica sobre la urbanización acelerada y el impacto del turismo en Playa del Carmen, poniendo énfasis en la venta de la etnicidad como consecuencia del turismo cultural en las comunidades mayas de Chemuyil y San Juan de Dios (Ceh:2004). Debido a que ambos estudios abordan algunos de los efectos causados por la migración maya hacia los sitios turísticos del Estado de Quintana Roo, no se ahonda en temas vinculados con la migración de otros grupos étnicos.

La presente tesis se enfoca en la migración de los nahuas a Playa del Carmen. Debido a que los artesanos de San Juan Tetelcingo pertenecen a una comunidad extendida a lo largo de la república mexicana y sus desplazamientos pueden caracterizarse como rural-centros turísticos. A continuación, se presentan algunos planteamientos teóricos que utilizan el concepto de comunidad extendida.

1.2. Aproximación teórica a la comunidad extendida

Los fenómenos relacionados con la recreación del sentido comunitario mas allá de los límites geográfico-administrativos impuestos por los estados nacionales, han sido abordados en la antropología mexicana desde diferentes perspectivas teóricas. Tal es el caso de las denominadas “comunidades extendidas” (Kemper :1976) o “morales” (De la Peña y Martínez:2004). En seguida se exploran las premisas teóricas que guían este tipo de enfoques y se explica de qué forma son retomados en el presente estudio.

En primer lugar resulta prudente explorar las contribuciones de Max Weber (1922) y de Anthony Cohen (1985) en torno al concepto de “comunidad”. Ambas perspectivas

resultan centrales al abordar fenómenos relacionados con la recreación del sentido comunitario. De acuerdo a Weber, las comunidades doméstica, vecinal y étnica, mantienen una cohesión interna y una solidaridad al interior sobre la base de las relaciones de piedad y autoridad. Al interior de cada comunidad se llevan a cabo relaciones de cooperación y ayuda, asimismo, se establecen límites de pertenencia, derechos y obligaciones, es decir, se establecen relaciones de solidaridad que dan cohesión al grupo y marcan los límites frente al exterior (Weber:1922)

Esta cohesión interna permite establecer una oposición respecto a otras personas que comparten el mismo sentido de pertenencia, es decir, se crea una consciencia de comunidad que permite establecer semejanzas y diferencias frente a otros. La creación de la comunidad es un proceso con connotaciones subjetivas, en otras palabras, son sentimientos de pertenencia que ayudan a marcar la diferencia frente a los otros. Siguiendo a Weber, es posible decir entonces que la comunidad no es una unidad rígida, sino que tienen límites flexibles que "(...) se adaptan a las modificaciones de los propios miembros de la comunidad y a las presiones provenientes del contexto" (Weber citado en De la Peña y Martínez:2004;90).

Por otro lado, Anthony Cohen (1985) plantea que la "comunidad" no es una entidad dada o establecida, sino que es una construcción mental y simbólica, por lo que sus miembros deben tener algo en común que los distinga de manera significativa de miembros de otros grupos, es decir, algo que anteponga límites frente a los otros. Estos límites no siempre son territoriales ni físicos sino que se encuentran en la mente de las personas que sustentan una identidad determinada. Los límites o barreras a las que refiere Cohen, son simbólicos y pueden ser imperceptibles para los miembros externos. De acuerdo a Cohen, los miembros de un grupo étnico pueden atribuir diferentes significados a los límites de su comunidad debido a que lo que comparten no son las interpretaciones de los límites, sino una serie de símbolos que no tienen que ver necesariamente con sus significados. Al igual que Weber, para Cohen la cohesión de una comunidad se funda en el sentido de pertenencia a ésta. Según Cohen pertenecemos a una comunidad después de pertenecer a la familia y antes de pertenecer a la sociedad en su conjunto. En la comunidad aprendemos a ser sociables en el sentido de que adquirimos los símbolos que nos van a permitir socializar, es decir, símbolos compartidos a los que cada individuo puede asignar diferentes significados.

Siguiendo la propuesta de Cohen, la realidad de la comunidad se refiere a su compromiso o apego a su cuerpo común de símbolos, por lo tanto, la comunidad no debe conceptualizarse en términos de localidad u homogeneidad, ya que sus límites dependen de la construcción de símbolos y no de la adscripción a un territorio. Se entiende entonces que la comunidad puede ser definida como tal, siempre y cuando sus miembros compartan un cúmulo de símbolos a los que puedan atribuirles significados distintos. Según el autor, estos símbolos se aprenden a través de la socialización pero sobre todo, se aprende la capacidad para hacer significados y atribuirselos a los símbolos.

Por otro lado, es necesario mencionar que aunque los significados atribuidos a los símbolos pueden ser diferentes de acuerdo a la experiencia individual, las interpretaciones no son arbitrarias, sino que tienden a ser elaboradas dentro de los términos característicos de una sociedad e influenciados por la lengua, ecología, tradiciones e ideología. Es por ello que los símbolos permiten que un actor sea parte de una sociedad pero también dejan abierto el espacio para que parte del significado sea atribuido a partir de la experiencia personal. Cohen propone entonces entender la comunidad no como una estructura o una institución funcional, sino como un fenómeno cultural construido por colectivos compartiendo e intercambiando recursos simbólicos.

Guillermo de la Peña y Regina Martínez consideran que la comunidad trasciende las dimensiones territoriales y los supuestos de homogeneidad y aislamiento (De la Peña y Martínez:2004;90). Para ambos autores la delimitación de la comunidad, al igual que para Cohen, es simbólica pero además hacen hincapié en que la cohesión interna de una comunidad se mantiene gracias a las redes sociales basadas en valores y símbolos compartidos. Tanto valores como símbolos compartidos y reforzados por las redes dentro y fuera de la localidad, permiten la creación de una identidad colectiva que permite que el grupo se reconozca como diferente frente al exterior. De la Peña y Martínez llevan su análisis al contexto de los migrantes indígenas urbanos, planteando el concepto de “comunidad moral”, en donde la pertenencia comunitaria trasciende la territorialidad, es decir, que los miembros de una comunidad pueden estar ubicados en territorios dispersos y compartir tanto imperativos morales, como símbolos y una identidad comunitaria que les permite establecer límites con otros grupos y excluir a los extraños (De la Peña y Martínez:2004;128). Asimismo, los autores consideran que una

comunidad moral es identificada como diferente por los grupos externos, lo cual también recrea las fronteras simbólicas de la comunidad que trasciende los territorios específicos (De la Peña y Martínez:2004;127-128).

Por otro lado, siguiendo a Cristina Oehmichen quien retoma algunos planteamientos de Micaela Di Leonardo (1981), Robert Kemper (1994) y Martha Judith Sánchez (1995), es posible decir, que las comunidades han trascendido desde hace tiempo la idea de un límite territorial. Desde su perspectiva: “Los migrantes tienden a construir “mapas étnicos” (Di Leonardo 1981), que engloban tanto al lugar de origen como a la multiplicidad de lugares en que se localizan los miembros de la red comunitaria (...) la desterritorialización física que ocurre con las migraciones, no significa necesariamente la desterritorialización en términos simbólicos expresivos. El territorio ancestral o de origen continúa siendo un anclaje al que los migrantes hacen referencia para reconstruir a la comunidad en contextos migratorios. En diversos casos, tienden a producir “réplicas” o “simulacros” del lugar de origen en sus lugares de destino (...)” (Oehmichen: 2000;54).

Oehmichen retoma los postulados de Robert Kemper, quien define a las “comunidades extendidas” como aquellas que han dejado de aludir únicamente a los límites físicos (Kemper:1994). En su estudio realizado con los migrantes de Tzintzuntzan en la Ciudad de México, el autor encontró una dificultad al intentar definir quién era residente o no de la localidad de origen, ya que cada unidad doméstica local poseía por lo menos a un miembro “extendido” viviendo fuera del poblado. Las personas que vivían fuera de los límites geográficos del lugar de origen, no dejaban de pertenecer a la comunidad ni tampoco eran considerados como migrantes, debido a que la pertenencia se sustentaba a través de las relaciones de parentesco o los vínculos afectivos con el lugar de origen. Según el autor, tanto el lugar de origen como el lugar de destino se encuentran entrelazados a través de una serie de relaciones étnicas que conforman una comunidad extendida que trasciende la territorialidad.

A partir de estos supuestos, Cristina Oehmichen plantea que a pesar de que el territorio es la parte más notable para conformar la identidad de un grupo, existen elementos simbólicos como las redes de parentesco que, sin lugar a dudas, juegan un papel fundamental para la construcción de las comunidades extendidas (Oehmichen:

2002;30). La autora considera que: “La comunidad extendida se construye a través de redes que unen a los migrantes entre sí y con quienes permanecen en el lugar natal”. (Oehmichen:2002;71).

Desde esta perspectiva, Oehmichen considera que la comunidad es: “(...) una colectividad cultural basada en un conjunto de relaciones primarias significativas en virtud de que sus miembros comparten símbolos comunes, apelan a un real o supuesto origen e historias comunes, y a las relaciones de parentesco (...) [la comunidad también es entendida] como una forma de integración social primaria que genera vínculos con carácter de primordialidad frente a otras adscripciones o pertenencias sociales” (Oehmichen:2001;18).

En la presente investigación entenderé la comunidad extendida de San Juan Tetelcingo a partir de la propuesta de Weber, Cohen, De la Peña, Martínez, Kemper y Oehmichen, debido a que a partir de ellas, la comunidad deja de ser pensada como unidad territorial para ser entendida como un “constructo cultural” que se extiende más allá de sus fronteras físicas y se define por diferentes características. En este sentido concuerdo con Maya Lorena Pérez quien señala que la comunidad se compone de características como las: “Relaciones primordiales, origen común, parentesco, imperativos morales, afectos, autoadscripción, reconocimiento, pertenencia, solidaridad, organización e identidad [las cuales], se presentan como palabras clave para entender el proceso” (Pérez:2005;-92).

Los conceptos de comunidad moral y la comunidad extendida se distinguen uno de otro porque en la primera tienen más significación las relaciones de autoridad y piedad mientras que en la segunda adquieren más importancias las de redes de parentesco y compadrazgo. El uso de ambas propuestas permite abordar el fenómeno desde un enfoque más amplio, empero, utilizaré el concepto de comunidad extendida debido a que considero que se adecua más a las características de la comunidad sanjuanense, para la cual, las redes de parentesco y compadrazgo resultan fundamentales en la promoción de movimientos migratorios y la continua reterritorialización de la comunidad. La comunidad extendida de los sanjuanenses trasciende las fronteras territoriales, ya que a pesar de que los migrantes se encuentren físicamente fuera de la localidad de origen o sus hijos nazcan fuera de ella, poseen una membrecía comunitaria vinculada a

los aspectos morales o afectivos, con los que los migrantes continúan autoadscribiéndose y siendo reconocidos por los otros individuos que la componen. Sin embargo, la comunidad no se genera en un proceso de concordia tal y como el concepto de comunidad moral sugiere, ya que la definición de pertenencia también deriva del conflicto. Como bien señala Cristina Oehmichen: “Ser parte de la comunidades es algo que se negocia y por lo cual se lucha” (Oehmichen:2002;63).

Como veremos a lo largo de esta investigación, la construcción social del sentido comunitario, de ninguna manera es homogénea, ya que en ella también se expresan múltiples conflictos entre los diferentes grupos que la conforman. En términos de Cohen, se trata de comprender la “comunidad” dando prioridad a la forma como sus miembros la experimentan, más que la morfología estructural de sus instituciones (Cohen:1985;19). Desde esta perspectiva, se desplaza la visión homogénea de la comunidad por la de una construcción imaginada en términos representacionales; se trata entonces de una construcción inacabada y abierta en constante reelaboración (Velasco: 2002). En este sentido, se entiende que los imperativos que definen a la comunidad extendida² son dinámicos, ya que habrá momentos en que unos tienen más importancia que otros dependiendo del conflicto que defina la pertenencia.

Retomando la propuesta antes presentada, propongo que tanto la comunidad de origen como las múltiples localidades de destino donde radican los nahuas originarios de San Juan Tetelcingo, conforman una sola comunidad extendida que se encuentra multilocalizada. Al interior de los lugares de destino a donde se dirige esta comunidad extendida, los migrantes desarrollan diversas prácticas que permiten la reproducción de sus unidades domésticas y la comunidad en general. En esta tesis, abordaré las rutas que llevaron a los sanjuanenses a establecerse en Playa del Carmen y la competencia por los mercados turísticos, que de alguna manera, contribuyen a la construcción de su comunidad extendida.

² Siguiendo a Maya Lorena Pérez, las relaciones primordiales, origen común, parentesco, imperativos morales, afectos, autoadcripción, reconocimiento, pertenencia, solidaridad, organización e identidad.

1.3. Economía étnica y su relación con los procesos migratorios

En este apartado se abordan algunos de los diferentes planteamientos teóricos que se han desarrollado desde las ciencias sociales, los cuales servirán como referentes para entender las particularidades de la economía étnica forjada por los nahuas migrantes en Playa del Carmen.

Los planteamientos de la Escuela de Chicago (Wirth:1988, Redfield:1975), la Escuela de Manchester (Gluckman:1963) y posteriormente los enfoques de corte económico e individualista, como la teoría “neoclásica” (Todazo y Maruszko citados en Durand y Massey: 2003;14), fueron el preámbulo de los planteamientos sobre las “enclaves étnicos” y posteriormente de las “economías étnicas”.

Los teóricos de los “enclaves étnicos” y las “economías étnicas” retomaron los postulados de la “teoría de los mercados segmentados de trabajo”³, que planteaba que la migración era consecuencia del desempleo o bajos salarios de las sociedades expulsoras de mano de obra migrante, así como de la constante demanda de fuerza de trabajo por parte de las sociedades receptoras. Según Durand y Massey: “La demanda de fuerza de trabajo inmigrante también surge de la dualidad inherente al trabajo y al capital (...) que se extiende a la fuerza de trabajo y forma un mercado laboral segmentado. Los salarios bajos, las condiciones inestables y la falta de posibilidades de movilidad razonables en el sector secundario impiden o dificultan la atracción y contratación de trabajadores nativos. Éstos son más bien atraídos por el sector primario, intensivo en capital, en el que los salarios son más altos, hay estabilidad laboral y existe

³La teoría de la segmentación de los mercados es un marco analítico de referencia que permite estudiar la inserción laboral de los extranjeros en el país de destino. Este marco analítico no está vinculado con lo que la economía conoce actualmente como la separación de actividades por sectores primario (transformación de los recursos naturales en productos primarios no elaborados), secundario (transformación de alimentos y materias primas), terciario (abastecimiento a la demanda del sector de servicios) y cuaternario (investigación, desarrollo, innovación). El marco al que hacemos alusión está vinculado con las percepciones de Piore (1979), quien plantea que la dinámica del capitalismo moderno conduce a un mercado dual de trabajo, en el que el sector primario (o moderno) y secundario (tradicional) conviven. Siguiendo los postulados de dicha teoría, el sector primario comprende a las industrias que emplean alta tecnología en los procesos de producción y es caracterizado por sus puestos de trabajo remunerados y buenas condiciones laborales. En contraste, el sector secundario (tradicional) abarca a las industrias que no cuentan con la capacidad para incorporar tecnología moderna a los procesos de producción y es determinado por la inestabilidad, los bajos sueldos, los beneficios limitados y las arriesgadas condiciones de trabajo. Según, Piore, éstas características tienden a producir insuficiencia de trabajadores en el sector secundario por lo que los empleadores contratan trabajadores inmigrantes para cubrir los puestos de ese sector.

la posibilidad de mejoras ocupacionales” (Durand y Massey: 2003;19-20). Lo anterior nos sugiere que la demanda de fuerza de trabajo para el sector secundario es cubierta entonces por los migrantes, ya que son parte de una mano de obra fluctuante, temporal y estacional, en donde existe inestabilidad y bajos salarios.

Siguiendo a Jorge Durand, por lo regular los trabajadores del sector primario están sindicalizados o altamente profesionalizados y sus empleadores asumen los costos que corresponden a una incapacidad o jubilación. De igual forma, el sector primario puede obtener altos salarios y mejorar su situación ocupacional (Durand: 2000;20). Mientras que los trabajadores del sector secundario generalmente obtienen trabajos no calificados e inestables, por lo que pueden ser despedidos en cualquier momento sin que el patrón se vea obligado a compensarlos económicamente. Asimismo, el sector secundario posee pocas posibilidades de movilidad social.

Guiados por la lógica de los mercados segmentados de trabajo, Alejandro Portes y Robert Bach (Portes y Bach 1985 citado en Durand:2003; 21), realizaron una investigación con las empresas de cubanos en Miami en donde evidenciaron un tercer sector al que, denominaron “enclaves étnicos”, los cuales, poseen características del sector secundario como los bajos salarios, la explotación y las condiciones inestables en el trabajo. No obstante, las economías de enclave étnico también reproducen algunos rasgos del sector primario, ya que en los casos en que los migrantes empresarios contratan coétnicos, los trabajadores tienen la posibilidad de un ascenso económico real debido a la acumulación de experiencia que en cierto momento les permitirá independizarse económicamente. Según la propuesta de los autores, los enclaves étnicos se concentran en un espacio territorial determinado en donde abastecen a su propio mercado étnico (Portes:1985).

Por su parte, Mónica Buckley (2007) elaboró una investigación realizada sobre los comercios étnicos en Madrid, señalando que: “Las empresas [étnicas] están concentradas en el espacio, lo que provoca la atracción tanto de proveedores como de clientes y genera un importante efecto multiplicador de las actividades económicas para este enclave. Además de un nicho ocupacional en el que el grupo étnico ha asegurado cierta actividad de influencia, el enclave adopta la fisonomía del nicho que permite el aprendizaje de un oficio con las facilidades que esto supone a la hora de generar con

posterioridad actividades autónomas, por lo que tendría la virtud de ofrecer a los inmigrantes posibilidades para el ascenso social y se presentaría como una alternativa al mercado laboral dual” (Buckley:2007;105-106).

Siguiendo a Portes y a Bach, los enclaves étnicos demandan fuerza de trabajo migrante debido a que son escasas las posibilidades de que los nativos acepten los bajos sueldos y las condiciones de trabajo (Portes y Bach:1985 citados en Durand y Massey:2003). Empero, el migrante acepta el trabajo generado por el enclave étnico debido a que podrá acumular capital humano y social⁴ con el que después obtendrá ventajas, como la independencia y la movilidad social. Según Durand y Massey: “Al mismo tiempo, las redes sociales y las relaciones personales entre los distintos empresarios (una forma de capital social) atraen nuevos inmigrantes con profesiones independientes para iniciar pequeños negocios y se espera que, una vez establecidos, estos empresarios ayuden y promuevan la llegada de nuevos inmigrantes (...) así se origina una fuente estructural independiente de demanda de fuerza de trabajo inmigrante, que se complementa con la emanada del sector secundario” (Durand y Massey:2003:21-22). Se entiende entonces, que los trabajadores migrantes están dispuestos a aceptar incluso condiciones de empleo poco favorables a cambio de que con el tiempo adquieran la posibilidad de abrir su propio negocio en donde laboren personas que formen parte de su red social.

El concepto de economía étnica derivó de las investigaciones sobre los enclaves étnicos compuestos por minorías de intermediarios migrantes en las sociedades de destino. Siguiendo a Magdalena Barros, éstas explicaciones demostraban que las minorías étnicas tenían cierta inclinación a trabajar por su cuenta debido a atributos culturales que les eran propios, asimismo, se consideraba que la tradición empresarial en los individuos era un factor importante para entender a las minorías de intermediarios (Barros:2003;8).

Empero, Ivan Light y Carolyn Rosenstein (1995) realizaron una investigación sobre empresarios cubanos en Estados Unidos en la que argumentaron que no son suficientes las explicaciones culturales, debido a que encontraron empresarios que no

⁴ Los conceptos de capital social y humano serán abordados más adelante.

contaban con experiencia comercial o empresarial en su lugar de origen pero que lograron desarrollar sus negocios exitosamente en Estados Unidos.

El concepto de “enclaves étnicos” propuesto por Robert Bach y Alejandro Portes (1985: citados en Durand:2003; 21), sólo se refería a los negocios de inmigrantes en los que los empleadores y los trabajadores eran coétnicos, por lo que su propuesta no incluía el autoempleo debido a que al enfocarse en la teoría de la segmentación del mercado laboral, sólo les interesaba el sector de los empleados. Posteriormente, Alejandro Portes amplió su perspectiva del enclave inmigrante para incluir el autoempleo al mercado de trabajo. Portes planteó que los enclaves inmigrantes tenían dos características: la agrupación espacio-territorial y los numerosos negocios propiedad de inmigrantes que empleaban a muchos trabajadores coétnicos (Portes:1981 citado en Light y Gold:2000;13). No obstante, a pesar de que la nueva conceptualización incluyó el autoempleo, se continuaba poniendo el énfasis en la numerosa cantidad de empleados, haciendo de lado, al autoempleado que no tenía trabajadores (Light y Gold:2000; 13).

Posteriormente, autores como Edna Bonacich y Jonh Modell (Bonacich y Modell 1981 citado en Light y Gold:2000:9) plantearon lo que se denominó “economía étnica”, término que explica la capacidad de la economía de enclave para generar más capital para los participantes del que habrían sido capaces de obtener sin la estructura de enclave para apoyarlos (Light y Gold:2000;15). Desde este punto de vista, la economía de enclave inmigrante se convirtió en un caso especial de la economía étnica, ya que no todas las economías étnicas están necesariamente agrupadas en un centro territorial. “En otras palabras, una economía de enclave étnico requiere una agrupación local de empresas, la interdependencia económica, y empleados, mientras que una economía étnica no requiere ninguno de estos. Por consiguiente, se concluye que hay menos economías de enclave étnico que economías étnicas” (*Traducción propia*) (Light y Gold: 2000; 15).

De acuerdo a Edna Bonacich y Jonh Modell, la economía étnica: “(...) es aquella compuesta por un grupo étnico o de inmigrantes autoempleados, sus empleadores, sus empleados coétnicos y sus trabajadores familiares sin paga” (*Traducción propia*) (Bonacich y Modell 1981 citado en Light y Gold:2000:9).

En una investigación realizada por Sonia Parella sobre los comercios étnicos en Barcelona, se menciona que el uso del término “étnico” se justifica por los canales a través de los que se financian. La autora señala que: “Las dificultades para tener acceso a las instituciones crediticias formales, principalmente por falta de recursos de clase (capital financiero, propiedades, nóminas con contrato indefinido, familiares que puedan avalar...), no les deja otra opción que recurrir a su propios ahorros o a pedir dinero a familiares o amigos” (Parella: 2005; 272).

Al respecto, Ivan Light menciona que el autoempleo a través de la economía étnica permite que los inmigrantes superen las desventajas y la exclusión, así como la negociación de los términos de su participación en el mercado laboral de la sociedad (Light: 2004 y 2005 citado en López:2007). En esta investigación se retoma el concepto de economía étnica debido a que el grupo de artesanos que imparten clases de pintura en los hoteles, no está concentrada en un solo territorio, se autoemplean y emplean a sus coétnicos o no coétnicos con el objetivo de controlar sus propios mercados a través del uso de sus recursos sociales y culturales.

Ivan Light y Steven Gold propusieron que las economías étnicas poseen dos sectores contradictorios: la propiedad y el control. La economía de propiedad étnica está compuesta por el empleador, un empleado coétnico, el trabajo familiar no pagado y la identidad étnica de todo el grupo, mientras que en la economía étnico-controlada, los coétnicos disfrutan de cierto poder gracias a su cantidad, agrupación, organización, poder político o las cuatro, características, que pueden influir en la posibilidad de obtener más y mejores trabajos, reducir el desempleo, mejorar las condiciones de trabajo y acelerar la movilidad económica de los participantes, así como del grupo étnico al cual pertenecen (Light y Gold:2000; 23). Según los autores, ambas economías no están agrupadas necesariamente en un mismo espacio (Light y Gold: 2000;23-25).

En esta investigación se utilizarán los planteamientos de Light y Gold, quienes mencionan que: “Las economías étnicas tienen tres formas de recompensar a sus participantes. Estas formas son: la creación de trabajo, la captación de trabajo y la movilidad acelerada” (Light y Gold:2000;55). En este sentido, se entiende que a pesar de que los trabajadores de una economía étnica mantienen aspectos del sector secundario del mercado, como los bajos sueldos o las malas condiciones de trabajo,

también poseen algunas características superiores a las del sector primario, ya que sus trabajadores tienen la posibilidad de acumular capital humano, con el cual podrán independizarse y abrir sus propios negocios en un futuro, con los que también podrán obtener mejores ingresos y condiciones laborales.

En esta investigación se considera que la propuesta de Light y Gold, es útil para explicar que al interior de la comunidad extendida de los sanjuanenses, existe una economía étnica que hace uso de sus distintos recursos inherentes al grupo étnico. En este sentido, algunos autores (Young:1971, Light:1984, Modell:1985, citados en Light:1995;22) han mencionado que una economía étnica compuesta por migrantes, tiene éxito debido al uso de sus recursos étnicos. Ivan Light y Edna Bonacich definen los recursos étnicos como: “(...)aquellos elementos socio-culturales que ayudan o benefician en el éxito de los negocios” (*Traducción propia*) (Light: 1998; 78). Retomando a Ivan Light y a Steven Gold: “Los recursos étnicos son características de un grupo que los coétnicos utilizan en la vida económica o de los cuales derivan un beneficio económico. Estas características incluyen habilidades identificables, técnicas organizacionales, solidaridad reactiva, orientación de estancia y otras características basadas en la tradición y la experiencia del grupo (...) Los académicos ofrecen dos interpretaciones de cómo la membresía en un grupo étnico puede producir recursos económicos. Una perspectiva resalta las habilidades únicas y perspectivas compartidas por los miembros de un grupo étnico en su tierra natal o enclave: la “caja de herramientas” de símbolos, historias, rituales y visión del mundo que la gente puede usar en configuraciones variables para dirigir la acción y resolver diferentes tipos de problemas” (*Traducción propia*) (Light y Gold: 2000:105-107).

De esta forma, se entiende que los recursos étnicos pueden ser utilizados por los migrantes que comparten una identidad étnica, ya que su cultura los provee de habilidades específicas y prácticas que les permiten delinear los lazos de solidaridad, lealtad y confianza, con los cuales, se construye una economía étnica. Cabe destacar que todas las personas que forman parte de una economía étnica, hacen uso tanto de sus recursos étnicos como de las diferentes formas de capital que posean.

Ivan Light y Steven Gold mencionan que una economía étnica está basada en diferentes tipos de capital como lo es el financiero, el humano y el capital social. Según

los autores, la forma clásica de capital es el financiero, el cual, está compuesto por el dinero y la riqueza. El capital financiero, permite generar la base material de los empresarios étnicos que inician un negocio con el que se generará la posterior economía étnica.

Ellinor Ostromyt ha definido el capital humano como: “(...) el conocimiento y las habilidades adquiridas que el individuo lleva a una actividad. (...) El capital humano se forma conscientemente mediante la educación y la capacitación e inconscientemente a través de la experiencia” (Ostromyt: 2003; 160). Siguiendo este postulado, el capital humano corresponde a la acumulación de conocimiento o experiencia que permitirá que un sujeto acceda a un mercado de trabajo específico. Citando a Light y Gold: “El capital humano significa la inversión de un individuo en la productividad personal. La productividad es la habilidad de una persona para agregar valor a través del trabajo. La educación y la experiencia laboral son las formas básicas de capital humano(...) los que tienen capital humano son empresarios más efectivos que los que carecen de él. El capital humano mejora la productividad de los empresarios así como la de sus empleados” (*Traducción propia*) (Light y Gold: 2000; 87).

Por su lado, el capital social está vinculado con las redes migratorias que permiten que los migrantes se conectan a otros migrantes. Pierre Bourdieu señala que el capital social es: “(...) el agregado de los recursos reales o potenciales que se ligan a la posesión de una red durable de más o menos relaciones institucionalizadas de conocimiento y reconocimiento mutuo” (*Traducción propia*) (Bourdieu: 1983; 248). Según Bourdieu, la importancia del capital social deviene de su convertibilidad, es decir, que una vez que un actor accede a los vínculos sociales de su red, es posible que posteriormente acceda a otras formas de capital (como el económico, el simbólico, el cultural o el humano).

En esta investigación se retomarán ambos enfoques con la finalidad de entender la convertibilidad y acumulación del capital social y humano que los nahuas de San Juan Tetelcingo han experimentado en su proceso migratorio. Esta propuesta, también permite entender cómo se relaciona la convertibilidad de capitales con el funcionamiento de su sistema de producción y comercialización artesanal en los hoteles donde laboran.

Siguiendo ésta proposición, Light y Gold señalan que la forma más simple de capital social es una red social de lazos fuertes y débiles. Según los autores: “La contribución de las redes sociales al desarrollo de negocios es el descubrimiento de investigación más importante de la última generación. Los empresarios hacen importante y extensivo uso de las redes sociales cuando empiezan y dirigen un negocio. A diferencia del capital financiero, que se agota por su uso, el capital social se incrementa con el uso. A diferencia del capital humano, el cual un aprendiz absorbe, el capital social se mantiene como un recurso externo” (*Traducción propia*) (Light y Gold: 2000; 95).

Las redes sociales orientadas étnicamente, posibilitan una rápida transmisión de información para los empleados y el fácil acceso a una fuente de mano de obra barata - sin contrato- integrada por los coétnicos del empleador. De igual forma, las redes sociales permiten que los nahuas se protejan entre sí, ya que también dan acceso a mayores recursos de un amplio sistema de relaciones sociales. Los empresarios de San Juan que habitan en Playa del Carmen se autoemplean y emplean a sus coétnicos como una estrategia que no sólo les permite sobrevivir fuera de la comunidad, sino que también les genera más ganancias económicas. Se entiende entonces, que las redes sociales han sido fundamentales para la creación de la economía étnica de la comunidad extendida de San Juan Tetelcingo.

Por otro lado, está tesis también utilizará la propuesta elaborada por Magdalena Barros (2003), quien señala en su investigación enfocada en los empresarios salvadoreños y mexicanos de la ciudad de los Angeles, California que: “Los empresarios étnicos se distinguen unos a otros construyendo escaleras que permite a los nuevos abrir y crear sus propios negocios, muchas veces subcontratando o formando parte del negocio. El tipo de beneficios obtenidos pueden ser la existencia de trabajadores especializados y mano de obra barata, acceso a abastecedores de mercancía y servicios y acceso a información” (Barros:2003;9).

Lo anterior sugiere que los trabajadores inmigrantes que son coétnicos de sus empleadores, capitalizarán las diferentes formas de capital social, humano y cultural acumulado, para posteriormente iniciar una nueva empresa de propietarios étnicos, que con el tiempo tendrá la posibilidad de convertirse en una economía étnico controlada. Ambas economías resultan antagónicas, pues en una el control de los recursos es

mantenido primordialmente por el dueño del negocio y en la otra por los trabajadores. Empero y como se demostrará en esta tesis, ambas pueden coexistir momentáneamente antes de crear fracturas que dinamizan el sistema.

Finalmente, cabe señalar que la teoría de la economía étnica comúnmente se ha abordado desde la perspectiva de la migración internacional y rara vez, desde una perspectiva de migración interna, como será el caso analizado en esta investigación a partir de dichos supuestos.

1.4. Migración nahua en Playa del Carmen: reciprocidad y confianza en las redes sociales

En esta investigación se considera pertinente retomar algunos de los planteamientos teóricos que explican la conformación del sistema de redes de relaciones sociales que construyen los migrantes para acceder a una serie de recursos que les permite, entre otras cosas, constituir o participar dentro de un nicho laboral en un lugar determinado.

Existen diferentes investigaciones que abordan el tema de las redes sociales basadas en las relaciones de intercambio y reciprocidad, tal es el caso, de la investigación de Larissa Lomnitz (1998) en una barriada del Distrito Federal en donde se estudian las redes sociales utilizadas por los migrantes para hacer frente a la marginalidad. Otros investigadores han planteado que las redes sociales no siempre benefician de forma similar a todos los participantes del sistema, como lo es el caso de la investigación de Franklin Ramírez y Jaques Ramírez (2005), quienes observan algunas relaciones de explotación al interior de la red.

Para el caso particular de los nahuas de Ameyaltepec, Catharine Good (1988) describió la existencia de relaciones recíprocas o no monetarias, en donde subraya que en la comunidad existe lo que ella denomina “ayudas”, que son devueltas en el futuro y que forman parte de un sistema organizativo que permite la conservación de ciertos rasgos étnicos: “A través de los años las familias de Ameyaltepec “ayudan” a otras que pueden ser parientes, compadres, vecinos, o simplemente, amistades. “Ayudar” consiste en prestar bienes, el uso de animales y trabajo humano, con la seguridad de poder contar

con la misma “ayuda” en el futuro. Puesto que el pueblo está organizado por grupos domésticos compuestos de familias extendidas, esta “ayuda” se presta y se devuelve a nivel de unidades domésticas, no de individuos; cualquier miembro del grupo puede actuar dentro del arreglo recíproco “por parte de” hombres y mujeres mayores dentro de la casa. (...) si por cualquier motivo un individuo no puede cumplir, algún miembro de su unidad se hará responsable” (Good:1988; 163-164).

Durante mi trabajo de campo, identifiqué un sistema organizativo similar al de los nahuas de Amayeltepec, en el sentido de que los sanjuanenses prestan ayuda a nivel de unidades domésticas y de producción artesanal, por lo que es imprescindible no perderlo de vista al analizar la particularidad de las redes sociales de los migrantes.

Para ejemplificar lo anterior, se puede retomar el ritual del “vestido”⁵ en San Juan Tetelcingo, ya que es uno de los eventos rituales en los que se evidencia la participación de algunas personas que forman parte de la red social del nahua al que le toca “vestir” al niño. Un momento emblemático para ilustrar las “ayudas” de las que habla Catherine Good, es la preparación de los alimentos para el ritual, ya que en ella participan las mujeres que son familiares, comadres o amigas de los padrinos. Estas mujeres llegan desde temprano y participan en toda la elaboración de los alimentos que se van a ofrecer -los tamales, el caldo de pollo, etc.- y sus esposos ayudan en las tareas complementarias -prender la leña, cargar las ollas, etc.-. Según me explicaron algunos de mis informantes, queda implícito que la ayuda que recibieron será devuelta en un momento dado, es decir, que cuando le toque “vestir” a alguno de los que participaron en la elaboración de los alimentos rituales, los que recibieron el apoyo tendrán que devolverlo. Si en ese momento no se encuentra en San Juan la persona que recibió la ayuda debido a que migró a otro sitio, entonces, ésta será devuelta por alguna persona de su red de familiares que sí se encuentre en la localidad. En caso de que no sea posible ésta última opción, se entiende que será devuelta de alguna otra manera.

Este fenómeno es muy relevante para esta investigación, ya que a través de este sistema se podrán entender las reciprocidades que, como veremos más adelante, son

⁵ Cuando se acepta ser padrino de un niño, se adquiere inmediatamente la responsabilidad de comprar un atuendo al ahijado que incluso se le puede entregar cuando ya se es adulto, por que está socialmente permitido hacer el ritual hasta que los padrinos cuenten con los recursos económicos necesarios.

reproducidas en la comunidad extendida de San Juan Tetelcingo. Antes de pasar a dicha tarea, en este apartado se realiza una breve exploración de distintos enfoques teóricos que han analizado el funcionamiento de las redes sociales y los recursos que se desprenden de las mismas.

Una propuesta pionera en el campo de la redes de reciprocidad para el caso específico de México, es la de Larissa Lomnitz en su libro titulado *Cómo sobreviven los marginados* (1998), en donde postula que la reciprocidad es una forma de intercambio diferente a los de mercado. Lomnitz basa su propuesta en la teoría sustantivista de la antropología económica que Karl Polanyi y George Dalton definen como la economía de la no formalidad, en la cual las estructuras sociales de producción, distribución y circulación de bienes son características de una sociedad y de un contexto determinado (Lomnitz: 1998; 203-204).

Este enfoque teórico, propone que las redes de reciprocidad están sustentadas en la confianza, la cual, es definida por Larissa Lomnitz como: "(...) la cercanía psicosocial *real* o efectiva entre individuos específicos, en contraposición con la relación *formal* o ideal entre categorías sociales. Esta última representada por el parentesco, o por rituales diádicos de amistad (compadrazgo, el privilegio del tuteo, etc.); en cambio, la confianza corresponde a una evaluación subjetiva, personal y momentánea, que hace cada participante con respecto al status real de su relación" (Lomnitz:1998;210).

Se puede entender que a partir de la confianza entre actores y grupos sociales con intereses comunes, se aportará un tipo de ayuda generalizada en donde el intercambio no monetario se recibirá de vuelta en un momento determinado. Este fenómeno no es aislado en los procesos migratorios, ya que Lomnitz detectó este tipo de solidaridades en una colonia de migrantes en el Distrito Federal, lo cual, explica que las redes sociales permiten sobrevivir en ciertas situaciones de marginalidad. Siguiendo a Lomnitz, tenemos que: "(...)es vital que el individuo tenga un grupo de parientes o amigos *de confianza*, con quienes pueda contar en las emergencias de la vida, y para satisfacer sus necesidades diarias. Según el grado de confianza, cada pariente o amigo puede servir para entablar una relación de reciprocidad diferente: unos para préstamos, otros para grandes emergencias, otros para confidencias o información" (Lomnitz:1998;214).

Por otro lado, Lomnitz considera que las redes de reciprocidad dentro de los grupos sociales, permiten la existencia de diferentes tipos de intercambios, los cuales ayudan a sus miembros a enfrentar con éxito su marginalidad económica. De esta forma, las redes de reciprocidad permiten a los individuos obtener información certera, préstamos de dinero, alimentos, o servicios, ayuda para obtener empleo, apoyo psicológico, etc.: “(...) estas redes de intercambio representan el mecanismo socioeconómico que viene a suplir la falta de seguridad social, remplazándola con un tipo de ayuda mutua basado en la reciprocidad (...)La función económica de la red de intercambio se limita a producir seguridad: es un mecanismo de emergencia, necesario por que ni el intercambio de mercado ni la redistribución de recursos a nivel nacional garantizan la supervivencia” (Lomnitz:1998;269).

En el caso de esta investigación encontramos que los migrantes usan las redes sociales para obtener mejores condiciones laborales o de salario durante su primer viaje, por lo que podría considerarse como una estrategia de sobrevivencia que posiblemente proporcionará mejores condiciones para aquellos migrantes que lleguen posteriormente. Sonia Parella (2003), plantea en su investigación enfocada en los comercios étnicos originarios de China, Paquistán, Ecuador, Perú y Colombia en España, que las redes de migrantes constituyen una forma de capital social que permite que los migrantes accedan a un empleo en el lugar de destino y además, facilita la subsistencia de aquellos que permanecen con la comunidad de origen: “Estos planteamientos permiten explicar la persistencia de los flujos migratorios a pesar de las situaciones de crisis económica, dado que las redes crean su propia demanda de inmigrantes, independientemente de la coyuntura” (Parella: 2003;94).

Por otro lado, Jorge Durand menciona que: “Los migrantes se concentran, se agrupan como una medida de táctica y defensa y sobrevivencia, no necesariamente van en busca de un mejor salario o mejores condiciones laborales. (...) Las redes de relaciones sociales impactan directamente en la disminución del riesgo y el costo al cruzar la frontera; en el financiamiento del viaje, en el lapso de tiempo que el migrante tiene que esperar para encontrar el trabajo, en las facilidades y comodidades de una primera instalación, y finalmente en la culminación de los objetivos buscados” (Durand: 2000; 250-253).

Siguiendo los planteamientos de Durand, es posible decir que el sistema de redes y reciprocidades está permeado y orientado por un conjunto de relaciones sociales y simbólicas, que pueden clasificarse dependiendo de los diferentes niveles de interacción y cercanía social entre los actores sociales -familiares, amigos, paisanos e identidad étnica- (Durand: 2000; 258). De esta manera, se entiende que según el nivel de interacción social, el tipo y flujo de recursos utilizados para el funcionamiento de las redes, tendrán fundamentos diferentes. Mientras que a nivel familiar la reciprocidad prácticamente es una norma, el cambio de contexto y las experiencias de exclusión social al interior de un grupo orientado étnicamente, pueden ser determinantes para que dos personas comiencen a participar en un sistema de reciprocidad basado en la confianza.

La propuesta desarrollada por Durand, sugiere la existencia de cuatro niveles de cercanía social que determinarían el tipo de recursos que se establecen y fluyen entre los participantes. El nivel de relaciones familiares está definido por una serie de interacciones más cercanas o estrechas y regularmente son de carácter igualitario, este nivel abarca a las familias nucleares y extendidas, así como a los parientes más cercanos. El nivel de relaciones de amistad está basado en el compañerismo o camaradería, son de carácter individual y se dan entre iguales, este nivel le sigue a las relaciones familiares, debido a que los lazos de amistad también establecen ciertos grados de confianza. El nivel del paisanaje tiene que ver con la identidad compartida por un grupo que proviene del mismo lugar de origen, en este nivel las relaciones pueden establecerse entre diversos estratos y posiciones sociales. Finalmente, en el nivel de la identidad étnica⁶ se generan vínculos de solidaridad, camaradería y espontaneidad, entre grupos que probablemente no provengan del mismo lugar de origen pero compartan un nivel de pertenencia más amplio, tal es el caso, de los mexicanos que se identifican con un mismo país de origen sin que hayan nacido en el mismo estado, colonia o red de parentesco (Durand:2000;258). Desde la perspectiva aquí abordada,

⁶ Según Laura Velasco, la etnicidad (o identidad étnica) es un proceso que se define históricamente como cambiante en cada situación e involucra la construcción de los significados de las diferencias culturales, es una comunión que constituye el "nosotros" derivado en un sentido de pertenencia hacia un colectivo, o comunidad, lo que implica un actuar frente a "otros" (Velasco:2002;23). Por otro lado, Fredrik Barth (1976) señala que la etnicidad se centra en las significaciones sociales de determinados grupos, que hacen que se apropien del mundo frente a otros.

en los diferentes niveles existen relaciones de poder verticales y horizontales, sin embargo, es en los últimos dos niveles es donde se hacen más evidentes debido a que la consecución específica de fines será determinante. Los diferentes niveles de interacción se rigen por lo que Marshall Sahlins denominó reciprocidad (Sahlins 1969 citado en Vélez:1993), que posteriormente retoma Larissa Lomnitz para plantear lo que ella concibe como redes de reciprocidad.

En términos de Sahlins, se pueden distinguir al menos dos tipos la reciprocidad, la de tipo generalizada y la equilibrada: “[1]La reciprocidad generalizada es un intercambio en el cual la gente se da entre sí bienes materiales, favores o trabajo sin esperar nada en respuesta en ese momento ni en el futuro inmediato. [2] La reciprocidad equilibrada es un intercambio en el cual los buenos puntos, favores o trabajo tienen un valor preciso y el intercambio recíproco es equivalente a lo recibido y se realiza sin demora” (Sahlins 1969 citado en Vélez: 1993; 27)

Siguiendo los presupuestos de Marshall Sahlins, Jorge Durand define tres tipos de reciprocidad en un contexto migratorio y en los que la cercanía o confianza serán determinantes. En este sentido plantea: 1) la reciprocidad generalizada, 2) la equilibrada y 3) la negativa. Según Durand: “La reciprocidad generalizada en su forma más pura es la que se da en el ámbito familiar, donde no se espera devolución” (Durand: 2000; 258). La reciprocidad generalizada, es aquella en la que mientras más cercanos sean los vínculos familiares, se reconoce que la contribución realizada apoyará una causa común. Cabe señalar que en este tipo de reciprocidad, también pueden participar amigos con los que se mantenga una relación muy estrecha o los lazos de confianza sean muy fuertes.

Desde la perspectiva de Durand, tanto la reciprocidad generalizada como la equilibrada se presentan durante la primera fase migratoria, aunque desde mi punto de vista, también se puede presentar en la segunda fase. Se distingue una de otra por el tipo de apoyo y generosidad mutua, ya que una vez que los familiares o amigos han incursionado a un nuevo lugar de destino, tienen una serie de deberes que deben cumplirse o de lo contrario entrarán a la fase de reciprocidad equilibrada, que es donde se demanda un tipo de compensación. Durand ejemplifica diciendo que: “El migrante ya instalado proporciona casa y comida a un pariente, amigo o paisano, pero requiere de

un apoyo económico para pagar la renta y solventar los gastos. (...) En este caso el capital social tiene la capacidad de convertirse en capital financiero” (Durand: 2000; 259).

La reciprocidad negativa se presenta cuando se requiere el pago inmediato de cierto servicio, por lo que: “Se trata de una transacción fuera del mercado pero que exige una contribución monetaria previamente acordada. (...) El caso más común es el de los pagos que suelen hacerse cuando un migrante consigue trabajo por medio de una relación distante o de un intermediario que le facilita el acceso” (Durand: 2000; 259). En esta investigación coincido con la propuesta general de Durand, no obstante, me parece un tanto desafortunado que adjective como negativa el tercer tipo de reciprocidad. Desde mi perspectiva, ésta reciprocidad no puede calificarse como negativa, ya que gracias a esta mediación la persona puede conseguir un empleo que de otra manera, le hubiera sido mucho más difícil encontrar. En este caso, el migrante sabe o se imagina que tendrá que pagar de alguna forma, aunque no sabe con claridad cómo ni cuando. Esto puede variar dependiendo de la cercanía social, por ejemplo entre familiares es raro que se cobre de forma monetaria, pero entre paisanos no resulta extraño. Sin embargo, aquí es donde se hace relevante el paisanaje y la etnicidad, ya que de lo contrario, la persona no hubiera podido entrar a esa red primaria que le ayudaría a llegar a su lugar de destino, vestir, comer y conseguir un empleo. De alguna manera, el paisanaje y la etnicidad son credenciales que permiten acceder a recursos que finalmente tienen que ser devueltos. Desde mi perspectiva, una reciprocidad “negativa” aparecería cuando la participación en las “ayudas” o “favores” afecta negativamente a los migrantes, es decir, que en términos de beneficios sería más conveniente salir del sistema siempre y cuando, el costo social de esta salida no sea tan elevado como para quedar totalmente excluido de las redes sociales que podrían necesitarse en un futuro.

Debido a lo anterior, no utilizaré término de reciprocidad negativa para el caso de los migrantes de San Juan Tetelcingo en Playa del Carmen, sino que recurriré a lo que he denominado reciprocidad por normas sociales y reciprocidad por expectativas. En la primera es indispensable el paisanaje y la identidad étnica para entrar al sistema, por lo que no se puede entender como una reciprocidad negativa ya que beneficia a los sujetos para acceder al mercado laboral, vivienda, etc. La reciprocidad por expectativas se presentará cuando el migrante -que comparte el paisanaje o la identidad étnica-

entra al sistema y una vez que conoce perfectamente el funcionamiento de dichos mercados, decide alejarse de las redes de los paisanos que lo incursionaron en la empresa como una estrategia que le permitirá continuar en los mercados laborales, utilizando su capital social y humano para independizarse en un futuro. Las personas que se independizan no rompen las relaciones sociales con las personas que les ayudaron a migrar en un primer momento, asimismo, una vez que abren su propio mercado laboral integran a otras personas de su red social con quienes comparten la identidad étnica, ayudándolas a conseguir empleo, vivienda y alimentación.

Cabe mencionar que las redes sociales de los migrantes, se basan en los niveles de interacción determinados por la cercanía social y los niveles confianza que mantengan los actores sociales. En este sentido, Carlos Vélez plantea en su libro *Lazos de Confianza. Los sistemas culturales y económicos en las poblaciones de los Estados Unidos y México* (1993), que la idea de confianza puede variar según las relaciones sociales -iguales o desiguales-, por lo que los tipos de reciprocidad -generalizada, equilibrada, por normas sociales o por expectativas- pueden presentarse no sólo entre diadas sino también en contactos que van más allá de las relaciones establecidas o bien conocidas (Vélez: 1993; 27).

Según entiendo, esto es posible a través del paisanaje o etnicidad que permiten que una persona del mismo grupo pueda beneficiarse de las redes sociales aunque no haya establecido previamente una relación cara a cara con los demás actores que las conforman, siempre y cuando acredite su pertenencia o su ciudadanía podrá establecer relaciones de confianza más fácilmente con personas de su pueblo o grupo étnico.

Siguiendo a Carlos Vélez, la confianza es: “(...) una ideación cultural en la que se encuentran contenidos numerosos factores; entre ellos, la buena voluntad de personas dispuestas a establecer una relación recíproca. (...) el término confianza significa generosidad e intimidad, así como una inversión personal en los otros; también indica disposición de establecer dicha generosidad e intimidad” (Vélez: 1993;26-27). Esta definición de confianza es crucial para entender las disposiciones que tienen los sanjuanenses para establecer un intercambio de reciprocidad durante sus migraciones.

Según los planteamientos de Vélez, existen tres tipos de confianza que determinarán las relaciones que formarán parte de las redes sociales y en las cuales, no es posible que exista un continuum, ya que todas pueden verse interrumpidas: “Al principio las relaciones estarán señaladas por una “confianza abierta”, en la cual tanto es indeterminado e incierto que los actores se dan uno a otro un amplio margen para errores y pasos en falso. (...)Sin embargo, una vez establecida, esa confianza no será necesariamente a perpetuidad. (...)Empero, como se espera que existan relaciones de confianza entre amigos y que la naturaleza de los intercambios sea relativamente definida, estas relaciones de confianza se introducen en relaciones ya establecidas de “confianza cerrada”, tales como aquellas entre parientes, o en otras relaciones abiertas de confianza.” (Vélez: 1993; 29-30).

A partir de lo anterior, se entiende que la confianza abierta se establece con mayor facilidad entre paisanos y grupos étnicos en contextos migratorios, es una forma de hacer frente a la exclusión social, de establecer los primeros contactos que después pueden devenir en una serie de intercambios y transacciones que incluyen las relaciones sociales y lo monetario. Tal sería el caso de los sanjuanenses que dan clases de pintura en los hoteles de Playa del Carmen, quienes en ocasiones contratan a sus paisanos en primer lugar porque les tienen confianza, pero además porque saben que es más fácil tratar con ellos debido a la cercanía cultural. Esto implica que en ocasiones ambas partes se beneficien, por ejemplo, si el empleador/coétnico no tiene dinero para pagar el salario, el trabajador/coétnico puede comprender la situación y conformarse con la comida y el techo que le proporcione su empleador. Pero de igual manera, el trabajador/coétnico puede faltar en ocasiones aduciendo a cuestiones familiares o comunitarias -como puede ser la fiesta patronal-.

Considero que los aportes de Carlos Vélez son útiles para esta investigación, ya que a partir de la confianza, los migrantes nahuas establecerán un tipo de reciprocidad en la que posiblemente se pueden presentar relaciones sociales simétricas o asimétricas. Lo anterior me sugiere, que al interior de la red social se pueden presentar situaciones en donde un individuo puede hacer uso de los diferentes lazos de confianza para obtener beneficios económicos a través de la explotación de sus recursos étnicos. Es decir, que la identidad étnica permite que algunos grupos sociales exploten la mano de obra de los indígenas de su propia comunidad, la cual, no tienen esta connotación entre sus

miembros debido a que se considera que el trabajo realizado en los hoteles beneficiará a todo el conjunto.

En este sentido, es posible citar la investigación que hacen con migrantes ecuatorianos Franklin Ramírez Gallegos y Jacques Paul Ramírez Ramírez (2005), en donde señalan que: "(...) al interior de las redes sociales se producen también situaciones de explotación y abusos desde el mismo momento en que un inmigrante recurre a sus nexos. (...) La condición de legalidad y/o el conocimiento de los modos en los cuales operan las "reglas del juego" para el acceso a vivienda, la inserción laboral, la regularización, permite a ciertos inmigrantes mantener relaciones de control y extorción con los recién llegados" (Ramírez y Ramírez: 2005;177)

La creación de este tipo de redes sociales de tipo asimétrico, me lleva a repensar los planteamientos que consideran a la red social como parte de un mecanismo en el que se evidencian las solidaridades o reciprocidades para llegar a su lugar de destino, ya que si bien, en un primer momento las redes sociales facilitan el viaje, la obtención de empleo o de vivienda y promueven la circulación de información; también es necesario hacer hincapié, en que una vez que los migrantes se han establecido y asentado, se presentará otro momento -ya que es un proceso que tiene fluctuaciones-, en el que la red social competirá con otras redes de relaciones sociales para permanecer en cierto lugar o en algunos casos, habrán personas que harán uso de su pertenencia étnica para controlar a otros individuos o ciertos recursos. Por lo tanto, se puede hablar de redes sociales asimétricas que comparten los mismos lazos de pertenencia.

Finalmente, tenemos que Laura Velasco (2002) plantea que las redes sociales de migrantes pueden ser entendidas como una instancia analítica que ofrece la posibilidad de observar y entender los procesos creados por la migración en términos de acción social. Las redes sociales de migrantes se estructuran gracias a la existencia de vínculos sociales, entendiéndose, que la dinámica de la red no está dada sólo por el movimiento de personas, sino también por el movimiento de objetos, de información y de sentidos. Las redes sociales de migrantes, pueden ser concebidas como un mecanismo estructurante de los vínculos comunitarios observables en un conjunto de prácticas que, al hacerse rutina producen instituciones, como estructuras de reglas y recursos que posibilitan y constriñen las acciones de los individuos (Velasco:2002). En

este sentido, la materialización de la red social se hace evidente a partir de los recursos materiales que fluyen al interior de la misma. Al seguir a un objeto –en este caso, una artesanía-, es posible distinguir parte de las relaciones sociales que mantienen la red. De la misma forma, los medios de comunicación y las tecnologías permiten que las redes sean establecidas en espacios geográficamente distantes, son parte de la infraestructura que permite su funcionamiento. Al seguir las diferentes fases de producción del barro desde San Juan –y aún antes-, el viaje físico del mismo y la forma como las personas se organizan para terminar su proceso de elaboración -en las clases de pintura-, hasta ser recibido por el turista en Playa del Carmen, se evidencia una serie de vínculos y estructuración de redes sociales.

Los planteamientos anteriores nos servirán para explicar lo que actualmente está sucediendo con las redes sociales que construye la comunidad de San Juan. Los migrantes se han asentado en distintos sitios turísticos, en donde a través del tiempo, reproducen diferentes formas de vida comunitaria, extendiendo así la comunidad hacia distintos espacios que se encuentran conectados simultáneamente. Las redes sociales les proporciona la información sobre el mercado laboral y la experiencia para transitar en las diferentes ciudades o sitios turísticos donde comercializan sus artesanías. En cada uno de estos sitios turísticos fue necesaria una red social con distintos niveles de reciprocidad y confianza, de las cuales, devienen una serie de solidaridades y conflictos, la infraestructura para su funcionamiento, las posiciones de los individuos, etc.

1.5. Estudios sobre artesanos y artesanías

Esta investigación no gira en torno al concepto de artesanía ni artesano sino a las estrategias de comercialización que utilizan los artesanos de San Juan Tetelcingo para valorizar sus artesanías de barro en los mercados turísticos. No obstante, en los siguientes párrafos se presenta una breve discusión sobre el tema de los artesanos y las artesanías con la finalidad de fijar mi posición al respecto.

En este sentido, vale la pena mencionar la tesis de María Teresa Ejea que plantea que, no cualquier mercancía puede ser artesanía y no cualquier productor que elabore productos a mano es un artesano (Vallarta y Ejea:1985;92-93).

Porfirio Martínez Peñaloza define a un artesano como: “(...) el hombre artística y económicamente activo que trabaja para subvenir con dignidad a sus necesidades materiales y espirituales personales y las de los suyos (...)” (Martínez: 1978; 18). Considero que esta propuesta no es útil para los fines de esta tesis, debido a que no se hace referencia directa a la actividad artesanal, además, su definición bien podría incluir a cualquier persona que realice arte para subsistir. Como bien señala María Teresa Ejea, si bien las artesanías expresan sentimientos y posee una calidad artística, este aspecto no define la actividad del artesano, quien siguiendo la propuesta de Ejea, es aquella persona que produce una heterogeneidad de objetos que se distinguen por el tipo de producto, el origen del productor, el proceso de trabajo, las formas de comercializarlo, el sector que lo consume y el uso que dicho sector le proporciona (Vallarta y Ejea:1985;93).

A partir de lo anterior, se propone que un artesano es a aquél sujeto capaz de elaborar a mano un producto al cual atribuye diferentes significados, que pueden variar de acuerdo a la relación social de producción y consumo, así como al espacio social al que se le destinará, como es el caso de los espacios cotidianos, los rituales o bien, los mercados globales, etc. Los artesanos de San Juan Tetelcingo, imparten clases de pintura desde la década de 1980 a los turistas que se hospedan en los hoteles de cuatro y cinco estrellas de los sitios de sol y playa. Es necesario hacer hincapié en que, el hecho de que los turistas aprendan a pintar artesanías no significa que sean artesanos ni lo serán, empero los objetos que elaboran sí son artesanías resignificadas tanto por el artesano como el turista al momento de elaborarlas.

Sobre la concepción de artesanía, Mario Camarena la define como: “(...) un producto hecho a mano y por ello no producida en serie, a la manera industrial, en la que cada pieza se diferencia de las demás; es en el decorado donde la iniciativa del artesano logra variaciones, a veces aparentemente menores pero constantes (...)” (Camarena:2000;90). El supuesto elaborado por Mario Camarena nos resulta de gran utilidad, debido a que la elaboración manual de cada objeto artesanal atribuye ciertas distinciones que proveen ciertas particularidades, sin embargo, hay que considerar que actualmente muchas de las artesanías “elaboradas a mano” también se hacen en serie,

es decir, que existe una masificación de las mismas debido a que son mercancías demandadas y estandarizadas por los mercados globales⁷.

Por otro lado, la propuesta de Luz del Carmen Vallarta considera que: “(...)lo único que diferencia a las “artesanías” de otras mercancías que circulan en el mercado, es que éstas se elaboran manualmente y si se utiliza alguna máquina, este uso está sujeto a la pericia del productor (...)”. (Vallarta:1985;8). Considero que esta es una definición que no aclara si cualquier mercancía elaborada a mano es necesariamente una artesanía. Desde mi perspectiva, la utilización de cierta maquinaria para la elaboración de las artesanías no necesariamente se relaciona con la pericia de su productor sino con las necesidades de comercialización de las mismas.

Por su parte, Néstor García Canclini retoma el planteamiento de Vallarta pero también sugiere que las artesanías se definen por el sentido y valor que adquieren en las relaciones sociales, es decir, por el uso y no por el origen de las mismas: “(...) las artesanías, que en un tiempo se identificaron por el modo de producirlas (antes de la revolución industrial todo se hacía en forma artesanal), hoy deben incluir en su caracterización el proceso social por el que circulan, desde su producción hasta el consumo” (Canclini:2002;215). Con esta definición, el autor nos invita a dar énfasis a la vida social de las artesanías y a investigar su biografía como producto (Kopytoff:1991).

Canclini ha desarrollado un sugerente planteamiento sobre el papel de las culturas populares en el capitalismo, ejemplificando con la alfarería y las máscaras de los pueblos purépechas de Michoacán. En este estudio, García Canclini señala que al interactuar las artesanías con los mercados globales éstas adquieren nuevos significados, convirtiéndose en mercancías que reciben una valoración relevante por parte de algunos sectores descontentos de la producción en serie. En su libro *El consumo cultural en México* (1993), García Canclini continúa trabajando sobre esta misma línea de investigación, sugiriendo que la adquisición de dichas mercancías puede ser definido como “consumo cultural”, el cual corresponde a: “(...) el conjunto de procesos de apropiación y usos de productos en los que el valor simbólico prevalece

⁷ Desde la década de 1990 el papel amate de los nahuas puede comprarse sellado y listo para ser rellenado por el consumidor. Este fenómeno implica una estandarización al nivel de los patrones, pero al mismo tiempo mantiene una variación en cuanto a las opciones de colorido.

sobre los valores de uso y cambio, o donde al menos estos últimos se configuran subordinados a la dimensión simbólica” (García Canclini:1993;34). Con este supuesto, se entiende que los artesanos han tenido que adaptar los procesos de producción y la estética de sus artesanías para valorizarlas entre un mercado de consumidores que no comparten creencias o hábitos de uso tradicional, y en donde el sentido simbólico, se adquiere a través del sentido estético o el recuerdo íntimo.

La propuesta de García Canclini es sin duda útil para esta investigación, ya que a partir de ella, entiendo que los objetos artesanales no sólo son “mercancías” que se distinguen por su valor de uso y de cambio, sino también por su valor simbólico y la forma de apropiación. Las artesanías no son objetos ensimismados, debido a que involucran a productores y consumidores, quienes a su vez les atribuyen diferentes significados a partir de sus propios universos simbólicos. Es decir que así como propone Igor Kopytoff (1991), los objetos -en este caso las artesanías- así como las personas, son culturalmente construidos y dotados de múltiples significados que se clasifican o reclasifican con categorías construidas.

Victoria Novelo por su parte, considera que no cualquier objeto pueda ser artesanía sino sólo aquellos que son destinados como mercancías para ciertas clases sociales, quienes a la vez, asignan determinados elementos de valor y distinción a través de su folklore. De igual manera, la autora explica que la globalización ha transformado las artesanías en “mercancías” que se consumen como arte popular o souvenir (Novelo:1993). A partir de esto, la autora plantea que su carácter mercantil ha generado la constante búsqueda de nuevos diseños (Novelo:2003). En esta investigación coincido con las nociones de Novelo, ya que si bien las artesanías son mercancías, éstas también fueron creadas para que los consumidores -en este caso los turistas-, las resignifiquen y reconstruyan a partir de ellas sus recuerdos, por ejemplo sobre sus vacaciones en Playa del Carmen. Los turistas adquieren artesanías pertenecientes a otras culturas para que quede prueba fehaciente de haber estado allende de su lugar de origen.

Finalmente, esta investigación concuerda particularmente con la propuesta elaborada por Néstor García Canclini en su libro *Culturas Populares en el Capitalismo* (2002), en donde se plantea que la globalización ha generado que la cultura sea mercantilizada

como un espectáculo o un producto que puede ser consumido a través de las artesanías, las danzas indígenas, los rituales tradicionales (García Canclini:2002;50), e incluso las muestras de la gastronomía indígena (Matus:2006). La temática que aborda esta tesis, se vincula con la mercantilización de la cultura enunciada por Canclini, la cual, además está enmarcada en un sitio turístico que fue creado explícitamente para mercantilizar los lugares, la gente, la cultura y las imágenes para los propósitos de los mercados globales (Marín:2009 y 2009b).

Capítulo 2.

ARTESANOS Y MIGRANTES: LA COMUNIDAD SAN JUAN TETELcingo, GUERRERO

En este capítulo se realiza una breve presentación de la región del Alto Balsas, así como un perfil sociodemográfico de la comunidad de estudio para comprender los procesos migratorios que esta comunidad ha desarrollado a lo largo del tiempo. Posteriormente, se elaborará una breve descripción de algunas de las rutas migratorias y comerciales de los nahuas de San Juan Tetelcingo. De igual forma, se presentan las formas de producción artesanal y la división del trabajo entre los nahuas del Alto Balsas a partir de la década de 1950 y principios de los años 90. Asimismo, se describirán las formas actuales de producción, el abandono relativo de la producción papel amate y la reincorporación del barro pintado y su comercialización, así como la organización del trabajo de los nahuas de San Juan Tetelcingo radicados en Playa del Carmen. El propósito fundamental, es la elaboración de un análisis comparativo que permita vislumbrar la relación de la producción artesanal y las nuevas formas de organización del trabajo entre los nahuas, con la migración y el interés de los turistas por consumir ciertos objetos culturales.

2.1. Alto Balsas, Guerrero: Breve perspectiva

La región del Alto Balsas está compuesta por veintitrés pueblos¹, de los cuales, sólo quince² se dedican a la producción y comercialización de diferentes productos artesanales: papel amate, barro pintado, hamacas, máscaras de madera, joyería de piedras semipreciosas, sillas, mesas, comales y chiquihuites, entre otros.

¹Tula, San Francisco Ozomatlán, Tlanepantla, Tlamamacan, Ahuehuepan, Analco, Ahuelican, San Juan Tetelcingo, Ameyaltepec, San Agustín Oapan, Tlalcozotitlán, Xalitla, Maxela, San Miguel Tecuiciapan, San Marcos Oacatzingo, San Agustín Ostotipan, Totolzingtla, Ahuetlixpa, Tuliman, San Miguel Ostutla, San Miguel Mezquitepec, Tlapehualapa, Copalillo y Tlayehualco (Good y Barrientos:2004; 8).

² Xalitla, Maxela, Ameyaltepec, San Agustín Oapan, San Juan Tetelcingo, Analco, Ahuehuepan, Ahuelican, Tlanepantla, Tlamamacan, Tula, San Francisco Zumatlan, San Marcos Oacatzingo, Copalillo, San Miguel Tecuiciapan.

Algunas investigaciones arqueológicas, antropológicas e históricas³ estiman que los nahuas asentados actualmente en la región del Alto Balsas, probablemente eran descendientes de los coixca-nahuas que habitaron la región antes de la conquista mexicana. Según Catharine Good: “El noroeste del actual estado de Guerrero fue habitado por nahuas desde antes de su incorporación al imperio de la Triple Alianza en el siglo XV. La región alrededor de Chilapa, junto con Oapan y sus aldeas sujetas, formaba parte de la zona ocupada por un grupo nahua llamado coixca. Los coixca-nahuas, que hablaban una variante “rústica” de la lengua náhuatl, probablemente entraron en esta región a principios del siglo XIII, si no antes.” (Good:1988; 207).

Siguiendo a Martha García (2000), quien parafrasea la investigación de Louis Iseult Paradis (Paradis en Amith:1995;115): “El primer pueblo de habla náhuatl que llegó fue el coixca, alrededor del año 1250; dos siglos más tarde arribaron los mexicanos. Se cree que los aztecas conquistaron territorios en Guerrero para defender su frontera con los tarascos y su presencia duró hasta la conquista española”(García:2000;95-96).La antropóloga señala que el desarrollo político de la región cultural de Guerrero, había sido autónomo hasta que fue integrado al sistema estatal centralizado erigido en el altiplano mesoamericano. Citando a García: “(...) así fue como los encontraron los españoles, con un eje importante: el pueblo de Oapan, luego San Agustín, ubicado en medio de las cabeceras de Tepecoacuilco y Tlacozyutlán, donde el virreinato de Nueva España fundaría la parroquia” (García:2000;96).

Posteriormente, durante el período colonial temprano San Agustín Oapan fue cabecera del distrito de la provincia tributaria de Tepecoacuilco: “Con la llegada de los europeos, Cortés mandó a Gonzalo de Sandaven a apaciguar a los coixca-nahuas de Guerrero (relación de Iguala). Ellos opusieron poca resistencia después de la caída de Tenochtitlán y se rindieron en el verano de 1521(...) Un factor importante que ayuda a explicar la continuidad étnica de los nahuas de Oapan y sus alrededores, es el hecho de que allí nunca se llevaron a cabo congregaciones. Una orden en 1603 mandó concentrar a toda la población indígena de sus estancias sujetas a la cabecera de Oapan, pero ésta no se ejecutó”(Good:1988; 211-215).

³ Investigaciones realizadas por Jaime Litvak (1971), Peter Gerhard (1986), Eustaquio Celestino (2004), Víctor Álvarez (1975), Catherine Good (1988), entre otras.

El proceso de colonización del continente americano, implicó una reestructuración económica y política de los gobiernos indígenas, que, significó una imposición en los límites geográficos de sus territorios por parte de los invasores, reduciéndolos en áreas administrativas que facilitaban su explotación económica y –no hay que olvidar el argumento ético religioso- su evangelización. Así, mediante la nueva delimitación geográfica del territorio de las comunidades indias, se crearon discontinuidades⁴ dentro de los espacios de reproducción originales, rompiendo violentamente con la estructura y la extensión anterior de los territorios. “Al pasar todas las tierras a la corona española, ésta tenía poder para concederlas en merced o encomienda a los españoles y los indios principales” (Portal:1997;93-94).

Para el caso del Alto Balsas, Martha García señala lo siguiente: “(...) el Estado organizó a las comunidades indígenas en congregaciones o reducciones con una cabecera (aldea principal) y varios sujetos (aldeas dependientes). Para el caso de los balseros, el pueblo que en la época prehispánica dominaba la cuenca como altepetl o señorío, en la colonia se convirtió en cabecera: Oapan. En tanto, sus barrios fueron: Ameyaltepec, San Francisco Ahuelican, San Marcos, Ocosingo, con sus tres sujetos: San Juan Tetelcingo, San Miguel Tecuiciapan y San Francisco Ozomatlán” (García:2000;101).

La cabecera de Oapan y sus barrios formaron parte de la encomienda Dircio- Velasco. Catharine Good señala que en la Relación de Iguala (1579) se menciona que: “Fueron encomendados en un conquistador hijodalgo: llamado Martín Dircio que fue paje del marqués don Fernando Cortés (...) Dircio se casó con la hija del virrey Antonio de Mendoza y recibió la encomienda de Oapan junto con tres encomiendas vecinas: Huitziltepec, Muchitlán y Tuxtla. Cuando murió Dircio le sucedió como encomendero su yerno, Luis Velasco *el joven* (también virrey de la Nueva España), quien se había casado con María Dircio, único descendiente del encomendero original” (Good: 1988; 211).

Jonathan Amith (Amith:1990), señala que aunque los tres barrios de Oapan se congregaron a mediados del siglo XVI en esa cabecera, después regresaron a sus

⁴ “Las representaciones del espacio en las ciencias sociales han tenido una remarcada dependencia a las imágenes de rompimiento, ruptura y disyunción. La diferenciación entre sociedades, naciones y culturas nos enseña parte del problema predicando una división del espacio, que es ocupado de una forma espacial naturalmente discontinua” *Traducción propia* (Gupta y Ferguson: 1999;33).

asentamientos por lo que dicha reducción fracasó. En relación a las congregaciones del Alto Balsas, Catharine Good menciona que no se concretaron debido a la ubicación estratégica de la región para la comunicación y el transporte: “Oapan fue la única encomienda de las Dircio-Velasco que no fue reducida a principios del siglo XVII; la congregación no se llevó a cabo porque la presencia de los pueblos dispersos facilitaba el transporte de carga y pasajeros y permitía múltiples puntos para cruzar el río Balsas (Gerhard, 1972: 317). Durante la colonia, las rutas más importante entre México y Acapulco cruzaron el río Balsas en Mexcala, Totolzintla y Tlacozoltiltan; hay que recordar la llegada de bienes de Asia a Acapulco y las ferias comerciales que se celebraban en aquél puerto, por lo cual había considerable tráfico de bienes y personas transitando por la región.” (Good:1988; 215-216).

Se entiende que debido a que no se llevaron a cabo las congregaciones en Oapan -por que así convenía a los conquistadores- los nahuas mantuvieron el patrón de asentamiento preeuropeo y algunas formas de organización social que se continuaron reproduciendo durante la época colonial, lo cual no evitó la influencia europea en la región debido al tránsito de personas y el tráfico de mercancías que llegaban del puerto de Acapulco hacia la Ciudad de México, así como el desplazamiento de personas a través del río Balsas hacia Michoacán y la costa norte de Acapulco.

Good señala que hacia el siglo XVII, la mayoría de los habitantes de la región tenían la obligación de dar servicio para el tráfico de personas por el río Balsas, así como de suministrar mano de obra para las minas de Taxco: “Existen documentos donde consta la presión constante a que estaban sometidos el pueblo de Oapan y sus estancia sujetas para mandar indios de repartimiento a trabajar en las minas de Taxco (o para no mandarlos(...)) Es hasta un documento de 1695 cuando Oapan y sus pueblo sujetos quedan exentos de esta obligación, como consecuencia de la alta mortandad de sus pobladores, diezmados por epidemias” (Good:1988;216).

Es importante destacar que fueron dichas movilizaciones forzadas, de mano de obra nahua las que se pueden considerar sus primeras migraciones de trabajo.

Jonathan Amith (Amith:2005) señala que durante el siglo XVIII y XIX (de 1730 a 1810) algunos nahuas del Alto Balsas desarrollaron un proceso migratorio hacia la Palula⁵, que fue convertida en una cuadrilla de arrendatarios de tierras en el Valle de Iguala, por lo que los nahuas viajaban ahí para trabajar como asalariados en las cosechas de maíz. “De acuerdo con un párroco de Oapan en 1836, pobladores de Ameyaltepec, San Marcos, San Juan Tetelcingo y Ahuelicán “desde tiempo inmemorial” se trasladaban a la cuadrilla de Palula para trabajar, algunos incluso todo el año, sin embargo, una vez recogidas las cosechas “se retiran al pueblo de su origen” ”(García: 2000; 102).

Es de suma importancia mencionar que los nahuas del Alto Balsas se dedicaron al comercio de sal marítima proveniente de la Costa Chica. Los sitios donde comerciaban la sal eran Iguala, Cocula, Apipilco, Atlixac. Tepecoacuilco, Huitzucó, Apatlauco, Zacacoyuca, Tonalapa del Río, Sabana Grande, Mexela, Coacoyula. Siguiendo a Catharine Good, ésta actividad se realizó a nivel regional y se considera que fue una practica muy antigua, ya que posiblemente se desarrolló desde antes de la época colonial hasta inicios del siglo XX. (Good: 1988;181).

Sobre el comercio de sal, Good señala lo siguiente: “Para obtener la sal formaban caravanas de veinticinco a treinta burros arreados por unos diez hombres y salían de Ameyaltepec rumbo a la costa con los animales cargados de maíz y zacate. Cada noche dejaban una parte de estas provisiones en parajes establecidos y así aseguraban alimentos para los animales durante su regreso sin tener que comprarlos ni cargarlos” (Good:1988; 177).

Los viajes para trasladar la sal, duraban 15 días aproximadamente. Una vez que llegaban a la región la vendían a cambio de dinero y algunas veces intercambiaban, a través del trueque, algunas de las piezas de barro que elaboraban las personas de San Agustín Oapan o Ameyaltepec. Los viajes para el comercio de sal se realizaban en los períodos en los que no había trabajo agrícola, por lo que se entiende que era una actividad que complementaba la subsistencia de los pueblos del Alto Balsas. El comercio de sal finalizó hacia 1939, que fue cuando el Estado abrió caminos de terracería hacia la costa Chica, con el objetivo de que entraran camiones de carga a

⁵ Ubicada actualmente en el mismo municipio de Tepecoacuilco de Trujano.

quienes se les cobraba una arancel sobre la sal, lo cual generó que los nahuas dejaran de comercializar dicho producto. (Good:1988; 177-183).

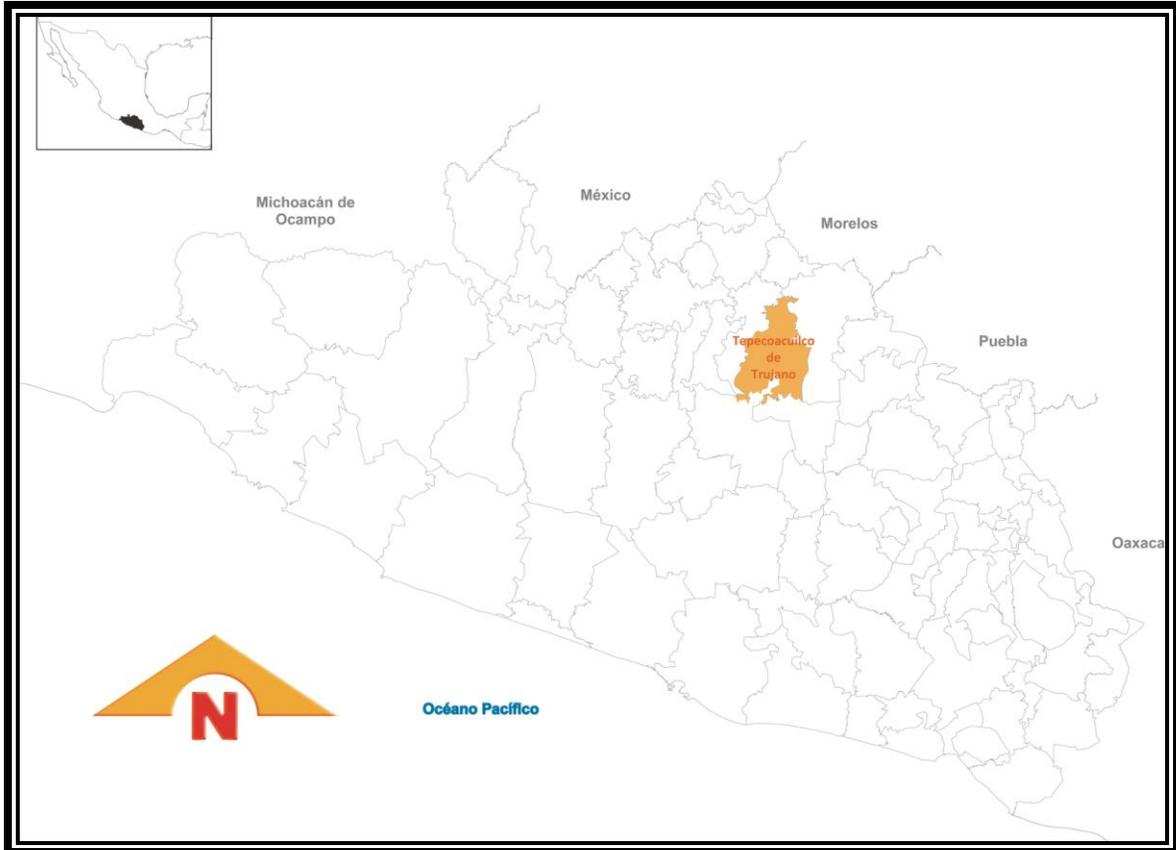
Por otro lado, es importante señalar que hacia inicios del siglo XX los nahuas también habían establecido un circuito migratorio en la región y en otras ciudades, en donde realizaban trabajos con los que ganaban un salario: “Amith sostuvo que a mediados de esta centuria muchos campesinos nahuas trabajaron en un aserradero de Iguala, en las minas de mercurio en Huitzucó o en la industria de la construcción en la Ciudad de México. Otros más laboraban en la pizca o la zafra de Morelos y Veracruz” (Amith citado en García:2000;104).

A partir de lo anterior, se infiere que las migraciones masivas de los nahuas del Alto Balsas se consolidaron a partir del siglo XX, que fue cuando iniciaron sus migraciones como peones de la construcción, trabajadores en la minería o jornaleros. Martha García (García: 2000;120-122) y Catharine Good (Good:1988; 185) mencionan que los nahuas del Alto Balsas también formaron parte del Programa Bracero (1942-1964), para trabajar en los campos agrícolas de Estados Unidos, con el cual, inician sus migraciones hacia dicho país.

Como consecuencia de dichos procesos históricos, se entiende que los nahuas de la región del Alto Balsas han participado en diferentes procesos migratorios a la vez que han sido comerciantes, sin que ello los haya llevado a perder el vínculo identitario con la región y su comunidad de origen.

2.2. San Juan Tetelcingo, Guerrero

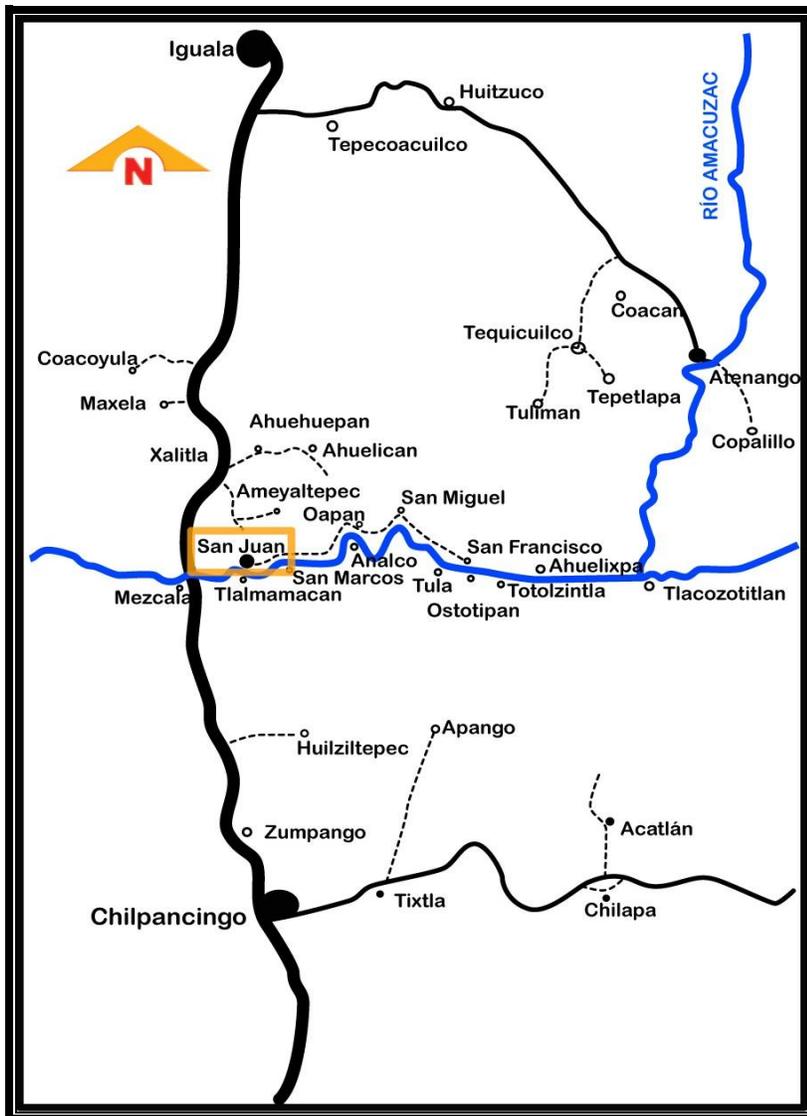
La localidad San Juan Tetelcingo se encuentra ubicada en el Estado de Guerrero y forma parte del Municipio de Tepecoacuilco de Trujano (Ver mapa 1). Es una de las comunidades nahuas que se encuentran asentadas a lo largo de la cuenca del río Balsas en Guerrero.



Mapa 1. Ubicación del Municipio de Tepecoacuilco de Trujano en el Estado de Guerrero.
 Fuente: INEGI Superficie de la República Mexicana por Estados, México, 2005.
 Elaboración: Jonathan Robinson González.

Según datos presentados en un estudio realizado por Eustaquio Celestino (Celestino:2004), San Juan Tetelcingo se localiza a 13 Km. de la localidad de Xalitla, a 40 Km. de la ciudad de Iguala y a 240 Km. de la carretera federal México-Acapulco. San Juan Tetelcingo forma parte de la región norte de Guerrero, la cual es conocida como “Alto Balsas”⁶, ya que el nombre oficial de la región es “Zona Norte, Zona Centro o Valles Centrales” (Celestino:2004; 37). Geográficamente, San Juan Tetelcingo colinda al norte con Ahuehuepan y Ameyaltepec, al sur con Tlamamacan, al noreste con San Marcos Oacatingo, Analco y San Agustín Oapan, al poniente con la colonia Valerio Trujano y Mezcala. (Ver mapa 2).

⁶ Algunas de las poblaciones de la región del Alto Balsas que se dedican a la comercialización de barro pintado y el papel amate son: Xalitla, Maxela, Ahuehuepan, Ahuelican, Ameyaltepec, Analco, San Agustín Oapan, San Francisco Zumatlán, Tlanepantla, Tlamamacan y Tula del río.



Mapa 2. Ubicación de San Juan Tetelcingo y de los pueblos de la región del río Balsas
 Fuente: Good, E. Catharine (1988).
 Elaboración: Jonathan Robinson González.

Según los datos del trabajo de campo, en San Juan Tetelcingo se celebran dos fiestas grandes: la de San Juan Bautista y la del Santo Señor de Cuetzalan. La fiesta religiosa en honor al santo patrón San Juan Bautista, se realiza el 24 de junio. Durante esta celebración se denota el vínculo ritual de la comunidad extendida, ya que algunos de los migrantes que se encuentran trabajando en los sitios turísticos regresan a la localidad para asistir a las celebraciones, mientras que algunos de los que se encuentran en Estados Unidos no les es tan sencillo asistir, por lo que participan en las fiestas a través de las cooperaciones monetarias que envían para que se compren los castillos que se queman durante la celebración.

La fiesta del Cristo de Cuetzalan se realiza el 3er. viernes después de Semana Santa. Según algunos informantes, esta fiesta ha adquirido más importancia que la fiesta del Santo Patrón por lo que hoy en día regresan para esas fechas más personas que en la fiesta de junio –a pesar de que la semana santa es considerada temporada vacacional alta en los sitios turísticos-. Cabe destacar, que tanto los migrantes que están en la república mexicana como los que se encuentra en Estados Unidos, se organizaron para enviar cooperaciones monetarias que se destinarían para colocar hojas de oro en las paredes del interior de la Iglesia del Santo Patrón, sin embargo, al final consideraron que se esta obra debía realizarse en la Iglesia del Cristo de Cuetzalan.

Durante la celebración de las fiestas religiosas, salen los diferentes grupos de danza de la comunidad como es el caso de los Retos, los Gachupines, las Pastoras, los Conejos y los Moros. En cuanto al sistema de cargos cívico-religioso⁷, es necesario mencionar que en San Juan Tetelcingo participan hombres y en algunas ocasiones mujeres - quienes fungen como suplentes del familiar-. El sistema de cargos religiosos, tiene un mayordomo “principal” distinto para la realización de cada una de las fiestas principales, es decir, que existe uno para la fiesta del Santo Patrón y otro para la fiesta del Cristo de Cuetzalan. Éstos a su vez, son ayudados por un “segundo mayor” que es el fiscal de la Iglesia. Los mayordomos, son auxiliados de 12 “topiles” y 12 “regidores”, quienes ayudan a colocar y preparar la ofrenda para el Santo al que se le celebra en la Iglesia. Los cargos del mayordomo “principal” y “segundo” deben ser ocupados por varones sin que éstos puedan pagar o pedir a algún familiar que lo sustituya en caso de que éste se encuentre trabajando en otro sitio, mientras que los cargos de “topil” y “regidor” pueden ser representados incluso por mujeres. El sistema de cargos cívico, está compuesto por el Comité del Comisariado de Bienes comunales, el Comité de la Luz (de energía eléctrica), el Comité del Agua, el Comité de la Clínica, el Comité de Padres de Familia de la Escuela Primaria y Jardín de Niños, finalmente, el Comité del Consejo de Pueblos Nahuas del Alto Balsas (CPNAB, A.C)⁸.

⁷ Según Leif Korsbaek “El sistema de cargos consiste en un número de oficios que están claramente definidos como tales y que se rotan entre los miembros de la comunidad, quienes asumen un oficio por un período corto de tiempo. Los oficios están ordenados jerárquicamente y el sistema de cargos comprende a todos –o casi todos- los miembros de la comunidad. Los cargueros no reciben pago alguno durante su período de servicio, por el contrario, muy a menudo el cargo significa un costo considerable en tiempo de trabajo perdido y en gastos de dinero efectivo, pero como compensación el cargo confiere al responsable un gran prestigio en la comunidad” (Korsbaek:1996;82).

⁸ La importancia del Consejo de Pueblos Nahuas del Alto Balsas (CPNAB), radica en que a través de su organización y reivindicación de su identidad a nivel local y regional, lograron detener el “Proyecto

Las personas que forman parte de alguno de los comités deben ser varones, quienes en caso de estar ausentes por cuestiones de trabajo, pueden pagar con dinero o especie - como maíz-, no obstante, también es posible solicitar a otra persona que lo supla. El Comité de Comisariado de Bienes comunales, está compuesto por un presidente “principal”, uno “segundo”, un secretario, un tesorero y tres vocales. Éste comité a su vez, está constituido por Comité de vigilancia que también cuenta con un presidente, un secretario, un tesorero y tres vocales. La cantidad de personas que conforman los demás comités -luz, agua, clínica y escuelas- es variable, aunque se puede decir que cada uno está conformado por 10 o 15 personas, que también cuentan con un presidente, un secretario y un tesorero. El comité del CPNAB está compuesto por el presidente “principal” y “segundo”, quienes se deben participar en los actos políticos con las autoridades municipales y presidentes del Comisariado de las otras comunidades de la región.

La situación de las tierras tanto San Juan Tetelcingo como las localidades vecinas, se caracterizan por sus altas temperaturas y la poca precipitación pluvial, a lo que han hecho referencia otros investigadores como Becerril(1984), Bataillon (citado en Durán:1967), Weitlaner (1940), Celestino (2004). La tenencia de la tierra de la localidad de estudio es comunal, en donde actualmente se siembra maíz, frijol, calabaza, chile, tomate, ajonjolí, cilantro, epazote, hierbabuena y menta, empero, la actividad agrícola de localidad es muy débil por lo que sólo se obtiene producto para el autoconsumo. Siguiendo a Eustaquio Celestino, anteriormente también se cultivaba sandía y melón, sin embargo, éstos se dejaron de cultivar debido a la erosión del suelo y la poca producción (Celestino: 2004;40,). Según el Archivo General Agrario, San Juan Tetelcingo cuenta actualmente con 7,983.519267 hectáreas de superficie de tierra comunal y en la Secretaría de la Reforma Agraria, existe el registro de 598 comuneros. Las tierras no son de riego por lo que se considera que no son adecuadas para el cultivo, además, las condiciones climáticas han propiciado el desgaste del suelo. En parte este problema se fue agravando por la falta de apoyo, por parte del Estado, para desarrollar las actividades agrícolas en la mayoría de las comunidades indígenas y campesinas del país.

hidroeléctrico San Juan Tetelcingo” el 12 de octubre de 1992. El CPNAB, es una organización integrada por representantes comunales y municipales, no obstante, en esta investigación no se profundizará en el tema. Para obtener mayor información al respecto, se puede consultar la investigación de licenciatura *El Consejo de los Pueblos Nahuas del Alto Balsas, contra la construcción de la presa. San Juan Tetelcingo, Guerrero 1990-1992.*, elaborada por la antropóloga Martha García (2000).

Esta situación se debe a que las políticas económicas adoptadas en la segunda mitad del siglo XX, promovieron el llamado “Modelo de desarrollo estabilizador”, abandonaron buena parte de las inversiones al campo mexicano y se privilegió el fortalecimiento de la industria en las ciudades, desatando de esta forma una migración masiva del campo a las ciudades demandantes de fuerza de trabajo.

Respecto al índice poblacional, el Censo de Población y Vivienda del año 2005⁹ apunta que San Juan Tetelcingo contaba con 909 habitantes residentes en la localidad. De acuerdo a éste Censo, 807 personas de la población de 5 años y más, habla lengua náhuatl. En las siguientes gráficas se representan la variación poblacional de San Juan Tetelcingo durante los últimos 60 años y la representación poblacional por sexos. Asimismo, se presenta un cuadro que abarca los datos estadísticos de la comunidad desde 1940 hasta el año 2005.

Población total y por sexo de San Juan Tetelcingo en los años 1940 a 2005¹⁰.

Evento censal	Fuente	Total de habitantes	Hombres	Mujeres
1940	Censo	1153	559	594
1950	Censo	1066	516	550
1960	Censo	1325	622	703
1970	Censo	1425	Sin información ¹¹	Sin información ¹²
1980	Censo	1795	857	938
1990	Censo	1875	883	992
1995	Conteo	1402	655	747
2000	Censo	1134	470	664
2005	Conteo	909	410	499

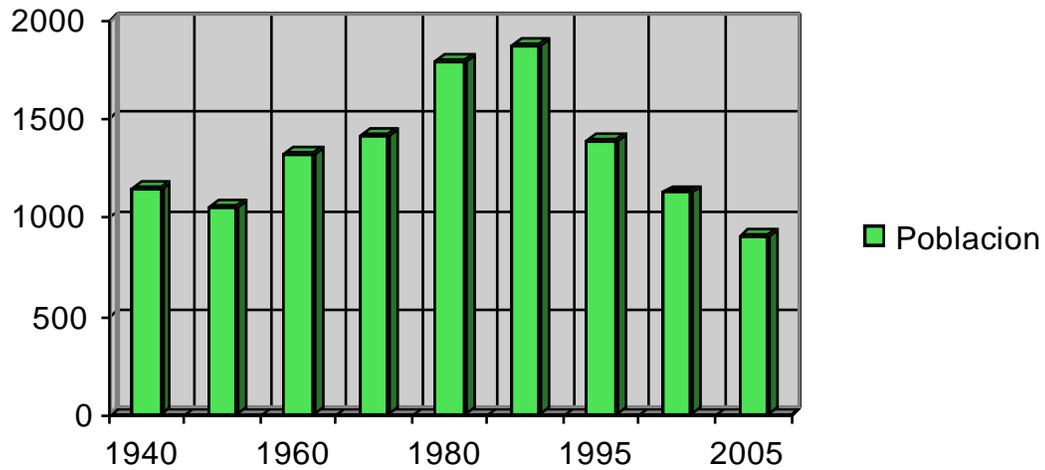
Fuente: INEGI, Principales Resultados por Localidad Estados Unidos Mexicanos, disco compacto.

⁹ Fuente: INEGI, Principales Resultados por Localidad Estados Unidos Mexicanos. II Censo de Población y Vivienda 2005.

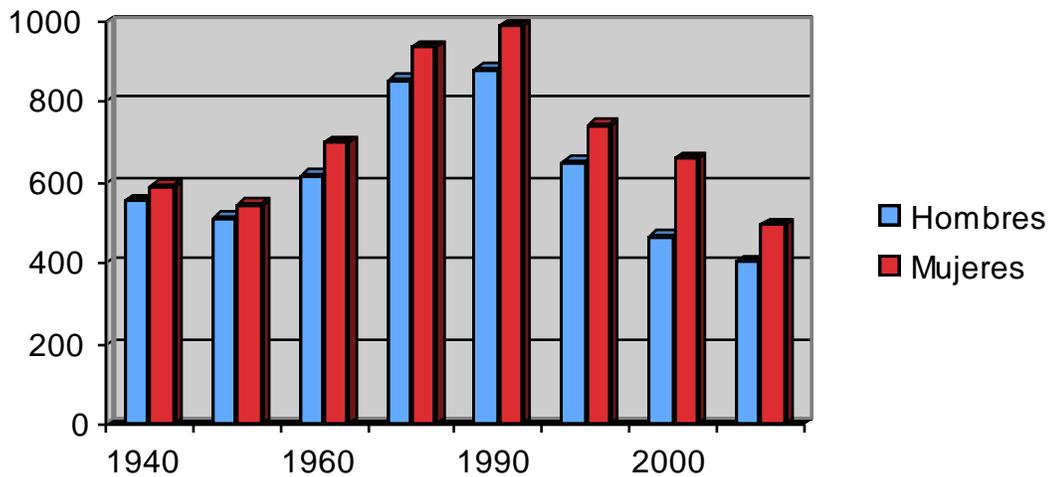
¹⁰ Fuente: INEGI Censo General de Población y Vivienda 1940-2000 y Censo de Población y Vivienda 1995-2005.

¹¹ El INEGI no cuenta con el registro por sexo de 1970.

¹² El INEGI no cuenta con el registro por sexo de 1970.



Población total en San Juan Tetelcingo de la década de 1940 al año 2005.



Población total por sexo en San Juan Tetelcingo de la década de 1940 al año 2005.

En las gráficas anteriores, se observa que existe un ascenso de población a partir de las décadas 1940 hasta 1980, lo cual posiblemente corresponde a la natalidad sin control promovida por los gobiernos posrevolucionarios, a partir de 1936 hasta 1974 bajo la consigna de “gobernar es poblar”. Según Virgilio Partida, la política de población promovida a partir de los años 30: “(...)buscaba ocupar exhaustivamente el territorio nacional, ante el fantasma de otra invasión estadounidense y la consecuente pérdida de territorio por la falta de pobladores que defendieran su patrimonio; y, por otro lado, para satisfacer la demanda de mano de obra que reclamaba el pujante proceso de

industrialización en las principales ciudades” (Partida: 2004; 6). A pesar de que se tiene registro de que a partir de 1940 se iniciaron las migraciones de nahuas hacia las ciudades, es importante hacer hincapié en que eran escasas las ocasiones en que permanecían por largos períodos, es decir, que la gente salía de la localidad pero regresaba en determinado tiempo.

A partir de los datos de campo, se obtuvo la información de que fue hacia finales de la década de 1980 cuando se registraron las migraciones masivas definitivas de la población de San Juan Tetelcingo rumbo a Cancún y otros sitios turísticos¹³, con la finalidad de comercializar sus artesanías -fecha que coinciden con la creación del Proyecto Cancún-Tulum¹⁴-. De esta forma, se entiende que al incrementarse los flujos y circuitos migratorios debería registrarse una disminución poblacional, dato que contradice los censos ya que éstos indican que a partir de 1990 aumentó el número de personas siendo que tal vez disminuyó. En la actualidad, sólo una parte de la población de San Juan Tetelcingo se dedica a las actividades agrícolas, ya que la mayoría de la población se ha dedicado tradicionalmente a la producción artesanal de barro pintado que comercializan desde la década de 1960 en diferentes sitios turísticos de la república mexicana. Esta actividad les ha permitido obtener ingresos para la reproducción de sus unidades domésticas y construir una amplia red social que mantiene fuertes vínculos en la comunidad extendida.

De igual manera, hacia el año 2000 se registraron 1,134 habitantes y para el año 2005 habían 909 habitantes en San Juan Tetelcingo, por lo que según los datos estadísticos desaparecieron 225 habitantes en 5 años. Lo anterior me lleva a inferir que posiblemente cuando se llevó a cabo el Censo de Población y Vivienda del año 2005, no se avecinaba ninguna fiesta religiosa de relevancia, por lo que algunos pobladores no estaban en la localidad sino en sus destinos migratorios. Mi hipótesis podría confirmarse a través de las fechas en que se levantaron dichos censos y conteos. Según el Censo del 2000, el levantamiento de la información se realizó a mediados de febrero, fecha que se aproxima a las fiestas en honor al Cristo de Cuetzalan. Mientras que el levantamiento de la información para el Censo de población del 2005

¹³ Sin olvidar las migraciones hacia Estados Unidos.

¹⁴ El proyecto turístico Cancún-Tulum fue creado en 1987. Esta información será abordada con más detalle en el cuarto capítulo.

comprendió el mes de octubre, fecha que no se vincula con ningún evento ritual de la comunidad¹⁵.

Es necesario señalar que la política social implementada por el Estado mexicano, sólo destina recursos económicos para la población que se registra en los censos excluyendo de alguna manera, a mucha de la población que experimenta algún tipo de migración -nacional o transnacional-, ya que ésta simplemente no existe al no estar registrada en este tipo de estadísticas poblacionales.

De acuerdo a diferentes entrevistas aplicadas, los primeros desplazamientos masivos de población de San Juan Tetelcingo, se dieron a partir de la década de 1940 hacia Iguala, Chilpancingo, Acapulco, Taxco, Ixtapa Zihuatanejo, Huitzuco y hacia otros lugares dentro del estado de Guerrero. Estos desplazamientos laborales no eran permanentes, sino que viajaba con el objetivo de contratarse en la industria de la construcción de caminos y carreteras durante cortas temporadas. De igual forma, es importante mencionar que se obtuvo el registro de pocos casos de sanjuanenses como trabajadores agrícolas en el Programa Bracero entre 1942 a 1964. Las personas que asistieron al programa laboraron en los campos de lechuga, jitomate y naranja del estado de California, en Estados Unidos.

Hacia las décadas de 1960-1985, comenzaron a migrar a otros lugares fuera del estado de Guerrero pero al interior de la República Mexicana –Distrito Federal Guadalajara, Morelos, Veracruz, Sinaloa, Sonora-. Durante este período, los sanjuanenses se desplazaron hacia el Distrito Federal y Guadalajara para realizar trabajos en la industria de la construcción de casas habitación o en el sector servicios. En el caso de algunas mujeres, los viajes se llevaban a cabo para trabajar en el servicio doméstico. La migración era por temporadas, aunque también se presentaron casos de migración definitiva. En cuanto a los desplazamientos hacia el Estado de Morelos, Veracruz, Sinaloa, Sonora, la gente se empleó temporalmente como jornaleros agrícolas en la caña de azúcar. Del mismo modo, fue durante esta época que algunos nahuas reiniciaron las migraciones sin documentación hacia Estados Unidos¹⁶ para emplearse como jornaleros agrícolas en hortalizas y frutas.

¹⁵ Fuente: <http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/Proyectos/ccpv/default.aspx>

¹⁶ En donde actualmente, también trabajan en la jardinería o el sector servicios.

A principios de 1980, fue que se iniciaron las migraciones hacia Cancún. Este último período es de suma importancia debido a que los nahuas de San Juan comenzaron a migrar específicamente para comercializar sus productos artesanales. En algunos casos las migraciones son temporales aunque también hay casos de migración permanente. Se entiende que los destinos durante el proceso migratorio de los nahuas de San Juan, en sus inicios fueron rural-urbanos, posteriormente rural-rurales y finalmente se podría hablar de una migración rural-ciudad turística.

Cabe señalar que durante los dos primeros períodos mencionados, los nahuas de San Juan Tetelcingo no migraban específicamente para comercializar artesanías sino que fue un fenómeno que surgió con la necesidad de encontrar algún empleo remunerado dentro o fuera del país, con el que fueron percatándose de había lugares turísticos en los que también podían abrir paralelamente mercados para la venta de artesanías. En este sentido, es necesario hacer hincapié en que gracias a la proximidad de la región del Alto Balsas con el Puerto de Acapulco, los pobladores de San Juan Tetelcingo abrieron un nuevo circuito migratorio vinculado con el sector turístico, en donde surge la posibilidad de ver la producción artesanal como una alternativa económica. Así, comenzaron a vender sus artesanías, lo cual coincidió con la imagen del México exótico, folklórico, artesano y lleno de colorido necesario para promover el turismo en Acapulco.

Hoy en día son pocos los que aún mantienen los circuitos migratorios relacionados con la agroindustria mexicana. Actualmente, los destinos donde se concentra mayor cantidad de sanjuanenses, son los sitios turísticos de “Sol y Playa” de México y los Estados Unidos (principalmente los estados de Texas y California). Algunos de los principales destinos de migración nacional de artesanos y comerciantes de San Juan Tetelcingo son: Acapulco, Ixtapa Zihuatanejo, Taxco, Chilapa, Chilpancingo, Huitzuco, Iguala, Ixtapan de la Sal, Cuernavaca, Veracruz, Jalapa, Villahermosa, Cabo San Lucas, Coahuila, Ensenada, Tijuana, Saltillo, Tampico, Mazatlán, Puerto Vallarta, Barra de Navidad, Tepic, Manzanillo, Guadalajara, Distrito Federal, Huatulco, Puerto Escondido, Cancún, Cozumel, Isla Mujeres, Playa del Carmen, entre otros. Los principales destinos en Estados Unidos son Los Angeles y Ontario en California, así como, Houston en Texas.

2.3. Producción artesanal en el Alto Balsas

Los antecedentes de la producción artesanal en la región del Alto Balsas, se remontan en las comunidades de Ameyaltepec y Agustín Oapan¹⁷ desde la época prehispánica. Siguiendo la investigación de Catharine Good (1988), se tiene registro en ambas comunidades sobre la elaboración de objetos de barro para uso doméstico -cántaros para almacenar agua, fruteros, cantimploras o platos- y uso ritual –floreros, candeleros, tepalcates e incensarios-. Dichos productos, los intercambiaban a través de trueque con las comunidades vecinas, al respecto la autora menciona lo siguiente: “Los alfareros de Ameyaltepec y Oapan hacían trueque con los artesanos indígenas de los pueblos vecinos, cambiando barro por velas y bateas de madera de Ahuelican; hamacas de San Marcos Guacatzingo; comales y chiquihuites de San Miguel Tecuiciapan; sillas, mesas y objetos de madera de San Francos Zumatán, etcétera. En los meses de sequía, cuando se intensificaba el trabajo del barro, los habitantes de Ameyaltepec y Oapan cambiaban la loza por fruta –limón, mango, guamúchil, sandía y mamey- proveniente de pueblos mestizos con huertas y sistema de riego; entre ellos; Apipilco, Atlixnac, Tonalapa del Río, Santa Teresa, Tonalapa del Sur” (Good:1988; 25).

Debido a las políticas de estímulo para el desarrollo turístico en México, hacia la década de 1940, los alfareros de Ameyaltepec y San Agustín Oapan descubrieron un nuevo y creciente mercado turístico para la comercialización de sus productos de barro. En esas fechas, los nahuas de Ameyaltepec abandonaron las tintas naturales para comenzar a utilizar productos químicos industriales para pintar el barro, modificando también los dibujos tradicionales para integrar nuevos diseños que hicieran más atractivos sus productos para los turistas nacionales y extranjeros.

Se entiende que a partir de la comercialización de los productos artesanales, los nahuas dejaron de producir objetos específicamente para el uso doméstico y comenzaron a generar mercancías destinadas para el consumo y gusto turístico. En este sentido, se puede retomar a Néstor García Canclini, cuando menciona que el incremento de la producción artesanal responde a: “(...) la necesidad de renovar, ofrecer variación y rusticidad dentro de la estandarización industrial. Pero las artesanías cumplen raras veces en medios urbanos las funciones originarias de las culturas indígenas. Su desuso

¹⁷ Ambas comunidades son vecinas de San Juan Tetelcingo y pertenecen al municipio Eduardo Neri.

es, en rigor, el paso de un uso práctico a otro decorativo, simbólico, estético-folclórico” (García Canclini:2002;167).

Hacia la década de 1950 los artesanos de Ameyaltepec y San Agustín Oapan comenzaron a llevar los dibujos del barro a nuevos materiales con la finalidad de comercializarlo, sin embargo, el papel amate¹⁸ fue el material que tuvo más éxito en las ciudades y los centros turísticos nacionales. Siguiendo a Catharine Good: “La feliz combinación de los motivos tradicionales del barro con el rústico papel amate era sumamente agradable desde el punto de vista estético; además era un artículo de buen gusto según el criterio del extranjero. Tanto los viajeros como los vendedores indígenas apreciaron las ventajas del papel de amate como vehículo para los dibujos; a diferencia del barro, el papel amate ocupa poco espacio, es de escaso peso, y es durable y fácil de transportar” (Good:1988;29). Es importante mencionar, que la producción de papel amate pintado surgió como una actividad paralela a la producción de barro.

Posteriormente, la producción y comercialización del papel amate y del barro pintado se fue reproduciendo en otras comunidades del Alto Balsas - Xalitla, Maxela, San Juan Tetelcingo, Analco, Ahuehuepan y Ahuelican-, debido al éxito que adquirió en el mercado turístico. No es sino hasta la década de 1960 cuando la producción de papel amate con dibujos estilizados, como los del barro, se consolida en Ameyaltepec.

Actualmente, no es posible hablar de una sola comunidad dedicada a la producción de objetos artesanales, sino que en este proceso de producción se interrelacionan los miembros de diversas comunidades de la región del Alto Balsas - Xalitla, Maxela, Ameyaltepec, San Agustín Oapan, San Juan Tetelcingo, Analco, Ahuehuepan y Ahuelican-, que ponen en circulación diferentes insumos e intercambian sus productos, con la finalidad de diversificar las artesanías que comercializan; tal es el caso de los peces de semilla del árbol de cirán que son hechos en Ahuehuepan, las hamacas en San Marcos Copalillo, los comales y los chiquihuites en San Miguel Tecuiciapan.

A partir de los datos obtenidos en las diferentes prácticas de campo, coincido con Catharine Good (1988), en el sentido de que la producción artesanal del Alto Balsa debe ser entendida en relación a sus comunidades vecinas, ya que resulta evidente que

¹⁸ La producción artesanal de papel amate se abordará en el siguiente apartado.

en la región existe una especialización de la producción, tanto en la elaboración de las artesanías, como en la comercialización de los productos. Por ejemplo, algunos pobladores de la comunidad de San Agustín Oapan se dedican a producir y cocer barro -tepalcates, platos, ceniceros etc.-, para después venderlos con los comerciantes de San Juan Tetelcingo, quienes a su vez, alquilan a personas de su comunidad o de otras comunidades del Alto Balsas para que les ayuden a pintar y comercializar la artesanía en los mercados que han ido estableciendo allende sus territorios originarios.

En su estudio, Catharine Good propone que anteriormente este tipo de relaciones de intercambio se establecían a partir del “trueque” (Good:1988;25). En la actualidad esta práctica ha desaparecido, no obstante, hay que hacer hincapié en que a partir del intercambio de diferentes bienes entre los miembros de estas comunidades, se han entretejido innumerables lazos sociales y establecido una serie de relaciones comerciales entre sus miembros. De igual forma la producción artesanal especializada al interior de las diferentes comunidades que conforman la región, ha permitido a diferentes productores o comercializadores, establecer y mantener lazos de parentesco o compadrazgo, que a su vez son de utilidad en la producción artesanal y comercialización de estos productos.

En esta investigación se entiende que en la región del Alto Balsas son las “unidades domésticas de producción artesanal” de menores ingresos y de tipo nuclear, las que se dedican a cocer el barro, pintar o barnizar pero no a comercializarlo fuera de la localidad. Aquellos que se dedican a la comercialización fuera de las comunidades, regularmente son las personas jóvenes que forman parte de la misma unidad pero que poseen el capital económico y la infraestructura necesaria para hacerlo. Por otro lado, existen las “unidades extensas de producción artesanal”, las cuales tienen la posibilidad de incursionar tanto en la producción como en la comercialización. Cabe señalar que una misma unidad doméstica puede pasar por las tres fases de acuerdo a sus características sociodemográficas. Así, posiblemente una familia recién formada que vive con los padres del esposo puede incursionar en la producción con mayor facilidad porque ya cuenta también con la mano de obra de la esposa mientras que el hombre puede salir a comercializar. Cuando finalmente se separan de la unidad doméstica paterna, algunos sólo se dedican a la comercialización de las piezas que produce su unidad de producción artesanal. Debido a que no tienen mano de obra suficiente se ha

recorrido a la contratación de personas que no forman parte de su red para la producción, es decir, que existe una transformación dinámica al interior de las unidades domésticas y las unidades extensas de producción artesanal.

En su conjunto, las comunidades del Alto Balsas conforman una región¹⁹ económica de producción artesanal que se va afianzando mediante las diferentes relaciones sociales - incluyendo las cuestiones simbólicas y culturales- que se han establecido a través de la producción y comercialización de diferentes insumos y artesanías. En este sentido, coincido con Luz del Carmen Vallarta cuando menciona que: “Las artesanías además de ser objetos implican relaciones sociales, al analizarlas de esta manera lleva su estudio más allá del mero ámbito de lo económico, nos permite comprender la complejidad de su producción en términos culturales y hasta simbólicos (...) a comprender su producción en términos de relaciones de parentesco, a entender su papel dentro de las unidades de producción (...)” (Vallarta:1985;13). De igual manera, Néstor García Canclini ha propuesto que la producción artesanal de una región o localidad específica no se puede reducir a la mera cuestión mercantil: “Lo económico y lo simbólico se entremezclan en cada relación social, se diseminan en toda la vida comunitaria” (García Canclini:2002;136).

Para el caso específico de San Juan Tetelcingo, tenemos que hacia finales de 1960 los miembros de algunas unidades domésticas incursionaron en la producción de artesanías de barro y amate pintado para ser distribuido a través de las diferentes rutas comerciales que ya habían abierto los habitantes de Ameyaltepec. Posteriormente, los miembros de estas unidades de producción artesanal fueron creando a través de los procesos migratorios previos, sus propias rutas para la distribución y comercialización con la finalidad de competir al interior del naciente mercado. Con el tiempo, tanto el mercado como las rutas se fueron haciendo más complejos para la comercialización del

¹⁹ Por región se entiende aquella unidad geográfica y temporal de análisis delimitada por el investigador con la finalidad de desarrollar interrogantes a una realidad social específica, lo cual no quiere decir que las regiones sean construidas sin referentes a una realidad económica, política, cultural, espacial y temporal, por el contrario, estas: “se refieren a la clasificación de una gran variedad de datos -y hechos- que ayudan al investigador a analizar situaciones particulares o generales” (Cohn: 1987;105). Desde la perspectiva del investigador, la región, es una hipótesis a probar, “son construcciones analíticas, que tienen la capacidad de explicar las relaciones al interior de tres variables básicas dentro de las ciencias sociales: cambios socioculturales, espacio y tiempo” (Van Young: 1992). Para Cohn, las regiones son establecidas en un período específico de tiempo, por lo tanto, no son absolutas y son difíciles –sino imposibles- de definir con un criterio objetivo, de esta manera, el propósito específico del análisis determinará las fronteras del estudio (Cohn:1987).

barro y el papel amate, por lo que los sanjuanenses se fueron enfocando más a la comercialización del barro pintado²⁰.

Siguiendo a Catharine Good, se entiende que las comunidades nahuas dirigen su producción artesanal principalmente hacia tres tipos de mercados: turístico, particular y de intermediarios. El mercado “(...) “turista” se refiere al mercado compuesto por viajeros extranjeros y nacionales a quienes llegan como vendedores ambulantes en la calle; “particular” se refiere a la clientela cultivada a través de relaciones personales, con mayor incidencia de venta repetidas a las mismas personas; “intermediarios” se refiere a la venta al mayoreo en la cual entregan mercancía a un agente que la vuelve a comercializar” (Good: 1988;39).

Hoy en día es posible observar diferentes cambios y continuidades en cuanto a las propuestas desarrolladas por Catharine Good hacia la década de 1980. Una de las continuidades más importantes es aquella en la que proponía que prácticamente no existía un mercado de intermediarios constituido por personas diferentes a los nahuas del Alto Balsas, ya que estos han logrado mantener un control relativo tanto en las fases de producción como en las de comercialización artesanal. Para Good, en parte esto se debe a la amplia tradición comercial de la región, la cual se remonta de la época colonial hasta finales de la década de 1930. En este período los nahuas se dedicaron a la comercialización de sal marítima proveniente de la Costa Chica. En los años subsecuentes (1950-1960), comenzó a comercializarse el papel amate pintado y posteriormente se retoma el barro pintado. Esta experiencia comercial adquirida con los años, permitió que los nahuas del Alto Balsas desarrollaran y se adaptaran a diferentes contextos para comercializar y relacionarse con múltiples personajes.

En la actualidad también sigue vigente la tipología de mercados a los que hace referencia Good, no obstante, resulta crucial señalar que el mercado de “turistas” se ha ampliado exponencialmente y además presenta algunos cambios interesantes. Por ejemplo, en la actualidad, algunos artesanos del Alto Balsas rentan establecimientos fijos en diferentes sitios turísticos e inclusive al interior de hoteles dirigidos al “gran

²⁰ Los sanjuanenses se especializan a la producción de barro pintado debido a que los artesanos de Ameyaltepec ya habían acaparado los mercados de papel amate. Esto se abordará con más detalle en el siguiente apartado.

turismo”. Las implicaciones de este último fenómeno son analizadas en la presente investigación para el caso específico de los nahuas de San Juan Tetelcingo.

A partir de la década de 1990 el mercado del papel amate ha sido desplazado parcialmente por el del barro pintado. Además los artesanos han incluido entre sus productos una serie de artesanías elaboradas con insumos industriales; tales como las piedras preciosas que compran en Taxco, Iguala o la Ciudad de México. Por lo tanto, las propuestas desarrolladas por Good para el caso específico de Ameyaltepec y su incursión a la comercialización del papel amate, se tomarán como referencia para explicar el desarrollo de los nuevos mercados analizados en esta investigación.

2.4. Papel amate pintado en el Alto Balsas: Una producción artesanal

Algunas investigaciones (Good:1988, Stromberg:1982) han propuesto que la producción de papel amate surge en Ameyaltepec del municipio de Eduardo Neri²¹ hacia finales de 1950. Como se explicó en el apartado anterior, las artesanías elaboradas de barro tienen una tradición más antigua en la región, por lo que entiende que fue a partir del éxito que tuvieron en el mercado las piezas de barro decorado, como los artesanos impulsaron el rescate y la búsqueda de nuevos materiales y técnicas donde fuera posible reproducir los mismo motivos decorativos que trazaban sobre el barro.

El papel amate se obtiene del árbol del mismo nombre, así como del moral y el jonote. Cabe destacar que la producción de hojas de papel amate es casi inexistente en la región, por lo que es necesario que los habitantes de otras regiones comercialicen con las hojas de papel amate entre los nahuas del Alto Balsas. Tal es el caso de los otomíes provenientes de la comunidad de San Pablito Pahuatlán en Puebla que llegan al Alto Balsas a comercializar las hojas que son producidas en su comunidad. Asimismo, existen nahuas que se dedican a comprar papel amate por mayoreo a los otomíes, para revender el producto en las comunidades del Alto Balsas (Mastache y Morett: 1997;133-144).

²¹ Conformado por las localidades de: Zumpango del Río, Ahuelicán, Amatitlán, Ameyaltepec, Axaxacualco, Balsas Sur, Carrizalillo, Huitziltepec, Jalapa, La Laguna, Mazapa, Mezcala, El Miraval, El Palmar, Papalotepec, San Miguel Vista Hermosa, Tenantla, Tepehuaje, Tlanipatla, Venta Vieja, Xochipala, Plan de las Liebres, Tlapangalapa, El Platanal, La Ciénega, El Caracol, El Aserradero Viejo, El Balseadero, La Herradura, El Ojo de Agua (Las Pilas), Tres Cruces y Periconal.

Para pintar los amates, los artesanos nahuas utilizan pinceles, tinta china para definir los contornos de su dibujo y pinturas de agua o acrílicas²² para rellenar con color los dibujos. En sus inicios, los amates pintados por los nahuas se caracterizaban por el contenido de figuras zoomorfas utilizadas anteriormente en el barro como aves, venados, conejos, zorros y tigres. En la actualidad estas representaciones continúan produciéndose, sin embargo, algunas se fueron estilizando con el tiempo y otras desaparecieron al intensificarse su comercialización. Esto se debe a que conforme el mercado se fue saturando con este tipo de dibujos, los artesanos se vieron en la necesidad de innovar y plasmar nuevas historias, en las que relataban parte de su vida cotidiana en las comunidades del Balsas.

Inclusive, en tiempos recientes han comenzado a plasmar algunas de sus experiencias como migrantes nacionales y transnacionales, como fue el caso de los dibujos que narraban la caída de las Torres Gemelas en el 2001 o aquellos donde aparecía la imagen de Osama bin Laden. De esta manera, se propone que los cambios en los “diseños”²³ plasmados sobre el papel amate fueron promovidos como respuesta a la necesidad de diferenciarse para atraer la atención de nuevos consumidores. Según informantes, la gran variedad de diseños producidos por los nahuas del Alto Balsas se pueden dividir en dos grandes categorías: el de “historia”, a los que se les invierte más tiempo en su elaboración y el de “animales, flores o frutas” que implica menos horas de trabajo. El primero de estos se dirige al mercado privado y el segundo al mercado turístico.

Es importante señalar, que en la actualidad algunas empresas venden el papel amate ya grabado (con historias, animales e iconografía maya o azteca). Es decir, que ya no es necesario que las personas que lo comercializan sean las mismas que producen los diseños, sino que ahora sólo tienen que rellenar las figuras de los papeles que según mis informantes, adquieren en la comunidad de Maxela. Algunos nahuas de la comunidad de Maxela, ha comenzado a especializarse en la producción de papel amate impreso con serigrafía, el cuál producen a gran escala y comercializan a menor costo. Este hecho ha generado una depresión en los costos del papel amate pintado producido

²² Destacan la marca Vinci y Politec.

²³ Se puede decir que la palabra diseño es una concepción totalmente occidental que es utilizada por los nahuas de Guerrero, y por lo tanto, se puede entender que este uso también implica un cambio en la concepción que se tenía anteriormente en la producción y la que se tienen en la actualidad.

por los nahuas de San Juan Tetelcingo y otras comunidades del Alto Balsas. Respecto a esto, un informante señaló lo siguiente:

“En Maxela ya no es artesanía pues malbaratan las mercancías pues hacen miles en un día y ya no se aprecia el amate. En los mercados está inundado de esa mercancía y ya no les interesa a las personas comprarlos, entonces si las dan más baratas nos afectan a nosotros que las hacemos a mano” (Entrevista realizada a Juan Dámaso Gaspar el 16 de enero de 2005 en Xalitla, Guerrero).

Lo anterior ha llevado a que en San Juan Tetelcingo se este perdiendo la práctica artesanal del papel amate, ya que la producción “industrializada” promovida por Maxela impulsó una baja en el valor estas mercancías. Desde mi perspectiva, en la actualidad la producción de papel amate pintado sólo se mantiene y reproduce en aquellas comunidades que han logrado generar cierto prestigio en la elaboración del mismo, tal es el caso de Ameyaltepec o Xalitla. En estas comunidades encontramos a diferentes artesanos que a través de una amplia trayectoria de producción artesanal, han logrado acumular prestigio social dentro y fuera de la comunidad gracias a su trabajo artesanal. Algunos de estos artesanos han viajado al extranjero para comercializar sus artesanías e inclusive, en algunos casos han sido invitados para exponer sus “obras de arte” en museos distinguidos²⁴.

En este punto, me parece importante detenerme brevemente en el rol que han desempeñado algunos investigadores sociales para que ciertos artesanos tengan prestigio social a partir de su producción artesanal. Desde mi perspectiva, los científicos sociales –particularmente los antropólogos- han promovido a estos artesanos en diferentes espacios y ámbitos, lo cual ha impulsado la valorización de sus artesanías en ciertos contextos y escenarios. Para ejemplificar lo anterior retomaré las visitas que realicé con algunos artesanos de Ameyaltepec y Xalitla. En el caso de Ameyaltepec, fui a casa de un reconocido artesano al cual me recomendó visitar el comisario, cuando llegué me invitaron a pasar y a sentarme enfrente de un muro en el que habían colgadas fotografías del artesano en diferentes lugares de Estados Unidos, acompañado por distintos personajes que al parecer eran extranjeros. Mientras el artesano conversaba conmigo y pintaba, me hizo un paréntesis para señalarme que si

²⁴ Ver artículo de Vargas, Silvia (2009). “Arte popular tradición que las autoridades no aprecian” en: Diario de Morelos. 8 de abril.

http://www.diariodemorelos.com/index.php?option=com_content&task=view&id=37552&Itemid=80
Asimismo, se puede consultar la página del National Museum of the American Indian: <http://www.nmai.si.edu/searchcollections/results.aspx>

lo deseaba podía tomar fotografías de él y de su hijo mayor -que también es artesano-. Esta persona me explicó que a su casa han ido muchos investigadores extranjeros con los que ha platicado de su trabajo artesanal y con los que ha viajado en algunas ocasiones hacia Estados Unidos con la finalidad de exponer sus trabajos. Al preguntarle por otros artesanos reconocidos de papel amate, mencionó algunos nombres que por lo común coincidían con los que me habían venido proporcionando diferentes personas de otras comunidades.

En Xalitla me sucedió un fenómeno similar, ya que al preguntarles a varios artesanos por aquellos que destacaban por su trabajo en papel amate, los nombres fueron coincidiendo. Por lo tanto procuré entrevistarme con la mayoría de estas personas, quienes en su mayoría señalaron que habían viajado al extranjero, conocían a diferentes investigadores sociales y por lo común habían recibido ayuda de estos últimos para promocionar su trabajo artesanal. Cabe señalar que en la casa de cada uno de los artesanos reconocidos que fueron entrevistados, había un objeto colgado en la pared que hiciera referencia a su experiencia en el extranjero -fotografías o un diploma que indicaba su participación en alguna exposición extranjera-.

Estas experiencias me sugieren que algunos artesanos de Ameyaltepec y Xalitla, no sólo utilizan estos objetos como algo decorativo, sino que son objetos que valorizan su trabajo, que los dotan de reconocimiento. Estos artesanos adquiere prestigio dentro y fuera de sus comunidades gracias a las relaciones que van estableciendo con diferentes artistas e investigadores sociales que les compran sus mercancías, les sugieren diseños y los ayudan a promocionar su trabajo en otros espacios. Así, las rúbricas plasmadas sobre el amate se van haciendo de renombre e inclusive adquieren más importancia que el propio diseño dentro del proceso de valorización. Estas prácticas sugieren que en ocasiones algunos investigadores sociales justifican la producción por su valor estético o artístico -uniendo conceptos como lo son “arte y artesanía”²⁵- y no por las formas específicas como se produce y comercializa. Considero

²⁵ Recordemos la definición de artesanía propuesta en el segundo capítulo de esta investigación. La artesanía es un producto hecho a mano que adquiere distintos significados de acuerdo a la relación social de producción y consumo, así como al espacio social al que se la destinará. A pesar de que muchos consumidores las adquieren por su estética, entendemos que la artesanía no se define únicamente por su relación con la estética o el arte. María Teresa Ejea, sugiere que las artesanías pueden ser denominadas como “arte “más no como “arte popular”：“Es común hablar de arte popular, pero el calificativo de “popular”, más que expresar un sector definido de la sociedad, indica una carga clasista del término; si un artesano

que dichas prácticas fomentan una férrea competencia entre artesanos, ya que cuando los sujetos externos “seleccionan” a los que desde su perspectiva resultan ser los mejores artesanos de las comunidades, se generan algunos conflictos al interior de las mismas, debido a que en ocasiones existen otros artesanos que poseen las mismas habilidades para dibujar, más no para entablar relaciones sociales.

En este sentido, puedo citar el libro *Culturas Populares en el Capitalismo* de Néstor García Canclini quien hace un interesante análisis sobre cómo los artesanos de las comunidades michoacanas comienzan a adquirir prestigio artesanal a través de sus firmas y cómo comienzan a ser segregados de sus comunidades: “(...) su mundo pasa a ser su estilo. Por que sus obras dejan de habitar en su pueblo, él sólo puede vivir en el universo de estereotipos que el mercado consagró bajo su firma. Para los pocos que triunfan comercialmente el paso final de este desarraigo será la migración a la ciudad, sus productos dejarán de ser artesanías y serán considerados “artísticos”, su nombre se desvanecerá en su comunidad y comenzará a ser conocido por coleccionistas y *marchands*” (García Canclini:2002;143-145). En el caso de este estudio no se presentan estas características, ya que los artesanos poseedores de reconocimiento artístico no se desvanecen de la comunidad sino que ya son personajes que han adquirido su prestigio social al interior de la comunidad a partir del control del mercado del arte. Por otro lado, es relevante mencionar que la producción artesanal como estrategia conjunta de las unidades domésticas o extensas queda borrada, resaltándose únicamente el papel de un individuo, como si fuera el único productor.

Como se mencionó anteriormente, en las comunidades en las que se produce papel amate existe una clara división en la organización del trabajo. De esta forma, encontramos que por lo general los niños y las mujeres jóvenes se dedican a pintar las artesanías, mientras que los hombres adultos se dedican a su comercialización fuera de su localidad. Sin embargo, cabe señalar que durante los períodos en los que los hombres permanecen en el poblado también participan en la elaboración de los amates, ya que sólo migran durante algunas temporadas del año hacia otros sitios para comercializarlos. Asimismo, encontramos que a nivel comunitario existe una división para la producción, de esta manera, tenemos que algunas personas alquilan su mano

posee creatividad artística y esté no puede aspirar a que su obra sea llamada “arte” a secas por el hecho de pertenecer a cierto grupo social, económica y culturalmente subordinado” (Vallarta y Ejea:1985;93).

de obra para pintar -algunos nahuas de Ahuelican, Ahuehuepan, San Agustín Oapan, Analco-, mientras que otras comercializan los papales amate pintado, así como también hay quienes sólo se dedican a vender las pinturas u otro tipo de materiales necesarios para la producción.

2.5. Barro pintado en San Juan Tetelcingo: Producción y comercialización (1960-1990)

En sus inicios, la producción de barro en el Alto Balsas -específicamente en Ameyaltepec y San Agustín Oapan- era destinada para el uso doméstico así como para el trueque con otros productos que circulaban en la zona. Algunas personas de San Juan Tetelcingo me señalaron que el barro comenzó a decorarse con colorantes de origen natural, los cuales provenían de una piedra que se conseguía a los alrededores de San Agustín Oapan. Al moler esta piedra en el metate con la resina de un árbol de la zona, se producía una especie de tinta de color negro o rojo que usaban para los dibujos del barro. Las figuras dibujadas con esa tinta eran más sencillas que las que se pintan en nuestros días, ya que sólo hacían flores o animales de tamaños más grandes y por lo tanto más fáciles de rellenar.

En la actualidad, la mayor parte de la producción artesanal de barro se realiza con fines comerciales, no obstante, se puede decir que en sus diseños aún se conservan algunas características utilizadas anteriormente. Empero, en tiempos recientes éstas han sido adaptadas estéticamente con nuevas formas, colores para llamar la atención de los consumidores de objetos que expresen cierto “folklore indígena” y a la necesidad de innovación para diferenciarse de la competencia.

Como ya se mencionó en el apartado anterior, la producción y comercialización del barro pintado ha tenido más éxito en San Juan Tetelcingo que la del papel amate, ya que a pesar que este último tuvo un gran crecimiento durante la década de los 80, su comercialización se expandió y los precios bajaron. Las ganancias ya no resultaban redituables debido a la competencia y la introducción al mercado de los denominados amates de sello (los que son elaborados con serigrafía). Por lo tanto, los nahuas de San Juan Tetelcingo enfocaron su producción artesanal hacia el barro pintado, ya que a

pesar de ser difícil de transportar, éste es un producto fácil de comercializar entre las tiendas de artesanías y los turistas. Además, el común de los consumidores no saben valorar la distinción entre un amate hecho con sello y otro hecho a mano, por lo tanto se niegan a pagar un precio justo por el tiempo que algunos nahuas invierten para la elaboración de esta artesanía.

Algunos pobladores de San Juan Tetelcingo coincidieron en que el barro pintado, llegó aproximadamente en 1960 como actividad económica a la localidad. Hacia esta época, Francisca Marcos Hernández, se casó con un señor llamado Guadalupe –de quien nadie recuerda el apellido-, originario de Ameyaltepec. Esta persona le enseñó la práctica del oficio a su esposa; la recolección de la materia prima, la elaboración del barro, el secado de las artesanías, el horneado y finalmente el pintado de las mismas. Ella fue a vivir con la familia de su esposo y ahí fue aprendiendo el proceso de la producción de barro pintado. Posteriormente, esta persona enviuda y decide regresar a San Juan Tetelcingo, donde continúa realizando la actividad debido a que sus hijos eran pequeños y ella no contaba con el apoyo suficiente para mantener las tierras de su esposo. Al volver a la comunidad de origen, la señora Francisca le enseñó el oficio a cuatro mujeres más: Flora Iglesias, Santa Margarito, Juliana Juárez y Emilia Santos, quienes comenzaron a aprender el oficio en los pocos ratos libres que les quedaban después de trabajar en la casa y el campo. Según una informante, la señora Francisca comenzó a enseñarles a mujeres que no formaban parte de su unidad doméstica debido a que sus hijos estaban pequeños y por lo tanto se hacía necesaria una alianza fuera de su propia unidad doméstica, de otra forma, no hubiera podido continuar con la elaboración de las piezas de barro. Una de las mujeres -la única de las cuatro que aún vive-, señaló lo siguiente:

“Mi papá tenía un motor de nixtamal y yo trabajaba ahí, pero ya terminando de moler me paraba a la 1 de la mañana. Como antes las personas salían a trabajar en el campo y se tenían que levantar temprano, iban desde San Juan hasta Ameyaltepec al cerro de atrás, iban diario y tenían que pararse temprano a la 1 de la mañana pues me paraba a esa hora y ya a las 8 terminaba de moler y pus me quedaba ahí nada más. Terminaba yo a las 8 y -“¿Pues que voy a hacer?”- mejor me iba con la muchacha que ya estaba en San Juan y veía que hacía sus cositas de barro ¿no? y me enseñé a hacer también” (Entrevista realizada a Flora Iglesias el 5 de febrero de 2006 en Plaza Playacar en Playa del Carmen, Quintana Roo).

La materia prima que se necesitaba para producir las figuras de barro era relativamente accesible. La arena se recolectaba cerca del pueblo de Ahuehuepan, el algodón²⁶ se obtenía de un árbol llamado Pochotl, además del agua, la leña y el excremento seco del ganado vacuno. Cuando el oficio se fue difundiendo entre diversos miembros de la comunidad, las tareas se fueron especializando. Los informantes recuerdan que por lo común eran los hombres y las mujeres jóvenes los que recolectaban la arena cada semana en algunos bancos de arena cerca del cerro que está entre Ameyaltepec y Ahuehuepan. Realizaban viajes una vez por semana para transportar la arena recolectada hacia San Juan Tetelcingo.

Algunos entrevistados me comentaron que la mejor temporada para recoger el barro, es durante las lluvias, ya que la arena se desprende con mayor facilidad. Una vez acumulada la arena en el solar de las casa, esta se dejaba secar y después se extraía la basura o las ramas con las manos, mientras se pulverizaba. Después de que ya estaba listo el barro, se iniciaba la preparación agregando agua, el algodón y se mezclaba o amasaba bien hasta obtener una pasta que pudiera moldearse con las manos. En cuanto a la recolección de la leña, es necesario señalar que las mujeres eran las encargadas de ir a lugares cercanos a la localidad para recoger la leña y el excremento de las vacas que se usaría para cocer el barro.

Los nahuas me señalaron que en ese entonces no contaban con los moldes de las figuras que deseaban elaborar con la mezcla -como es el caso actual-, por lo que utilizaban piedras para estirar la masa, posteriormente se recortaba y se colocaban a mano las agarraderas de las ollas o cántaros que realizaban. Una vez hechas las diferentes figuras u objetos, estas se ponían al sol a secar para que a continuación se lijara con una piedra y pusiera a cocer al fuego. Para cocer las piezas, hacían un hoyo en el suelo y después colocaba la leña con excremento seco del ganado. Después de cocinarlas, estas piezas se pintaban con las tintas naturales que ya se habían preparado anteriormente. Una informante me explicó la elaboración de los trastes de barro de la siguiente forma:

“Lo poníamos a remojar en un trastecito, este, y ya le echábamos algodón que se da de un árbol que le llaman “Pochotl” que sale como algodón, le salen como bolitas se le quitan y se le pone. El algodón sirve para meterle al lodo y tantita arena y ya lo

²⁶ Se le dice algodón a la flor del árbol del Pochotl, la cual es como una pelusa blanca que es muy similar al algodón industrializado.

jalábamos cuando quedaba bien y ya empezábamos a sacarle las figuras que nosotros queríamos hacer. De molde usábamos una ollita por ejemplo, o poníamos en una piedra anchita hacíamos así el lodo y ya se extendía como tortilla pero no muy delgadita y ya luego lo dejábamos arriba de un molde y ya se secaba un poquito y le recortábamos y ya así lo hacíamos, le poníamos su orejita o algo así, o le recortamos lo de encima así y le recortábamos poco a poquito, cuando ya estaba un poquito más como medio a la mitad de seco, y ya lo dejábamos hasta que se secase bien. Y ya después lo lijábamos con la lija para que quedara así bien lisito y ya poníamos a coser con la lumbre de la majada o de la caca de los animalitos, de los bueyes...íbamos a juntar y ya traíamos mucha majada y escarbábamos y escarbábamos en el piso como un pocito hacíamos hondito y ahí es donde poníamos a cocer y ya los poníamos a cocer y sí se cocían bonitos y ya empezábamos a pintar y así empezamos” (Entrevista realizada a Flora Iglesias el 5 de febrero de 2006 en Plaza Playacar en Playa del Carmen, Quintana Roo).

El método descrito anteriormente para el cocido del barro ya no se practica actualmente en San Juan Tetelcingo, ni en ningunas de las comunidades del Alto Balsas debido a que ya se cuenta con hornos especializados para cerámica o en su defecto se obtiene el barro con otras comunidades. Algunas personas me indicaron que prefieren comprar la alfarería ya hecha y únicamente pintarla, ya que se invierte mucho tiempo en la preparación de las piezas. Es importante hacer hincapié, en que para el caso de la comunidad de estudio, fueron muy pocas las personas que se especializaron en la producción de barro, de tal forma que este se continuó comprando con los vendedores de las poblaciones vecinas, quienes llevaban mensualmente piezas de diferentes tamaños con la ayuda de sus animales de carga.

Hacia el año 2002 algunas personas intentaron comercializar las piezas de barro que se producía en un taller que fue construido en la entrada de San Juan Tetelcingo, no obstante, los sanjuanenses hicieron mención de que las piezas las vendían muy caras y que la calidad no era muy buena, por lo que prefirieron seguir comprándolas con personas proveniente de otras comunidades. Por tal motivo, el taller se vio obligado a detener su producción y cerrar totalmente sus puertas.

Es importante recalcar que la producción del barro pintado se inicia en San Juan Tetelcingo en la década de 1960, período que coincide con el éxito de papel amate en comunidades como Ameyaltepec y San Agustín Oapan. Sin embargo, estas comunidades durarían muy pocos años con el monopolio de esta producción, ya que hacia finales de la década de 1960 los sanjuanenses también incursionaron en esta actividad. Asimismo, se de resaltar el hecho de que Francisca Marcos no sólo fue la agente transmisora de conocimiento a algunas mujeres de su comunidad de origen,

sino que también fue quien transfirió los conocimientos necesarios para comercializar las piezas en Acapulco. En seguida se presenta el testimonio de la Sra. Flora, quien fue una de sus alumnas:

“Yo aprendí con ella por que es mi amiga, me animó -“Dile a tu papá que te deje ir”- por que ella ya pues ya había ido como dos, tres veces que ya estaba en el pueblo. En aquél tiempo, hace como 38 años (por que mi hijo mayor tiene 36, entonces fue hace 38 años), pues hace como 38 años la gente casi no eran muchos vendedores como ahora. ¡No hombre! Yo no duraba mucho cuando iba a dejar a Acapulco mi mercancía, duraba una semana o diez días y toda mi mercancía que llevaba la terminaba rápido. Hacíamos tres viajes a la playa (nos dejaban vender ahí en la playa), íbamos en la mañana y si llevaba dos morrales los terminaba y regresaba luego a la casa a donde llegaba a traer más mercancía y así rápido terminaba, regresaba luego a mi pueblo a trabajar en el molino y hacer otra vez más.” (Entrevista realizada a Flora Iglesias el 5 de febrero de 2006 en Plaza Playacar en Playa del Carmen, Quintana Roo).

La señora Francisca ya había viajado a ese sitio turístico en varias ocasiones con su esposo por lo que ya había establecido vínculos con personas de comunidades vecinas para comercializar en Acapulco. Se entiende entonces, que ya contaba con una red social que fue construyendo mientras viajaba con su esposo, lo cual le permitiría continuar comercializando con barro pintado y el papel amate tras quedar viuda. Como bien se mencionó, la transmisión de la información sobre los lugares para comercializar se dio primero entre su red social cercana y después se disgregó entre toda la comunidad:

“Ah entonces, sí primero fue ella de ese pueblo salió ella primero como viene de Ameyaltepec pues ya habían unas personas que ya están saliendo a vender, ella primero se fue con familiares de su esposo pero después se empezó a ir sola y ya después me empezó a llevar y ya ahí del pueblo éramos dos las que empezamos a ir, pero yo fui como tres veces, hasta cuatro veces pero más ya no. Después de que me casé sí, cuando me casé, este, a los dos años me casé y ya pues entonces si tuve que ir, lo jalé a mi esposo como que no quería y ya empezamos a ir con mi esposo, ahí y ya este pues ya la gente de San Juan, otras personitas de San Juan, dos señoras que también, aparte de que yo también empecé otras dos señoras empezaron ahí también”. (Entrevista realizada a Flora Iglesias el 5 de febrero de 2006 en Plaza Playacar en Playa del Carmen, Quintana Roo).

A partir de las primeras migraciones de las mujeres de San Juan Tetelcingo para comercializar las artesanías, diferentes pobladores de su comunidad comenzaron a incurrir en esta actividad. Para ese entonces, esta estrategia económica ya se venía desarrollando en otras comunidades vecinas -como Xalitla y Maxela-. En cuanto a la obtención y utilización de los insumos, cabe recordar que no fueron muchos los artesanos que se especializaron en la elaboración del barro en San Juan Tetelcingo, por lo que fueron imprescindibles los mercaderes foráneos que comenzaron a llevarlo al pueblo a través de animales de carga.

De hecho, las personas de la comunidad dejaron de producir el barro dentro de la localidad desde mediados de 1980, debido a que hacia esta época comienzan a aparecer los primeros talleres en Iguala. Estos talleres incrementaron la producción del barro y la calidad del mismo, debido a que introdujeron nuevas tecnologías para el mejoramiento de las piezas. Asimismo, surge la utilización de los primeros hornos de barro y se comienzan a incorporar otras tintas industriales para decorarlo.

A partir de este proceso se infiere que existen dos formas básicas a través de las cuales los sanjuanenses adquieren el barro: a) la intermediación o b) la compra directa. Mientras en el primer método estarían aquellas mercancías obtenidas a través de los mercaderes/intermediarios que las llevan al pueblo. En el segundo método se ubicarían aquellas mercancías que los artesanos obtienen directamente de los talleres donde las producen.

A través de la compra de las piezas de barro, se incrementó el comercio extralocal de la comunidad generándose nuevos vínculos sociales y comerciales, en otras palabras, a través de las redes sociales de los nahuas artesanos de San Juan Tetelcingo, se establecieron nuevas rutas comerciales de distribución dónde viajaban los artesanos por períodos para comerciar las artesanías que se producían al interior de sus unidades domésticas. Con este proceso migratorio temporal se inicia un período de apertura de nuevos mercados artesanales, lo cual no indica que sean las primeras migraciones de la comunidad ya que éstas surgieron por la interrelación de determinantes históricas y socioeconómicas.

Es a partir de este período -década de 1960-, que se inició la apertura de nuevos mercados en distintos sitios turísticos, lo cuales, se fueron saturando con el tiempo pues hay que recordar que los sanjuanenses no sólo competían con los artesanos de su comunidad ya que también estaba latente la competencia de las poblaciones vecinas que comerciaban las mismas artesanías o la de otras comunidades de artesanos que participaban en los mercados turísticos de que aquél entonces.

Se entiende que la mayoría de las rutas relacionadas con los mercados turísticos, se abrieron hacia la segunda mitad del siglo XX, paralelamente a la expansión del turismo nacional y extranjero, como una actividad económica promovida por el Estado como

alternativa para el desarrollo. Hacia la década de 1980, se identifica una apertura del mercado para la venta de artesanías mexicanas –folklóricas- en las principales plazas públicas de las ciudades, lo cual, tenía como objetivo consolidar el imaginario del México indígena suscitado por el Estado.

2.6. Barro pintado: Producción y comercialización a partir de 1990

Es posible afirmar que desde la década de 1990, la totalidad de las piezas de barro que pintan las familias de San Juan Tetelcingo, provienen prácticamente de los talleres especializados en la producción de barro en Iguala, Xalitla y San Agustín Oapan, así como de algunos talleres de Tonalá y Tlaquepaque en el estado de Jalisco. No obstante, llama la atención que las piezas que llegan de Jalisco no son comercializadas directamente por productores jaliscienses sino que algunas personas originarias de las comunidades de la región del Alto Balsas -sobre todo de Xalitla- adquieren las piezas durante sus viajes fuera de sus localidades para después comercializarlas en los sitios turísticos donde están asentados otros artesanos.

Así como en toda la región del Alto Balsas, en San Juan Tetelcingo existe una división especializada para la producción artesanal. Es decir que algunas personas se alquilan para pintar, mientras que otras comercializan los productos, así como también hay quienes sólo se dedican a vender las pinturas u otro tipo de materiales necesarios para la producción. La producción de barro pintado de la comunidad, también debe ser entendida en relación a sus vecinos, ya que en la región del Alto Balsas existe una especialización de la producción, tanto en la elaboración de las artesanías, como en la comercialización de los productos. En esta investigación se propone que dicho sistema regional de lugares se construye a partir de las redes sociales de cada una de las comunidades del Alto Balsas.

Para ejemplificar lo anterior, es posible mencionar que hacia 1999 algunos artesanos de Xalitla se organizaron para hacer un taller en donde pudieran producir piezas de barro que pudieran comercializar ya pintado y sin pintar en los mercados turísticos. Este taller funciona para los nahuas de Xalitla que se asociaron en el proyecto, quienes a su vez no comparten el producto total de la producción sino que cada persona se encarga de lo

que produce cada uno y de comercializar las piezas que obtienen. Algunas personas de San Juan Tetelcingo me señalaron que antes iban a Xalitla a comprar las piezas de barro, no obstante, actualmente prefieren ir al taller de barro de Iguala debido a que tienen figuras más variadas y los costos son más bajos. Sin embargo, los tepalcates los adquieren regularmente en San Agustín Oapan, comunidad en la que aún se pinta con tintas naturales y se continúan utilizándolos para cuestiones de la vida cotidiana y ritual.

En los talleres de Iguala la producción depende de los asalariados que trabajan en el mismo, mientras que en los talleres de Xalitla y San Agustín Oapan, la producción es regulada por la unidad familiar de producción, la cual, ya tiene a los clientes a los que venderá su mercancía. Los clientes ya saben qué día deben ir por la mercancía que encargaron previamente y los productores no tienen la necesidad de ir a ofreciéndola en los diferentes mercados.

Otro ejemplo de los procesos de especialización en la producción artesanal a nivel regional lo encontramos con los nahuas de San Agustín Oapan o los de Ahuehuepan que venden su mano de obra a los artesanos de Ameyaltepec por elaborar toda la artesanía²⁷, las cuales pagan desde \$2.00 pesos por la producción de las piezas pequeñas y \$20.00 pesos las piezas grandes. Posteriormente, los nahuas de Ameyaltepec venden las piezas en sus mercados en donde obtienen hasta diez o veinte veces la cantidad que pagaron a las comunidades vecinas. Esto está relacionado, con que hoy en día no sólo hay una especialización de productos o en alguna parte de la producción de artesanías, sino que también existe una especialización en la comercialización de algunos insumos para la elaboración de la artesanía o en la comercialización de la artesanía misma.

Como se ha venido describiendo, algunos pueblos de la región del Alto Balsas se especializan en la comercialización de una parte de la materia prima con la que se hará la artesanía. Otros pueblos ya tienen bien definido el tipo de mercado o estrategia con la que venderán su mercancía, mientras que existen algunas comunidades en las que se especializan en vender la mano de obra para la producción artesanal. En este sentido, algunos nahuas justifican el poco pago por la manufactura de artesanías en ciertas

²⁷ Lijar la pieza de barro, pintarla, decorarla o delinear las figuras, rellenarlas con color, calarla -o volver a delinearla los dibujos- y aplicar el barniz.

comunidades nahuas, aduciendo el hecho de que no gastan en transporte para comercializarlas, que no hablan muy bien el castellano -sólo su lengua náhuatl- y no pueden ir a venderlas a otros lugares. Este tipo de justificaciones, están relacionadas con los pueblos que tienen una “trayectoria de comercialización artesanal” más antigua, quienes usan ese discurso para dar legitimidad a la explotación que llevan a cabo los mismos indígenas entre sus comunidades vecinas.

La “trayectoria de comercialización artesanal” ha permitido que pueblos como Xalitla o Ameyaltepec, hayan adquirido cierto prestigio y establecido redes socioeconómicas que les facilitan sus viajes para comercializar las artesanías. Si lo vemos desde otro punto de vista, se podría decir que están estableciendo vínculos de ayuda entre las comunidades de artesanos del Alto Balsas, ya que algunos nahuas lo perciben como un fenómeno que está generando empleo al interior de la región del Balsas, lo cual puede traducirse en algunos recursos económicos que no se obtienen trabajando en la parcela.

En el caso de los nahuas de San Juan Tetelcingo, es posible distinguir una característica peculiar en esta especialización para comercializar sus artesanías. Conforme se iba transmitiendo el conocimiento de la producción artesanal no sólo en un pueblo sino en toda la región del Alto Balsas, se comenzaron a saturar los mercados por lo que se inician fuertes períodos de competencia, lo que implica una búsqueda de nuevos espacios en donde volver a valorar exitosamente la artesanía. No obstante, este es un proceso diacrónico y difícil debido a la inversión de capital, la infraestructura y el tiempo que implica. Los nahuas de San Juan Tetelcingo, abrieron diferentes rutas y se insertaron en mercados ofreciendo sus productos a turistas, particulares e intermediarios a través de la “innovación” en la forma de comercializar. Los nahuas de San Juan Tetelcingo, venden sus artesanías a los turistas que se hospedan en las grandes corporaciones hoteleras de diferentes sitios turísticos.

La innovación como concepto se ha aplicado a la industria, la producción y el diseño en el marco de las sociedades capitalistas. Empero, la innovación es una práctica cultural cotidiana de adaptación. Actualmente, muchas empresas están realizando lo que en el mercado se conoce como innovación de productos o servicios en donde: “La Innovación es un proceso por el que a partir de conocimiento (ya existente o generado a propósito)

la empresa crea productos, procesos o servicios nuevos (o mejoras de los existentes) que tienen éxito en el mercado” (San Román:2004).

Algunos nahuas pagan rentas para la comercialización de sus artesanías en las tiendas o locales dentro de los hoteles y otro grupo de artesanos coétnicos innovó la estrategia de comercialización, a través de la venta y exhibición de sus productos en pequeñas carretas o palapas que rentan a las corporaciones hoteleras y que por lo regular están ubicadas en el área de la alberca del hotel o cerca de las playas. Esta particular forma de comercialización distingue a los nahuas de San Juan del resto de los artesanos de del Alto Balsas.

Es de suma importancia destacar que no sólo comercializan la artesanía al interior de los hoteles, sino que además están involucrando a los consumidores directamente en el proceso de producción, debido a que les dan clases de pintura en barro a los turistas²⁸. Puedo asegurar que esta estrategia comercial es muy propia de los nahuas de San Juan Tetelcingo debido a que al hacer mis recorridos de campo en varias comunidades del Alto Balsas, me percaté de que todos sus vecinos reconocen que es la actividad principal a la que dedican su tiempo comercial los nahuas de San Juan: “Impartir clases de pintura en barro a los turistas extranjeros o nacionales”.

Si bien, San Juan fue la primera comunidad en desarrollar esta innovadora estrategia para comercializar y valorizar sus artesanías de barro, es necesario hacer hincapié en que hay algunos actores de comunidades vecinas -Maxela o Analco- que están comenzando a reproducir la misma práctica. De tal forma que se está desarrollando un fenómeno similar a lo que sucedió con el barro y el papel amate hacia la década de 1960, es decir, que existe también una especialización en cada población para comercializar sus productos artesanales pero posteriormente el éxito de una estrategia de comercialización hace que se transmita a otras comunidades, surja competencia y se sature el mercado. A partir de lo anterior, se infiere la existencia de un fenómeno intra y extra comunitario de localidades pertenecientes a una región geográfica particular, que a su vez conforman una serie de comunidades extendidas a lo largo y ancho de la república. En este contexto, la innovación es una estrategia de suma importancia entre los nahuas.

²⁸ Estrategia que se abordará con más profundidad en el siguiente capítulo.

Finalmente, es importante señalar que algunos sanjuanenses, no sólo comercializan las artesanías de barro pintado, sino que han combinado estas actividades con la venta de otros productos semiindustrializados provenientes de centros urbanos -como lo son algunos collares de plástico y platería-, por lo tanto, vemos que los comerciantes de San Juan Tetelcingo han buscado mecanismos o estrategias comerciales en donde también circulan nuevos productos que los mantienen dentro de la competencia con otras artesanías.

2.6.1 “La organización del trabajo”

Entre los sanjuanenses logran distinguirse por lo menos tres tipos de unidades domésticas dedicadas a la producción artesanal de barro pintado: 1) aquellas que se especializan en alguna parte del proceso, 2) las que se dedican a la intermediación o comercialización de la artesanía, y 3) aquellas que se dedican tanto a producir como a comercializar los productos. Como veremos, cada una de estas unidades de producción está relacionada de forma específica con la migración.

Estos tres tipos de unidades de producción artesanal pueden variar en su actividad dependiendo del ciclo de reproducción en que se encuentre la unidad doméstica. Es decir, que en el caso de que en la unidad doméstica no haya quien comercie las artesanías, sólo se dedicarán a alquilarse para la producción, mientras que en el caso de que la unidad doméstica este compuesta por dos personas mayores, posiblemente sólo se dediquen a comercializar los productos terminados. Asimismo, tenemos aquellas unidades extensas de producción artesanal en las que algunos de sus miembros han migrado al sitio donde se comercializa la artesanía, mientras que otros sólo se dedican a realizar viajes para entregar la mercancía. De esta manera, se entiende que las unidades domésticas desarrollan diferentes estrategias paralelas a la producción artesanal -como la migración-, las cuales condicionan la manera en que se realiza dicha producción.

En cuanto a la organización del trabajo al interior de esas unidades de producción artesanal, vemos que en la primera -aquellas que se especializan en alguna parte del

proceso- habrá regularmente mujeres viudas con hijos, o aquellas que están casadas y tienen hijos y permanecen en la localidad para dedicarse a elaborar el barro pintado -lijar, pintar, decora, rellenar, calar y aplicar el barniz- para las personas que les pagan por ello, mientras tanto, sus maridos se encuentran en EU. Asimismo, observamos a mujeres y hombres solteros que están migrando con las personas que comercializan su producto artesanal en los sitios turísticos. Por lo común estos jóvenes sólo venden su mano de obra, no migran para comercializar su producto y obtener ganancias del mismo, sino que son trabajadores de otros sanjuanenses.

Siguiendo la misma tipología que he propuesto para diferenciar las unidades de producción artesanal, se puede decir que las de intermediación o comercialización de la artesanía, están compuestas por hombres adultos que compran el material en otros lugares y lo revenden al interior de la comunidad o aquellos que pagan a las mujeres de la primera unidad de producción y después lo revenden con clientes que tienen tiendas en lugares turísticos. En esta unidad de producción participa toda su unidad familiar en el proceso para que ellos coloquen sus productos en un mercado determinado. Dentro de esta unidad también ubico a aquellas mujeres -viudas, con esposos en EU o solteras- que compran la materia prima y posteriormente venden o envían a otras unidades de producción -con las cuales tienen lazos familiares o de parentesco- a través del servicio de paquetería que tienen algunas líneas de transporte terrestre o pagan los que ellos llaman fletes completos, es decir, camionetas llenas de piezas de barro -sin pintar- que salen desde Iguala.

Finalmente, logré identificar el tercer tipo de unidad extensa de producción -aquellas que se dedican tanto a producir como a comercializar los productos- donde participan, hombres adultos, mujeres -casadas o solteras- y los niños, es decir, todos los actores que componen la unidad familiar. Este tipo de unidad familiar tiene un tipo de organización del trabajo distinto a las anteriores, debido a que migra toda la unidad hacia donde se tiene establecido un mercado comercial. En otras palabras, una vez que se han establecido en una colonia o que ya tienen un lugar donde reproducir sus relaciones sociales de producción, encontramos que éstas a su vez dividen el trabajo entre las unidades de tipo 1) y 3)²⁹.

²⁹ Siguiendo mi propuesta: 1) aquellas que se especializan en alguna parte del proceso y 3) aquellas que se dedican tanto a producir como a comercializar los productos.

En el caso particular que estudia esta investigación, encontré que algunos de los nahuas de San Juan Tetelcingo asentados en la colonia Colosio de Playa del Carmen, Q. Roo, compran las piezas de barro sin pintar que les llevan cada mes ciertos intermediarios de la misma comunidad, Iguala, Xalitla o Ameyaltepec. La mayoría de las artesanías de barro pintado ya acabadas, las adquieren con los artesanos de Xalitla quienes además de comerciar con ellos también tienen otros clientes con tiendas en la zona. Los hombres adultos se encargan de llevarlas al lugar de almacenamiento de la casa donde residen, posteriormente las van trasladando -dependiendo de las ventas que tengan- al hotel donde imparten clases. Asimismo, los hombres son los encargados de dar las clases en los hoteles, ya que por lo común las mujeres de las unidades de tipo 3) ocupan su tiempo cocinado, llevando esta comida hasta los hoteles, cuidan que no roben las mercancías del lugar en donde dan clases, cobran las mercancías y por las noches hacen collaritos o pintan barro. Los hombres son los que proporcionan los materiales a los turistas a los que dan clases y corrigen los trazos de la artesanía una vez que el turista la ha terminado.

Las mujeres solteras que son contratadas por la unidad 1) - quienes también contratan personas de otras poblaciones que no son exclusivas de la región del Alto Balsas-, pintan artesanías y hacen collares de piedras semipreciosas. Cuando no ocupan su tiempo en la producción, cocinan, llevan la comida a las personas que dan clases en los hoteles o cuidan a los hijos de las familias de las unidades de tipo 3). Por otro lado, tenemos que los hombres solteros que son contratados por la unidad 2), la cual, les paga por cargar las mercancías, dar clases en los hoteles, pintar artesanías en sus ratos libres, hacer collares y ser choferes. Finalmente, dentro de este tipo de unidades se manifiesta la participación de los niños, quienes además de realizar sus estudios de primaria o pre-primaria en Playa del Carmen, también participan rellenando los dibujos de las artesanías inconclusas por los turistas.

Este último punto es interesante, en el sentido de que los padres me expresaron su interés por los estudios de los niños, pero también su preocupación por la transmisión del oficio a los niños, ya que a pesar que muchos adultos no desean que lo reproduzcan como una estrategia de vida queda explícito que a partir de estas enseñanzas, los

artesanos se identificarán con los miembros de sus comunidades de origen³⁰. A partir de lo anterior es posible citar a Mario Camarena quien en su estudio realizado con lo tejedores de Santa Ana del Valle, Oaxaca señaló que cada sujeto: “(...) construye una concepción individual del mundo y simultáneamente, la identidad cultural del grupo. Esta identidad no deviene de las tareas del oficio únicamente, sino del significado que le dan. El mismo oficio adquiere diferentes significados de acuerdo a la generación a la que pertenece y se encuentra relacionado al contexto cultural, económico y social de la época” (Camarena:2000;83)

En esta investigación, es posible caracterizar conjuntamente a los tres tipos de unidad de producción como un complejo sistema de producción y comercialización, en donde intervienen no sólo las personas de San Juan Tetelcingo, sino que también encontramos la incorporación de personajes extralocales.

Para finalizar, me gustaría retomar la propuesta de Victoria Novelo (Novelo:1976;227) sobre la tipología de las formas de producción artesanal que se presentan dentro de relaciones capitalistas. Según la autora, parte del estudio directo de las unidades de producción artesanal se basan en la comparación de la fuerza de trabajo empleada, medios de producción, el grado de la división del trabajo, los ciclos de trabajo y el volumen de la producción, así como su destino. A partir de esto, la autora presenta cuatro tipos de formas de producción artesanal: La forma de producción familiar, el taller tanto individual como el taller capitalista y la manufactura.

La primera la ubica en un contexto rural y agrícola se basa en una división primaria del trabajo, sexual y de edades, el oficio se transmite dentro de la familia y entre familias. A veces adquieren la materia prima a través de intermediarios, utilizan pocos instrumentos de trabajo y el producto a veces se destina al auto consumo. El taller individual puede estar en zonas rurales pero ya no se vincula con la situación agrícola, la herramienta le pertenece al productor, se caracteriza por una producción minoritaria para un consumo también pequeño. La organización del trabajo se basa en relaciones no capitalistas pero el producto obtenido se consume dentro del marco de relaciones capitalistas de producción.

³⁰ Los padres prefieren que sus hijos estudien, por lo que en algunos casos, contratan a otras personas para que les ayuden a elaborar las artesanías, sin embargo, esto no significa que los niños no tengan los conocimientos sobre el oficio. Esto se aborda con más detalle en el capítulo 5.

El taller capitalista o con obreros organiza su trabajo agregando más fuerza de producción en forma temporal o estable. La cantidad de herramienta es más significativa que en el taller individual debido a que se requiere un amplio número de manos trabajando al mismo tiempo por lo que es mayor la inversión en los instrumentos de trabajo, en este sentido, es posible hablar también de las relaciones patrón-asalariado. Los productores elaboran los objetos en su totalidad, no existe la división del trabajo. Por lo que es posible decir que la organización del trabajo y el producto, se producen, circulan y consumen dentro del marco de relaciones capitalistas de producción. En la manufactura, la organización del trabajo reúne en el mismo taller a obreros y a personas especializadas en alguna parte del proceso de producción, la producción sigue siendo manual aunque hay instrumentos de trabajo que aumentan la productividad y el volumen de las artesanías. En la manufactura se observan nítidamente las relaciones capitalistas de producción (Novelo:1976).

Una vez caracterizadas las formas de producción propuestas por Novelo es posible decir que en el caso de San Juan Tetelcingo, encontramos que prácticamente todas las unidades de producción de barro pintado propuestas, se ubican dentro del taller capitalista, ya que la producción del barro pintado siempre ha tenido como objetivo mercantilizar el producto, nunca se produjo con fines de autoconsumo -como fue en el caso de San Agustín Oapan, por ejemplo- y a través del tiempo ha presentado algunas características similares a las señaladas por Victoria Novelo para dicha forma de producción.

Capítulo 3.

NUEVAS ESTRATEGIAS DE VALORIZACIÓN ARTESANAL: LOS NAHUAS DE SAN JUAN TETELcingo EN LAS CORPORACIONES HOTELERAS DE MÉXICO

En este capítulo se analizan las primeras experiencias migratorias de algunos habitantes de San Juan Tetelcingo, con la finalidad de entender los factores que los llevaron a producir y comercializar artesanías de barro pintado en ciertos sitios turísticos nacionales -específicamente en Acapulco y en la Riviera Maya-, de tal forma que con el tiempo fueron abriendo mercados a partir de nuevas experiencias migratorias y la diversificación de sus productos. Asimismo, se expondrá y analizará la nueva estrategia de comercialización que actualmente están utilizando los nahuas de San Juan Tetelcingo en Playa del Carmen y en otros sitios turísticos. La nueva estrategia comercial está vinculada con un esquema que consiste en dar clases de pintura en cerámica de barro en los hoteles, las cuales, están adquiriendo mucho éxito debido al valor simbólico atribuido por los consumidores.

3.1. Primeras migraciones y apertura de mercados en los centros turísticos: De los servicios al comercio ambulante (1940-1960)

En este capítulo me enfocaré particularmente en aquellas migraciones vinculadas con la producción y comercio de barro pintado en los destinos turísticos, con la finalidad de ir trazando a través de diferentes narrativas la ruta que llevó a los migrantes nahuas hacia Playa del Carmen, Quintana Roo a partir de 1983 aproximadamente.

En esta investigación se ha venido señalando que no fue sino hasta la década de 1960, cuando algunos pobladores de San Juan Tetelcingo se integraron al proceso de producción artesanal de barro y papel amate, lo cual dio pie a que posteriormente se iniciaran sus primeros viajes para comercializar sus productos en algunos sitios turísticos al interior del estado de Guerrero. En este apartado me enfocaré en el proceso desarrollado para abrir nuevos mercados en los sitios turísticos y la manera en que los sanjuanenses se fueron incorporando a dichos movimientos migratorios.

Las primeras migraciones laborales no estaban relacionadas directamente con la comercialización de artesanías -tanto de papel amate como de cerámica de barro-, sino que en la mayoría de los casos, salieron de sus lugares de origen durante de la década de 1940 para insertarse en diferentes actividades que les permitieran obtener suficientes recursos para la reproducción de sus unidades domésticas. Por lo general, los migrantes se empleaban en las ciudades de Chilpancingo, Iguala, Taxco, Huitzucó y Acapulco, desempeñándose en el área de los servicios o haciendo trabajos de albañilería, mientras que sólo pocas mujeres trabajaban como empleadas domésticas en hogares de clases media y alta. El lugar de destino estaba ligado con la cercanía a su lugar de origen y con las opciones laborales. Esto fue desarrollando una especie de proceso acumulativo por etapas, en las que los migrantes fueron adquiriendo experiencia y socializaron la información de los nuevos destinos o rutas a los que accedieron, creando así las primeras redes sociales. Si bien, los empleos en los que se insertaban dentro de estos espacios laborales no les permitieron reproducir cabalmente a sus unidades domésticas en el aspecto económico, hay que subrayar el hecho de que con estas primeras migraciones, lograron visualizar las posibilidades de comercializar sus artesanías en otro tipo de mercados.

Como se mencionó en los capítulos anteriores, algunas de las ciudades donde iniciaron sus primeros movimientos laborales se fueron convirtiendo en importantes sitios turísticos, en los cuales, se fue creando un mercado de productos artesanales. Las primeras comunidades de la región del Alto Balsas que comenzaron a migrar para comercializar sus productos a través del comercio ambulante, fueron Ameyaltepec y San Agustín Oapan. Mientras que los migrantes de San Juan Tetelcingo viajaban a los mismos destinos para emplearse en la albañilería, en los servicios o en otras actividades que no mantenían vínculo alguno con el comercio de artesanías.

Posteriormente y debido a los estrechos vínculos que mantienen las comunidades de la región del Alto Balsas, algunos sanjuanenses se integraron al comercio ambulante durante sus tiempos libres -fines de semana-, con otros artesanos que ya poseían experiencia y con quienes en algunos casos compartían el cuarto del hotel donde se hospedaban. No obstante, en un principio no comercializaban las artesanías elaboradas por su unidad doméstica de producción sino que se dedicaban al comercio ambulante de las piezas de cerámica de barro elaboradas por artesanos de las comunidades de

San Agustín Oapan o Ameyaltepec, con quienes obtenían muy pocas ganancias económicas.

A partir de estas primeras “experiencias laborales extralocales”, comenzaron a integrar ambas actividades -laboral-artesanal- pero para ello, era necesario producir sus propios productos artesanales, por lo que las personas que migraban y ya se encontraban en un mercado laboral comenzaron a llevar artesanías de cerámica de barro, elaboradas por las mujeres de su familia, para venderlas a personas de poblaciones vecinas que ya estaban establecidas en dichas ciudades. Como bien se mencionó en el segundo capítulo, los productores de papel amate ya poseían cierto prestigio y renombre en los mercados turísticos, por lo que la dificultad para competir con ellos llevó a enfocar su producción en la cerámica de barro pintado. Este proceso tomó 20 años, que fue cuando las mujeres comenzaron a producir el barro pintado para comercializarlo fuera a San Juan Tetelcingo, actividad que generó hacia la década de 1960, los primeros viajes con objetivos específicamente comerciales.

Con lo anterior, se entiende que fueron tres las etapas por las que pasaron las primeras migraciones de la comunidad de estudio: 1) en sus inicios migraban para trabajar en los servicios, 2) después comenzaron a producir y distribuir el barro pintado durante sus viajes y 3) se dedicaron al comercio ambulante de sus artesanías.

Durante la segunda etapa, se insertaron en los mercados que tenían mejores condiciones para comercializar de forma directa sus artesanías de cerámica de barro, los cuales estaban relacionados con los sitios con los que mantenían relativa cercanía geográfica, como lo fue el caso del puerto de Acapulco. En este punto, vale la pena señalar que la conjunción de ambas actividades económicas -la comercialización artesanal y sus otros empleos- permitieron desarrollar un nuevo negocio que les permitiera subsistir, en otras palabras el salario que ganaban algunas mujeres trabajando como empleadas domésticas o los hombres como albañiles, después era invertido en materia prima para la elaboración de sus productos, tal como el uso de otro tipo de pinturas industriales o la posterior compra de las piezas de barro que dejaron de producirse en la comunidad.

Algunos mencionaron que una vez que detectaron que la venta de artesanías les generaba ganancias para subsistir, comenzaron a presentarse con más frecuencia las migraciones de familiares, sobre todo durante las temporadas altas de turismo. Esto les generaba mayor retribución económica, por lo que no sólo migraban los hombres o las mujeres para insertarse de forma aislada en el mercado artesanal sino que ya comenzaban a migrar también sus hermanos, primos, esposas o hijos, es decir, que se iniciaba la migración de toda la unidad extensa de producción artesanal para vender las piezas que llevaban desde San Juan Tetelcingo. Una vez que finalizaban con la comercialización de todas las piezas, las personas que no contaban con algún empleo regresaban a su pueblo para seguir elaborando artesanías. Mientras que los que tenían un empleo continuaban con él y en aquellas temporadas en las que no tenían trabajo, decidían volver al pueblo con las ganancias para invertir una parte en los insumos necesarios para la elaboración de las artesanías.

Al irse nuevamente a los sitios turísticos para trabajar, se llevaba las artesanías que ya habían elaborado las mujeres y los niños durante sus estancias fuera de la localidad. En ese momento había una clara división del trabajo, en donde, los hombres comercializaban con otros nahuas las artesanías que producían los niños y mujeres de su unidad extensa de producción artesanal y a su vez se empleaban en algún otro espacio laboral. No obstante, el trabajo de los hombres dejaba muy poco tiempo como para combinar su actividad laboral y comercializar las artesanías, por lo que se hizo necesaria la ayuda de otros artesanos que por lo común formaban parte de su familia.

De esta forma, comenzaron a realizar estancias más largas en las que permanecían por temporadas de hasta 6 meses para después regresar a su lugar de origen, sin embargo, esto les generaba más costos por lo que decidieron asentarse definitivamente con sus familias en los sitios turísticos. Adquirían las piezas de barro sin pintar a través de otros productores provenientes de San Agustín Oapan o Ameyaltepec, quienes en muchas ocasiones fungían como intermediarios ya que ellos no producían el barro sino que lo compraban en fábricas de Iguala y después lo vendían en los sitios en donde estuvieran asentados los que lo pintaban. Una vez que las piezas de barro habían sido decoradas por los sanjuanenses, éstos las revendían a su vez a otros intermediarios de Ameyaltepec o Xalitla asentados en el mismo sitio turístico, razón por la cual, se entiende que fueron productores y distribuidores.

La llegada definitiva de los familiares de los migrantes, se explica debido a que ésta división del trabajo permitió la reproducción de la unidad de producción artesanal, es decir, que un empleo permite capitalizar a otro y por lo tanto, habían ciertas transferencias de capital. Respecto a esto, algunos migrantes señalaron que los hombres trabajaban durante las mañanas en la construcción de avenidas de Acapulco mientras que las mujeres y los niños se dedicaban al comercio ambulante de la cerámica de barro pintado por los mismos. Durante las noches, todos los miembros de la unidad extensa de producción artesanal –hombres, mujeres y niños- dedicaban parte de su tiempo en la elaboración de las artesanías que venderían al siguiente día.

Desde mi perspectiva, este es un patrón común en las migraciones, ya que primero migra un hombre o mujer en edad productiva laboralmente. Una vez que consigue establecerse y conocer las dinámicas del mercado laboral, tiene la posibilidad de traer a otros miembros de sus unidades domésticas.

Esta estrategia permitió que el trabajo se dividiera de tal modo, que existiera la posibilidad de que migraran algunos miembros de la unidad extensa de producción artesanal para encargarse de la venta de sus productos a través del comercio ambulante, mientras que el jefe de familia continuaba realizando paralelamente aquellas actividades laborales que no estaban involucradas con la producción artesanal. Para ejemplificar lo anterior, tenemos el caso de un matrimonio de San Juan Tetelcingo que migró a Acapulco y en el que la esposa cocinaba y llevaba los alimentos a su esposo a su lugar de trabajo. Durante el trayecto de su casa al trabajo de su esposo, ofrecía a través del comercio ambulante las artesanías de barro que había elaborado junto con su esposo durante la noche anterior. Con esta estrategia lograron evitar en mayor medida la participación de intermediarios en el proceso de comercialización. Lo anterior me sugiere que cuando los grupos inician una nueva actividad comercial orientada étnicamente, los hombres se apoyan en sus esposas y el resto de sus unidades domésticas para que se inserten en el nuevo nicho mercantil, de esta manera aseguran que los ingresos sigan fluyendo y soporten la creación de un nuevo negocio. Una vez que este se consolida, por lo general dejan sus trabajos y se insertan en el nuevo nicho laboral, pero durante los períodos de crisis regresan a sus empleos anteriores. Por lo tanto, estamos ante dos mercados laborales complementarios que transfieren capitales de diversa índole.

En el segundo capítulo se explicó, que fueron las mujeres las emprendedoras que lograron insertarse al mercado laboral a través del autoempleo y gracias a ellas a través del comercio ambulante, la venta de artesanías resulta ser una práctica económica redituable. Se puede inferir entonces, que el papel de las mujeres es indispensable durante el proceso de producción y comercialización de las artesanías en San Juan Tetelcingo, ya que a partir de su participación, se inicia la tercera etapa de las primeras migraciones. En este sentido, considero importante señalar la agencia que tienen las mujeres, ya que fueron ellas quienes decidieron involucrarse en las primeras migraciones hacia los sitios turísticos para comercializar las artesanías elaboradas con barro.

A partir de la descripción anterior, se entiende que los nahuas primero fueron trabajadores del sector servicios, después productores-distribuidores de la cerámica de barro y por último comerciantes ambulantes, por lo tanto, es posible decir que las primeras migraciones involucraron un proceso acumulativo que permitió que algunas unidades extensas de producción artesanal participaran en todas las fases, mientras que las unidades domésticas de producción se especializaron sólo en una parte del proceso. Cabe mencionar que este fenómeno es dinámico ya que todas las unidades de producción se van adaptando a una o todas las fases dependiendo de los recursos internos y las necesidades específicas.

Es imprescindible no perder de vista el hecho de que los nahuas del Alto Balsas forman parte de una amplia red de producción y comercialización artesanal, en donde están interconectados todos los miembros de las distintas localidades. El éxito relativo de la actividad artesanal en los sitios turísticos que mantienen más proximidad con el Alto Balsas, no puede entenderse si no vislumbramos dicha conexión regional, ya que esto fue lo que llevó a comunidades como Ameyaltepec o San Agustín Oapan a que abrieran nuevas rutas comerciales y con el tiempo, las comunidades vecinas -entre ellas San Juan Tetelcingo- se fueran integrando a través de alguna especialización en la producción, distribución o comercialización de los productos.

Con lo anterior, entiendo que los mercados étnicos son competitivos debido a que conforman nichos económicos en donde los diversos miembros de los grupos poseedores de los mismos recursos culturales, se insertan porque algún otro sujeto del

mismo grupo étnico ya comprobó la eficacia de dicha práctica económica. La difusión de la información a través de las redes de producción, permitió que se integraran al proceso migratorio más cantidad de nahuas de algunas comunidades del Alto Balsas¹ hacia los sitios turísticos, lo cual, generó una nueva oleada de mujeres² y hombres nahuas que se dedicaban exclusivamente a la producción y comercialización artesanal, en la que por las mañanas pintaban, por la tardes salían a vender y por la noches tenían que regresar a seguir una parte del proceso de elaboración de artesanías - lijarse, pintar, decorar, rellenar, calar o aplicar el barniz-.

En este punto es importante señalar que la integración de la comunidad de San Juan Tetelcingo a la comercialización de barro pintado, pasó por un proceso largo y complejo. Si tomamos en consideración que fue a partir de 1940 que se iniciaron las migraciones de Ameyaltepec y San Agustín Oapan relacionadas con la producción y comercialización de artesanías, para cuando se incorporó la comunidad de estudio -en la década de 1960- ya había suficiente competencia en este mercado como para desenvolverse velozmente. Empero, el hecho de que el mercado ya había sido cultivado por miembros de otras comunidades también facilitó su integración.

Las mujeres que llegaban a sitios turísticos como Taxco o Acapulco permanecían por temporadas vendiendo sus productos a través del comercio ambulante que realizaban a lo largo de la costera, las playas, las plazas, los parques, las avenidas principales o en un puesto callejero. Como señalé, fue un proceso prolongado en el cual se pueden apreciar diversas ventajas y desventajas en su integración al comercio ambulante. Una de las amplias ventajas, fue que si bien el mercado artesanal comenzaba a saturarse por artesanos provenientes del Alto Balsas, también existía un mercado de consumidores, por lo que no tuvieron que crear su propio mercado. Otra de las ventajas fue que no pagaban rentas de locales, luz, agua, ni tampoco estaban a la espera de los clientes sino que ellos caminaban en su búsqueda. Por otro lado, se debe considerar que una de las ventajas más importantes fue el hecho de que al generar nuevas experiencias en el mercado artesanal, disminuyeron los riesgos para los artesanos que se integraron en etapas posteriores del proceso.

¹ Ameyaltepec, Xalitle, San Agustín Oapan y San Juan Tetelcingo.

² Cabe mencionar que las mujeres deben jugar varios roles en los sitios a los que migran, ya que son artesanas, madres, hermanas, hijas y además deben realizar las tareas domésticas de su hogar.

Entre las desventajas, encontramos que disminuyeron los precios de los productos artesanales. En este sentido es posible retomar a Catharine Good cuando señala que: “(...) se puede observar un ciclo repetitivo en el que los vendedores nahuas, al tener éxito con una mercancía, llegan a saturar rápidamente el mercado, lo cual produce una baja en los precios” (Good:1988; 68). Por lo tanto, los nahuas de San Juan Tetelcingo -y de otras comunidades del Alto Balsas- siempre deben generar nuevas formas para valorizar y comercializar sus productos, buscando así, la manera de dotarlos de un valor agregado a través de estrategias que involucran los diseños, las firmas, la practicidad del producto o la incorporación del consumidor en el proceso de producción, que es el caso específico que se aborda en esta investigación.

Algunos de los artesanos con los que conversé durante mi segunda estancia de campo, me comentaron que fue difícil su integración a los mercados turísticos, ya que a pesar de que mantenían vínculos con las personas de otras comunidades de la región, quienes ya llevaban más de 15 años migrando –pues habían iniciado sus desplazamientos comerciales a partir de la década de 1940- y les habían circulado la información sobre los lugares donde vender, no poseían el capital que les permitiera pagar las rentas de los lugares donde pudiera vivir una familia completa, es decir, que de alguna forma no poseían las condiciones económicas para asentarse.

Las personas de San Juan Tetelcingo que llegaron para comercializar sus artesanías en Acapulco hacia la década de 1960, mencionaron que los ingresos que les dejaban sus productos les permitían subsistir pero no eran suficientes como para pagar rentas en cuartos de hotel o en departamentos por lo que en ocasiones se veían obligados a dormir en las calles, plazas o parques, no obstante, lo realizaban pocas veces debido a que estaba prohibido y muchas veces era sancionado por las autoridades. Debido a esto, se vieron empujados a pagar por un espacio en casa de una señora originaria al Puerto de Acapulco, quien rentaba el uso del patio de su casa junto con el uso de un baño. En esta casa también se rentaban pequeños cuartos pero eran muy pocos nahuas los que podían pagar por ellos. Me parece importante subrayar, que muchos de los artesanos que migraron hacia Acapulco mantienen en su memoria colectiva “la casa con el árbol de mangos” que pertenecía a la señora que les rentaba los espacios. Posteriormente, comenzó circular la información entre los sanjuanenses sobre las bajas rentas en “la casa del árbol de mangos”, en donde se comenzaron los miembros

provenientes de la misma localidad y a reproducir algunos aspectos comunitarios. La siguiente narrativa hace mención a este aspecto de la vida de los migrantes en Acapulco:

“No, no me acuerdo del nombre de la colonia de lo que si me acuerdo cuando ya éramos mucha gente que se fue allá y estábamos en un patio grande, grande y como hace calor y como estaba rodeado de barda y este, la gente se quedaba debajo del árbol nada más. Tenía muchos cuartos pero nada más unas personas rentaban el cuarto y los demás allá afuera debajo del árbol de los mangos. ¡Había muchos árboles de mangos y había mucha sombra! [Risas]. Ahora, cuando llovía se metían no sé, en la casa de señora que les daba permiso y las cositas las tapaban con un hule y no más se metían en la casa de señora pero yo siempre rentaba un cuartito. Muchas personas se quedaban ahí, si entonces cuando pues a las personas les convenía ahí pues pagaban menos, una renta de un cuartito pues paga un poquito más, entonces, las personas que pagan cuarto no importa que paguen pero querían tener seguridad pues este, costaba un poquito más pero sí la mayoría se dormía en el patio, como unas 30 o 40 personas de San Juan, todos de San Juan”. (Entrevista realizada a Flora Iglesias el 5 de febrero de 2006 en Plaza Playacar en Playa del Carmen, Quintana Roo).

La “casa del árbol de mangos” estaba ubicada en la colonia Guadalupe Gómez Maganda, que es la misma colonia donde viven actualmente algunos de los nahuas que decidieron asentarse definitivamente en Acapulco. Según entiendo, la “casa del árbol de mangos” fue el espacio donde los artesanos comenzaron a establecer sus propios contactos comunitarios para rentar colectivamente otros espacios en hoteles o vecindades. Algunos informantes mencionaron que durante las primeras migraciones hacia el Puerto de Acapulco, era común que rentaran entre varias personas o incluso familias un mismo espacio. Se entiende que la recurrencia de este tipo de estrategias, responde a lo que Larissa Lomnitz denominó sistemas informales de seguridad social con los cuales, los migrantes pueden hacer frente a ciertas situaciones de marginalidad (Lomnitz:1998;269).

Lo anterior sugiere que se asentaron en los mismos sitios durante sus primeras migraciones, debido a que a través de una amplia red orientada étnicamente pudieron acceder a mayores recursos, tales como, la información sobre el mercado laboral, la posibilidad de obtener el aprendizaje necesario para transitar en la ciudad y seguridad social de diversa índole (préstamos, apoyo psicológico, el cuidado de los hijos, etc.).

Cabe señalar que actualmente, los nahuas de San Juan Tetelcingo no sólo se encuentran ocupando algunas casas de la colonia Guadalupe Gómez Maganda ya que

también se encuentran asentados en otras colonias como la Hermenegildo Galeana³, las cuales, son consideradas como las colonias de más bajos recursos del puerto de Acapulco. De igual forma, es necesario hacer hincapié en lo que señalaron algunos artesanos respecto a la ocupación de habitaciones de hotel por personas de la misma comunidad de origen, en donde incluso llegan a habitar pisos completos de un mismo hotel. Los artesanos permanecían en los hoteles durante 6 a 7 meses, en donde reproducían algunos aspectos de la vida cultural de su comunidad de origen, los cuales, evidencian la reterritorialización de los espacios que ocupan⁴. La llegada a un mismo espacio se explica por la transmisión y socialización de información sobre los sitios en los que pueden asentarse y en los que posiblemente adquirirán cierta “seguridad” estando con personas que comparten ciertos aspectos culturales.

Es importante resaltar que en dichos espacios se comparte vecindad con otros grupos pertenecientes a la región del Alto Balsas debido a que la información se socializa más allá de las personas que forman parte de su comunidad de origen, por lo que cada vez se hace más recurrente encontrar a varias personas pertenecientes a la zona concentradas en diferentes colonias del Puerto de Acapulco.

Cabe mencionar que a pesar de las adversas condiciones iniciales en las migraciones de las familias de artesanos -vivir en la periferia de los sitios turísticos donde la infraestructura es precaria, no contar con la estabilidad económica que proporciona empleo formal, etc.-, han logrado asentarse y establecer un mercado permanente en Acapulco. Hoy en día existen colonias habitadas por la comunidad -como la Hermenegildo Galeana o la Guadalupe Gómez Maganda- que migra constantemente hacia su lugar de origen para posteriormente retornar al sitio turístico y así continuar con sus actividades laborales y comerciales.

³ Kenia Guzmán Pérez describió de la siguiente forma a la colonia Hermenegildo Galeana: “Pareciera una comunidad serrana por lo sinuosa, polvorienta y accidentada de su avenida principal, pero se trata de la colonia indígena Hermenegildo Galeana, situada en la parte alta de la opulenta Costa Azul, habitada mayoritariamente por artesanos del Alto Balsas. Y su realidad así lo corrobora: no tienen agua potable, la traen por gravedad. No hay pavimento, las calles están salpicadas de rocas y los cables de luz y agua forman una enorme telaraña negra en la que no se alcanza a distinguir el destino final de cada uno de ellos. Todos ellos llegaron ahí por una “invasión” perredista. El 80 por ciento de sus habitantes son nahuas de San Juan Tetelcingo, municipio de Tepecoacuilco, pero también hay mixtecos y tlapanecos de La Montaña y la Costa Chica. La colonia está llena de casitas de madera, de palapa y de lámina de cartón y una que otra de material” (Guzmán:2004).

⁴ Catharine Good (1988:50-53) ya había denotado la reproducción de la vida comunitaria de los nahuas de Ameyaltepec establecidos en Acapulco.

Para finalizar este apartado, es importante apuntar la interrelación que mantienen los artesanos con otros sectores laborales que resultan complementarios es decir, que los migrantes que se dirigen hacia los puertos turísticos cercanos a su localidad de origen se emplean en otro tipo de actividades con la finalidad de complementar y transferir ingresos para la producción artesanal y la reproducción de sus unidades domésticas.

Lo anterior sugiere que a partir de los procesos de migración-reterritorialización comienzan a reproducirse diferentes prácticas durante la conformación de nichos étnicos. Empero como se verá en apartados posteriores, los sanjuanenses que migran hacia Playa del Carmen no laboran en otros sitios para complementar la producción y comercialización artesanal.

3.2. Artesanos en las corporaciones hoteleras: Del comercio ambulante a la formalidad (1960-1990)

En esta sección se analizarán algunas de las problemáticas que enfrentaron los artesanos para hacer de la comercialización del barro una actividad redituable en el Puerto de Acapulco y la posterior expansión de su estrategia económica hacia otros mercados turísticos.

Los migrantes que ya habían encontrado algunos lugares para asentarse, producir y comercializar sus artesanías se dieron a la tarea de buscar nuevos lugares en donde vender sus productos, ya que en la década de 1980 las autoridades locales comenzaron a prohibir cualquier tipo de comercio informal o cualquier venta callejera de mercancía en la costera, en la playas, plazas o parques, por lo que los nahuas se vieron restringidos en ese aspecto, ya que tuvieron que dejar de organizar la comercialización como se venía haciendo.

Aquellos artesanos con mayor experiencia y recursos económicos buscaron lugares con permisos en regla para comerciar sus productos, por lo que comenzaron a instalar puestos en el malecón o en las calles del centro en donde pagaban una renta al municipio por uso de suelo, empero, hubo artesanos que no podían pagar estas rentas y continuaron con el comercio ambulante. Los migrantes recuerdan que los arrestos y la

ruptura de sus piezas de barro eran prácticas comunes por parte de la policía municipal, por lo que con el tiempo los sanjuanenses decidieron incorporarse a la venta de artesanías en puestos establecidos ya que en la mayoría de casos eran más grandes las pérdidas por el pago de las multas impuestas como sanción. De esta forma, se inicia la formalización e integración a este tipo de comercio y se detiene relativamente el comercio ambulante, ya que este se sigue practicando hasta la fecha. Es importante destacar que la persecución policiaca hacia los comerciantes ambulantes es un fenómeno que continúan enfrentando hasta estos días⁵.

La presión que ejercieron las autoridades sobre los migrantes indígenas que comercializaban sus artesanías mediante el ambulante, se debió a que: 1) era una forma para regular la estética del destino turístico, 2) era una manera fácil para obtener más recursos económicos y 3) se consideraba que el comercio ambulante de los indígenas era un delito y por lo tanto, los migrantes un peligro para el sitio turístico.

Otro aspecto interesante sobre la prohibición del comercio ambulante fue que afectó directamente la producción y comercialización de las artesanías de los nahuas no sólo de San Juan Tetelcingo sino de diferentes comunidades de la región del Alto Balsas. Los artesanos que no contaban con los recursos necesarios para establecer puestos regularizados comenzaron a vender sus artesanías a aquellos que sí tenían uno o varios puestos. Según entiendo, la prohibición del comercio ambulante generó la figura del “comercializador” que no produce la artesanía y del “productor” que no interactúa con el consumidor.

La prohibición del comercio ambulante llevó a reorganizar el trabajo al interior de las unidades domésticas producción y comercialización, ya que muchos artesanos se vieron obligados a rentar puestos fijos a través de la unificación de los recursos económicos de varios familiares o amigos que forman parte de su unidad doméstica de producción, quienes a su vez, vendían parte de sus productos artesanales. De igual manera, con la prohibición de la venta de productos en la calle tanto hombres como

⁵Para ver más información se pueden consultar los siguientes artículos:
CAMACHO, S. Fernando. “Arremete el ayuntamiento de Cuernavaca contra artesanos” en: *La Jornada*. 4 de marzo de 2009.
VARGAS, Silvia. “Arte popular tradición que las autoridades no aprecian” en: *Diario de Morelos*. 8 de abril de 2009.

mujeres tuvieron que dedicar más tiempo para atender los puestos fijos y para decorar el barro pintado. La reorganización de las labores asociadas a la producción y comercialización artesanal se puede ejemplificar con el caso de las artesanas, de quienes se hizo más notable la ausencia en las tareas ligadas al hogar y la cocina, ya que algunas de ellas dejaron de preparar los alimentos y llevarlos hasta los lugares donde se encontraban los hombres que combinaban la producción artesanal con otra actividad laboral.

Se entiende que partir de esta prohibición del comercio ambulante también se comienzan a presentar las primeras migraciones de mujeres de San Juan Tetelcingo hacia Acapulco, quienes viajaban específicamente para ayudar en algunas actividades relacionadas con el hogar, como es el cocinar, lavar o atender los niños. En aquél entonces, este tipo de migraciones femeninas eran esporádicas, ya que pocos artesanos contaban con el suficiente capital económico como para ofrecerles un sueldo por los trabajos domésticos. En algunos casos, los migrantes artesanos volvían al lugar de origen para pedir a las jóvenes que formaban parte de su red familiar, que los acompañaran a los sitios turísticos para hacer las tareas comúnmente asociadas a la mujer.

En este punto es importante señalar que las migraciones de retorno se hacían cada vez con menos frecuencia, ya que pesar de que hacían sólo hora y media de camino, preferían permanecer en Acapulco por temporadas de entre 3 a 8 meses para después volver al lugar de origen a recoger lo que los miembros de su unidad doméstica ya habían logrado producir para que lo llevaran a comercializar. Esto me lleva a inferir que probablemente las estancias dependían de la producción, es decir, que entre mayor fuera el número de artesanías producidas, más prolongada sería la estancia fuera de la comunidad y viceversa. No obstante, había ocasiones en que las estancias no sólo estaban determinadas por la producción de la unidad doméstica sino que fueron múltiples factores los que intervinieron, como el pago de las rentas de los establecimientos formales que hizo que regresaran con menos frecuencia, las fiestas rituales a las que siempre regresan los habitantes de San Juan o los ciclos agrícolas, por lo que los siempre buscaban estrategias que les permitieran permanecer por más tiempo en el mercado.

Aquí valdría la pena mencionar que durante las estancias temporales, algunos de los asentados en Acapulco recuerdan que comenzaron a recurrir a los vendedores de Atzacoyaloya, Guerrero, quienes llevaban en camionetas las piezas de barro hasta la colonia en la que estaban asentados. La reducción en los costos se hizo evidente al adquirir el barro con estos vendedores, ya que así evitaban ir a la localidad de origen durante las ocasiones en las que se quedaban sin piezas de barro para pintar. La llegada de éstos nuevos comerciantes de barro, generó conflictos debido al acaparamiento entre los artesanos ya que no se compraban las piezas a través de pedidos previos, sino que se vendían a las personas que estuvieran esperando la camioneta, por lo que había algunos que no alcanzaban piezas de barro, lo cual implicaba pérdidas monetarias, ya que en esos casos recurrían a la compra de piezas a un costo más alto con otras personas asentadas en Acapulco, o pedían a sus familiares que se las enviaran por paquetería, aunque trataban de evitarlo, debido a que durante el traslado se rompían muchas piezas. Algunas veces, los integrantes de la unidad extensa de producción artesanal iban directamente a Iguala por el barro, lo que significaba una inversión más grande de tiempo y dinero al visitar a la comunidad de origen.

Lo anterior sobresale no sólo por la manera en que se perdían o no ganancias monetarias por la falta de materiales, sino por la forma en que los nahuas de San Juan Tetelcingo organizan la vida artesanal a través de sus redes sociales para continuar con la producción y comercialización durante sus migraciones temporales, además de que a través de las solidaridades de la red social podía subsanar el conflicto con otros artesanos asentados en Acapulco.

Hacia principios de la década de 1980, las autoridades del Puerto de Acapulco decidieron construir una serie de mercados destinados para la venta de artesanías, tal es el caso de los mercados “La Diana”, “Dalia” y “Papagayo”, por lo que muchos de los artesanos que comerciaban a través del ambulante fueron reubicados obligatoriamente por las autoridades en esos sitios. De igual forma, hubo casos en los que algunos artesanos que no podían pagar las rentas de los puestos en los mercados de artesanías, vendían sus productos a los dueños de boutiques con nombres de prestigiados diseñadores. Cabe mencionar, que algunas de estas boutiques estaban ubicadas al interior de los más prestigiados hoteles de Acapulco, por lo tanto, se

entiende que posiblemente estos fueron los primeros contactos que tuvieron los nahuas con los hoteleros de dicho sitio turístico.

Vale la pena relatar la manera en que los nahuas de San Tetelcingo se integraron en la industria hotelera para dar clases de pintura, ya que fue a partir de las restricciones que establecieron las autoridades locales hacia el comercio ambulante, que muchas personas de Acapulco comenzaron a ubicar los zonas o sitios turísticos en donde se comercializaban varios productos artesanales por determinados grupos de personas.

Según los datos que obtuve en campo, la comunidad de estudio comenzó a dar clases de pintura en las instalaciones de los grandes consorcios hoteleros debido a que uno de los gerentes de la cadena de Hoteles Hyatt Regency Acapulco a quien llamaban Peter Leader, se percató del éxito que estaban teniendo las artesanías nahuas en las boutiques de los hoteles, por lo que decidió acercarse a la zona –cerca del malecón- en donde se ubicaban los artesanos para negociar la posibilidad de que algunos de ellos dieran clases⁶ en su cadena de hoteles. Sin embargo, la mayoría no aceptó inmediatamente con el argumento de no querer arriesgar el trabajo que tanto les había costado para abrir un nuevo mercado en Acapulco.

Para este entonces, ya habían pasado casi 20 años desde la primera migración nahua al puerto de Acapulco. Algunos artesanos le propusieron a Peter Leader vender artesanías elaboradas ya que consideraron que con esto los huéspedes quedarían satisfechos, asimismo, no deseaban una competencia que les quitara el mercado pero el gerente insistió en que debían transmitir sus conocimientos a los turistas ya que él ya había notado que había un gran interés respecto a los procesos de elaboración de las artesanías de barro.

Fue a inicios de la década de 1980 que un nahua de San Juan Tetelcingo llamado Nicolás Francisco aceptó el ofrecimiento de este gerente. Esta negociación llevó a que

⁶ Cuando aplico el término “clases” estoy utilizando la categoría social usada por los nahuas, ya que en términos formales, éste implica aprender algo para después reproducirlo, lo cual, no sucede con los consumidores de este tipo de mercancía, ya que los turistas no vuelven a aplicar en su vida lo que “aprendieron” en las clases. Lo que venden los nahuas es “la experiencia de elaborar su propia artesanía” con la supervisión de un experto, siguiendo los patrones establecidos por ellos mismos. Esta aclaración es importante, ya que utilizaré la categoría social “clases de pintura de barro” durante todo el desarrollo de la investigación.

dicho artesano y los miembros de su unidad extensa de producción comenzaron a dar clases en la cadena de hoteles Hyatt Regency en Acapulco. Algunos de mis entrevistados indicaron “ser afortunados” ya que en ese entonces, los hoteles no les cobraban cuota alguna por considerar que podían ser una atracción para sus huéspedes durante sus estancias en la alberca. En esta investigación se infiere que no les cobraban rentas, debido a que de alguna manera el gerente del hotel suponía que lo “indígena” como imagen de exotismo y “tradición ancestral” generaba un atractivo más al interior del hotel. De esta forma, la gerencia intercambiaba un servicio por el uso de los espacios.

Con el tiempo, los administradores de ese hotel de la cadena Hyatt Regency se percataron que la imagen de los indígenas y sus clases de pintura, comenzaron a atraer más huéspedes por lo que consideraron que serían todo un éxito al interior de los hoteles de la cadena, de esta manera negociaron con los artesanos, ya que desde que se introdujo esta actividad, los huéspedes -sobre todo los extranjeros- mostraban mucho interés en la elaboración de las mismas. Aquí es importante subrayar que las ventas del señor Nicolás Francisco aumentaron considerablemente con las clases de pintura.

No faltó mucho tiempo para que otros se enteraran de que las clases de pintura permitían vender más artesanías de barro, por lo que algunos comenzaron a ir a ofrecer a los gerentes de hoteles la posibilidad de dar clases de pintura en las instalaciones, quienes a su vez se mostraron interesados y accedieron a través del cobro de una cuota por el uso del suelo y de los sanitarios.

Las clases consistían en poner una mesa junto a la alberca, con piezas pintadas de blanco y delineadas previamente con las figuras que los huéspedes aprendices sólo debían rellenar de colores. El proceso de elaboración abarcaba de dos a tres días, ya que los turistas pintaban la pieza en uno o dos días para que después el artesano terminara por calarla -delinearla nuevamente de negro- y barnizarla, proceso que tarda un día completo hasta que la pieza está seca. En este punto, es indispensable mencionar que los nahuas nunca han cobrado por las clases ni tampoco reciben propinas de lo huéspedes, por lo que la única ganancia la obtienen de la pieza de barro que venden, de la cual varía el precio dependiendo del tamaño.

Posteriormente, los gerentes de la cadena hotelera Hyatt Regency le ofrecieron a Nicolás Francisco dar clases de pintura en uno de sus hoteles ubicado en Cancún, que hacia principios de 1980 era un complejo turístico en pleno crecimiento. El artesano Nicolás Patricio accedió a impartir las clases pero no podía en ese momento por causas de salud y le cedió la oportunidad a su hermano Julio Patricio. Este proceso nos indica la forma en que los nahuas transmiten la información entre redes sociales cercanas, priorizando a familiares para que conformen unidades extensas de producción artesanal en los lugares en donde pueden iniciar un nuevo mercado con amplias posibilidades para posicionar sus artesanías a través de la clases de pintura.

Llama la atención que Cancún fue abierto como nuevo destino migratorio para vender artesanías debido a la invitación de los gerentes de la cadena de hoteles Hyatt, es decir, que las personas que representan los intereses de la hegemonía capitalista introdujeron a los productores en estos espacios. Lo anterior sugiere que la incorporación de los sanjuanenses en este mercado se inició de lo global a lo local, lo cual, refleja un continuo rejuego de las expropiaciones de símbolos por parte de los grupos hegemónicos. Se entiende que las diferentes redes sociales de artesanos, insertan sus prácticas artesanales de carácter local dentro de redes globales más amplias. Siguiendo a Roseberry: "(...) las redes mismas tienen una configuración única, social e histórica, en lugares específicos y épocas particulares. Lo local es global, según este punto de vista, pero lo global sólo puede comprenderse como, siempre y necesariamente, local. (...) Nuestra atención necesariamente se dirige a lo local y a lo particular porque cualquier posición dentro del campo social tiene una configuración única, pero también se dirige a los centros de poder porque esa configuración única no existe aisladamente, sino en una relación necesaria con estos centros" (Roseberry:1998; 89-93).

Para finalizar este apartado, considero importante señalar que así como hay algunos nahuas de San Juan Tetelcingo que combinan las clases de pintura en hoteles con la venta de artesanías en algunas tiendas o puestos de los mismo sitios turísticos, también hay otros casos que sólo venden artesanías en este tipo de comercio, aunque detecté poco de estos casos. Hoy en día, los establecimientos de artesanías nahuas no sólo comercian con barro pintado -o pocas veces el papel amate- sino que también tienen a la venta collares, pulseras y anillos hechos con piedras semipreciosas o cuentas de plástico, platería, así como sombreros charros, piezas de yeso que imitan figuras

arqueológicas y máscaras mayas. No obstante, es importante hacer hincapié en que la mayoría de los sanjuanenses que se dedican a comercializar artesanías lo hacen a través de las clases dirigidas a los turistas que se hospedan en los hoteles.

Este fenómeno es interesante, ya que actualmente comercializan productos que provienen de los diferentes lugares a los que han migrado sus familiares con experiencias previas en la comercialización de artesanías, tal es el caso de los collares, pulseras y la plata que empezaron a vender a partir de sus migraciones a Taxco y Acapulco en Guerrero, los sombreros charros provenientes de Tonalá, Jalisco, así como las piezas arqueológicas que obtienen en Quintana Roo y que remiten a los aztecas o los mayas. Lo anterior, me sugiere que la mezcla de símbolos de distinto orden obedece a un mismo fenómeno: La mercantilización de la diferencia cultural o las expresiones

3.3. Barro pintado en la industria hotelera de Playa del Carmen (siglo XXI)

Como se ha venido describiendo en los apartados anteriores, fueron los nahuas de San Juan Tetelcingo quienes comenzaron con esta peculiar práctica de impartir clases para la elaboración de artesanías a los turistas. Esta actividad no sólo se reprodujo en el puerto de Acapulco sino también en los sitios turísticos en donde ya estaba estructurada una compleja red de artesanos de otras comunidades del Alto Balsas o donde los sanjuanenses abrieron sus propias redes.

A partir de la década de 1980, los nahuas de San Juan Tetelcingo están comercializando sus artesanías en las diversas cadenas hoteleras de los más importantes sitios turísticos mexicanos como Acapulco, Ixtapa Zihuatanejo, Veracruz, Puerto Vallarta, Manzanillo, Huatulco y en diferentes hoteles categorizados como “5 estrellas” –Todo incluido, Resort, Spa, Gran Turismo- del desarrollo turístico denominado Riviera Maya⁷.

En el caso particular de Playa del Carmen, los artesanos de San Juan Tetelcingo llegaron a través de la red que se construyó a partir de una negociación realizada entre

⁷ Que abarca Puerto Morelos, Playa del Secreto, Playa Paraíso, Punta Maroma, Punta Bete, Xcalacoco, Xcaret, Calica, Paamul, Puerto Aventuras, Xpu-Há, Kantenah, Akumal, Aktun Chen, Chemuyil, Xcacel, Xel-Há, Tenkah, Tulum, Punta Piedra, Boca Paila, Punta Allen, Cozumel, Playa del Carmen.

un nahua y el gerente que les había ofrecido dar clases en el Hyatt Regency Acapulco, quién posteriormente tomó el cargo de gerente general de la misma cadena en Cancún invitándolos a vender en ese hotel, ya que se tenía el conocimiento previo de que los nahuas atraían turistas y por lo tanto, generaban más ganancias a la corporación.

Hacia la segunda mitad de la década de 1980, los ejecutivos de la cadena hotelera empezaron a cobrarles una cuota por dar clases de pintura de barro, tanto en los hoteles de Cancún como en los de otros sitios turísticos. Los ejecutivos empezaron a cobrar rentas por el uso del suelo ya que se percataron que cada vez incrementaban los permisos para vender y dar clases de pintura en los hoteles.

Según mis informantes fue aproximadamente en 1983 que llegó la primera unidad extensa de producción artesanal de la comunidad para dar clases de pintura en Cancún. Ellos se establecieron en las colonias Región 101 y en la Región 112 de Cancún, ambas colonias ubicadas en la periferia del centro turístico. En estas colonias también ya se encontraban establecidas personas de otras comunidades del Alto Balsas como Ameyaltepec y Xalitla, quienes no daban clases en hoteles pero ya tenían una amplia experiencia migratoria de comercio en este sitio turístico. Hasta la fecha, estos artesanos trabajan a través de una serie de clientes a quienes venden directamente sus productos, además, vale la pena recordar que estas comunidades están especializadas en la producción de papel amate.

En este punto me parece importante volver a hacer hincapié en los procesos de migración y territorialización, ya que los migrantes de la región del Alto Balsas regularmente se asientan en lugares donde mantienen cercanía geográfica con sus coétnicos, lo cual, alude a un nicho orientado étnicamente como una estrategia para protegerse y obtener recursos de diversa índole, en este caso, la Región 101 y 112 fueron los espacios privilegiados por los artesanos nahuas.

Igual que como sucedió en el caso de Acapulco, no faltó mucho tiempo para que se divulgara la información de que existía un mercado turístico en Cancún con potencial para comercializar sus productos, además, hay que resaltar el hecho de que es uno de los sitios turísticos en donde se ha establecido más industria hotelera de “5 estrellas”, por lo que existían amplias posibilidades para dar clases al interior de estos espacios.

Hacia finales de la década de 1980 no sólo había clases en el Hotel Hyatt Regency Cancún, sino que se empezó a generalizar en poco tiempo la actividad en otros hoteles de dicho sitio turístico.

Un informante comentó que ya era tan generalizado el hecho de dar clases a turistas en Cancún, que en menos de 5 años incrementó la competencia que se había dado durante 15 años en los hoteles de Acapulco, lo cual puede estar relacionada con el acelerado crecimiento de este sitio turístico. Este fenómeno, generó que los mercados de Cancún empezaran a suturarse rápidamente, por lo que algunos artesanos tuvieron que buscar nuevos sitios turísticos con posibilidades para impartir sus clases de pintura. En aquél entonces se encontraba en pleno crecimiento el proyecto turístico llamado “Cancún-Tulum” por lo que comenzaron a buscar nuevas opciones viables en Puerto Morelos, Playa del Carmen o Tulum para entrar en alguno de los hoteles que recién se estaban construyendo en esa zona.

Según entiendo, el incremento y la diversificación de lugares de destino de los nahuas de San Juan Tetelcingo, están relacionados con la promoción de nuevos sitios turísticos. Lo anterior, sugiere que los migrantes aprovecharon las políticas para el desarrollo del turismo que ha adoptado el Estado mexicano, por lo que la construcción de los nuevos sitios turísticos en la Península de Yucatán estimuló a que fueran ocupando nuevos espacios de comercialización en los hoteles de “5 Estrellas” en Playa del Carmen hacia finales de 1980.

En su inicio estos nuevos espacios fueron ocupados por algunos miembros de la unidad extensa de producción artesanal de Nicolás Patricio, quien llegó al Hotel Continental Plaza ubicado en la principal zona hotelera de Playa del Carmen⁸. Cabe señalar que el señor Nicolás no tuvo que llegar a buscar trabajo en este hotel debido que su hermano Julio Patricio ya había conseguido la concesión previamente pero debido a que radicaba en Cancún no pudo trasladarse por lo costoso en términos de dinero y esfuerzo. De esta manera, Julio decidió ceder la oportunidad a su hermano Nicolás en agradecimiento, ya que como se mencionó anteriormente, fue a él a quién le habían ofrecido en un principio ir a Cancún pero no pudo aceptar por sus problemas de salud.

⁸ Es de los primeros hoteles de 5 Estrellas construido en Playa del Carmen, de hecho con este hotel se inicia el recorrido de Playacar que es el nombre de la zona hotelera. Se encuentra cerca del 5ª Avenida y Avenida Juárez.

Cuando Nicolás llegó al Hotel Continental Plaza tuvo que comenzar a cubrir la renta que le cobraban a su hermano por el uso de suelo dentro de las instalaciones, la cual pudo pagar con un préstamo que le hizo su hermano Julio. Al poco tiempo de trabajar en ese hotel, Nicolás logró negociar el uso de espacios en otros hoteles de Playa del Carmen, como fue el caso del Hotel Palapas y el Hotel Shangri-lá, los cuales eran categorizados como “5 estrellas” pero no estaban ubicados cerca de Playacar –la playa principal- sino de una reconocida playa nombrada Mamitas.

Los nuevos puestos precisaban de otras personas para trabajarlos por lo que Nicolás volvió a San Juan para llevar con él a su madre y a sus suegros, quienes también trabajarían en Playa del Carmen, pues ya tenían una amplia experiencia en la producción de barro pintado tanto en Acapulco como en la Ciudad de México.

En el transcurso de 5 años, Nicolás ya había llevado a su familia más cercana pero se percató de que en el mercado turístico había mucho interés por parte de los consumidores para aprender a hacer artesanías por lo que consideraba que eran necesarias más personas que tuvieran el mismo conocimiento en la producción de barro pintado. De esta manera, realizó más viajes de regreso para invitar a otras personas pertenecientes a su red de familiares pero que tal vez ya no pertenecieran a su unidad extensa de producción artesanal original.

La búsqueda de otras personas de la comunidad es una práctica común entre los nahuas del Alto Balsas. Para ejemplificar lo anterior, tenemos que en Cancún y en otros sitios turísticos en donde ya se daban clases de pintura en los hoteles, los artesanos volvían a la comunidad de origen para invitar primero a sus familiares cercanos y luego a los miembros de una red social más amplia. Este hecho es interesante debido a que aquellos que llegan a Playa del Carmen con una invitación de los que ya habían migrado con anterioridad, por lo regular, son mujeres y hombres jóvenes que no han conformado sus propias familias por lo que tienen la posibilidad de emplearse en otras unidades extensas de producción artesanal y después ellos pueden llegar a conformar la suya una vez que conocieron el funcionamiento del negocio, ya que poseen el capital social y humano para ofrecer esos servicios en los hoteles. Cabe mencionar que no todas las personas tienen la posibilidad de ir a buscar a jóvenes al pueblo, ya que sólo

retornan aquellas que ya están consolidadas y por lo tanto, poseen experiencia en la comercialización de las artesanías.

Siguiendo la propuesta de Pierre Bourdieu (Bourdieu 1986 citado en Durand:2000;31), se entiende por capital social a la suma de recursos reales, virtuales o potenciales ligados a una red duradera de relaciones más o menos institucionalizada de conocimiento y reconocimiento mutuo. Por otro lado, según los planteamientos de Ellinor Ostromyt, el capital humano corresponde a las habilidades adquiridas a través de una actividad: “El capital humano se forma conscientemente mediante la educación y la capacitación e inconscientemente a través de la experiencia” (Ostromyt:2003; 160). A partir del planteamiento sugerido, se sugiere que las redes sociales funcionan y su integración en unidades extensas de producción artesanal es posible gracias al capital social y humano que posee cada artesano.

Con el tiempo, los mercados en los hoteles de Playa del Carmen empezaron a saturarse. Sin embargo, los mercados no se saturan por la llegada de cualquier persona que desee incorporarse a una cadena hotelera para dar clases de pintura, sino que la entrada a estos hoteles se limita a las redes sociales que se han establecido, lo que puede interpretarse como una red que restringe el acceso a los mercados artesanales. Una vez que alguien se ha establecido en un determinado mercado turístico, comienza a integrar su propia unidad extensa de producción artesanal, de la que algunos miembros acumularán suficiente capital humano y social para dislocarla y conformar una nueva unidad. Posteriormente, se comienzan a recurrir a otras personas de su comunidad que no poseen el conocimiento para decorar el barro, ya que pueden adquirirlo mientras están en los sitios turísticos y posteriormente pueden aplicarlo para comenzar a dar clases de pintura a los turistas.

Este proceso de integración y dislocación de las unidades extensas de producción, generó que algunos de los jóvenes que fueron llegando con los primeros artesanos que se asentaron en Playa del Carmen, se introdujeran en otros hoteles para dar clases de pintura componiendo así una nueva competencia. Una vez que se adquiere cierta experiencia se buscan nuevas posibilidades de mercado en diferentes hoteles. Posteriormente nueva competencia traerá a su unidad de producción artesanal, quienes

también tendrán la posibilidad de invitar a otros miembros de la comunidad o de su red social.

Posiblemente sucedió algo similar en Cancún, es decir, que se saturaron los mercados para la venta de artesanías. Se entiende entonces que los nahuas no migran a una localidad particular de forma masiva si no poseen suficientes posibilidades para vender sus productos, ya que sería muy complicado establecer un mercado redituable. Al inicio migran pocos para disminuir el riesgo y una vez que están seguros del mercado integrarán a una mayor cantidad de personas que formen parte de su unidad de producción artesanal, de esta forma, es posible decir que son pocos los que pueden llegar a determinar el rumbo de toda una red social así como su reterritorialización en nuevas localidades.

El progresivo aumento de competencia, generó que los ejecutivos de los hoteles en Playa del Carmen empezaran a rentar el uso de los espacios a través de concesiones, en las que se estipulaba que los artesanos podían utilizar las instalaciones para dar clases de pintura, siempre y cuando pagaran su renta mensual. Actualmente, son los gerentes quienes eligen a los artesanos que venderán sus productos en los hoteles, sin embargo, los criterios para elegir a dicha persona nunca han estado bien definidos, ya que hubo gente que mencionó que se han presentado casos en los que se ha ofrecido dinero a los ejecutivos para ganar una concesión.

Algunos artesanos asentados en Playa del Carmen, me indicaron que el precio de las concesiones también es variable ya que éstas se definirán negociando con los gerentes del hotel donde se desea dar clase de pintura. Lo que sí tienen claro es que el costo dependerá de la categoría del hotel -"4 estrellas" o de "5 estrellas"-, por lo que vemos que hay nahuas que pagan desde \$3,500 pesos mensuales en un hotel de "4 estrellas" hasta aquellos que pagan de entre \$1,100 a \$1,500 dólares mensuales en un hotel de "5 estrellas", pero este precio puede variar dependiendo de la cercanía con la playa o la alberca. También se presentan casos en los que la concesión está mediada por alguien más que no sea el artesano o el gerente del hotel, es decir, que hay ocasiones en que los administradores le piden al artesano que no les pague directamente a ellos sino que debe pagar el sueldo de entre 5 a 8 trabajadores del hotel que ganen \$900 pesos

quincenales, por lo que los nahuas pagan el equivalente a \$9,000 o \$14,000 pesos mensuales.

El problema de esta forma de pago, es que hubo una temporada en que los gerentes llegaron a establecer a los sanjuanenses que también debían pagar los servicios médicos de esos trabajadores a lo que posteriormente se opusieron los artesanos, ya que había ocasiones en que les salían muy caros los pagos, debido a que en algunas ocasiones los trabajadores del hotel llegaron con notas de doctores particulares o con notas de medicamentos extremadamente caros o a veces tenían que pagar tratamientos médicos demasiado elevados en precio. Este punto es muy relevante, ya que al transferir a los nahuas el pago de los salarios de los trabajadores del hotel así como sus cuidados de salud, los ejecutivos de los hoteles no se hacen responsables de la relación laboral que establecen con sus propios trabajadores deslindándose de esta manera, de todo tipo de huelgas por aumento de salario o prestaciones. Dicha práctica a todas luces ilegal, representa la precariedad laboral tanto de los artesanos como de los otros agentes que se insertan en la industria turística como prestadores de servicios

Cabe subrayar que las concesiones nunca especifican que los artesanos sean parte de su personal sino sólo se les permite entrar a las instalaciones para ocupar el espacio que están rentando en el hotel para impartir clases de pintura. Lo paradójico es que los hoteles han impuesto una serie de reglamentaciones a los artesanos, como el hecho de usar una camiseta que les venden con el logo del hotel para que sus vestimentas concuerden con la de su personal -que cuesta de entre 100 a 200 pesos-, que muestren el gafete que se les proporcionó para controlar su entrada al hotel, que mantengan limpio su lugar, que cuiden a los niños cuando los huéspedes lo pidan, que lleven su comida, por que son muy pocos los hoteles que proporcionen comida a los nahuas, a diferencia de lo que se hace con el resto de sus trabajadores.



Artesano nahua vistiendo uniforme del Hotel Porto Real
Foto: Berenice Morales

Con estas restricciones se evidencia una incongruencia, ya que se excluye a los artesanos al no proporcionarles ningún beneficio social y se les exige que cubran una serie de necesidades del hotel, sin embargo, son integrados al escenario en el que prevalece la imagen del indígena como algo exótico que puede ser explotado económicamente por las corporaciones.

Las concesiones que los nahuas pagan en los hoteles les permiten solicitar una pequeña palapa junto a la alberca para cubrirse del sol, debajo de la cual colocan mesas y sillas que deben llevar ellos ya que no se las proporciona el hotel. Algunas familias han mandado a construir exhibidores especiales con forma de carreta para dar un toque “rústico” a su puesto. Generalmente estos exhibidores se encuentran ubicados cerca de la playa, de la alberca, del SPA o del restaurante, es decir, en aquellos sitios en los que transita gente durante todo el día.

En estos exhibidores se colocan algunas piezas de barro ya elaboradas que no pueden comercializar debido a que son mercancías que vende el hotel en su boutique por lo que sólo las colocan para que los turistas las tomen como patrón a seguir. De igual

forma, ponen de entre 100 a 150 piezas de barro blanqueadas con un dibujo delineado en color negro, el cual debe ser pintado por quien la compre. En los exhibidores también colocan las artesanías que fueron pintadas por los turistas y barnizadas por los artesanos, quienes se encargan del uso de los solventes. Asimismo, en los exhibidores instalan anuncios o pancartas en donde generalmente sobresale la leyenda de “Classes paint your own”, con la cual se invita a que los consumidores pinten cualquiera de las artesanías que exhiben ahí.

Sobre las mesas colocan pinceles y pequeños contenedores de pintura vinílica en distintos tonos. A su alrededor colocan sillas en donde se sentaran los turistas y enfrente de ellos se sienta quien dará las clases. Los turistas rellenan con color las figuras que ya habían sido delineadas por los indígenas y una vez que son finalizadas, los artesanos mejoran el acabado de las piezas delineándolas nuevamente y barnizándolas⁹. Ya cuando los turistas recogen las piezas, se les empaca en papel periódico para que no se quiebre durante el viaje de regreso del turista.

Los precios de las piezas de barro varían desde \$10 dólares hasta \$40 dólares, dependiendo del tamaño y la complejidad del brocado. Durante mis estancias en los hoteles con los nahuas percibí que las piezas de barro que colocan en los exhibidores son muy sencillas por lo que implica menos tiempo elaborarlas, además de que son piezas que ellos no pintan regularmente, ya que incluso hay algunas que imitan a los personajes de las películas de Walt Disney, como es el caso de la figura de Mickey Mouse de barro, entre otros.

Un aspecto a resaltar de lo anterior, es que los indígenas elaboran sus artesanías sobre diseños globalizados que son consumidos por los turistas. Algunos artesanos me señalaron que son diferentes los dibujos de las piezas que venden a los turistas que aquellos que elaboraban anteriormente. Esto se debe a que las personas nunca han pintado y tardan mucho en rellenarlos, por lo que les facilitan el trabajo elaborando dibujos de grandes tamaños. Es importante apuntar que el cambio de los patrones estéticos de las artesanías nahuas se debe a las adaptaciones realizadas a partir de los gustos de sus consumidores.

⁹ Dependiendo del tipo de barniz que utilicen, la pieza durará de dos horas a uno o dos días en secar.



Turistas eligiendo la pieza que pintarán con ayuda de los nahuas
Foto: Berenice Morales

Los artesanos que dan clases en hoteles, regularmente venden de entre 25 a 40 piezas durante la temporada baja y en las temporadas altas venden de entre 60 a 80 piezas diarias. La temporada alta en Playa del Carmen abarca el mes de diciembre, enero, febrero, junio, julio y agosto, que son los meses en que llegan más extranjeros a la Riviera Maya. Los meses de septiembre, octubre y noviembre son las temporadas bajas ya es cuando llegan menos turistas a los hoteles y por lo tanto, casi no hay ventas.

Los turistas tienen la posibilidad de dejar a sus hijos pintando con los nahuas, quienes deben cuidar de ellos hasta que lleguen sus padres, aunque me comentaba un informante que es un trabajo complicado debido a que hay niños que no pintan y prefieren ir al mar o a la alberca por lo que no es suficiente que una persona esté cuidando su puesto en el hotel sino que se necesitan mínimo dos o tres personas en las clases de pintura. Esto me remite a mi primera visita de campo a San Juan Tetelcingo, en la cual, algunos me hablaban de las “niñeras” refiriéndose a los migrantes que daban clase en hoteles. En un principio, este trabajo no estaba vinculado con las clases de pintura pero con el tiempo el cuidado de los hijos de los huéspedes del hotel se ha hecho más recurrente. Como es de suponerse, este trabajo no tiene un costo adicional ni tampoco reciben propina alguna por él, lo cual, termina beneficiando a los hoteles ya

que podría considerarse como parte de un servicio que proporciona el hotel pero no tiene ningún costo para los turistas.

Por otro lado, los artesanos con quienes platicué me señalaron que trabajan desde 8 de la mañana hasta las 8 de noche, período donde sólo pueden tomar un descanso para comer los alimentos que regularmente se llevan desde su casa o que en ocasiones les llevan hasta los hoteles donde trabajan las mujeres de su unidad extensa de producción. Este punto es importante debido a que una vez que salen del hotel, llegan a su casa a seguir pintando las piezas que dejaron los turistas sin acabar o continúan pintando las piezas de barro que venden en los puestos externos del hotel, ya que además de tener una concesión muchos artesanos también rentan puestos para comercializar sus piezas y complementar sus recursos monetarios.

Es destacable que después de haber atendido los puestos o impartido las clases de pintura, las mujeres le dediquen más tiempo en sus hogares a la elaboración de collares y pulseras que al barro pintado, por lo que me atrevo a decir que en cierta medida el trabajo vinculado con la elaboración del barro pintado recae sobre los hombres, aunque esto no exenta a que algunas mujeres también colaboren en este trabajo.

En cuanto al transporte de los artesanos, cabe mencionar que por lo menos un miembro de la unidad de producción artesanal cuenta con un auto o camioneta, con la cual pasa a dejar por la mañana y a recoger por las noches a los demás integrantes, por lo que no utilizan los autobuses que el hotel proporciona para llevar a sus trabajadores a las colonias periféricas de Playa del Carmen como la Colosio o la Ejidal. Igualmente, es en este vehículo donde transportan las piezas de barro de sus casas a los hoteles y viceversa.

Durante mis estancias en Playa del Carmen, detecté que los nahuas de San Juan Tetelcingo tienen las concesiones de los hoteles más reconocidos de “4 y 5 estrellas”. También, me percaté de que hay casos de artesanos que se encuentran asentados en Playa del Carmen pero que dan clases en hoteles ubicados en otros sitios de la Riviera Maya. A continuación se presenta un listado de los hoteles en los que los nahuas dan clases de pintura a los huéspedes a través de las concesiones.

Hoteles "4 Estrellas" en Playa del Carmen	Hoteles "5 Estrellas" en Playa del Carmen	Hoteles "5 Estrellas" fuera de Playa del Carmen
Blue Parrot	Dorado Royale and Spa	Mayan Palace, Puerto Morelos
Deseo	Rui Tequila	Barceló Maya Garden, Puerto Aventuras
Los Itzaes	Rui Playacar	Bahía Príncipe en Akumal
Porto Real	Rui Yucatán	Freedom Paradise en Tulum
	Rui Lupita	
	Rui Palace	
	Iberostar Quetzal	
	Sunset Fishermen Spa Hotel (Hotel Plan Europeo)	
	Reef Club Playacar	
	Viva Azteca	
	Allegro Resort	
	Gala Resort	
	Hotel Continental	
	Shangri-lá Caribe	

Fuente: Trabajo de Campo

Probablemente sea más amplia la lista de hoteles donde trabajan los migrantes asentados en Playa del Carmen, no obstante, estos son algunos de los que mencionaron con mayor recurrencia mis entrevistados.

En cuanto a los turistas que toman las clases de barro pintado, es necesario mencionar que en su mayoría son turistas extranjeros, aunque también hay en menor medida turistas nacionales. Empero, los turistas nacionales no son considerados como un buen mercado debido a que regatean muchos los precios, ya que les parecen demasiado elevados los costos de las artesanías en la Riviera Maya. De igual forma, los nahuas me dijeron que el mercado nacional compra más en los sitios turísticos más cercanos a Guerrero como Taxco, Acapulco o Ixtapa Zihuatanejo.

Este aspecto es interesante, ya que los nahuas tienen un mercado diferenciado de los turistas que visitan con más frecuencia a la Riviera Maya, por lo que categorizan a cada uno de ellos por el tipo de regateo que presentan al momento de la compra. Entonces,

tenemos que dentro de sus categorías sociales hacia los extranjeros están los *gringos* que son buenos compradores por que compran lo que sea y pagan el costo que sea por pintar, los *franceses* que consideran que es caro pero no dicen nada sólo lo demuestran con su cara de que no les parece el precio aunque al final toman la clase, los *españoles* que también regatean mucho y cuesta trabajo venderles pero terminan comprando la artesanía, los *italianos* que siempre quieren pagar menos de lo que la artesanía cuesta y muchas veces no se la llevan, y finalmente, los *mexicanos* que compran más en Guerrero que en la Riviera Maya:

“¡No! ¡Y los italianos hígole piden mucha rebaja! Ya le sabemos, antes no sabíamos no más veíamos que pedían rebaja pero no más sacan las cosas así [saca varios collares]...

Dos, tres piezas y dicen:

-“Así de todo ¿cuánto?”-

¡No quieren que se les diga por pieza! ¡Quieren que les des precio de todo! Ahora, sí tú les dices de cada pieza cuánto vale todo, ellos dicen:

-“No, es mucho”-

Hace poco vino un amigo de mi hijo, de allá de los italianos y le preguntó:

-“¿Por qué tus paisanos piden mucha rebaja, por qué?”- y le dice el otro:

-“Es que allá cuando nos están mandando para acá a la salida nos dicen que aquí donde venimos nos van a dar cosas muy caras y que pidamos rebajas a más de la mitad”-

Así son los italianos casi siempre, piden mucha rebaja y los españoles son así también, los gringos ellos no, los gringos son los que pagan bien, ellos sí pagan y ¿los mexicanos? ¡No! Esos ni compran”. (Entrevista realizada a Flora Iglesias el 21 de julio de 2005 en Plaza Playacar en Playa del Carmen, Quintana Roo).

En algunos casos, los nahuas excluyen a otros extranjeros dentro de las categorías que determinan quienes forman parte de un mercado viable o no para dar clases de pintura, lo cual, posiblemente se explique por que la lógica que siguen sus mercados va acorde a las tendencias del turismo en México, que como bien se mencionó en el primer capítulo, son determinadas por las agencias de viaje y las aerolíneas. Este aspecto es interesante, ya que desde mi punto de vista los artesanos dirigen las clases de barro pintado hacia ciertos grupos de extranjeros y por lo tanto, deben conocer las estrategias que utilizarán para vender a cada uno de ellos.

Por otro lado, la mayoría de los artesanos me señaló que casi nadie pregunta de dónde proviene la artesanía que están pintando, ya que muchos extranjeros dan por hecho que la artesanía es maya, incluso algunos de estos últimos piden que al finalizar la artesanía se ponga una leyenda que diga cosas como *Hecho en México*, *Recuerdo de la Riviera Maya* o *Recuerdo de Playa del Carmen*.

Al respecto un informante señaló:

“No, ellos piensan que es de aquí. Bueno, la mayoría de gringos, como los italianos, los canadienses, bueno la mayoría internacional. Pues la verdad es que ellos piensan que es maya, no saben que es de Guerrero, no saben. Ellos piensan que la artesanía es maya, pero hay otros que me preguntan y yo les digo que esta artesanía no es maya, que es de Guerrero, de México y dicen:

-“Nooo, vienen de bien lejos y ¿cómo llegastes aquí?”-

Me llegan a preguntar y ahí algunos gringos saben hablar en español y algunos italianos también y ahí les entiendo más o menos, pues también les digo a los que preguntan y los que no pues nada más dicen:

-“Ponle aquí que diga Playa del Carmen o Riviera Maya”-

Y yo hago nada más lo que me piden que le ponga. Y hay unos que dicen:

-“¿Calendario maya no tienes?”- que me preguntan y les digo:

-“Calendario azteca sí se lo puedo hacer pero maya no”- Entrevista realizada a Jacinto Roque el 26 de julio de 2005 en la colonia Colosio de Playa del Carmen, Quintana Roo).

Como es evidente, este fenómeno está relacionado por el hecho de ubicarse geográficamente en la Riviera Maya, sin embargo, esto también es entendido por muchos consumidores como la autenticación de la artesanía. Los turistas asocian que el espacio donde se encuentran los productores corresponde a ciertos rasgos indígenas, de tal manera, que todo lo indígena queda subyugado a la cultura maya, desdibujando la diversidad cultural de los indígenas provenientes de otra parte de la república mexicana.

Durante la investigación de campo se registraron algunos casos en que los extranjeros pedían a sus acompañantes que les sacara una fotografía pintando el barro con el indígena nahua de fondo, otros pedían al indígena que se dejara sacar una fotografía mientras pintaba su pieza de barro y también hubo otros casos en los que extranjeros pedían al nahua que se dejaran fotografía con él.

La descripción anterior va acompañada de un paisaje rodeado de playas con mares turquesa y los sitios arqueológicos¹⁰ de la Riviera Maya, propiciando así, una experiencia inigualable para muchos turistas debido al escenario y su conjunción a las expresiones indígenas mercantilizadas. En este punto es posible citar a Néstor García Canclini que en su libro *Culturas Populares en el Capitalismo* (2002), hace referencia a lo que ven los turistas en torno al mercado cultural que se ofrece en los sitios turísticos: “La cultura es

¹⁰ En la investigación de maestría que realizó Elizabeth Ceh Chan enfocada en la apropiación de las costumbres mayas por parte de la industria turística de la Riviera Maya, se señala que: “(...) la apropiación de los valores indígenas para la prestación de los servicios turísticos no se da únicamente en este rubro de las costumbres, también se conecta con aspectos del ambiente y sobre todo con la naturaleza del diseño y la arquitectura del lugar. (...) De esta forma, el hotel adquiere un “toque étnico” que enriquece la experiencia del turista y lo acerca a una atmósfera más “auténtica” y “genuina” ” (Ceh: 2004;83).

igual que la naturaleza: un espectáculo. Se miran del mismo modo las playas con sol y las danzas indígenas. El pasado se mezcla con el presente, las personas dan los mismo que las piedras: una ceremonia del día de muertos y una pirámide maya son escenografías para fotografiarse”. (García Canclini:2002;50).



Turistas fotografiando al artesano nahua con el que tomaron la clase
Foto: Berenice Morales

Lo anterior me lleva a pensar que los hoteles enfocados al gran turismo han incorporado a los indígenas nahuas en las actividades dirigidas a los turistas, con la finalidad de integrarlos en este paisaje en el que todo lo ancestral está vinculado a lo indígena. Por lo tanto, se entiende que el capitalismo no necesariamente elimina pero tampoco integra a las culturas indígenas sino que sólo se apropia de ellas, reestructurando los significados de sus creencias, objetos y prácticas (García Canclini:2002;51). Esto se expresa firmemente con los que está haciendo la industria hotelera al explotar la imagen del indígena para dotar de un valor agregado la experiencia vacacional del turista y de sus propios hoteles, de igual forma, se manifiesta en la manera en que los nahuas han adecuado los diseños de sus artesanías para que sean del agrado de los turistas que los consumen.

3.4. La mercantilización de la cultura: Artesanías nahuas en el escenario hotelero

Como se ha venido explicando a lo largo de este capítulo, a partir del establecimiento de distintas rutas migratorias en la república mexicana durante los últimos 50 años, los artesanos han generado una estrategia exitosa en el mercado turístico que se hospeda en los hoteles de “4 o 5 estrellas”. Esta actividad es mucho más redituable para la industria hotelera que para éste grupo étnico, ya que obedece a su propia lógica capitalista, colocando a los artesanos en un lugar de consumo para obtener ganancias monetarias a partir de la mercantilización de su imagen indígena, proporcionando de esta forma un servicio más atractivo para el turista que se hospede en sus instalaciones.

Para entender este fenómeno, es preciso distinguir entre los conceptos comercialización¹¹ y mercantilización retomados de la propuesta de Norman Long (1998), quien menciona que la mercantilización involucra todos: “(...) los procesos a través de los cuales la noción de valor de cambio asume –no necesariamente a costa del valor de uso- un rol evaluativo y normativo de creciente importancia en el discurso y la vida económica de una unidad social dada. (...) A diferencia de la noción de comercialización, en la cual se evocan los procesos por medio de los cuales los productos adquieren un valor de cambio a través de las relaciones de mercado, la mercantilización tiene un alcance más amplio (...) incluye el cómo las relaciones y el valor de las mercancías influyen en los patrones, los valores y el comportamiento del consumo, de la producción, de la distribución, del intercambio, de la circulación y de la inversión” (Long, 1998: 55).

Según Norman Long, la mercantilización se define o impugna a través de las acciones, experiencias o prácticas de los actores sociales, por lo que no es posible reducirla a una noción abstracta de las fuerzas de mercado (Long, 1998: 58). Por su parte, Kopytoff (1991) y Appadurai (1991) señalan que las cosas al igual que las personas tienen biografías, donde en algún punto se les atribuye el estatus de mercancía -es decir, se les atribuye un valor de cambio ya sea potencial o realizado-, mientras que en otros contextos no sucede así. De esta manera, las cosas entran y salen del estatus de ser

¹¹ El cual corresponde al análisis que se ha venido haciendo en toda esta investigación respecto a la comercialización de las artesanías nahuas.

consideradas mercancías, o son percibidas por las mismas personas -o por otras- encarnando de manera simultánea, tanto valores mercantiles como no mercantiles.

Lo anterior sugiere que las expresiones culturales de lo indígena evidenciadas en la imagen del artesano y la transmisión de su conocimiento a través de las clases de pintura, son consideradas por los hoteleros, los consumidores y los productores como una mercancía a la cual se le pueden atribuir distintos significados.

Por otro lado, considero que las corporaciones hoteleras son lugares de consumo, comprendidos a partir de la propuesta teórica hecha por John Urry en su libro *Consuming places* (1995), en donde intenta explicar los lugares de consumo de la siguiente manera: “1) Que los lugares están siendo continuamente reestructurados como centros de consumo, proveyendo el contexto donde los bienes y servicios son comparados, evaluados, comprados y usados. 2) Los lugares en un sentido son consumidos, particularmente de forma visual, siendo especialmente importante en este sentido el aprovisionamiento de diferentes tipos de servicios de consumo tanto para visitantes y locales. 3) Los lugares pueden ser literalmente consumidos; lo que la gente toma como significativo de un lugar (industria, historia, construcciones, literatura, ambiente) con el tiempo es carente, devorado o decadente para ser usado. 4) Para las localidades, es posible consumir su identidad propia, de tal manera que estos lugares literalmente se convierten en lugares-totales de consumo, tanto para los visitantes como para los locales “(*Traducción propia*) (Urry:1995;2).

Se entiende entonces, que las corporaciones hoteleras son lugares de consumo contenedores de diferentes espacios comerciales en los que se mercantilizan significados e imágenes de una manera particular. En dichos espacios se venden ciertas expresiones culturales como algo exótico a los turistas, quienes a su vez pueden manipularlas a su gusto de acuerdo a la experiencia que deseen vivir. Por lo tanto, en esta investigación se sugiere que los hoteles son lugares de consumo en donde los turistas pueden experimentar actos de consumo específicos manipulando todo lo que se encuentre en dicho espacio. Hoy en día, son este tipo de “lugares totales de consumo” los que está ofreciendo la industria hotelera de “5 estrellas” alrededor de todo el mundo.

Siguiendo esta perspectiva, es necesario mencionar algunos de los diferentes enfoques teóricos y perspectivas disciplinarias que explican los fenómenos socioculturales relacionados con el consumo de las sociedades contemporáneas. Para García Canclini: "(...) es posible definir la particularidad del consumo cultural como el conjunto de procesos de apropiación y usos de productos en los que el valor simbólico prevalece sobre los valores de uso y de cambio, o donde al menos estos últimos se configuran subordinados a la dimensión simbólica"(García Canclini:1993;34). Esta primera definición, propone ver en el acto de consumo a un *sujeto activo* que se apropia y usa de forma específica los productos, a diferencia de aquellas visiones que solo ven en el consumo a un *sujeto pasivo*. Si bien, en raras ocasiones nos detenemos a *reflexionar* sobre nuestras prácticas de consumo, al menos sabemos que hay cosas que discriminamos (Douglas:1990), -o no podemos consumir-, y es justo ahí, donde se hace evidente la existencia de una mínima interacción entre el sujeto y el *objeto* de consumo.

La idea del consumidor como sujeto activo surge de la propuesta de Bourdieu quien sugiere que: "(...)si no existe, evidentemente, ningún producto "natural" o fabricado que se acomode por igual a todos los usos sociales posibles, no es menos cierto que pocos de ellos, sin lugar a dudas, son perfectamente "unívocos", y que es muy raro que de alguna manera pueda decirse de la cosa en sí misma el uso social que de ella se hace (...) la mayor parte de los productos solo reciben su valor social en el uso social que de los mismos se hace" (Bourdieu: 1998, 19).

Desde la perspectiva de Manuel Castells, los objetos mercantilizados, no son accesibles de la misma forma para todas las personas, en primer lugar, porque el consumo: "(...) es un sitio donde los conflictos de clase, originados por la desigual participación en la estructura productiva, se continúan a propósito de la distribución y apropiación de los bienes" (Castells 1974 citado en García Canclini:1995). Por lo tanto, la distribución y apropiación de los productos se encontraría directamente relacionada con las posibilidades de consumo determinadas por la posición en la que se encuentren los grupos sociales, respecto al sistema capitalista, de tal forma que los productos consumidos, servirían como elementos de diferenciación social que marcan fronteras simbólicas entre las clases y los grupos sociales (Bourdieu:1998).

Néstor García Canclini (2002), menciona que las prácticas económico-simbólicas se presentan de forma simultánea y una vez que actuamos a través de ellas nos representamos atribuyéndoles un significado: “Comprar un vestido o viajar al trabajo, dos prácticas socioeconómicas habituales, están cargadas de sentido simbólico: el vestido o el medio de transporte - aparte de su valor de uso: cubrirnos, trasladarnos-, significan nuestra pertenencia a una clase social según la tela y el diseño del vestido, si usamos un camión o un coche, de qué marca, etc. Las características de la ropa o del coche comunican algo de nuestra inserción social, o del lugar al que aspiramos, de lo que queremos decir a otros al usarlos” (García Canclini:2002; 73).

La expansión del mercado capitalista estandariza el gusto a través de los bienes industriales, los cuales, ofrecen una variedad de colores, accesorios y diseños para que los consumidores tengan opciones y puedan distinguirse de otros, por lo que el capitalismo está generando sus propios mecanismos para la “producción social de la diferencia”. Es en este sentido, que las artesanías dan la posibilidad de diferenciarme aún más de otros consumidores ya que al tener diseños novedosos, existe una variedad más amplia de las mismas e incluso transmiten un poco de imperfección, por lo que las artesanías: “(...) permiten a la vez diferenciarse individualmente y establecer relaciones simbólicas con modos más simples de vida, con una naturaleza añorada o los indios artesanos que representan esa cercanía perdida”(García Canclini: 2002;118).

En tiempos recientes, se ha consolidado una industria de producción cultural que satisface parte de las necesidades y demandas –en buena medida creadas- de productos culturales por parte de sus consumidores. Algunos autores sugieren que esta industria cultural nace como consecuencia del *problema de las salidas* de la producción capitalista (Baran y Sweezy 1968 citados en Miége:s/f;). Desde esta perspectiva: “(...) la insuficiencia de esas salidas y las crecientes dificultades de valorización del capital obligaría a los productores a crear sin cesar nuevas necesidades con el fin de extender continuamente el campo de creación y de realización del valor” (Miége: s/f; 5). El campo de la mercantilización cultural sería solo una de las políticas de mercado utilizadas por el capital como una forma de reproducción.

Como señalé en el apartado anterior, la industria hotelera está explotando la imagen de los indígenas nahuas dentro de la escenografía hotelera, lo que me sugiere, que están

mercantilizando su cultura para integrarlos dentro una esfera que reproduce capital económico. No obstante, con los planteamientos señalados es posible decir que la mercantilización de la cultura no es un fenómeno exclusivo de la industria hotelera, sino que ésta esfera de reproducción del capital también ha facilitado el camino para que algunos grupos étnicos mercantilen parte de su cultura. Este hecho encuentra su manifestación concreta en las clases de barro pintado que imparten los nahuas en las corporaciones hoteleras, quienes han encontrado nuevos consumidores en aquella población -los turistas- que consume los productos culturales manipulados por las grandes corporaciones.

Diferentes estudios sugieren que algunos actos de consumo pueden ser adjetivados como culturales –el consumo de música, libros, arte, artesanías, museos, telenovelas, etc.-, debido a que prevalecen en ellos los valores simbólicos sobre los utilitarios y mercantiles (García Canclini: 1993; 34). Desde mi perspectiva, la producción reflejada en las clases que dan los nahuas a los turistas, así como su consumo en los sitios turísticos pueden entenderse bajo esta perspectiva de consumo cultural, debido a que es en estos contextos donde el objeto adquiere ciertos atributos simbólicos que tienen mayor peso que lo meramente económico o utilitario.

Algunos de los atributos simbólicos que los turistas dan a la artesanía no están vinculados con el valor de uso, sino que probablemente estén ligados con algunos de los aspectos que ya había detectado Gobi Stromberg en su estudio en Taxco, en donde señala que las artesanías se compran: “(...)para atestiguar su viaje al extranjero (por tanto es estatus socioeconómico y el tiempo libre que implica), la “amplitud” de su gusto que no se encierra en su propio contexto y es suficientemente “cultivado” para abarcar hasta lo más primitivo, el rechazo a una sociedad mecanizada y la capacidad de “escapar” mediante la adquisición de piezas únicas elaboradas a mano” (Stromberg 1978 citado en García Canclini: 2002;171).

Probablemente por este motivo, los turistas tienen una necesidad de proteger y coleccionar lo que les costó obtener durante sus viajes. Las artesanías se exponen en sus hogares como signos de distinción en donde la finalidad es proclamar el lugar donde se estuvo, para reafirmar su apertura cultural y poder adquisitivo. Por esta razón, son vitales las leyendas escritas en las artesanías para que ese objeto específico no se

mezcle con cosas compradas en otro sitio, ya que el turista puede correr el riesgo de olvidar de dónde proviene: “Dado que el turista no puede saber nada de las condiciones de vida de los artesanos, necesita que le inventen una memoria, la nostalgia de una identidad que desconoce” (García Canclini: 2002;174-175). Cabe mencionar, que los turistas necesitan las firmas y leyendas escritas en la artesanía no sólo para no olvidar el sitio a donde viajaron sino también para autentificar que ese objeto no fue producido en serie sino que es un objeto único, que nadie más posee.

Por otro lado, es interesante observar dónde adquieren los turistas sus artesanías ya que en la búsqueda de un objeto que proporcione distinción social, puede verse desdibujada la particularidad del objeto mismo. Es decir, que existen tiendas en los sitios turísticos donde se homogenizan todas las artesanías como si fueran un “souvenir” o se juntan todo tipo de objetos tanto tradicionales como industriales que buscan traslapar todo lo “exótico” y “folklórico”, diluyendo las especificidades “étnicas” de los grupos indígenas en lo “nacional” o “típico”, por lo que se presenta una reducción de lo “étnico” a lo “típico” y se niegan las identidades étnicas al disolver la *explicación* en una simple *exhibición* (García Canclini: 2002;147).

En esta investigación se entiende que esta reducción de lo étnico a lo típico, permite que los turistas tengan una visión simplificada de las artesanías, lo cual, no detiene el consumo de estos objetos. No obstante, los turistas generan cierta evocación por aquellas sociedades que no pudieron conocer durante sus vacaciones, por lo que se crea una ausencia entre el consumidor y el objeto, en donde hace falta el productor de la mercancía. Este hueco es cubierto por los nahuas que dan clases de pintura en la industria hotelera de Playa del Carmen y de la república mexicana, ya que de alguna forma, no sólo se están involucrando elementos económicos sino que se involucra el universo simbólico tanto del productor como del consumidor, el cual, no tiene que ver con el universo puramente económico. Sobre esto, Encarnación Aguilar menciona que el mercado turístico es una de las causantes de las continuas modificaciones sobre las industrias artesanas y la percepción de sus consumidores. Según la autora, las artesanías son adquiridas por los turistas como componentes estéticos y: (...) en caso de que tales enseres respondan a raíces ajenas a la propia cultura, nos sirven para evocar otros modos de vida, para recordar nuestra visita a determinados lugares y

parajes, que son percibidos como no contaminados todavía por la dinámica de unas pautas de vida modernas o industriales” (Aguilar:2003;407).

De esta manera, puede inferirse que los sanjuanenses están obteniendo beneficios del consumo cultural que se está dando en torno a sus artesanías en ciertos espacios de los hoteles, ya que al involucrar a los consumidores en el proceso de producción artesanal se está dando una forma de valor agregado a las artesanías que elaboran los turistas, quienes atribuyen diferentes significados y valores simbólicos a un mismo objeto al momento de elaborarlo.

En este sentido, es posible citar a Enrique de la Garza (2002) cuando menciona que el valor simbólico de los objetos no sólo deviene de una parte de la producción, circulación y consumo, sino que también existe un proceso que une estos tres aspectos simultáneamente, en donde el consumidor se involucra en la producción del objeto para proporcionarle cierto tipo de valor simbólico.

Este autor propone llamarlo “producción inmaterial” que entiende como: “(...) aquella que no existe separada de la propia actividad de producir y de manera ideal comprime las fases económicas tradicionales de producción, circulación y consumo en un sólo acto. Esta comprensión del proceso económico pone en relación directa en el acto mismo de la producción al productor con el consumidor-cliente. Complejizando las relaciones sociales de producción al hacer intervenir a un tercer sujeto de manera inmediata en el proceso de producción junto al trabajador y su patrón. (...)En una parte de estos el objeto material sigue siendo importante, por ejemplo, el film en el cine como espectáculo, sin embargo, el proceso completo implica la participación directa del consumidor en al menos una parte de la producción del espectáculo” (De la Garza:2002; 3).

Lo anterior hace referencia directa a lo que actualmente están haciendo los artesanos en la industria hotelera, ya que los consumidores se están involucrando en el proceso de producción. Es ésta posibilidad de implicarse en el proceso de producción lo que confiere el valor agregado a este tipo de productos pues significa que los consumidores puedan controlar parte de su ambiente. A través de esta estrategia, los turistas pueden atribuir el tipo de valores que deseen a ese objeto ya que se está apropiando de él

conforme lo va produciendo, por lo que es necesario hablar de este tipo de productos como aquellos que poseen una fuerte carga simbólica para valorizarlos. En torno a esto, Enrique de la Garza continúa diciendo que: “(...) cada vez más objetos no provienen de la naturaleza sino que son productos puramente simbólicos del propio hombre y aunque se plasmen en una forma material, este sustrato es poco relevante frente al aspecto simbólico” (De la Garza:2002;3).

Los nahuas de San Juan Tetelcingo fueron adquiriendo las estrategias de las comunidades vecinas para integrarse a la comercialización de artesanías, lo cual, les permitió la entrada a distintos mercados turísticos. Primero intentaron con el papel amate pero es una artesanía que implicaba mucho trabajo y pocas ganancias, por lo que posteriormente decidieron incorporarse a la producción de barro pintado pero los mercados eran más complicados debido a la creciente competencia de nahuas del Alto Balsas por lo que un hecho fortuito, como fue la propuesta hecha por un gerente a un artesano para dar clases de pintura en los hoteles, cambió el rumbo de todos los migrantes de la comunidad. Las clases barro pintado en la industria hotelera fueron las que permitieron salir momentáneamente de esa competencia y abrir otro mercado. Como se explicó, el éxito de esta estrategia se debe a que los nahuas están permitiendo a los consumidores participar en el proceso de producción, quienes a su vez le están asignando nuevos significados.

En este capítulo se exploraron las clases de pintura que están impartiendo los nahuas en Playa del Carmen a través de las cuales, se observaron dos contrapartes: 1) que la industria hotelera están explotando la imagen del indígena convirtiéndola en un objeto que forma parte de un determinado lugar de consumo, y 2) los nahuas mercantilizan con la misma imagen para que sea consumida por los turistas, quienes a su vez dan un valor simbólico a la artesanía, lo cual, no implica que el indígena pierda su identidad étnica sino que la está resignificando al momento de incorporarla al proceso de valorización.

Por otro lado, las corporaciones hoteleras se está apropiando y explotando diversas expresiones materiales relacionadas con la cultura indígena en donde, los grupos étnicos tal vez pueden obtener algunos beneficios económicos que permitan que sus unidades de producción artesanal sobrevivan momentáneamente, no obstante,

pareciera que la industria hotelera es la que extrae mayor parte de las ganancias de la misma por lo que se pueda hablar de un sistema de explotación hacia el indígena.

Finalmente, considero importante señalar que posiblemente dentro de unos años esta actividad comience a reproducirse en otras comunidades y surgirá nuevamente un mercado muy competitivo. Ante esto, los artesanos de San Juan Tetelcingo tendrán que generar una nueva estrategia que les permita continuar en el mercado de las artesanías, así como lo han hecho hasta la fecha, ya que de otra forma, sucederá con las clases de pintura lo mismo que aconteció con la producción y comercialización de amate, es decir, que se transmitirá la práctica económica en los pueblos vecinos pero tal vez sólo permanecerá en las localidades donde surgió la actividad y pudo mantenerse exitosamente.

Capítulo 4.

ECONOMÍA ÉTNICA: EL CASO DE LA COMUNIDAD EXTENDIDA DE SAN JUAN TETELCINGO EN PLAYA DEL CARMEN

En este capítulo se exploran algunas perspectivas para el estudio del turismo como un fenómeno en el que intervienen diferentes agentes sociales para determinar y desarrollar la infraestructura turística necesaria en aquellos lugares que poseen los elementos culturales y naturales que los hacen atractivos para los turistas, como es el caso de la Riviera Maya mexicana, específicamente el del Playa del Carmen. En esta investigación se encontró que la mayoría de los nahuas que migran hacia Playa del Carmen radican en la colonia Luis Donaldo Colosio, por lo que se describirán algunas de las condiciones en las que actualmente viven en ese lugar. Asimismo, se presentan cifras aproximadas¹ de la cantidad de familias que viven en dicha colonia y se describirá la infraestructura con la que cuentan. Se desarrollan algunos de los aspectos que sobresalen en la conformación de la comunidad extendida sanjuanenses en el sitio turístico de estudio. Finalmente, se reflexionará sobre el entramado social que ha permitido que los nahuas de San Juan Tetelcingo hayan migrado a sitios turísticos como Playa del Carmen en la Riviera Maya y cómo construyen relaciones sociales basadas en los lazos de confianza y reciprocidad. La comprensión de dichas redes sociales permitirá vislumbrar las diferentes relaciones de poder verticales y horizontales entre los diferentes participantes. Estas relaciones son cambiantes, van siendo adaptadas de acuerdo a los diferentes espacios por los que se van extendiendo, así como a las condiciones del mercado y las necesidades de los actores que las conforman. De igual forma, en este capítulo se reflexionará específicamente sobre las redes sociales tejidas por los migrantes sanjuanenses establecidos en Playa del Carmen, quienes se encuentran participando al interior de una actividad económica cuya organización laboral es orientada étnicamente, lo que les demanda el manejo de un conjunto de recursos personales, sociales y comunitarios

¹ Debido a la intensa movilidad de nahuas es imposible dar un dato exacto, sin embargo, se considera necesario mencionarlos en esta investigación.

4.1. Algunas consideraciones sobre el turismo

La presente investigación se enfoca en la comunidad extendida que han constituido los sanjuanenses en Playa del Carmen a partir de 1987², como consecuencia de la apertura de mercados para la comercialización de sus artesanías.

Con la finalidad de contextualizar espacialmente la problemática que se desarrolla en esta investigación, en el presente apartado se realiza un recorrido sobre las diferentes perspectivas analíticas que nos pueden ayudar a comprender el desarrollo de los polos turísticos y la manera en que las comunidades se han dispersado en torno a estos lugares de turismo. Más adelante, se hará una descripción sociodemográfica de la localidad de Playa del Carmen, la cual forma parte de lo que en la actualidad se conoce como la Riviera Maya.

Según Alfredo Francesch (2004) el turismo es aquella actividad realizada por un grupo de turistas o personas que realizan un tour circular de ida y vuelta, que tiene una duración específica de su estancia en el lugar de destino. Por otro lado, Eric Cohen define al turista como: (...) un viajero voluntario y temporal, que viaja por un corto tiempo (no más de 6 meses) con fines de placer y de adquirir nuevas experiencias que pueda contar de regreso a casa” (Cohen:1991;4). Ambas definiciones permiten distinguir al turismo de los demás desplazamientos humanos –como es el caso de la migración laboral-. Sin embargo, en esta investigación se considera útil la propuesta elaborada por Gustavo Marín³ (2009,2009b), quien entiende el turismo como un fenómeno social y cultural que es consecuencia de la sociedad industrial y del sistema capitalista, las cuales, definen los flujos de gente, recursos, nuevos espacios de consumo y las pautas de desarrollo. El autor señala que: “Se trata de una economía emergente basada en valores prácticas culturales asociada a una nueva dimensión del tiempo libre y percepciones sobre los espacios, los paisajes, la historia y la cultura.(...) El turismo se impone como una mirada que genera imágenes, estereotipos, experiencias, símbolos, que en última instancia se convierten en mercancías. (...) El turismo es un fenómeno muy complejo económico, social y cultural, que es a la vez

² Dato obtenido a partir de la aplicación de entrevistas.

³ El autor retoma las propuestas de Martin Mowfoth e Ian Munt (2002), así como la de Kevin Meethan (2001), quienes consideran al turismo como un proceso de mercantilización que implica la objetivación de los lugares, la gente, la cultura y las imágenes para los propósitos de los mercados globales. (Marín:2009 y 2009b)

expansivo, fragmentario y estructurante” (Marín:2009;2). Siguiendo a Gustavo Marín, es a través del turismo que los espacios, las personas, la historia y la cultura adquieren nuevos usos, significados y valores comerciales (Marín; 2009b;3), aspecto que interesa fundamentalmente en la presente investigación.

No obstante, las definiciones anteriores no dejan claro cuándo inicia el turismo como fenómeno social mundial, o quienes son los actores que definen los destinos o el mercado turístico que lo visitará. En este sentido, considero pertinente retomar la investigación de Pavel del Ángel quien retoma a Boyer y Duchet (Boyer:1922 y Duchet 1949 citados en Del Ángel:2005; 10-11), para señalar que las bases del turismo se sentaron a partir de la revolución industrial (1750 y1850), época en la que el sector turístico estaba conformado por jóvenes ingleses que viajaban con sus tutores. Por otra parte, Kevin Meethan planteó que los orígenes del turismo actual surgieron a partir del desarrollo de la sociedad industrial capitalista, ya que a través de las nuevas formas de producción y trabajo, se generaron las condiciones para que los trabajadores tuvieran pequeños excedentes y un poco de tiempo libre. Esto generó el surgimiento de centros a los que la gente acudía para pasar su tiempos libres (Meethan:2001 citado en Del Ángel:2005;11).

Hacia el siglo XX, el turismo alcanzó su escala de masas debido al incremento de una clase media que requería de transportes y servicios para viajar⁴. De acuerdo con Ángel Acuña, no fue sino hasta cinco años después de la segunda guerra mundial que: “(...) aparece una tendencia generalizada en la sociedad a practicar turismo, lo que da lugar al llamado "turismo de masas" (L. Fernández Fuster 1985: 14), turismo absorbido por el sistema capitalista a través de empresas de servicio, controladas por tour-operadores”. (Acuña:2004). A partir de entonces, el turismo comenzó a considerarse como un modelo básico con el que algunas sociedades pobres alcanzarían el desarrollo.

Algunas investigaciones han señalado que muchos de los países en desarrollo, se han basado en el turismo como una estrategia que traerá consigo el crecimiento

⁴ Según Francesch son necesarios algunos requisitos para que se hiciera posible al turismo: “Obviamente, el turismo sería inverosímil sin cierto margen para el ahorro por parte del consumidor, la existencia de vacaciones, medios de transporte, infraestructuras, mano de obra aprovechable, capital disponible para la inversión, etc.” (Francesch :2004;2)

económico⁵. Desde la perspectiva de Stephen Britton (2002), el paradigma “desarrollista” intentó promover mejoras a través de las actividades turísticas en las sociedades consideradas “subdesarrolladas”, sin embargo, éstas entraron en desventaja debido a que aceptaron una serie de prácticas comerciales propias a los países “desarrollados”, en donde ya se poseía una amplia experiencia en la industria turística. De esta forma, fue que incluso los países en desarrollo han consentido que las compañías de las naciones ricas determinen las características de la experiencia turística y la promoción de los destinos que más les conviene a los sectores de su clase media, controlando así el mercado y el flujo turístico. En esta investigación se entiende que son las agencias turísticas quienes determinan los lugares que son más atractivos para los turistas y los servicios que se deben ofrecer en dichos espacios, ya que los turistas acuden a ellas sin tener una idea clara sobre cual es la experiencia que desean vivir durante sus vacaciones, por lo que las empresas ofrecen paquetes que interconectan localidades de origen con destinos específicos y en donde se cubren la mayor parte de sus necesidades durante el viaje, es decir, que incluye todo (transporte, hospedaje, alimentos, etc.).

Siguiendo a Pavel de Ángel, también son las líneas aéreas y las cadenas hoteleras quienes determinan y controlan cuales serán los lugares más atrayentes del flujo de turistas, ya que las aerolíneas promueven con los empresarios la construcción de más infraestructura hotelera garantizando la promoción de dichos sitios: “Las aerolíneas ofrecen descuentos a ciertas agencias, con el objetivo de que les aporten consumidores a cambio de canalizar a los viajeros a los lugares en los que dichas empresas tienen intereses económicos. En estos sitios los viajeros son encaminados a los hoteles que están aliados con las agencias de viaje” (Del Ángel:2005;20).

Son estos consorcios –las agencias de viajes vinculadas a las aerolíneas y los hoteles-, quienes manejan la imagen y publicidad de los sitios turísticos, controlan lo que se consumirá en ellos y determinan su éxito debido al control que tienen sobre el flujo de turistas. (Del Ángel:2005;20). Por su parte, Gustavo Marín (2009c) señala que muchas de las compañías transnacionales han constituido empresas dedicadas a captar la mayor

⁵ En torno a esto hay muchas posturas, entre las que encontramos aquellas que critican este modelo o las que han encontrado factores positivos en el mismo. Pueden consultarse numerosos trabajos tales como el de De Kadt (1991), Gesheker (1978), Van Houts (1991), Dufour (1977), Mansperger (1995), Saglio (1979), Marín (2009), Del Ángel (2005).

cantidad de turistas posible y absorber los gastos de sus viajes. Según el autor, estas empresas ofrecen a los turistas diversos paquetes estandarizados y de bajos precios con “todo incluido” (Marín:2009c;12).

Con lo anterior, se entiende que son dichos consorcios los más beneficiados económicamente con el turismo, mientras que las sociedades receptoras de los turistas sólo serán las proveedoras de los servicios, los recursos naturales, y los lugares atractivos. Según Stephen Britton (2002), son pocas las ganancias de los países en desarrollo debido a la recaudación de impuestos por parte del gobierno y por que las empresas nacionales son las que resultan menos beneficiadas de los convenios establecidos con las firmas extranjeras. Como es evidente, el turismo beneficia menos a las personas que habitan los sitios turísticos. Sobre lo anterior, Marín (2009a) señala que los ingresos que recaudan las naciones receptoras del turismo son asignados de manera parcial, ya que la mayoría de las veces no ayudan a mejorar las condiciones de vida de los nativos sino todo lo contrario: “De hecho, los polos de desarrollo turístico parecen desarrollar pobreza urbana y estar asociados a la pobreza en el medio rural”(Marín:2009a;9).

Por otro lado, M. Gaviria menciona que existen ciertas condiciones necesarias para el desarrollo de la actividad turística, las cuales, se pueden resumir en: a) Adecuada infraestructura técnica y material, b) Mano de obra abundante, c) Exotismo diferencial suficiente, para ser disfrutado sin perder comodidad, d) Amplitud urbana para desenvolverse sin agobio (Gaviria:1978;53). El Estado mexicano en conjunto con capitales nacionales y extranjeros, han puesto especial énfasis en la “Riviera Maya” debido a que además de infraestructura posee otras de las condiciones mencionadas, como es el caso del pasado y origen indígena, las poblaciones actuales consideradas como las transmisoras del saber maya, las sitios arqueológicos, las playas y el cálido clima del caribe.

La Riviera Maya, es el actual destino que más promoción recibe por parte del Estado mexicano, de igual manera, es el lugar turístico por predilección para las agencias de viaje, las compañías aéreas y las corporaciones hoteleras. En esta investigación se infiere que incluso el nombre de la “Riviera Maya” hace referencia al supuesto origen de sus pobladores, a su identidad étnica, a su exotismo cultural, por lo que el Estado

promueve un turismo donde la gente y la cultura son un producto turístico (Marín:2009b;16). El turismo de la Riviera Maya promueve el “imaginario del pasado indígena”, el cual, es distinto al “imaginario del turista” quien a la vez piensan que todos las personas que poseen ciertos rasgos indígenas son mayas.

4.2. Turismo y migración en Playa del Carmen y la Riviera Maya

El estado de Quintana Roo colinda al norte con Yucatán y con el Golfo de México, al este con el Mar Caribe, al sur con la Bahía de Chetumal y Belice y al oeste con Campeche y Yucatán. Quintana Roo está compuesto por nueve municipios⁶, siendo Playa del Carmen la cabecera municipal de Solidaridad. El municipio de Solidaridad limita al norte con los municipios de Lázaro Cárdenas y Benito Juárez, al este con el Mar Caribe y el municipio de Cozumel, al sur con el Mar Caribe y el municipio de Tulum, al oeste con el Estado de Yucatán (Ver mapa 3). La extensión total del municipio de Solidaridad es de 4,245.67 Km².

En un estudio realizado por Elizabeth Ceh⁷, se menciona que el actual municipio de Solidaridad formaba parte del “cacicazgo de Ecab bajo el nombre de Xaman-Há, a dicho cacicazgo pertenecían también las localidades de Tulum, Polé, Tancah y Cobá. Posteriormente a la integración del Territorio de Quintana Roo y aún hasta la creación del estado de Quintana Roo, perteneció a la delegación y luego municipio de Cozumel y es hasta 1993 que por Decreto del Gobierno del Gobierno Estatal se crea el municipio de Solidaridad quedando entre sus localidades las actuales poblaciones de Playa del Carmen, Chemuyil y San Juan de Dios” (Ceh: 2004;18).

Anteriormente, Xaman-Há⁸ era un poblado en donde residían pescadores del lugar y personas originarias de los estados de Yucatán y Campeche que vivían en

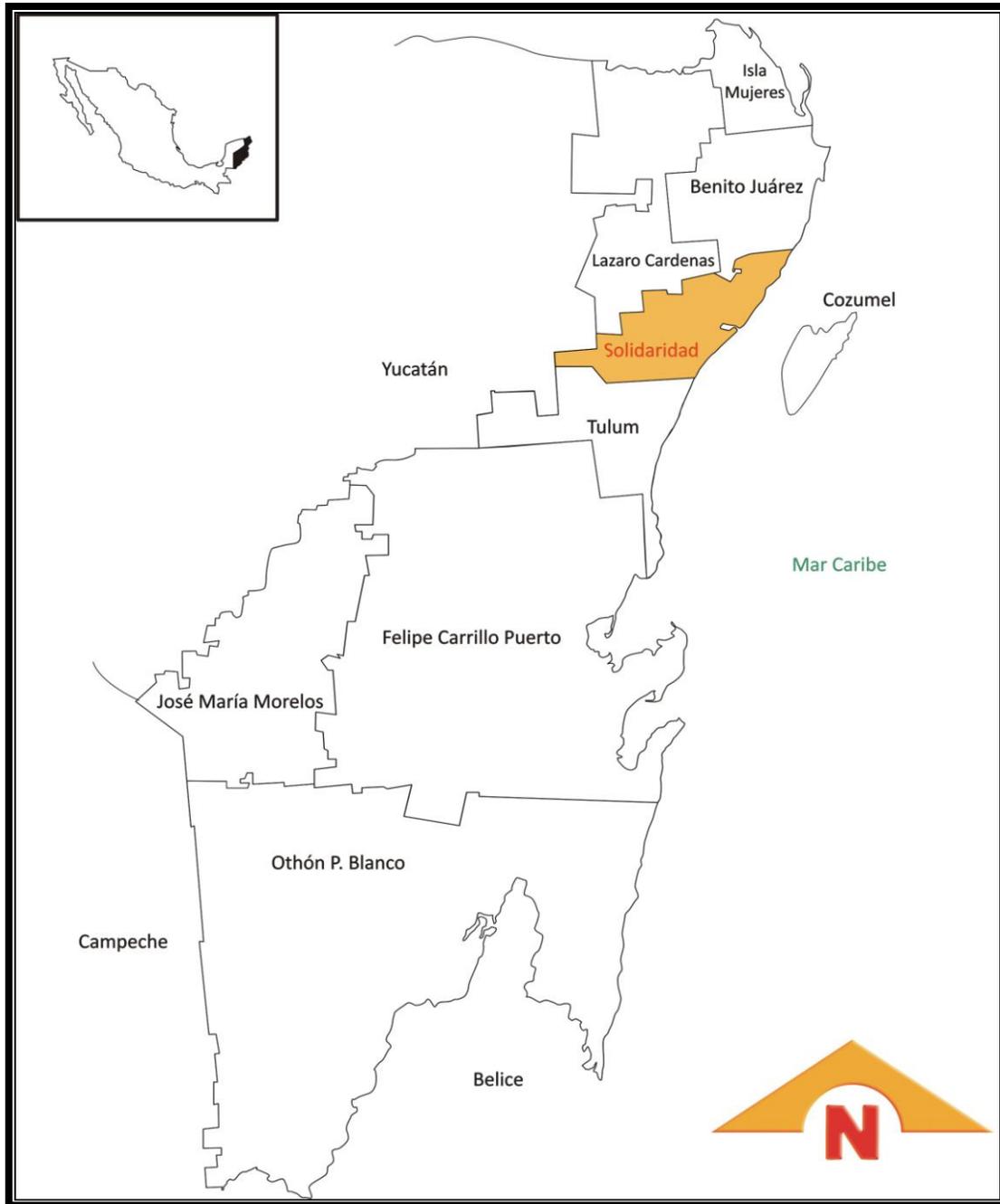
⁶ Hasta el año 2007 Quintana Roo estaba compuesta por 8 municipios: Isla Mujeres, Lázaro Cárdenas, Benito Juárez, Cozumel, Solidaridad, Felipe Carrillo Puerto, José María Morelos y Othón P. Blanco. No fue sino hasta el 2008 que se integró Tulum como el noveno municipio. Fuentes: INEGI, Quintana Roo. Censo General de Población y Vivienda 2005.

<http://www.jornada.unam.mx/2008/03/14/index.php?section=estados&article=039n1est>

⁷ El estudio de Elizabeth Ceh se enfoca a la urbanización acelerada y el impacto del turismo en Playa del Carmen. Asimismo, la investigadora pone énfasis en la venta de la etnicidad de dos comunidades mayas de Quintana Roo: Chemuyil y San Juan de Dios(Ceh:2004).

⁸ Según, Miguel Bartolomé y Alicia Barabás (1981), Xaman-Há en maya significa “Aguas del norte”.

asentamientos temporales debido a la extracción del chicle y de copra⁹. Hacia 1936 un grupo de migrantes chicleros se organizaron para solicitar la conformación del Ejido de Playa del Carmen, el cual fue concedido inicialmente para 54 ejidatarios¹⁰.



Mapa 3. Ubicación del Municipio de Solidaridad en el Estado de Quintana Roo.
Fuente: INEGI Superficie de la República Mexicana por Estados, México, 2005.
<http://www.tulum.gob.mx/swb>
Elaboración: Jonathan Robinson González.

⁹ La copra se refiere a extracción de la carne del coco para secarla y producir el aceite de coco.

¹⁰ Fuente: INEGI, Estadístico Municipal Solidaridad, México, 2005

Hacia la década de 1960, se agudiza el deterioro de la explotación chiclera y de copra en la región, de tal forma, que parte de los capitales locales comenzaron a orientarse hacia el sector turístico como una estrategia que buscaba sacar de la crisis económica a la región (Marín:2008;116-117).

Catharine Good señala que fueron varios los factores que influyeron para que el Estado mexicano comenzara a enfocarse hacia el turismo internacional a partir de los años 40: “El advenimiento del fascismo germano-italiano, la Segunda Guerra Mundial y la consiguiente reconstrucción de Europa interrumpieron la corriente tradicional del turista norteamericano hacia el Viejo Continente. Ello coincidió con una devaluación del peso mexicano en 1942 y el principio del periodo de relativa estabilidad social que conoció el país después de las reformas del cardenismo. Por otro lado, la decisión de los gobiernos de Ávila Camacho (1940-1946) y Miguel Alemán (1946-1952) de promover enérgicamente la industria turística como fuente de divisas extranjeras inició el *boom* turístico en México” (Good:1988;28).

En el caso del turismo en México, observamos que el papel del Estado mexicano fue fundamental para la promoción turística en el país, tal es el caso de la campaña “peso contra peso”, promovida por el presidente Manuel Ávila Camacho, en la cual, se proponía que por cada peso que invirtiera el sector privado para el turismo, el Estado aportaría un peso más. Otro caso que resalta fue el del presidente Miguel Alemán Valdés, quien impulsó la construcción del puerto de Acapulco utilizando fondos públicos o aquel caso en el que Díaz Ordaz declaró que el turismo era una importante fuente de divisas extranjeras y por ende una estrategia que permitiría alcanzar el desarrollo económico y social del país (Del Ángel:2005;44-45). Estos programas coinciden con las acciones que llevaba a cabo el Estado mexicano, para desarrollar la infraestructura de caminos y puentes a principios de la década de 1960 en la Península de Yucatán, con la finalidad de agilizar las interconexiones entre la esa región y el resto del país, lo cual, permitiría el incremento de los flujos turísticos y el intercambio de bienes y recursos en la zona.

Siguiendo a Marín, hacia la segunda mitad del siglo XX ya se venían perfilando cuatro centros turísticos: Mérida, Chichén Itzá, Cozumel e Isla Mujeres (Marín:2008a;114). En un inicio, la ciudad de Mérida se convirtió en el único centro de mediación, recepción y

distribución de los primeros turistas en la región. Posteriormente, se inició la construcción de los primeros hoteles y la infraestructura turística (carreteras y transporte) en Cozumel e Isla Mujeres, acciones que gestaron otros núcleos rectores de su propio turismo. Este proceso se relaciona con la promoción impulsada hacia esta época por el Estado y los capitales foráneos para orientar la inversión económica en el sector turístico como una alternativa para el desarrollo del país (Marín:2008a y Ceh:2004).

A inicios de la década de 1960, Cozumel e Isla Mujeres eran sitios turísticos a los cuales sólo se podía acceder a través de las embarcaciones que partían de Playa del Carmen. Este hecho permitió que tanto pescadores como habitantes de Playa del Carmen -quienes tenían como actividad principal la pesca, agricultura y la extracción de chicle y la copra- vislumbraran en la industria del turismo una nueva fuente de ingresos que complementaba los recursos económicos para la reproducción de sus unidades domésticas¹¹.

Con la finalidad de impulsar el turismo en la región, hacia mediados de la década de 1970, el Estado promovió intensamente las inversiones para el desarrollo de la infraestructura turística de Cancún. Con dicha estrategia se pretendía beneficiar no sólo a esta ciudad -como eje central del proyecto-, sino también a las poblaciones circundantes. Este hecho concuerda con la creación del FONATUR (Fondo Nacional para el Turismo) y SECTUR (Secretaría de Turismo) en 1974¹², ambas instituciones tienen la finalidad de fomentar el crecimiento turístico en el país. Siguiendo la investigación de Gustavo Marín (2008a), hacia 1974 finalizó la primera etapa del proyecto Cancún, suscitándose la conformación del municipio de Benito Juárez como su entidad política y administrativa encargada de cuidar los intereses de las empresas que promovían el despegue de la economía y desarrollo del sitio a través del turismo.

Posteriormente, las autoridades estatales crearon el proyecto turístico denominado "Cancún-Tulum" en el año de 1987, año que coincide con las primeras migraciones de los nahuas de San Juan Tetelcingo a la región turística. Debido a la ubicación geográfica de Playa del Carmen, las autoridades e inversionista deciden incorporarla

¹¹ Este caso asemeja mucho con lo sucedido en el puerto de Acapulco, en donde el Estado se enfocó totalmente en el turismo, dejando de lado y rezagando actividades primordiales, tales como la pesca.

¹² Durante la presidencia de Luís Echeverría.

como lugar participe en el proyecto, el cual, contemplaba la construcción de infraestructura hotelera con calidad de 5 estrellas en Cancún y en las ciudades periféricas como Puerto Morelos, Playa del Carmen y Tulum (Ceh:2004;63-67). Dentro de este contexto, el Estado mexicano ya seguía el modelo neoliberal en el que el sector productivo se enfocó hacia las privatizaciones y al apoyo del sector turístico. Hacia la década de 1993 se crea el municipio de Solidaridad con cabecera en Playa del Carmen, con el propósito de que el crecimiento económico poseyera un dominio territorial más eficiente para los intereses y exigencias de los grandes inversionistas neoliberales (Marín:2009b;12).

En el año 2000 el proyecto “Cancún-Tulum” cambia de nombre a lo que actualmente se conoce como la “Riviera Maya”, la cual, se extiende en una franja costera de 130 kilómetros desde Cancún hasta Punta Allen, sobre una superficie 140 hectáreas¹³. La “Riviera Maya” incluye las localidades de Puerto Morelos, Playa del Secreto, Playa Paraíso, Punta Maroma, Punta Bete, Xcalacoco, Xcaret, Calica, Paamul, Puerto Aventuras, Xpu-Há, Kantenah, Akumal, Aktun Chen, Chemuyil, Xcacel, Xel-Há, Tenkah, Tulum, Punta Piedra, Boca Paila, Punta Allen, Cozumel y Playa del Carmen. (Ver mapa 4).

La integración de Playa del Carmen -y de las poblaciones vecinas- al corredor turístico en 1987, incrementó la necesidad de desarrollar diversos servicios que fueron requiriendo mano de obra que no pudo ser satisfecha en su totalidad por la población de Quintana Roo. Lo anterior, promovió la intensificación de los flujos migratorios de personas provenientes de diversos estados de la república mexicana e incluso de otros países. Como consecuencia de este fenómeno, la localidad de Playa del Carmen ha experimentado un incremento demográfico acelerado y una expansión descontrolada de la urbe. (Ver cuadros de crecimiento poblacional en Quintana y municipios de Solidaridad y Cozumel).

¹³ Fuente: Fideicomiso de la Riviera Maya, Playa del Carmen, Quintana Roo 2005.



Mapa 4. Riviera Maya.

Fuente: FIDEICOMISO de la Riviera Maya, Playa del Carmen, Quintana Roo 2009.

Según datos estadísticos del INEGI, el Municipio de Solidaridad (con cabecera municipal en Playa del Carmen) es el sitio que ha registrado el más alto índice de crecimiento poblacional en toda América Latina durante los últimos 15 años¹⁴. En el

¹⁴ En el periódico electrónico *Expresión Libre* se publicó lo siguiente: “El municipio de Solidaridad, al que pertenece Playa del Carmen, ocupa el primer lugar en crecimiento poblacional en todo el continente americano. Su tasa es de 20%. Datos del Consejo Municipal de Población (Comupo) del destino turístico describen que hasta el año 2000 se contabilizaron 63 mil 752 habitantes. Cinco años después, en 2005, registraron 143 mil 449 habitantes. La secretaria técnica del Comupo, Rosa Angélica Velasco, informó que en los últimos 10 años se han creado más de 10 colonias. Entre ellas, la Colosio y la Ejido, estas dos las más pobladas de los últimos cinco años. Cada día en sus plazas principales se ven decenas de autobuses que transportan al personal que trabaja en los hoteles de la Riviera Maya”. (*Expresión Libre*, 24 de agosto de 2006).

siguiente cuadro se muestra el crecimiento poblacional en un rango de edad de 5 años en adelante, del Estado de Quintana Roo y del Municipio de Solidaridad.

Población de 5 años o más de Quintana Roo, en los años 1990, 1995, 2000, 2005

Año	Entidad	Total de habitantes
1990	Quintana Roo	493,277
1995	Quintana Roo	703,536
2000	Quintana Roo	873,804
2005	Quintana Roo	890, 989

Fuente: INEGI, Cuaderno Estadístico Municipal, México, 2005.

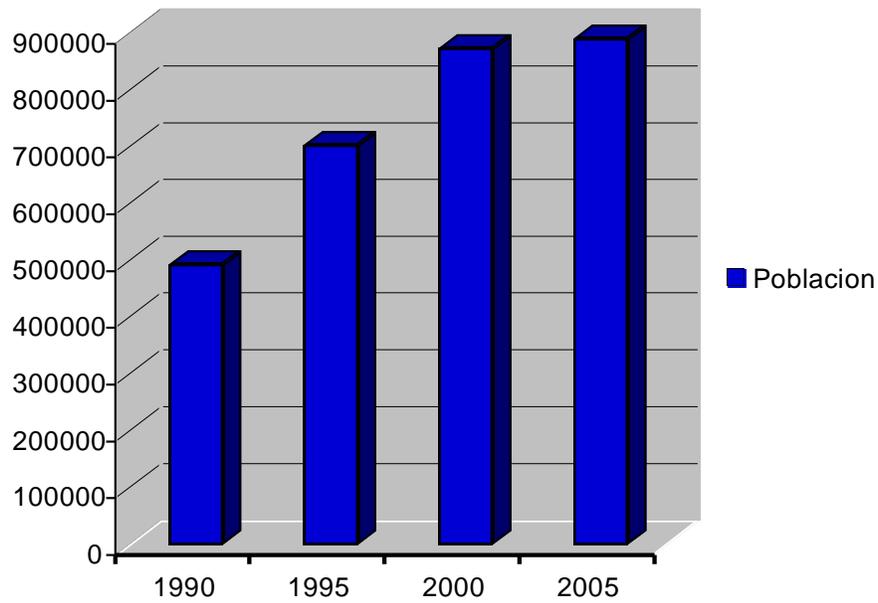
Población de 5 años o más de Municipios de Solidaridad y Cozumel¹⁵ en los años 1990, 1995, 2000, 2005

Año	Municipio	Total de habitantes
1990	Municipio de Cozumel ¹⁶	10,531
1995	Municipio de Solidaridad	28,747
2000	Municipio de Solidaridad	63,478
2005	Municipio de Solidaridad	91,623

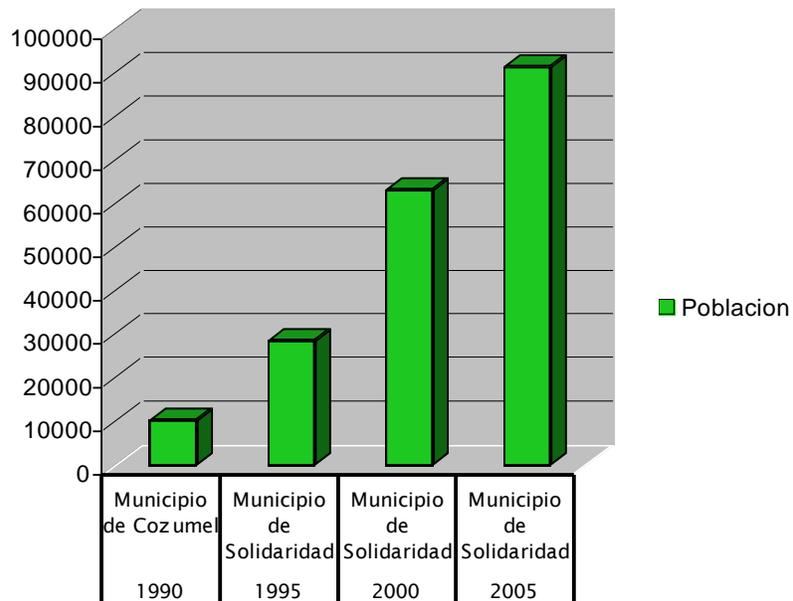
Fuente: INEGI, Cuaderno Estadístico Municipal, México, 2005.

¹⁵ Cabe señalar que se incorporan los datos del Municipio del Cozumel, debido a que anteriormente Solidaridad formaba parte del mismo.

¹⁶ Se integra esta información, debido a que antes de la creación del municipio de Solidaridad en 1993, Playa del Carmen pertenecía a al municipio de Cozumel.



Total de Habitantes en Quintana Roo de 1990 a 2005



Total de Habitantes en Municipios de Cozumel 1990 y Solidaridad de 1995 a 2005

Con lo anterior se entiende que a partir del desarrollo de los proyectos “Cancún-Tulum” y después “Riviera Maya”, se desató un proceso de migraciones masivas que están relacionadas con la demanda de mano de obra para la industria hotelera y otros sectores de servicios.

Con la implantación de dichos proyecto el Estado buscaba un desarrollo sustentable, sin embargo, esto no lo logró en la práctica sino que sólo lo planteaba como discurso, ya que si bien se generaron empleos a través del modelo económico basado en el desarrollo turístico de la zona, la mayoría de estos pueden considerarse precarios y temporales. Además de que el auge económico para los sectores privados conlleva a la imposición de nuevos impuestos que incrementan constantemente el costo y calidad de vida tanto de la población local como de los migrantes. Este fenómeno es similar a sucedido en otros sitios turísticos mexicanos. Como ejemplo es posible retomar el estudio elaborado por Ruth Cowan (1987) en Ixtapa Zihuatanejo, en donde menciona que: “Muchos de los efectos del turismo están asociados con la creación de empleos, mejores servicios y oportunidades educacionales, sin embargo, el incremento en el costo de la vida, la falta de servicios, el aumento poblacional y la competencia por mejores trabajos con los inmigrantes, son las realidades que experimentan los habitantes de Zihuatanejo a raíz de la introducción del turismo” (Cowan:1987;82).

En el caso de Playa del Carmen, la mayoría de las poblaciones migrantes de origen indígena, se vieron en la necesidad de asentarse en la periferia de la ciudad, debido a que en estos espacios las rentas eran más accesibles en comparación con las de aquellos espacios más cercanos al centro turístico. No obstante, muchos migrantes indígenas ni siquiera contaban con los recursos necesarios para cubrir las rentas o comprar un terreno para construir una vivienda, por lo que surgieron diferentes asentamientos irregulares. Uno de estos primeros asentamientos de “paracaidistas”¹⁷, es lo que actualmente se conoce como la colonia Luis Donaldo Colosio.

¹⁷ Se les dice paracaidistas a las personas que conformaron colonias a partir de la ocupación ilegal de terrenos públicos y privados que no son habitables por las malas características topográficas o por la inestabilidad del suelo. Según un informante de Cornelius Wayne “En México se llama “paracaidistas” a los moradores de los asentamientos precarios, quizá por que aparecen de pronto sobre el terreno, “como caídos del cielo”. [E].” (Wayne:1980;16).

Según el Censo de Población del 2005¹⁸, en el Municipio de Solidaridad habían registradas 19,855 personas de 5 años o más que hablan alguna lengua indígena, sin embargo, el conteo no arroja datos los datos sobre el tipo de lengua. En el Censo de Población de 2000, se registraron 16,022 de 5 años y más que habla lengua indígena. A continuación se presenta un cuadro donde se presenta la cantidad de población por tipo de lengua indígena:

Población hablante de lengua indígena en Municipio de Solidaridad en el año 2000

Tipo de lengua	Total de la población
Amuzgo	9
Chinanteco	2
Chol	72
Chontal	8
Chontal de Tabasco	9
Suave	1
Huichol	2
Kanjobal	2
Mame	9
Maya	15, 233
Mayo	5
Mazahua	6
Mazateco	6
Mixe	12
Mixteco	11
Náhuatl	162
Otomí	4
Popoloca	1
Popoluca	6
Popoluca de Oluta	1
Tlapaneco	1
Tojolabal	22
Totonaca	40
Tzeltal	65
Tzotzil	171
Zapoteco	54
Zoque	40
Otras lenguas indígenas de América	2
No especificado	66

Fuente: INEGI, Censo de Población y Vivienda, 2000.

Sobresale el hecho de que después del maya y el tzotzil, el náhuatl es la tercera lengua más hablada en el municipio de Solidaridad. Si bien, no existe un dato preciso sobre la

¹⁸ El Censo de Población y Vivienda del 2005, no cuenta con datos sobre el tipo de lengua indígena.

variante hablada o la región de donde proviene el grupo indígena, es interesante este dato ya que un porcentaje de esa población, es nahua de San Juan Tetelcingo y de las comunidades del Alto Balsas.

En cuanto a la población de origen extranjero residente en el municipio de Solidaridad, el Instituto Nacional de Migración calculaba que para el año 2009 había entre 2916 y 4283 personas¹⁹. De acuerdo a los datos publicados por la cabecera municipal a partir de la información del registro civil, los extranjeros residentes en Solidaridad provienen de países de Sudamérica y Centroamérica (Argentina, Guatemala, Honduras y Belice) y del continente Europeo (Italia, Francia, Alemania y España)²⁰. Según comunicación personal con habitantes de Playa del Carmen, la población extranjera se encuentra asentada en las colonias Centro, Gonzalo Guerrero, Bosque Real y Santa Fe del Carmen, algunas de las cuales son de reciente creación. De estos asentamientos, destaca el conformado por migrantes italianos, el cual es conocido por los habitantes de Playa del Carmen como "Little Italy"²¹ debido a la cantidad de bares, restaurantes, establecimientos y casas habitación ocupadas por dicho grupo.

Así como en muchos sitios turísticos, Playa del Carmen también experimenta migración de población no indígena proveniente de distintos lugares de la república mexicana. En una encuesta levantada por Ligia Aurora Sierra (2005) durante el año 2005, se encontró que la mayoría de esta población migraba a Playa del Carmen por que no tenía trabajo (44.5%), por los bajos salarios en su lugar de residencia (14.2%) y por la existencia de parientes en el sitio turístico (12.2%). La investigadora señala que: "Además de estos motivos, el poder seleccionar a donde migrar se debe a las perspectivas que se configuran en relación con los conocimientos o referencias que de él se obtengan, entre los aspectos que más le atrajeron a los migrantes para seleccionar Playa del Carmen, estuvo el trabajo (40%), las playas en un (15%), y tener un mejor trabajo y reunirse con la familia en un 10.8%" (Sierra:2005;20).

¹⁹ Fuente: Instituto Nacional de Migración. Total de entradas, por entidad federativa y punto de internación, 2009.

²⁰ Fuente: Sitio oficial del Municipio de Solidaridad: <http://www.solidaridad.gob.mx/>

²¹ Los italianos radicados en Playa del Carmen adquieren noticias editadas en italiano a través del periódico quincenal hecho en Playa del Carmen, cuyo nombre es "Il Sole d' Italia". Ver página: <http://www.ilsoleditalia.com/>

Según los datos obtenidos por Sierra, la mayoría de la población migrante es básicamente joven: “Para el caso de Playa del Carmen, observamos a migrantes jóvenes, es decir entre los 21 y 40 años que representan un casi 46% de los migrantes y la población adulta apenas alcanza un 11% (...)” (Sierra:2005;249). De acuerdo a la encuesta de la investigadora, la mayoría de ésta población trabaja principalmente en el sector servicios.

A partir de los datos anteriores, entendemos que Playa del Carmen es un sitio turístico que atrae mano de obra indígena, no indígena y extranjera en busca de mejores condiciones de vida. Empero, en esta investigación nos enfocaremos en la colonia Luis Donaldo Colosio, debido a que es donde se encuentra asentada la mayoría de población nahua de San Juan Tetelcingo.

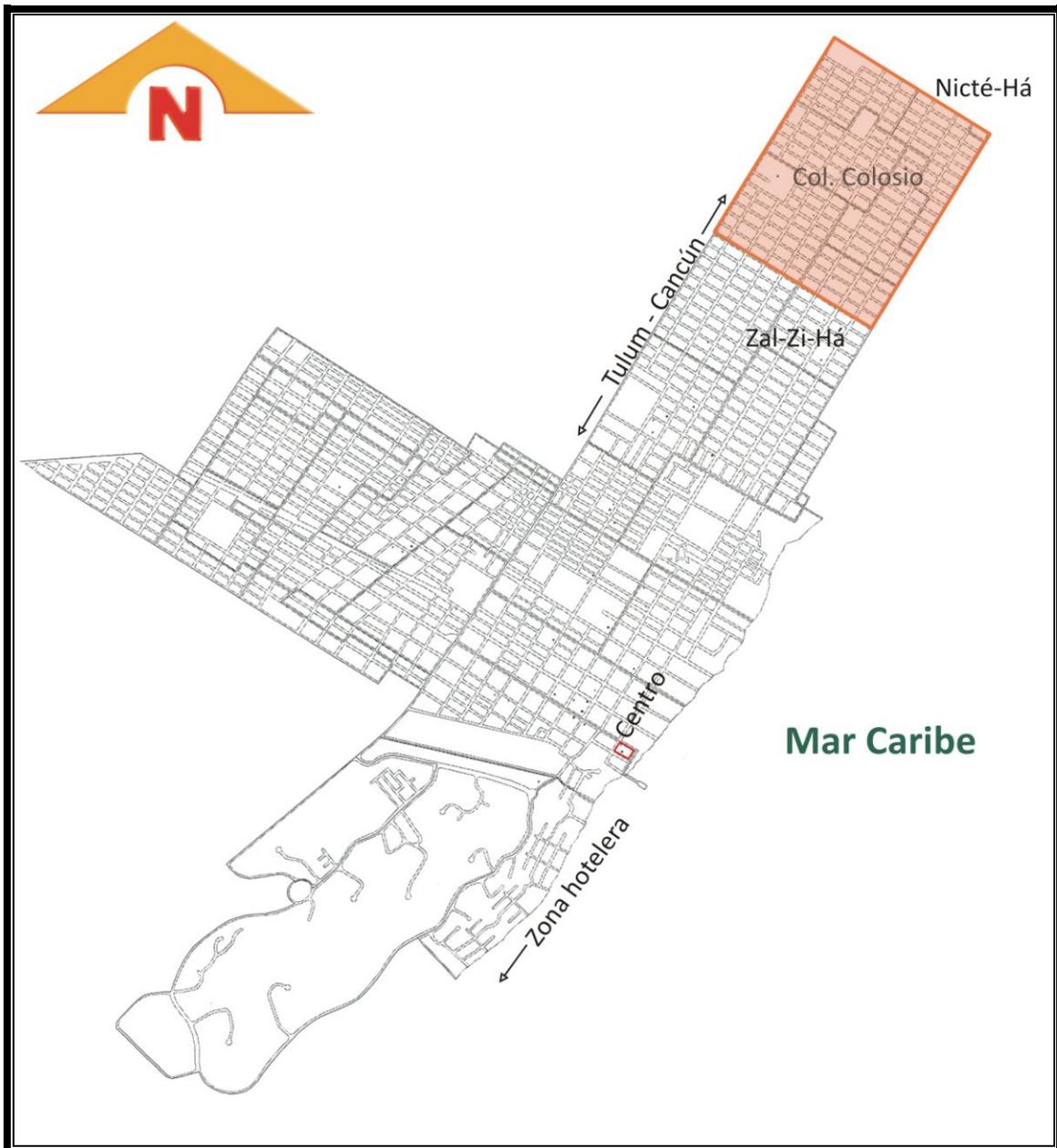
4.3. Luis Donaldo Colosio en Playa del Carmen: Una colonia diferente

Hacia el mes de enero de 2010 Playa del Carmen contaba con 22 colonias²², entre las que se encuentra la Luis Donaldo Colosio, que se le conoce popularmente con el nombre de la “Colosio”, la cual, se ubica en la parte noreste de la ciudad y colinda hacia el oeste con la carretera federal Tulum-Cancún y con el fraccionamiento Misión del Carmen, al sureste con la colonia Zal-Zi-Há y al noreste con la colonia Nicté-Há. (Ver mapa 5).

Según el Censo de Población y Vivienda por AGEB del año 2005, la colonia Luis Donaldo Colosio del Municipio de Solidaridad cuenta con 21,037 habitantes de los cuales, 2,858 personas de la población de 5 años y más, habla una lengua indígena²³.

²² Entre las que encontramos a la colonia Playacar, Centro, Pedregal, Gonzalo Guerrero, Ejidal (nombre puesto por los primeros ejidatarios de municipio), Nicté Há, Zal-zi-Há, Bellavista, 28 de Julio (conocida por los habitantes de Playa del Carmen con el nombre de “Nueva Creación”), Luis Donaldo Colosio, Industrial, Tohoku, Sac Pacal y Toledo. Asimismo, los fraccionamientos son considerados como colonias, tales como, Santa Fe del Carmen, La Guadalupana, Misión del Carmen, Petén, Bosque Real, El Tigrillo, Galaxia del Carmen, Mundo Hábitat y Miramar. Fuente: Catastro, Municipio de Solidaridad, Quintana Roo, México, 2010.

²³ En el INEGI, no existe registro sobre el porcentaje de personas que hablan lengua náhuatl.



Mapa 5. Ubicación de la colonia Luis Donaldo Colosio en Playa del Carmen, Quintana Roo.
Fuente: INEGI. Quintana Roo. Censo de Población y Vivienda, México, 2005.
Elaboración: Jonathan Robinson González.

A mediados de la década de 1980, los terrenos que hoy forman parte de la colonia Colosio, fueron invadidos por un centenar de migrantes provenientes de Chiapas, Tabasco, Yucatán y Campeche. Las primeras viviendas fueron construidas con materiales precarios recolectados por los migrantes. Hacia la década de 1990 diferentes grupos de migrantes provenientes de los estados de Yucatán, Chiapas, Oaxaca,

Veracruz, Guerrero, Jalisco, Nayarit y Puebla también comenzaron a establecerse en la colonia²⁴.

Hacia esta época, en la colonia se carecía de alumbrado, red de agua potable, servicios de salud, suficientes vías de comunicación, servicio telefónico, entre otros. Con el tiempo la infraestructura urbana ha tenido algunas mejoras, sin embargo, llama la atención que la colonia Colosio se encuentra entre los asentamientos más rezagados de Playa del Carmen.

A mediados de la década de 1990 se inician los trabajos de pavimentación en una parte de la Avenida 30 norte (avenida que conecta a la colonia Colosio con el centro de Playa del Carmen, ubicado justo en la 5ª Avenida y la Avenida Juárez). En la actualidad, la mayor parte de las calles de la colonia sólo están trazadas y sin pavimentación. Durante mi estancia de campo me percaté de que algunos habitantes de Playa del Carmen, ironizan sobre la falta de pavimentación en esta colonia, ya que al referirse a la misma utilizan el nombre de “Polvosio” (por todo el polvo que se levanta debido a la falta de pavimento) o “Lodosio” (por el estancamiento de agua durante la temporada de lluvias), lo cual tiene claras connotaciones clasistas. Los habitantes de la colonia tienen conocimiento de la categoría social que se utiliza para hacer alusión a la colonia donde viven, lo cual les causa cierta risa e inclusive han comenzado a incorporarlo en su lenguaje cotidiano. El problema de la pavimentación se agrava cuando es la temporada de lluvias o huracanes ya que el agua se estanca en las calles haciendo prácticamente imposible el tránsito de personas y automóviles.

El tendido de cables de energía eléctrica se instaló en la Avenida 30 norte en 1999. Actualmente, la mayoría de las calles de esta colonia carecen de alumbrado público, no obstante, la mayor parte de sus habitantes cuentan con energía eléctrica al interior de sus hogares. Es común observar en los postes de las calles los llamados “diablitos”, que son instalaciones irregulares que las personas elaboran con cables que colocan de sus viviendas a los postes de las calles. En los casos en que las personas no cuentan con este servicio y utilizan velas para alumbrar el interior de algunas casas. Durante las entrevistas, algunos migrantes nahuas, recordaron que anteriormente eran comunes los

²⁴ Fuente: Catastro, Municipio de Solidaridad, Quintana Roo, México, 2006.

incendios debido al uso de velas y solventes al interior de las casas construidas con cartón y madera.



Busto de Luis Donaldo Colosio sobre la Avenida 30 norte de la colonia Colosio. Foto: Berenice Morales

Hoy en día no existe red de agua potable en la colonia, por lo que el abastecimiento del líquido se lleva a cabo a través de pipas que subsidia el Ayuntamiento del Municipio de Solidaridad. Las pipas de agua pasan cada cuatro días a la colonia para llenar los tanques de las viviendas, así como los tinacos y cubetas situadas en diversas esquinas de la colonia, no obstante, este servicio es insuficiente. Asimismo, las personas me señalaron que el agua que transportan las pipas no se utiliza para consumo humano, ya que esta no cuenta con el tratamiento adecuado, por lo que sólo se usa para tareas domésticas o aseo personal. El agua que consumen para beber es adquirida por medio de garrafones de 19 litros que venden en las tiendas de abarrotes de la colonia.

En cuanto a los servicios de salud, esta colonia cuenta con un centro de salud ubicado en la Manzana 522, Lote 2. En el centro se proporciona atención primaria, como inyecciones, suturas, curaciones, consulta general, consulta externa y consulta dental. Además, participan en programas de planificación familiar, detección de diabetes, hipertensión, prevención de cáncer, mamario y uterino, control del niño sano. El centro de salud no cuenta con un censo en el que se registre el origen de sus pacientes.

Algunos entrevistados me comentaron que los servicios proporcionados por el centro de salud eran muy precarios. De tal manera, que en ocasiones prefieren pagar un doctor particular o ir a con los doctores que dan consulta en las farmacias que venden medicamentos genéricos o similares.

El servicio telefónico en vivienda es muy reciente en la colonia, ya que la instalación de las primeras líneas telefónicas se inició en el año 2000. Anteriormente las personas utilizaban las casetas que se encontraban sobre la Avenida 30 norte, las cuales, daban el servicio de llamadas nacionales e internacionales. Actualmente, muchas personas de la colonia siguen utilizando este servicio porque no todas las viviendas cuentan con línea telefónica y además algunas han comenzado a ofrecer servicio de Internet. Cabe señalar que el uso del teléfono celular se ha hecho más recurrente, sin embargo, sólo ese servicio sólo se utiliza para realizar llamadas locales, por lo que las personas usan las casetas para llamadas de larga distancia debido a las bajas tarifas.



Calles de la colonia Luis Donald Colosio, Playa del Carmen.
Foto: Berenice Morales

Si bien, desde inicios de la década de 1990 se ha dotado de diferentes servicios urbanos a esta colonia, estos no satisfacen cabalmente las necesidades de sus pobladores, debido a que la mayor parte de las inversiones municipales son destinadas a la colonia Centro de Playa del Carmen y la zona de Playacar, donde se encuentran

las grandes corporaciones hoteleras, los restaurantes y los centros de actividades turística.

Actualmente la mayoría de la población indígena que habita en la colonia Colosio, proviene de otros municipios de Quintana Roo, del Estado de México, Tabasco, Chiapas, Oaxaca, Veracruz, Campeche, Yucatán, Nayarit, Jalisco, Querétaro, Hidalgo, Guerrero y Puebla. Asimismo, hay población indígena procedente de países centroamericanos como Belice y Honduras²⁵.

Algunos de los indígenas que viven en la colonia, obtienen empleo como asalariados en la industria hotelera o restaurantera de Playa del Carmen. En los hoteles entran como personal para la construcción, limpieza –de habitaciones, áreas públicas, cuarto de máquinas, equipo e instalaciones- jardinería, ayudantes de electricista, ayudantes en la cocina, mucamas, etc. Mientras que aquellos que laboran en los restaurantes y fondas, realizan trabajos de limpieza, cocina o son meseras, garroteros o ayudantes en general. Por otro lado, está aquella gente que se autoemplea o trabaja por cuenta propia vendiendo alimentos en establecimientos, artesanías, ofreciendo servicios de internet o telefonía de larga distancia.

Los indígenas que trabajan en los hoteles se dividen en dos grupos: Aquellos que poseen un contrato que se renueva anualmente, y aquellos que son empleados por cortas temporadas para realizar algún trabajo de mantenimiento específico en las instalaciones. En determinados hoteles se proporciona transporte gratuito a los trabajadores que poseen contrato anual. Este los recoge a las 7 de la mañana y los deja a las 9 de la noche, por lo tanto, es común observar autobuses de distintas cadenas hoteleras, estacionados en la esquina de la Av. 30 norte y calle 74 norte de la colonia Colosio. Cabe mencionar, que los trabajadores que se emplean por cortas temporadas lo hacen a través de contratistas que regularmente los citan en la Av. Juárez y la Av. 60 Sur, en la colonia Ejidal.

En esta investigación se considera que en Playa del Carmen, así como en muchos sitios turísticos, existe una segmentación laboral que discrimina y excluye a los grupos indígenas. Los grupos indígenas que viven en la colonia Colosio, ocupan los vacantes

²⁵ Censo de Población y Vivienda por AGEB del año 2005.

que otras personas no desean debido a que los empleadores prefieren contratar para esas actividades a gente poseedora de cierta experiencia o formación especializada, pero que además no ostenten la fuerte carga estigmatizada de atraso, que ha sido asignada históricamente a los grupos indígenas de México.

4.4. El pequeño San Juan en la colonia Colosio

A continuación se describen algunas de las condiciones generales en las que viven los migrantes originarios de San Juan Tetelcingo, quienes comenzaron a establecerse en la colonia Colosio a partir de la segunda mitad de la década de 1980 aproximadamente. Asimismo, se reflexiona sobre el sentido comunitario al interior de la población de San Juan Tetelcingo.

En esta investigación se entiende que San Juan Tetelcingo forma una comunidad extendida, debido a que ésta no sólo forma parte de una unidad física y territorial al involucrar otros aspectos como el origen común, el parentesco, los valores, la autoadcripción, la pertenencia, solidaridad y la identidad (Weber:1922, Cohen:1985, De la Peña y Martínez:2004, Kemper:1994, Oehmichen: 2000).

Durante una conversación con el primer artesano que llegó a Playa del Carmen, me comentó que fue a partir de 1987 que comenzaron a migrar los primeros artesanos de San Juan Tetelcingo hacia el sitio turístico, en donde inicialmente rentaron cuartos de viviendas en la colonia Ejidal. Un año después de esta primera migración llegaron tres familias de artesanos sanjuanenses, sin embargo, estos se asentaron de forma irregular en la colonia Colosio, ya que en ese entonces no estaba regularizados los terrenos y además, la lejanía que mantenía anteriormente con el centro turístico, permitía la reproducción de las unidades domésticas con menos recursos.

Para el año 2009, en esta colonia radicaban aproximadamente 135 personas originarias de San Juan Tetelcingo²⁶, de las cuales, menos de la mitad cuentan con una vivienda propia, mientras que el resto pagan rentas de pequeñas casas y cuartos. Según

²⁶ Dato obtenido a través de muestra levantada durante trabajo de campo en la Colonia Colosio, Municipio de Solidaridad, Quintana Roo.

algunos informantes, la comunidad nahua ha incrementado en Playa del Carmen desde que llegó el primer migrante artesano de San Juan.

Actualmente hay 10 familias de San Juan Tetelcingo que ya son propietarias de las viviendas en las que se asentaron a través de la invasión irregular de los terrenos en la colonia Colosio. No obstante, en 1995 el Ayuntamiento del Municipio de Solidaridad, propuso a estos habitantes adquirir los terrenos a través de pagos mensuales, con el objetivo de regularizar las propiedades de la colonia. Esta acción permitió que algunos nahuas adquirieran las propiedades en la que, aunque de forma precaria, ya habían construido sus viviendas. Al respecto, algunos entrevistados me comentaron que en la actualidad los terrenos ya están regularizados, sin embargo falta regularizar las viviendas que construyeron en los mismos²⁷.

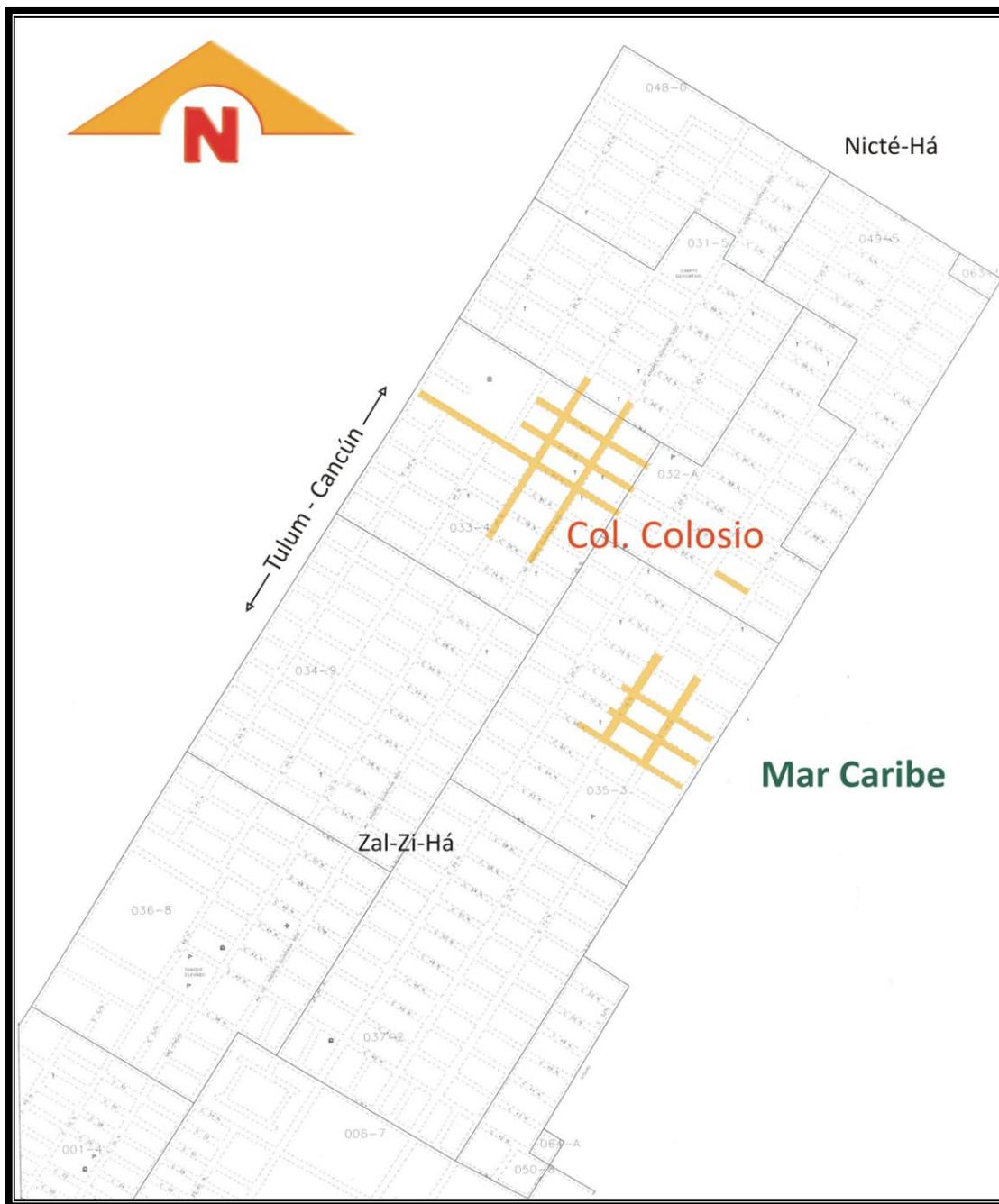
Los nahuas que rentan viviendas en la colonia Colosio, pagan cantidades que varían entre \$3,000.00 a \$5,000.00 pesos mensuales. Mientras que los migrantes nahuas que viven con personas de la misma comunidad con la finalidad de no pagar rentas, reciben alimento y hospedaje a cambio de dar clases de barro pintado en los hoteles²⁸, trabajo artesanal o ayuda en las tareas domésticas. En la mayoría de las ocasiones, las personas que viven bajo estas condiciones ocupan pequeños cuartos construidos con cartón, madera o lámina, en alguna parte excluida del núcleo de la casa.

Durante mi trabajo de campo, logré distinguir que la mayoría de las viviendas establecidas por migrantes de origen nahua en Playa del Carmen están dispersas en dos cuadrantes de la colonia Colosio:

- 1) El que abarca de la Av. 30 norte hacia la carretera Cancún-Tulum y de la calle 74 norte, hasta la calle 90 norte.
- 2) El que abarca la 5ª Av. norte hacia la Avenida 30 norte y de la calle 66 norte a la 82 norte (Ver mapa 6).

²⁷ La legalización de los terrenos no evitó la llegada de más paracaidistas a la colonia. De tal forma que este intento de planeación urbana poco sirvió para evitar el crecimiento irregular del municipio.

²⁸ Este tema es de suma importancia para esta investigación por lo que se profundizará más adelante en el mismo.



Mapa 6. Las zonas amarillas indican las calles de la colonia Colosio donde están asentados los nahuas de San Juan Tetelcingo.

Fuente: INEGI. Quintana Roo. Censo de Población y Vivienda, México, 2005.

Elaboración: Jonathan Robinson González.

El primero de estos dos cuadrantes se distingue por ser el lugar donde están asentadas un mayor número de familias nahuas. La mayoría de sus viviendas se encuentran establecidas cerca del panteón del municipio, ubicado a una calle de la carretera federal Cancún-Tulum.

La mayoría de las viviendas de los nahuas que actualmente residen en la colonia Colosio, cuentan con los servicios de electricidad, tanques para el abastecimiento de agua potable subsidiada por el municipio a través de pipas y servicio telefónico.

Durante las interacciones realizadas con migrantes asentados en la colonia Colosio que provienen de otros estados de la república mexicana, se mencionó que es fácil identificar las casas de los nahuas, ya que son artesanos, transportan cosas de barro en sus vehículos y la mujeres que se dedican a esa actividad, visten con la ropa de Guerrero (haciendo referencia al mandil que utilizan las mujeres nahuas del Alto Balsas). Además de que es común que se comuniquen en náhuatl²⁹. Lo anterior sugiere que los migrantes nahuas de San Juan, mantienen y practican fuera de su comunidad de origen diversas expresiones objetivas de su cultura, lo cual les permite reproducir y resignificar parte de sus identidades sociales en los múltiples lugares donde se establecen, asimismo, les proporciona un sentido comunitario en los diversos espacios que reterritorializan³⁰.

Algunas de estas prácticas culturales son evidentes para el resto de los otros grupos indígenas que no comparten sus identidades étnicas, ya que no forman parte de sus redes sociales o de sus comunidades de origen, lo cual, genera alteridad y promueve la resignificación de las identidades sociales no en los nahuas sino también en los demás grupos étnicos.

El reconocimiento de dicha alteridad no genera conflicto entre los nahuas y los demás grupos indígenas con los que comparten vecindad, incluso existen relaciones de amistad que han surgido a partir de la organización para satisfacer ciertos servicios urbanos, como es el caso de una familia nahua que comparten vecindad con un grupo

²⁹ Sobre esto Catharine Good mencionó que en el caso de los nahuas de Ameyaltepec: “En los centro urbanos las mujeres siguen usando su indumentaria tradicional, sin abandonarla por ropa de corte urbano. Los originarios de Ameyaltepec siempre hablan en náhuatl para comunicarse entre sí, a pesar de que algunos de ellos dominan el castellano. Conversan abierta y animadamente en náhuatl delante de cualquier mestizo, sea hotelero, cliente, dueño restaurante u otros” (Good:1988; 52).

³⁰ Retomo a Federico Besserer para ejemplificar la reterritorialización, ya que en su investigación en la Mixteca Alta de Oaxaca logra distinguir que la comunidad de San Juan Mixtepec es multicéntrica y cada uno de los espacios ya se ha reterritorializado: “La comunidad de San Juan Mixtepec hoy se ha reterritorializado, ya que no solamente han salido sus miembros de los confines del municipio, sino que han formado nuevos asentamientos de la comunidad en otras regiones. En Veracruz hay dos ejidos formados por personas de la comunidad; en Morelos formaron un nuevo poblado en terrenos que habían comprado; en Baja California crearon la colonia Maclovio Rojas y la Flores Magón a partir de tomas de terrenos; en Arvin, California han ocupado una gran parte de las casas de programas del Estado para familias de bajos ingresos creando una “colonia mixteca” “ (Besserer: 1999; 225)

de zapotecos, mayas y tzotziles con quienes se organizan para solicitar las pipas de agua que son pagadas entre cada una de las familias. Este tipo de arreglo ha permitido que se fortalezcan las relaciones sociales entre los nahuas y los grupos con quienes comparten vecindad. En este sentido, es común que los nahuas reciban invitación por parte de sus vecinos para acudir a algunas celebraciones de cumpleaños, sin embargo, es raro observar la asistencia de los nahuas debido a sus horarios laborales o por que cuando tienen tiempo de recreación prefieren dedicarlo para realizar salidas familiares o para elaborar artesanías.

La reproducción de diferentes ámbitos de la vida comunitaria permite que mantengan y recreen constantemente un sentido de pertenencia con su grupo social. La producción y comercialización del barro pintado en los sitios turísticos a los que migran es solo uno de los ámbitos donde se expresa la reproducción del sentido comunitario entre los artesanos nahuas.



Vivienda de nahuas de San Juan Tetelcingo en la Colonia Colosio.
Foto: Berenice Morales

Al interior de las viviendas de los sanjuanenses asentados en la colonia Colosio, parte de la vida comunitaria se reproduce a través de las prácticas y los significados que giran en torno a la producción artesanal. El uso particular de los espacios habitacionales y la división de trabajo entre los miembros de la unidad doméstica de producción, son solo

algunas de las expresiones de este fenómeno³¹. Respecto a la definición de unidades domésticas, en esta investigación se utiliza la propuesta hecha por García, Muñoz y Oliveira, en la que se refieren a: “ (...) una organización estructurada a partir de redes de relaciones sociales establecidas entre individuos unidos o no por lazos de parentesco, que comparten una residencia y organizan en común la reproducción cotidiana (...) un ámbito social donde los individuos organizan, en armonía o en conflicto, diversas actividades necesarias para la reproducción de la vida inmediata” (Oliveira, Lehalleur, y Salles:1988;13-17). Para el caso específico de los nahuas de San Juan Tetelcingo, empleo lo que he denominado “unidad doméstica de producción artesanal”, la cual comparte residencia y organiza su vida cotidiana a partir de la producción artesanal. De igual manera, recorro al concepto de “unidad extensa de producción artesanal” para referirme a aquella que comparte redes de relaciones sociales pero no tienen una misma residencia. Algunos miembros de esta unidad producen artesanías mientras un grupo de personas migra a otros sitios para comercializarlas. Todos los miembros entienden que el hecho de que algunos permanezcan y otros migren, permitirá la subsistencia en su conjunto.

El uso de los espacios al interior de las viviendas de los nahuas que habitan en la Colosio, se define a partir de la producción artesanal debido a que las casas funcionan como talleres de producción o bodegas. En las temporadas de lluvia utilizan los cuartos con amplias ventanas o ventiladores con luz de techo para pintar y barnizar, mientras que cuando no llueve, hacen uso de los espacios al aire libre. Es importante mencionar, que debido a que la mayoría de los nahuas se encuentran radicando en la colonia es posible que los distribuidores que viajan de la región del Alto Balsas los encuentren fácilmente para surtirles del barro sin pintar y otro tipo de artesanías³². Según entiendo esto ayuda a que la circulación de la información sea más efectiva y a que se reproduzcan los vínculos comunitarios, las relaciones de compadrazgo, etc. En este sentido es posible retomar a Cristina Oehmichen quien menciona que la comunidad extendida también se erige por medio de redes que unen a los migrantes y a las personas que permanecen en el lugar de origen (Oehmichen:2002;71).

³¹ La división del trabajo fue abordada en el segundo capítulo.

³² Considero que los migrantes circulan en diferentes niveles de la comunidad extendida, por lo tanto, hay personas que también se mueven al interior de la comunidad extendida de San Juan de otras localidades ya sea por que comercializan en otros sitios turísticos donde hay paisanos o porque tienen familiares con los que han ido a trabajar en la impartición de clases a otros lugares.

Es común el uso de hamacas o petates al interior de las viviendas, así como el tendido de mecates para colgar la ropa recién lavada. La instalación de sendos altares para los santos a los que les tienen devoción³³ es un aspecto predominante al interior de estas viviendas. Todos estos elementos inmobiliarios, así como los de carácter decorativo o para la devoción, junto con la división en cuanto al uso de los espacios, hacen que estas viviendas se asemejen en aspecto a las casas de San Juan Tetelcingo.

Otra actividad de la organización social particular y la división del trabajo que reproducen los nahuas en su lugar de destino se expresa en la preparación de los alimentos. Por lo común, las mujeres cocinan y llevan los alimentos al lugar de trabajo de los nahuas. Asimismo, observamos que a pesar de que la dieta de los nahuas ha adaptado algunos de los productos alimenticios regionales como es el caso de los pescados, mariscos y chile habanero, sin embargo, esto no evita que sigan cocinando y reinventando diferentes platillos similares a los que se preparan cotidianamente en el Alto Balsas como es el chile con huevo, los frijoles, los ejotes hervidos, las salsas de jitomate con chile, chile con carne frita, entre otros. La elaboración de los alimentos de la región es un elemento de continuidad en las comunidades de migrantes nahuas. En la investigación que Catharine Good realizó con la comunidad de Ameyaltepec, se pone énfasis a ciertos aspectos de la alimentación entre los nahuas que migraron a los primeros sitios turísticos para comercializar con sus artesanías: “Cuando hay mujeres (y si logran cooperación de la administración del edificio) a veces consiguen braseros de carbón, traen molcajetes y chile criollo, y preparan allí su comida. Cuando les es posible, conservan elementos de su dieta tradicional por la que tienen una preferencia notoria frente a la “comida de ciudad” (Good:1988;51).

Los artesanos de San Juan Tetelcingo que habitan en la colonia Colosio no festejan las fiestas religiosas en dicho lugar –como es el caso de la fiesta del Cristo de Cuetzalan celebrada el 3er. viernes de semana santa o la fiesta en honor a San Juan Bautista realizada el 24 de junio- o los rituales comunitarios – como las ofrendas a la Santa Cruz, las cuales están vinculadas a la petición de lluvias y las actividades agrícolas, o la celebración de Todos Santos realizada en la Iglesia o Panteón del pueblo-, sino que procuran regresar anualmente a la comunidad de origen para participar en dichos

³³ Características que ya habían sido reconocidas por Catharine Good cuando hizo trabajo de campo con los nahuas de Ameyaltepec que migraban hacia Acapulco (Good:1988; 50-52).

festejos. Es importante mencionar que aunque es posible que coloquen las ofrendas de Todos Santos en sus viviendas de Playa del Carmen, comentaron que no lo hacen debido a que las almas de sus muertos están en su pueblo y no desean que pierdan el camino de vuelta.

Otro de los rituales que evidencia la comunidad extendida de San Juan Tetelcingo en Playa del Carmen es el denominado por ellos como el del “vestido”. En este evento ritual, las personas que habitan en Playa del Carmen regresan a la localidad de origen para que los padrinos vistan a los ahijados. El ritual del “vestido” es muestra fehaciente de los símbolos e identidad de la comunidad extendida, debido a que a través de él se muestran los vínculos primarios y se renuevan los imperativos morales de los sanjuanenses que habitan fuera de la localidad. A continuación lo describiré brevemente para caracterizar un aspecto de la comunidad extendida sanjuanense.

El ritual del “vestido” se realiza únicamente en San Juan Tetelcingo. Cuando los padrinos ya poseen los recursos económicos para llevar a cabo la celebración, les dan aviso a los padres del niño para que organicen la compra de la vestimenta –cuatro mudas con sus respectivos zapatos y una joya de oro- y acuerden una fecha de regreso a la localidad para realizar el ritual. Mucha veces, tanto padres como padrinos se encuentran trabajando en distintas ciudades por lo que a pesar de no compartir el mismo lugar de residencia, se mantiene los vínculos de compadrazgo. De igual manera, es importante señalar que algunos niños son vestidos hasta que son adultos, pues según los informantes, el ahijado debe recibir su vestimenta sin importar la edad que tenga³⁴.

Una vez acordada la fecha, los migrantes que habitan fuera en San Juan vuelven a la localidad de origen. El ritual empieza en casa de los padrinos, en donde se inaugura el evento con el primer baile de los padrinos y sus familiares, quienes cargan las bebidas alcohólicas -cartones de cerveza y tres botellas Brandy-, así como los regalos -la ropa, los zapatos, cajas con dulces y cigarros que ofrecerán a los compadres y a los asistentes-. Terminando ese primer baile, sale la procesión encabezada por los padrinos, las mujeres rezanderas que guiarán la ceremonia y los demás invitados. Al

³⁴ Durante mi trabajo de campo, observé como vestían a tres hermanos: La mujer de 21 años y dos hombres, uno de 24 años y otro de 29 años de edad.

final de la procesión va tocando la banda. Las personas caminan hasta la plaza principal de San Juan Tetelcingo en donde bailan una canción para después dirigirse hacia la casa de los padres del niño.

Los padres esperan en la entrada de su casa con copal prendido. Al llegar los asistentes, realizan un baile e invitan a los asistentes a que pasen al altar para que empiece propiamente el ritual del “vestido”. Tanto los padrinos como los padres del niño se hincan y rezan en náhuatl. Posteriormente, los padres colocan collares y coronas de cempasúchil a los padrinos y viceversa. Encienden velas de cebo y se bendicen mutuamente con el copal encendido. Todos los rezos y oraciones son guiados por la mujer a la que se le paga para que los realice. Seguido a este acto, los padrinos se sientan a un lado del altar en donde colocan 16 jabones de pasta que se usan regularmente para lavar ropa. Frente a ellos, ya se había colocado una palangana de agua. Los padres lavan cada mano de los padrinos con 8 jabones. Mientras esto se hace, el niño debe estar hincado rezando y dando gracias de que sus padrinos lo hayan vestido. Al finalizar el lavado de manos, los padrinos las secan con un paliacate rojo. Inmediatamente se prende una vela, se pasa el copal por cada uno de los individuos.

Seguido de esto se da de comer a los invitados, primero se sirve el chocolate con agua y tres panes a cada uno de ellos, para después servir la comida o guisado. Al finalizar el consumo de alimentos, inicia el ritual en el que se “viste” al niño. En él participan las mujeres para peinarlo y poner las prendas, mientras que los hombres sólo participan en el momento en que se tiene que rezar para que el niño salga a bailar. Se hincan los padres, el niño, los padrinos, los invitados enfrente al altar y rezan en “náhuatl”. Posterior a eso, el niño sale a bailar durante cuatro ocasiones diferentes debido a que son cuatro mudas de ropa las que se le dan y las que tiene que lucir en la fiesta.

Después del baile, los padrinos llaman a los invitados para que puedan despedirlos en donde está el altar. En ese momento los padres dan gracias a los padrinos por aceptar el cuidado de su hijo en caso de que a ellos les pase algo. Luego se regresa a casa de los padrinos y la banda sigue tocando durante un par de horas más. Al final los padrinos ofrecen alimentos a los invitados hasta que se marchan todos.

Durante la realización de este evento, sobresalen un a serie de símbolos que vinculan a los migrantes con su comunidad, tal es el caso del territorio ancestral, ya que si bien, los nahuas podrían elaborar el ritual en Playa del Carmen, no lo hacen por que es una de las celebraciones que refuerzan las relaciones sociales con las personas de la comunidad. Esto posiblemente se explique a que a través de este tipo de rituales las personas no sólo reivindican su identidad sino que también cumplen los imperativos morales con su comunidad (De la Peña y Martínez:2004;90).

Asimismo, a partir del ritual del “vestido” se entiende que a pesar de que los nahuas se encuentran dispersos en múltiples lugares forman parte de la comunidad al resignificar los símbolos involucrados en dicho ritual.

Un aspecto interesante de dicho ritual es que a pesar de que algunas mujeres consideran que sus hijos son originarios de “Playa del Carmen”, negando y excluyendo en el discurso a sus hijos de su lugar origen. Aunque, esto en la práctica no es así, ya que incluso estas mujeres me llegaron a contar sobre la realización del ritual del “vestido” de sus hijos en la localidad de origen o en algunos casos eran padrinos de algún hijo de un paisano. Lo anterior alude a lo que señala Cristina Oehmichen: “Ser parte de la comunidades es algo que se negocia y por lo cual se lucha”(Oehmichen:2002;63).

A partir de lo anterior, se sugiere que a partir de las diferentes prácticas rituales los nahuas de San Juan promueven la inclusión de sus miembros a la comunidad, destacándose los rituales de carácter comunitario, así como los de vínculos de compadrazgo y parentesco. Los rituales comunitarios, como el de “Todos Santos”, refrendan los vínculos con los antepasados, mientras que los rituales de compadrazgo o parentesco como el del “vestido”, afianzan los vínculos con el presente, con los cuales pueden acceder al baile del pueblo, a las redes sociales de los migrantes, a los préstamos de dinero, al intercambio de información sobre los mercados artesanales, etc.

Según entiendo, los vínculos de parentesco y compadrazgo juegan un papel muy importante para conformar la comunidad extendida sanjuanense. Posiblemente, esto se explica por que a través de estos vínculos se establecen las relaciones de confianza

que permiten establecer un mercado artesanal y generar lazos de solidaridad fuera de la localidad de origen y durante ciertos momentos específicos. Como el caso de las personas que se accidentan o fallecen en el destino migratorio, donde los miembros de la comunidad cooperan con recursos económicos para pagar el envío del cuerpo a la localidad de origen, los servicios fúnebres o los gastos médicos de la víctima.

Desde mi perspectiva, los nahuas de San Juan Tetelcingo que están asentados en la colonia Colosio de Playa del Carmen, forman parte de una comunidad extendida que mantiene fuertes vínculos con la comunidad de origen no sólo por sus migraciones de retorno, sino por los vínculos establecidos con los demás miembros. Los migrantes sanjuanenses realizan sus propias prácticas económicas reorganizando y recreando la vida comunitaria fuera de los límites geográficos de su comunidad de origen. A continuación se presenta una práctica económica orientada étnicamente por parte de la comunidad extendida sanjuanense, quienes en su proceso migratorio han abierto diferentes mercados para la comercialización de sus artesanías. Como se ha mencionado, mi estudio presta particular importancia al caso de los artesanos nahuas asentados en Playa del Carmen que laboran al interior de grandes corporaciones hoteleras donde enseñan a los turistas a pintar sus propias artesanías o souvenirs étnicos y que promueven a través de la consigna: “Classes paint *your own*” o “Hágalo usted mismo”.

4.5. Economía étnica nahua en las corporaciones hoteleras

Para empezar este apartado retomaré algunos datos descritos en el capítulo 3, en donde se hace un recorrido histórico de algunas rutas migratorias que han desarrollado los nahuas a través de la comercialización del barro pintado. Es de notar que en cada una de estas rutas, usan sus redes sociales en primera instancia para asentarse e insertarse en el mercado laboral o artesanal y una vez que conocen sus dinámicas, se inicia la posibilidad de traer a otros miembros de la unidad de producción artesanal para abrir un mercado en donde se pueda continuar con la comercialización de sus productos artesanales de forma intensiva. La apertura de nuevos mercados ha generado que la red social de los migrantes tenga fluctuaciones que han derivado en la creación de una economía étnica que ha pasado por diferentes momentos.

Fue a través de las redes de amistad, compadrazgo y parentesco establecidas con nahuas de otras comunidades del Alto Balsas, que los sanjuanenses pudieron generar las primeras redes sociales relacionadas con la producción y la comercialización de barro. Los primeros movimientos migratorios interestatales los realizaron los jefes de familia y las mujeres con la intención de obtener un empleo que les permitiera subsistir - la mayoría de los hombres se empleaban en el sector de la construcción y los servicios, mientras que algunas mujeres trabajaban como empleadas domésticas-. Fue después de estas migraciones que comenzó a circular la información de que en los sitios turísticos se podían vender artesanías a través del comercio ambulante, debido a que otros grupos étnicos ya han abierto un mercado artesanal, por lo que los jefes de familia iniciaron sus desplazamientos hacia distintas ciudades del estado de Guerrero con tal motivo.

A partir de ese momento, comienza a circular la información del éxito que estaba teniendo la comercialización de barro pintado y papel amate en los principales sitios turísticos del estado de Guerrero -y posteriormente de otros estados de la República mexicana-, debido a que la artesanía indígena comenzaba a ser valorizada por un naciente mercado de consumidores conformado por turistas y personas interesadas por el folklore indígena expresado a través de las artesanías.

Los primeros migrantes hicieron uso de su red social fundamentada en las relaciones familiares, que son con quienes mantienen vínculos de confianza abierta (Vélez: 1993; 29-30) y por lo tanto, existe un tipo de reciprocidad generalizada (Durand: 2000; 258). Fue en este primer momento, que se realizaron los desplazamientos iniciales de los jefes de familia, quienes tuvieron como objetivo secundario comercializar las artesanías de barro elaboradas por la unidad de producción y continuar paralelamente con otras actividades económicas primarias, las cuales, a pesar de ser mal remuneradas, permitían obtener recursos económicos para complementar sus ingresos y continuar a la vez con sus estancias fuera de la localidad. Estos primeros movimientos migratorios no se realizaron individualmente sino que se llevaban a cabo por parejas o por grupos familiares, es decir, que llegaron matrimonios con o sin hijos.

Como se intentó hacer evidente en esta tesis, al pasar de los años comenzaron a saturarse las redes sociales de los migrantes artesanos, ya que conforme se abrían

nuevos mercados se incrementaba la competencia proveniente de nahuas de la comunidad y de la región del Alto Balsas. No obstante, sucedió un evento fortuito que dispuso a los artesanos sanjuanense asentados en Acapulco hacia otros sitios turísticos en donde reprodujeron las clases de pintura de cerámico de barro pintado. Este evento inició las migraciones hacia la Riviera Maya -primero en Cancún y después hacia los otros sitios de este desarrollo turístico-.

Como se señaló, fueron los vínculos de confianza cerrada que mantenían los recién llegados con los nahuas que ya estaban establecidos en Cancún los que permitieron el acceso a otros mercados, como es el caso del mercado de Playa de Carmen. En torno a esto, se describió en el capítulo 4 la manera en que Julio regresó el favor a su hermano Nicolás por haber permitido que vendiera sus artesanías en los hoteles Hyatt de Cancún, por lo que en los términos de reciprocidad equilibrada estaba sobreentendido que se regresaría el favor en algún momento, por lo que le ayudaría a obtener un lugar para dar clases de pintura. En este caso nos estamos refiriendo a un nivel de confianza abierta, ya que este movimiento migratorio se basó en los términos de la solidaridad a nivel familiar y amistoso (Velez:1993).

Los primeros viajes hacia la Riviera Maya –específicamente a Cancún- iniciaron la propagación de información entre otros artesanos de San Juan Tetelcingo, quienes a su vez comenzaron a migrar a esa región de la República mexicana. Aquí sucede un hecho interesante, ya que es cuando se presenta un segundo momento, en el cual, una vez que llega el migrante y encuentra un lugar donde asentarse en Playa del Carmen, pide a su familia que lo alcance para continuar con las clases en los hoteles. Una vez que el trabajo familiar se hizo insuficiente para mantener la actividad artesanal, algunos retornaban a la comunidad de origen para recurrir a otras personas pertenecientes a su red de relaciones de amistad, en las que desde mi perspectiva hay un nivel reciprocidad equilibrada con confianza cerrada. Es a partir de este momento, que la red deja de ser horizontal y surge una red de tipo asimétrico, donde se presentan relaciones de desigualdad entre los primeros artesanos asentados en Playa del Carmen y los que llegaron a través de ellos como sus trabajadores.

Los nahuas que volvían a San Juan Tetelcingo recurrían tanto a hombres como a mujeres de edades jóvenes -de entre 14 a 20 años- que formaran parte de su red social,

en este caso sólo se usaban las relaciones familiares o de parentesco. En sus inicios, estos migrantes ofrecían trabajo a cambio de hospedaje, comida y en pocas ocasiones un sueldo simbólico -\$200 o \$300 pesos mensuales-, argumentando que la compensación vendría con el aprendizaje del negocio, es decir, la experiencia adquirida en la producción y comercialización artesanal de este primer viaje³⁵. Desde mi punto de vista, los empleadores estaban apelando empíricamente a la convertibilidad de capitales, en donde el capital humano -desde los términos de Ostromyt (2003)-, les permitiría después iniciar sus propios negocios y capitalizarse económicamente.

Este fenómeno es de suma importancia, ya que según entiendo, fueron los mismos empleadores los que promovieron la saturación de su mercado al enseñarles a otros nahuas el oficio y al expresarles explícitamente que su recompensa sería la experiencia que después les permitiría independizarse. A continuación se presenta el testimonio de un informante, que llegó a Playa del Carmen a través de la invitación de su tía:

“Mi tía nos invitó y llegó al pueblo a San Juan...Ellos son los primeros que llegaron aquí en Playa a trabajar en los hoteles. Son los primeros que llegaron, ella llegó con su esposo que se llama Nicolás Patricio. Entonces, tenían 5 o 6 partes en las que vendían. Aquí en Playa fueron los primeros. Tendrá como unos 20 años que ellos llegaron aquí más o menos, o un poquito más, puede ser, por que este, sus hermanos ya vivían en Cancún, no más que Playa estaba chiquita y no había paisanos aquí, entonces, ellos también estaban en Acapulco. Vinieron...Llegaron a Cancún, luego llegaron acá, empezaron a buscar trabajo, encontraron, entonces empezaron a necesitar gente para vender ¿no? Entonces llegó allá con mis papás y me pidió, que si me dejaban venir para trabajar y me preguntaron que sí quería venir, no pus -“Sí”-. De todos modos, yo me quería salir no quería estar en el pueblo y luego, este, me vine con mi hermana. A mi hermana le dieron un hotel que lo trabajara a su cuenta. Sí, mi hermana le dieron una parte donde, bueno trabajó su cuenta y yo trabajaba con ella. A mí me pagaban 300 pesos al mes y era bien poquito. Y estaba todo el día, desde las 8 de la mañana hasta las 6. Trabajaba de lo mismo, como los hoteles eran pequeños, llegaba y atendía, y cuando no llegaba gente, no llegaban a pintar, me ponía a pintar. En ese entonces, estaba practicando a penas empezaba a pintar”. (Entrevista realizada a José Guerrero el 17 de enero del 2006 en Plaza Playacar en Playa del Carmen, Quintana Roo).

Los jóvenes que aceptaban el ofrecimiento se hospedaban en la casa de la persona que los había invitado y, en efecto, adquirían experiencia de las clases de cerámica de barro pintado. Por lo que aprendían a negociar con los turistas a través algunas palabras en inglés, italiano o francés con las cuales podían comunicarse con ellos al momento de impartir las clases, asimismo, se aprendía a negociar con los gerentes y los espacios en los hoteles.

³⁵ Como se explicó en el capítulo 3, también se comenzó a recurrir a mujeres jóvenes para que realizaran las tareas domésticas.

Los jóvenes nahuas que llegaron con los primeros migrantes, me comentaron que fue muy extenuante el haber migrado con ellos, ya que debían cargar cajas, limpiar el lugar, dar las clases y cuando no se tenían clientes debían seguir elaborando las piezas inconclusas que se venderían en los puestos de la calle. Posteriormente, cerraban los puestos y esperaban a que su familiar los recogiera en el hotel para llevarlos al lugar donde dormían. Una vez que llegaban a este sitio no era posible descansar pues les pedían que siguieran pintando otras piezas. Esta descripción me lleva a pensar que la red funciona como un mecanismo de explotación de los miembros con más experiencia hacia los jóvenes, quienes no reciben retribución en ese momento sino probablemente hasta que en un evento posterior lo necesite - tal vez algún préstamo monetario-. En seguida se presenta el testimonio de José, un migrante originario de San Juan Tetelcingo que actualmente tiene la concesión de tres hoteles en Playa del Carmen. José es uno de los jóvenes que llegó a través de su red familiar y antes de obtener sus propias concesiones trabajó en las de su tía:

“Te daban unas dos piezas [sus tíos, que eran dueños del local], sino hay gente y no pinta nadie, tienes que terminar esas dos piezas que te daban por lo que las vendían ya hechas como esta, pintadas ya. Tienes que terminar cuando no hay gente, entonces, sino terminabas esas dos piezas y no vendiste pues -¿qué estabas haciendo?-. Te regañaban más que nada, a mí me regañaban. Bueno, mi tía así es. En ese momento pues también me enojaba por que me regañaba o nos gritaba a cada rato”. (Entrevista realizada a José Guerrero el 17 de enero del 2006 en Plaza Playacar en Playa del Carmen, Quintana Roo).

La red social se utiliza para llevar a jóvenes de la comunidad que puedan trabajar dando clases de pintura o haciendo tareas domésticas con el objetivo de beneficiar a los primeros migrantes que ya daban clases en los hoteles. A partir de los postulados teóricos (Durand:2000; Vélez:1993, Lomnitz:1998), se entiende que en estos casos existe un nivel de reciprocidad por normas sociales con confianza cerrada, en donde los jóvenes entran al sistema debido a su identidad étnica con los primeros migrantes, sin embargo, reciben muy poca retribución monetaria por ello. Desde mi perspectiva, esto se puede explicar debido a que algunos jóvenes aceptan cualquier condición de trabajo a cambio de adquirir experiencia en los mercados laborales extralocales o para conocer otros lugares, ya que muchos de ellos aún no han conformado un núcleo familiar - esposa e hijos- en el que de adquieran otro tipo de responsabilidades ni han tenido experiencias migratorias previas.

En una investigación hecha por Rubén Hernández con jóvenes pandilleros de Monterrey que migran a Houston, se sugiere que muchos de ellos deciden viajar para conocer el “otro lado” de la frontera, experimentar la migración e “irse a la aventura”. Según Hernández: “La aventura como motivo para emprender la migración refleja, una vez más, la autonomía de la cultura juvenil. El aceptar la autonomía significa reconocer que las preocupaciones e intereses de los jóvenes son diferentes a los adultos y jefes de hogar (...)” (Hernández:1999;135). A partir de esta propuesta, entiendo que algunos de los jóvenes nahuas migran para tener la experiencia de irse a la aventura, salir de su lugar de origen, conocer otros lugares, platicar de sus salidas con otros migrantes a su vuelta, establecer otras relaciones de cortejo, ahorrar dinero para sus migraciones posteriores, es decir, independizarse de alguna forma. Aunque habría de considerarse que la migración de los jóvenes también se explica por las pocas posibilidades que hay el interior de los lugares de origen para generar capital económico.

Considero relevante hacer referencia, a que no todos los jóvenes se quedan compitiendo por los mercados turísticos. De acuerdo con algunos de mis informantes, los jóvenes que no permanecen en Playa del Carmen regresan a la comunidad de origen, en donde posiblemente establecerán vínculos con otras redes que los llevarán a otro sitio turísticos o a Estados Unidos. Sobresale el caso de las mujeres, quienes van a los sitios turísticos para ahorrar un poco de dinero con el que financiarán parte de su viaje a Estados Unidos, es decir, que algunas mujeres trabajan en los sitios turísticos para financiar su objetivo final, que es cruzar la frontera norte del país:

“Si me quiero ir al otro lado pero ahorita no, primero junto un poquito en Playa y con lo que salga. Mi papá está en California y le hemos comentado a él y él dice que sí pues pero que ahorita no, él va venir en diciembre y entonces yo creo que no nos va a poder llevar con él pero ya más adelante, para eso hay que ahorrar” (Entrevista realizada a Graciela González el 4 de noviembre del 2005 en Xalitla, Guerrero).

Lo anterior sugiere que existe una tendencia entre los jóvenes, quienes deciden migrar inicialmente a los sitios turísticos para adquirir capital económico y humano, que posteriormente podrán aplicar en posteriores experiencias migratorias.

Los migrantes que ya cuentan con alguna concesión en los hoteles para dar clases de pintura, continúan ofreciendo trabajo a jóvenes de su comunidad a cambio de la acumulación de experiencia, no obstante, las personas que van actualmente a San Juan Tetelcingo ya no llevan únicamente a personas de su red familiar para contribuir

en el sistema de reciprocidades, sino que ya están recurriendo al sistema de contrataciones que incluye a personas tanto de su red familiar, amistad, paisanaje o incluso de origen e identidad étnica diferente. Algunos artesanos de la comunidad extendida sanjuanense en Playa del Carmen, contratan a personas de su lugar de origen, a personas de las localidades vecinas y personas de otras localidades de Guerrero. Asimismo, cabe señalar que en mi última práctica de campo, percibí que además están contratando a personas de otros Estados de la República mexicana. En esta investigación se propone que fue a partir del sistema de contrataciones que surgió un tercer momento, en donde surge un sector de empresarios étnicos que convirtieron su capital humano a capital económico, con el cual, no sólo pagan la subsistencia de su unidad extensa de producción artesanal, sino también el sueldo de sus asalariados coétnicos.

Después de que los primeros migrantes de San Juan asentados en Playa del Carmen, se percataron de que no era posible mantener las clases de pintura con sus familiares comenzaron a recurrir a los hijos de amigos, vecinos o simplemente a conocidos, pero en estos casos, se les ofrece a los jóvenes trabajo a cambio de casa, comida y un sueldo base, que actualmente consta \$800 pesos al mes aproximadamente.

Durante mi trabajo observé que los jóvenes que migran a Playa del Carmen con los primeros artesanos, regularmente se hospedan en extensiones que hacen a las casas con cuartos contruidos de lámina y cartón, por lo que durante los desastres naturales - como los constantes huracanes que llegan a la región de la Península de Yucatán- éstas son las primeras construcciones en resultar afectadas, por lo que todos los trabajadores deben compartir los espacios con sus empleadores durante esos períodos. La comida que reciben es la que preparan las mujeres jóvenes que trabajan para los mismos empleadores y que también llegaron a través de los ofrecimientos que les fueron a hacer en su lugar de origen.

Los hombres jóvenes deben elaborar artesanías de barro durante las noches, dar clases de pintura en los hoteles, cuidar los puestos donde sólo se comercian artesanías, cargar y transportar el material necesario para la producción y comercialización de artesanías. Las mujeres jóvenes deben elaborar artesanías de barro y collares, dar clases en los hoteles, cuidar los puestos, cocinar la comida que consume la unidad

doméstica de producción artesanal, en ocasiones llevar los alimentos a los hoteles y cuidar a los niños. En ambos casos, los empleadores sólo dan un día de la semana para descansar, aunque regularmente, los trabajadores no los usan para salir un rato a la playa o a la ciudad, sino que permanecen con la unidad doméstica, por lo tanto, es común verlos produciendo artesanías en la casa donde viven durante sus descansos. Las veces en que salen para esparcirse, las hacen porque alguien de la misma unidad les ofrece salir a la feria, la playa o a algún otro lugar del sitio turístico. Cabe señalar, que son pocas las ocasiones en que se permite que los jóvenes salgan sin compañía, pues los adultos me comentaron que deben cuidarlos ya que fue el acuerdo establecido con las familias que permanecieron en San Juan Tetelcingo³⁶. Hay que resaltar esto último, debido que la red de empleadores debe tener especial cuidado con la condición física, las relaciones de amistad o amorosas que establezcan los jóvenes, ya que en caso de que ésta se vea afectada por embarazos, vicios, enfermedades o accidente, puede traer altos costos sociales a los empleadores porque dejarán de circular los recursos entre la red social y se fracturarán los lazos de confianza que los padres de los jóvenes depositaron en ellos.

Durante mis estancias en Playa del Carmen, me percaté de algunos de los jóvenes que forman parte de una unidad extensa de producción artesanal, empezaron a dar clases de pintura a turistas de manera independiente, lo cual, no fue bien recibido por los primeros migrantes debido a que esto abría la posibilidad de competir con ellos. Este hecho indujo a que los empleadores comenzaran a cobrar la comida y el alojamiento a los jóvenes, por lo que según entiendo, la reciprocidad pasó por diferentes fases. La reciprocidad generalizada adquirió las características de una reciprocidad equilibrada después de que los empleadores comenzaron a pedir una compensación a los jóvenes por la comida y el alojamiento. Mientras que por otro lado, los jóvenes emprendieron la construcción de una reciprocidad por expectativas, en la que buscan independizarse de los negocios de sus empleadores, sin que esto signifique una ruptura total sino un conflicto con la red social que lo ayudó a migrar³⁷.

³⁶ Desde mi perspectiva, los nahuas que ofrecen trabajo a los jóvenes de su comunidad están reproduciendo un tipo de enganchamiento, en donde tal vez ellos no son mediadores entre los migrantes y los empleadores, pero me parece que la forma con la que convencen a los nahuas para que vayan a los mercados turísticos presentan rasgos muy similares a los de los enganchadores.

³⁷ A pesar de que el hecho de independizarse genera un conflicto con la red social esto no significa su ruptura ya que en otros contextos se continúan utilizando las relaciones sociales. En el segundo capítulo se mencionó que en caso de que una persona de San Juan fallezca en Playa del Carmen, las personas que forman parte de la misma comunidad y están asentados en la misma ciudad, cooperan económicamente

Como es de imaginarse, el fenómeno anterior deriva en un posterior distanciamiento de los artesanos que recién se independizan de las clases de pintura de aquellos con quienes migraron en un inicio, por lo tanto, se puede hablar de un conflicto en la red social. El distanciamiento lleva a que los jóvenes busquen nuevos sitios donde vivir a través del pago de rentas, a cubrir los gastos de su alimentación y de los miembros que componen la nueva red de producción artesanal que comienza a gestarse.

Para independizarse, algunos jóvenes solicitan préstamos de dinero a rédito a otras personas de su red familiar o de paisanos -que raramente son aquellos con los que migraron en un inicio- y una vez que capitalizan el dinero a través de las clases de pintura devuelven el pago, por lo que en este caso, existe una reciprocidad por normas sociales. Al igual que los primeros migrantes que llegaron a Playa del Carmen, los jóvenes abrieron nuevos puestos de artesanías en lugares externos a los hoteles. Posteriormente, se reprodujo el mismo patrón con algunos de los amigos y familiares que llegaron con los jóvenes que se habían independizado de la actividad de los primeros migrantes, por lo que conforme se emancipan unos de otros de las clases de pintura, llegan nuevos migrantes a Playa del Carmen. En este punto es importante señalar que no encontré ningún caso de nahuas que lleguen por cuenta propia a Playa del Carmen, lo cual, puede estar vinculado con lo que señala Durand de las redes sociales, ya que a través de ellas se disminuyen los riesgos y costos y se facilita el financiamiento del viaje (Durand: 2000; 250-253). Según entiendo, los jóvenes reproducen el mismo esquema de las redes sociales de aquellos con los que migraron la primera vez a Playa del Carmen.

Este fenómeno social evidencia la forma en que los nahuas usan las redes sociales para llegar a Playa del Carmen, las cuales, están basadas en lazos de reciprocidad y confianza. Una vez que algunos de los artesanos que componen la red social, adquieren capital humano y social para incursionar en la misma actividad artesanal, se conforma una nueva unidad extensa de producción artesanal con suficientes recursos como para integrarse y competir por el mercado de las clases de pintura en los hoteles.

para enviar el cuerpo de vuelta a su localidad de origen. Todos los sanjuanenses que habitan en Playa del Carmen deben cooperar ya que saben que ese favor será regresado de vuelta.

De esta forma, entiendo que las solidaridades se pueden reestructurar o fracturar a partir de la apertura y manejo de los mercados artesanales en los sitios turísticos.

La tensión surgida entre algunos de los que formaron parte en algún momento, de la misma unidad de producción artesanal, conllevó a que los nahuas que migraron primero para dar clases de pintura dejaran de recurrir en cierta medida a su red familiar o de amistad e iniciaron la integración de nuevas redes con jóvenes de otras comunidades de la región del Alto Balsas o de otras comunidades que no pertenecen a la región pero que son provenientes de algún otro lugar del estado de Guerrero. Los empleadores ofrecen las mismas condiciones laborales con las que fueron llegando los jóvenes de su red familiar o amistosa, no obstante, esto no ha detenido que los migrantes que pertenecen a su red de paisanaje sigan compitiendo por las concesiones para dar clases en los hoteles.

Esta última situación ha llevado a que algunos incluso estén contratando a personas que no saben pintar y que son originarias de otras localidades, de los estados de Quintana Roo o Yucatán, asimismo, se registró el caso aislado de un joven proveniente de Jalisco. El hecho de que estos nuevos empleados no sepan pintar, no es muy relevante para los artesanos, ya que están dispuestos a enseñarles a rellenar, delinear y barnizar las artesanías, siempre y cuando les ayuden a cuidar sus puestos en los hoteles y den las clases a los turistas. En estas relaciones sociales, no se comparte vínculos de reciprocidad ya que simplemente son asalariados y comparten una confianza procesal, debido a que han ido conociendo a sus trabajadores través de la recomendación de algún conocido. Estos últimos casos han sido los más recientes y las personas que lo están llevando a cabo me señalaron que se está haciendo con la finalidad de evitar la competencia entre sus paisanos pero esto no les asegura nada, ya que una persona de Playa del Carmen obtuvo la concesión de un hotel pero la perdió en poco tiempo debido a que no sabía pintar el barro. Considero que los nahuas también están contratando a personas de Playa del Carmen y de otros estados de la república debido a que saben que no poseen el capital humano ni el capital social suficiente como para ser un riesgo de competencia.

Desde mi perspectiva, el hecho de que los artesanos ya tengan el conocimiento para pintar, no les ha asegurado los mercados al interior de la industria hotelera, ya que

posiblemente las personas que vean en esta actividad una forma para obtener ganancias monetarias, podrían contratar a otros para dar las clases de pintura. Incluso, se rastreó un caso en el que una persona de Playa del Carmen ganó otra concesión pero cuando se enteró de que un paisano suyo ya había perdido una por no saber pintar, decidió contratar a artesanos de San Juan o otras localidades del Alto Balsas que migraban a Playa del Carmen pero que no tenían empleo o no formaban parte de alguna red de personas que impartieran clases en los hoteles. Un informante que posee tres concesiones señaló lo siguiente:

“Es lo que a veces nos da miedo por que mucha gente se interesa en artesanías. Por ejemplo, hay un señor que ahora trabaja en la CROC³⁸ del hotel, bueno está afiliado a la CROC, antes trabajaba de jefe de mantenimiento del Iberostar pero de Playacar y como vio como se vendía y se afilió a la CROC y ahí pidió la concesión y ahora está trabajando igual. Él es de aquí, la verdad él no puede pintar y consigue gente de San Juan, por lo mismo que hay paisanos que no tienen donde trabajar y ahí trabajan con él. Y ahí es donde nos da miedo para el futuro por que si sigue siendo así, por que los que tienen más contacto con los gerentes tienen la concesión. (Entrevista realizada a José Guerrero el 20 de enero del 2006 en Plaza Playacar en Playa del Carmen, Quintana Roo).

Con lo anterior, considero que la economía étnica de la comunidad extendida de San Juan Tetelcingo, podría llegar a un cuarto o último momento, en donde posiblemente se presenten dos escenarios: a) que surja el quiebre de la economía étnica debido al aumento de la competitividad y el riesgo a la saturación de los mercados o, b) que surja consolidación de un innovador mercado artesanal orientado étnicamente.

Respecto al análisis de la economía étnica, en esta investigación se utilizan las propuestas de Light y Gold (2000), ya que si bien en un principio la economía de propietarios tenía el monopolio de las clases de pintura en Playa del Carmen, posteriormente dicha economía tuvo que convivir con una economía étnico-controlada, ambas economías hacen uso de los recursos étnicos de los nahuas de San Juan Tetelcingo. Como se mencionó, en un principio los nahuas contrataban únicamente a su grupo de familiares, extendiéndolo posteriormente a su grupo de coétnicos con los que compartían una identidad étnica regional y posteriormente comenzaron a contratar a personas de otros estados de la República mexicana. En un principio el trabajo no les era pagado a sus familiares, ya que de alguna manera, toda la unidad de producción artesanal se veía beneficiada. Posteriormente, los nahuas comenzaron a recurrir a su capital social para contratar a familiares y amigos a cambio del pago de bajos sueldos y

³⁸ La Confederación Revolucionaria de Obreros y Campesinos.

la posibilidad de independizarse con el tiempo. El sector que controlaba esta economía era el de los propietarios étnicos, quienes explotaban a sus coétnicos apelando a un capital humano que después los beneficiaría para iniciar sus propios negocios. Este último fenómeno es de suma importancia, ya que fue a partir de este momento que las unidades de producción artesanal se convirtieron en pequeñas empresas que comenzaron a explotar la mano de obra de personas provenientes de la misma región. No obstante, el hecho de que fueran paisanos no daba más libertades laborales a los empleados coétnicos, sino todo lo contrario, ya que los propietarios podían tener un mayor control de la mano de obra debido a que apelaban a sus recursos étnicos justificando la explotación de sus trabajadores.

En este primer momento, la economía sólo estaba compuesta por el sector de los propietarios étnicos, sin embargo, como se describió anteriormente, los nahuas que comenzaron migrar para conformar dicha economía étnica acumularon su capital humano y social para independizarse de sus coétnicos, abriendo así sus propios negocios o empresas con los que se integraron a la competencia por las concesiones para dar clases en los hoteles.

De esta manera, se observa que el incremento de la competencia por el mercado artesanal nahua para impartir clases de pintura, conllevó a que los propietarios comenzaran a contratar a personas que provenían de otros estados o de Quintana Roo, transmitiéndoles su experiencia en el negocio o la posibilidad de acumular capital humano. No obstante, los nahuas no consideraron que estos nuevos integrantes también se apropiarían del conocimiento de su capital humano para capitalizarlo de otra manera. Para ejemplificar lo anterior, es posible mencionar que algunos individuos que no son coétnicos, ya están participando en las concesiones a través de la contratación de nahuas que comenzaron a viajar sin una red social con la que se pudieran integrarse a estos mercados. Una informante que fue contratada por la persona originaria de Playa del Carmen, mencionó lo siguiente:

“Ese señor sí no era de San Juan y entró tal cual para dar clases. Entonces ese señor una vez, vi que pasaba a cada rato en la casa, por que anduvimos no sé cuanto tiempo sin trabajo fueron meses (como tres o cuatro meses), pues como para ese entonces ya íbamos a vender en el local, pues nos dedicamos a pintar y a pintar para meter en el local. Y vi que a cada rato pasaba el señor y que me asomo y le digo -¿Busca algo?- dice -Sí, es que ahí con Don Pedro (mi vecino que también es de San Juan) me vende unas piezas”- y le digo -Ahh! ¿compra piezas?- y dice -Sí, pero yo necesito así surtido, piezas surtidas pero ya delineadas, ya dibujadas- y le digo -¿Y no le vende- dice -Sí,

pero me las da bien feas, quiero más surtidas por que no tiene surtido- y como pues yo tengo le digo-Pues sí necesita- Ahhh! andaba buscando un tucán grande y no había, y le digo -Yo sí tengo- y dice -Por favor me da (no me acuerdo cuántos me pidió) pero ya delineados- y le digo -Está bien- y ya empezamos a delinear y este dice -No, pues me gusta mucho su trabajo (y ya saca las piezas del otro señor), fíjate que no se compara en nada- y ya me empezó a comprar más piezas para llevarlas al hotel y dice -No, mejor quiero trabajar con ustedes ¿cómo podemos trabajar?- y pues ya le propusimos como queríamos trabajar con él en los hoteles.

(Entrevista realizada a Maricruz Aniceto el 17 de enero del 2006 en Plaza Playacar en Playa del Carmen, Quintana Roo).

En un inicio no era la intención de los nahuas contratar a personas que no fueran coétnicos para incrementar más la competencia de ese mercado, sino que lo hacían con la finalidad de detener en cierta medida los mercados competitivos de sus coétnicos, sin embargo, los que no son coétnicos ahora también están formando parte de un bloque competitivo que posee las características de la economía étnico-controlada propuesta por Ivan Light y Steven Gold (2000). Los nahuas contratados por la persona originaria de Playa del Carmen han comenzado a integrar a personas que forman parte de su red de familiares o étnica, con el objetivo de reducir el desempleo y mejorar las condiciones de trabajo de sus coétnicos. De esta forma, se entiende que los nahuas están haciendo uso de su capital humano y social para mantener cierto control, es decir que ésta economía toma el matiz de una economía étnicamente-controlada, ya que su empleador tiene la certeza de que si pierde la mano de obra nahua posiblemente perderá la concesión por lo que a pesar de que el patrón no les puede proporcionar comida u hospedaje, intenta proporcionarles mejores sueldos de los que reciben los coétnicos que trabajan en una economía de propietarios étnicos.

Sobre este evento, algunos informantes propietarios mencionaron que prefieren regresar al primer esquema, en donde que su única competencia estaba compuesta por nahuas de la región del Alto Balsas. Debido a esto, algunos propietarios de negocios están volviendo a recurrir a su red social familiar en donde hay un nivel de confianza cerrada compartido y por lo tanto pueden seguir ofreciendo bajos salarios y largas jornadas de trabajo a cambio de independizarse posteriormente. Con lo anterior, se entiende que los propietarios étnicos vuelven a apelar a su identidad étnica para ofrecer mejores clases de pintura que los que no saben pintar, además de que con esta estrategia saben que pueden bajar los precios de sus productos y negociar con los gerentes que dan las concesiones para que éstas puedan ser regenteadas sólo por personas que formen parte de su grupo étnico o específicamente por su grupo familiar.

Acerca del fenómeno de la competitividad, Sonia Parella menciona que a medida que incrementan los negocios étnicos regentados por autónomos, aumenta la competitividad y el riesgo de saturación. Según la autora: “Las estrategias utilizadas para hacer frente a esta competencia son diversas y algunas de ellas justifican de nuevo el uso del calificativo “étnico” cuando nos referimos a este tipo de negocios. Podemos destacar tres: i) la autoexplotación (bajos salarios, largas jornadas laborales, fuerza de trabajo no asalariada...); ii) expandir la clientela del negocio hacia la población general; iii) desmarcarse de los comercios étnicos similares a base de ofrecer mayor calidad en productos y servicios y de diversificar la oferta” (Parella:2005;273) .

Los propietarios nahuas de las concesiones en los hoteles están regresando a la contratación de coétnicos debido a que este proceso de clusterización³⁹ genera más competencia nahua pero les proporciona al mismo tiempo el control de sus mercados.

Tras un recorrido de la economía étnica de San Juan Tetelcingo, se entiende que es una práctica común entre los artesanos nahuas de San Juan Tetelcingo, que después de haber sido empleados de unidades de producción artesanal en Cancún u otros destinos, incursionan en la apertura de sus propios negocios para dar clases de pintura en los hoteles, convirtiéndose así en propietarios y empleadores de coétnicos que con el tiempo, debido a la acumulación de experiencia en el manejo del negocio, fracturaron la unidad e inician sus propias empresas. No obstante, durante el desarrollo de esta investigación se detectó que algunos nahuas transmitieron parte de su capital social y humano a personas fuera de su grupos étnico y redes sociales con la finalidad de intentar restringir la entrada de más paisanos al mercado, disminuir de competencia e incrementar las ganancias. Sin embargo, esto no impidió que los nuevos trabajadores adquirieran el conocimiento y la experiencia suficiente de producción y comercialización artesanal, para capitalizarlo en sus propias empresas. No pasó mucho tiempo desde que los trabajadores de origen distinto al nahua –en su mayoría mestizos-, comenzaran

³⁹ Según Gerardo San Román: “Se establece como un cluster “el agrupamiento local de agentes, que da origen a una red interconectada con el objeto de aprender, conocer, innovar, cooperar y competir, bajo un esquema de confianza mutua” (...) Un agrupamiento competitivo ayuda a crear otro, dentro de un proceso mutuamente reforzante, relacionándose hacia otros agentes o empresas de la localidad, prestándose apoyo mutuo; los beneficios fluyen hacia delante, hacia atrás y en todas direcciones. La rivalidad tiende a propagarse a otros del cluster, mediante el poder de negociación, de las derivaciones y las diversificaciones conexas por parte de empresas preestablecidas. Las incorporaciones de otros sectores al cluster presiona hacia el perfeccionamiento, al estimular la diversidad de enfoque y facilitar los medios para la introducción de nuevas estrategias y tecnologías” (San Román:2005).

establecer sus propios negocios para la comercialización de artesanías “nahuas”. En estos casos se encontró que con la finalidad de facilitar el proceso de producción y comercialización de las artesanías, los propietarios están contratando nuevamente a artesanos nahuas con experiencia. Este fenómeno ha promovido el surgimiento de una economía étnico controlada, ya que de alguna manera, los trabajadores nahuas ejercen un poder significativo al interior de la misma, influyendo en la contratación de paisanos que forman parte de su red social y también ejercen presión para mejorar los sueldos y las condiciones de trabajo.

Por lo tanto, uno de los hallazgos más importantes de esta investigación derivados del trabajo de campo en Playa del Carmen y la comunidad originaria, sugiere que la economía de propietarios étnicos y la economía étnico controlada no son contradictorias, como señalan Ivan Light y Steven Gold (2000;23-25), sino que pueden convivir y dinamizan la expansión de este tipo de economías. Como bien se expuso a lo largo de esta tesis, en el caso de los nahuas de San Juan Tetelcingo, las fracturas al interior de las unidades de producción artesanal resultan un fenómeno común, e inclusive inherente a la reproducción del sistema. Debido a que estos son espacios sociales donde se trasmite de forma inevitable las diferentes formas de capital social y humano necesarias para el inicio de nuevas empresas.

Otro fenómeno interesante de las economías de propietarios étnico de nahuas en Playa del Carmen, es el de la transmisión del conocimiento sobre la elaboración de las artesanías a sus hijos, ya que todos los migrantes nahuas que controlan una economía de propietarios étnicos comentaron que les interesa que sus hijos aprendan pintar o a dar clases de pintura pero no les importa que lo realicen como una actividad primaria, debido a que implica dedicarle mucho tiempo y prefieren que sus hijos estudien para que se desarrollen en una vida profesional viviendo en Playa del Carmen. Vale la pena mencionar que incluso al preguntarles a algunas mujeres de dónde eran sus hijos, ellas respondieron que sus hijos son de “Playa del Carmen”, aunque en el contexto de la fiesta patronal, respondían que sus hijos son de “San Juan Tetelcingo”. Por otro lado, es importante mencionar que a pesar de que las madres consideran que sus hijos son originarios del sitio turístico, continúan arraigándolos a la comunidad de origen a través de algunos rituales como el del “vestido”, con el cual, los padres llevan a sus hijos a la localidad originaria para que los padrinos los vistan y lleven a cabo la celebración.

Considero fundamental mencionar que durante la realización del trabajo de campo, se observó que los hijos de los empresarios no acuden a ayudarlos a los puestos y que los niños que son pequeños son cuidados por jóvenes nahuas que contratan como niñeras, ya que son ellas quienes les cocinan, les dan de comer, cuidan su aseo y que elaboren sus tareas después de ir a recogerlos a la escuela. Posiblemente, esto se deba a que los padres prefieren que los hijos gocen de la oferta de empleo que hay en dicha ciudad y salgan de la desigualdad y competencia suscitada al interior de los negocios étnicos o se deba a que una vez que los hijos incrementen su capital humano a través de la educación formal, los padres consideren que la economía étnica se beneficiará más todavía, sin embargo, este tema puede abordarse en una posterior investigación.

En esta investigación se considera que el mercado de artesanos nahuas no corre el riesgo de perder el control de las clases de pintura, ya que a pesar de que se podría pensar que sus hijos están rompiendo la tradición artesanal al no tener contacto directo con todo el proceso que implica, los niños mantienen constantes vínculos con otros artesanos por lo que están recibiendo indirectamente el conocimiento, además de que al ser hijos de migrantes también viajan a la comunidad de origen de sus padres. De esta manera, se entiende que existen fuertes lazos afectivos con San Juan Tetelcingo que refuerzan la identidad del niño con su grupo étnico. A pesar de que los padres manejan un discurso identitario en el que se sostienen que sus hijos son de Playa del Carmen y de San Juan, los niños reproducen y resignifican la cultura de sus padres en la comunidad extendida que ha sido territorializada por los nahuas. Es precisamente este proceso de resignificación identitario lo que construye la comunidad extendida sanjuanense y lo que posiblemente permitirá en futuro impulsar formas innovadoras para abrir o insertarse en mercados artesanales orientados étnicamente.

CONCLUSIONES

Esta investigación se enfocó en la comunidad extendida de los nahuas de San Juan Tetelcingo que desde 1980 se encuentra asentada en Playa del Carmen, Quintana Roo. En este proceso los artesanos nahuas han desarrollado diferentes estrategias económicas innovadoras. La mayoría de ellas han sido orientadas étnicamente, en el sentido de que empleadores y trabajadores utilizan diferentes recursos sociales y culturales para el control de la producción o comercialización artesanal. Esto les ha permitido abrir nuevos mercados turísticos para la venta de sus artesanías y mantener un control relativo al interior de los mismos.

Debido al incremento de la competencia al interior de este mercado en razón del éxito que tuvieron los primeros artesanos nahuas que migraron a la zona, los paisanos que arribaron posteriormente se vieron en la necesidad de generar nuevas estrategias que les permitieran encontrar un nicho para sus productos dentro del mercado artesanal. Ante este contexto, la comunidad de San Juan Tetelcingo encontró en las clases de barro pintado al interior de prestigiosos hoteles de la Riviera maya, una práctica económica exitosa para la reproducción de sus unidades domésticas.

Los consumidores de este servicio comúnmente son turistas internacionales atraídos por la premisa “Hágalo usted mismo”, en donde el valor agregado de la artesanía se obtiene a partir de la participación de los consumidores durante el proceso de producción. Así, la artesanía no sólo resulta ser “auténtica” y “tradicional”, debido a la intervención de las manos de indígenas nahuas –que posiblemente fueron confundidos por mayas-, sino que además, fue estilizada en conjunto con los patrones estéticos “modernos” y “occidentales” del consumidor foráneo quien se encarga de rellenar con colores las líneas que delimitan parte de una cosmovisión nahua desarrollada específicamente para satisfacer al occidental.

Es importante mencionar que esta innovadora estrategia económica desarrollada por los nahuas no sólo la realizan en Playa del Carmen, sino que también ha sido implementada en diferentes destinos turísticos de la república Mexicana. Empero, este fue uno de los primeros lugares donde dicha práctica se desarrolló y pronto fue modelo a seguir en otras “plazas comerciales”. Además, esta tesis se enfocó específicamente

en dicha ciudad debido a que forma parte de uno de los corredores turísticos más importantes y atractivos a nivel mundial, es decir la Riviera Maya. En este sentido, durante algunos apartados de la tesis aquí propuesta se discutió sobre la relación existente entre la expansión del turismo como fenómeno global y su interconexión con la mercantilización de la diferencia cultural expresada a través de objetos culturales locales, a saber: la artesanía nahua comercializada al interior de prestigiosos hoteles en Playa del Carmen.

En el primer capítulo se abordaron las diferentes investigaciones que han trabajado la migración indígena en México, posteriormente se utilizaron algunas propuestas desarrolladas desde la sociología y la antropología para conceptualizar la comunidad extendida teniendo como eje los supuestos de autores como Max Weber, Anthony Cohen, Guillermo de la Peña, Regina Martínez y Cristina Oehmichen. A partir de su análisis se concluyó que la comunidad no puede conceptualizarse a partir de sus límites territoriales, ya que más allá de un espacio territorial este es un fenómeno cultural construido por agentes que poseen múltiples recursos sociales, culturales y simbólicos que son resignificados constantemente y por lo tanto afectan la cohesión fundada en el sentido de pertenencia a la misma.

Asimismo, se presentaron las teorías que han abordado los estudios sobre la migración con el objetivo de enmarcar mi estudio en las teorías sobre el capital social y los enclaves étnicos, de los cuales, devienen los planteamientos sobre la economía étnica. Posteriormente se discutió la teoría sobre la economía étnica, ya que en esta investigación se considera que la comunidad de artesanos asentados en Playa del Carmen han configurado una economía de propietarios étnicos y una étnicamente controlada a partir de las clases de pintura en los hoteles de los sitios turísticos.

De igual forma, se reflexionó en torno a las redes sociales, los lazos de confianza y reciprocidad, así como el uso que los nahuas hacen de las mismas durante los diferentes procesos migratorios. En el caso específico de esta investigación, se utilizaron las propuestas de Larissa Lomnitz y Carlos Vélez para explicar y analizar las relaciones sociales de los migrantes nahuas, las cuales, están basadas predominantemente por lazos de confianza y reciprocidad que pueden presentar variaciones simétricas o asimétricas.

Finalmente, se presentaron las definiciones de artesano y artesanía elaborados por la antropología, con el objetivo de subrayar el valor simbólico de las artesanías y no sólo su valor de cambio o uso. Asimismo, se planteó que el artesano es aquella persona capaz de producir un producto a mano y de atribuirle distintos significados a partir de las relaciones que establezca con el consumidor.

En el segundo capítulo de esta investigación, se elaboró una breve mirada sobre la configuración de la región del Alto Balsas con la finalidad de comprender la relación histórica del pueblo indígena de San Juan Tetelcingo con las demás comunidades que conforman la región. A partir de la conformación histórica de la región del Alto Balsas se explica la razón por la cual las comunidades mantienen estrechos vínculos culturales e identitarios. Asimismo, nos permite entrever que a pesar de las discontinuidades territoriales impuestas tras la llegada de los españoles, los nahuas no han fracturado sus relaciones sociales a nivel regional. De igual forma, se intentó demostrar que hacia el siglo XVII los nahuas del Alto Balsas ya habían desarrollado los primeros movimientos migratorios al interior del Estado de Guerrero. No fue sino hasta el siglo XX, que se registran las primeras migraciones laborales de carácter masivo hacia otros lugares fuera del estado de Guerrero e incluso hacia Estados Unidos.

Posteriormente, se analizó la reestructuración del proceso de producción artesanal en la región del Alto Balsas, específicamente en San Juan Tetelcingo. De igual forma, se sugirió que la producción artesanal de las comunidades que forman parte de esta región debe ser entendida a partir de sus relaciones históricas, ya que a través de ellas se ha generado cierta división del trabajo en sus procesos de producción artesanal que las mantiene interconectadas, generando así, un “sistema regional de lugares” que rebasa a la propia comunidad de estudio.

A través de los datos de campo, se planteó que al interior de cada comunidad existen diferentes tipos de unidades de producción artesanal que experimentan procesos dinámicos de transformación. En la región del Alto Balsas se encontraron tres tipos de unidades de producción artesanal: a) aquellas que poseen menos ingresos, son nucleares y sólo se dedican a la producción de alguna parte del proceso; b) las que poseen el capital y la infraestructura para comercializar fuera de la localidad los productos que elaboran; c) las unidades extensas que se dedican a producir y

comercializar los productos que elaboran o compran en el destino a donde migraron. Se encontró, que las unidades de producción pueden pasar por una o todas las fases propuestas.

En el caso de San Juan Tetelcingo, se encontró que algunos artesanos que ya formaban parte de alguna unidad doméstica, incursionaron en la producción de artesanías de barro y amate pintado hacia finales de la década de 1960. Más tarde comenzaron a distribuirlo en algunas de las rutas comerciales que ya habían establecido los artesanos de Ameyaltepec desde la década de 1950. Con el tiempo, los oriundos de San Juan Tetelcingo fueron creando sus propias rutas de distribución y comercialización a través de sus movimientos migratorios. Debido a la competencia y complejidad que se requería para comercializar el papel amate, los sanjuanenses se enfocaron únicamente a la comercialización del barro pintado. De lo anterior se desprendió que los nahuas de San Juan primero fueron productores, después distribuidores-comercializadores y finalmente sólo se dedicaron a comercializar las artesanías a través de la creación de sus propias estrategias para adaptarse a un mercado ampliamente competitivo.

De igual forma, encontramos que al interior de la comunidad de San Juan Tetelcingo existen tres tipos de unidades de producción artesanal similares a las que se mencionaron anteriormente. Sin embargo, éstas se estructuran de manera particular con el lugar y el tipo de migración que efectúa: a) las que se especializan en alguna parte del proceso; b) Las que se han enfocado a la comercialización de la artesanía; y c) las que se dedican a producir y comercializar los productos artesanales. A partir de la propuesta anterior, se concluyó que cada unidad de producción artesanal se fracturará conforme sus integrantes vayan adquiriendo conocimiento suficiente para transformarla y finalmente crear una nueva unidad de producción especializada en una o diferentes fases del proceso, lo cual también se relaciona con el tipo de unidad a la que se pertenezca.

En este capítulo también se expuso el proceso que fueron siguiendo los nahuas de San Juan para conformar las unidades de producción y comercialización artesanal. A diferencia de pueblos como Ameyaltepec o Xalitla, quienes encontraron en el papel amate un producto exitoso en los mercados turísticos y artísticos, la comunidad de

estudio descubrió que la producción del papel amate les generaba menos ganancias debido a que los productos y productores de los primeros pueblos que los comenzaron a comerciar, ya poseían cierto prestigio al interior de los mercados especializados. Además, debido al incremento de su oferta al interior de los mercados turísticos cercanos la gente, ya no estaba dispuesta a pagar el tiempo invertido en su elaboración. Lo anterior, llevó a que los sanjuanenses decidieran concentrarse en la elaboración y venta de las piezas de barro pintado.

En el tercer capítulo se describieron las primeras experiencias migratorias de algunos habitantes de San Juan Tetelcingo hacia diferentes sitios turísticos, con la finalidad de hacer un seguimiento de los diversos factores que llevaron a producir y comercializar artesanías de barro pintado en Acapulco y posteriormente en Playa del Carmen. En otro apartado del capítulo, se describió el proceso con el cual se fueron asentando los artesanos de San Juan Tetelcingo en Acapulco.

En este capítulo también se destaca el inicio de una nueva estrategia que resultó innovadora para valorizar los productos artesanales nahuas y posibilitó su inserción en diferentes mercados turísticos hasta entonces alternativos para este tipo de productos. Debido a la visión comercial del gerente de un hotel de Acapulco, los artesanos de San Juan Tetelcingo, descubrieron que las clases de barro pintado generaban un valor agregado al producto debido a los nuevos significados que los consumidores asignaban al ser parte del proceso de producción y esto les redituaba mayores ganancias en un mercado hasta entonces menos competido. Con el tiempo, la nueva estrategia de valorización se ha convertido en una práctica que ha sido apropiada y resignificada por los artesanos de la comunidad de estudio, quienes han ampliado sus mercados en diferentes destinos turísticos a lo largo y ancho de la República mexicana.

Igualmente, se exploró la apertura de nuevos mercados nahuas en la Riviera Maya a partir de las concesiones otorgadas por las corporaciones hoteleras de la región, particularmente en Playa del Carmen, Quintana Roo. Al analizar éste fenómeno, se encontró que no sólo los nahuas obtienen más ganancias con las clases de pintura, sino que los hoteleros también las usan como un mecanismo que les permite sobreexplotar la mano de obra indígena a través de la mercantilización de su producción artesanal. De lo anterior, se concluyó que la integración de los artesanos nahuas a las corporaciones

hoteleras presenta diferentes tintes de ilegalidad: En primer lugar porque les exigen utilizar uniformes intentando que parezcan empleados de los hoteles, siendo que no tienen ninguna relación laboral legal con los mismos y en segundo, porque en algunos casos se les transfieren algunas responsabilidades laborales que le corresponden a la propia corporación, como el pago de salarios y la seguridad social de otros trabajadores ajenos a la producción artesanal.

Para concluir el tercer capítulo, se elaboró un análisis sobre la mercantilización de la cultura en los lugares de consumo que en este caso son los hoteles, con el objetivo de comprender por qué razón los turistas valorizan más las artesanías de barro sin pintar. Siguiendo los postulados de Néstor García Canclini, Norman Long, John Urry, Bernard Miége y Enrique de la Garza, se desarrolló la reflexión en torno a dicha mercantilización en los hoteles. Parte del éxito que han adquirido las clases de pintura de barro se debe a que los consumidores se involucran directamente durante el proceso de producción, confiriendo a la artesanía nuevos significados que permiten que el consumidor se distinga de otros a partir de adjudicar al objeto artesanal no sólo la autenticidad sino también el tipo de valores que el turista desee. Para los nahuas, el hecho de mercantilizar ciertas expresiones culturales en los hoteles no implica una pérdida de su identidad étnica sino que al involucrarse en el proceso de valorización, ellos mismos están resignificando su cultura.

Por otro lado, es necesario hacer hincapié en que debido al éxito que ha adquirido la nueva estrategia de valorización, otras comunidades del Alto Balsas la han reproducido generando un nuevo mercado competitivo. Inclusive agentes foráneos han incursionado en la comercialización de artesanías “nahuas” al interior de los hoteles. Con la finalidad de no ser excluidos del mercado, algunos artesanos de Tetelcingo han respondido a través de la conformación de prácticas económicas cerradas que son orientadas étnicamente e intentan excluir a otros actores. Esto les ha permitido mantener un control relativo al interior del mercado, empero, existen señales claras de que estas prácticas no han sido del todo adecuadas para hacer frente a la competencia.

En el cuarto capítulo se presentaron algunas de las causas que promovieron las migraciones laborales a partir de la década de 1940 hacia los sitios turísticos mexicanos, no sólo de los nahuas sino de población proveniente de diferentes puntos

del país e incluso del extranjero. Siguiendo las propuestas de Stephen Britton, Gustavo Marín y Pavel del Ángel, sobre los sitios turísticos en México se concluyó lo siguiente: a) Los destinos son promovidos internacionalmente por las aerolíneas y las agencias de viajes, quienes deciden los lugares que poseen el atractivo natural y cultural necesario para la creación de los complejos turísticos; b) el Estado mexicano ha puesto especial énfasis en la inversión de los sitios turísticos, debido a que es la estrategia que permite atraer la entrada de divisas extranjeras con las cuales se pretende alcanzar el desarrollo económico y social del país; c) la promoción del turismo de masas en México exalta aspectos exóticos del pasado indígena, siendo la Península de Yucatán el lugar idóneo para generar dicho imaginario en los turistas; y d) debido a que la demanda de mano de obra para cubrir todas las necesidades del turismo no se dio abasto con la población local, se inició el éxodo del campo a los sitios turísticos o en algunos casos, de las ciudades hacia estos destinos.

Tras revisar algunas de las causas de la migración hacia los destinos turísticos, se encontró que a principios del siglo XX el corredor Cancún-Tulum cambió su nombre por el de la Riviera Maya, al cual pertenece actualmente Playa del Carmen, que forma parte del Municipio de Solidaridad. Como se logró demostrar, Playa del Carmen es una de las ciudades que ha registrado el mayor índice de crecimiento poblacional durante los últimos 15 años en toda América Latina. De lo anterior, se infirió que Playa del Carmen es un sitio turístico que ha adquirido mucho prestigio entre los turistas internacionales, y por lo tanto, la demanda de mano de obra migrante para satisfacer la demanda de infraestructura y servicios se ha incrementado exponencialmente.

En el caso de los nahuas de San Juan Tetelcingo, se detectó que la migración que realizan hacia la península de Yucatán se vincula con la promoción turística del pasado indígena, ya que los gerentes de algunos hoteles de la zona consideraron a los indígenas como parte del escenario que involucra el pasado indígena, en este caso, a partir de las clases de barro pintado. En esta investigación se propone entonces, que una expresión cultural como es la producción artesanal es considerada como un producto que puede ser mercantilizado por éstos agentes al interior de mercados globales. Hoy en día, los nahuas imparten clases de pintura en hoteles de diferentes sitios turísticos de la república mexicana bajo ésta misma lógica.

Después, se realizó una breve descripción sociodemográfica de la población de San Juan Tetelcingo, haciendo énfasis en los datos que abarcan desde la década de 1940 hasta el año 2005. En términos generales, este período comprende los diferentes procesos de expansión comunitaria, desde las primeras migraciones hasta los movimientos masivos de la población actual hacia diferentes destinos nacionales e internacionales.

Se contrastó la información de campo con los datos registrados en el INEGI, encontrándose que el incremento de población de San Juan Tetelcingo experimentado de la década de 1940 hasta 1980, podría explicarse por las políticas implementadas por los gobiernos posrevolucionarios. Durante este período (1940-1980), la comunidad inició sus procesos masivos de migración, sin embargo, las personas salían por temporadas a ciudades o sitios turísticos cercanos a la localidad de origen. Hacia la década de 1980 comenzaron a migrar familias completas para permanecer por períodos más largos en sus lugares de destino. No fue sino hasta 1987, que la migración específicamente comercial se fue incrementando y expandiendo hacia la Península de Yucatán, de tal forma, que los movimientos migratorios vinculados con la venta de artesanías, se convirtieron en una base importante para el sustento de la comunidad de origen. Lo anterior no coincide con la información del Censo de 1990, en donde se indica que hubo un ascenso poblacional, siendo que hacia esas fechas ya se presentaba un incremento en los movimientos migratorios de San Juan Tetelcingo. La información anterior complementó los datos que se presentaron en el segundo y tercer capítulo de ésta investigación, ya que a lo largo de cada uno de ellos se elaboró un seguimiento de los procesos migratorios que realizaron los nahuas de San Juan Tetelcingo.

Posteriormente, se describieron algunas características de la comunidad extendida de San Juan Tetelcingo en Playa del Carmen. A partir de lo anterior, se planteó que su vida comunitaria se reproduce en los lugares hacia donde migran debido a que resignifican las prácticas –en este caso artesanales- y los símbolos culturales. Se planteó que tanto los vínculos primarios como los de compadrazgo, son rasgos fundamentales para la construcción de la comunidad extendida sanjuanense, ya que a partir de ellos es posible establecer relaciones de solidaridad y abrir nuevos mercados en los sitios turísticos.

En el último apartado del cuarto capítulo, se analizó la economía étnica así como el capital social y humano de los migrantes de San Juan Tetelcingo en Playa del Carmen a partir de las propuestas de Magdalena Barros, Ivan Light, Steven Gold y Pierre Bourdieu. Siguiendo dichas proposiciones, se mencionó que a diferencia de lo que plantean autores como Light y Gold, la economía de propietarios étnicos y la economía étnicamente controlada coexisten y por lo tanto, no son contradictorias. La propuesta anterior, se pudo constatar con el caso de la comunidad extendida de San Juan en Playa del Carmen. Por un lado, se encontró que en un principio los primeros migrantes nahuas contrataban únicamente a paisanos utilizando sus recursos étnicos, con el objetivo de que ellos como propietarios controlarán los mercados turísticos. En este caso, se puede hablar de una economía de propietarios étnicos que utilizaba las redes sociales del sistema regional.

Mientras que por otro lado, se observó que algunos de los nahuas que migraron como trabajadores de los primeros migrantes, fueron acumulando capital humano que después les permitió integrar sus unidades extensas de producción para abrir sus propios negocios, dislocando así las primeras unidades. Ante esta situación, los primeros migrantes intentaron detener la competencia de sus paisanos contratando a personas que no eran coétnicos, empero los nuevos agentes también empezaron a utilizar el capital humano para impartir clases de pintura a través de la contratación de algunos nahuas que aún no habían logrado constituir su propia unidad de producción artesanal. Los nahuas que compusieron éstas nuevas relaciones laborales, comenzaron a controlar el mercado de los propietarios no coétnicos a través de sus propuestas sobre a quiénes contratar y cuánto debían recibir de sueldo, debido a la posesión del conocimiento especializado culturalmente. En ambos casos, los trabajadores intentaban beneficiar a las personas que forman parte de su red social. Lo anterior denota las características de una economía étnicamente controlada.

El hallazgo descrito en ambos ejemplos confronta la propuesta de los autores citados previamente. A pesar de que ambas economías mantienen un conflicto latente también pueden coexistir en otros contextos y dinamizar la expansión de este tipo de economías, es decir, que si alguien mantiene un conflicto con una red laboral posiblemente no lo tendrá con la red social, por lo que se entiende que las redes sociales se pueden fracturar pero también se traslaparán en otros momentos. Lo

anterior se corroboró con aquellos casos en los que el conflicto nahua, vinculado con la lucha y competencia de los mercados turísticos a partir de la creación de una economía de propietarios o étnicamente controlada, se puede negociar durante los momentos de crisis. Algunos nahuas han fracturado sus relaciones con aquellos que han abierto sus propios negocios a partir del conocimiento adquirido con los primeros, empero, en caso de que una persona fallezca o se accidente, el conflicto se contiene a razón de que la comunidad extendida mantiene explícitas las “ayudas” que se reproducen desde el lugar de origen. De esta forma, se entiende que los nahuas cooperarán moral y monetariamente para ayudar a la familia que pasa por la crisis, disipándose el conflicto en dicho contexto.

Por otro lado, se encontró que algunos migrantes nahuas utilizan las redes de confianza y reciprocidad para explotar la mano de obra de otros nahuas que no poseen el suficiente capital humano y social para incursionar en el negocio. Sin embargo, como se mencionó en esta tesis, los nahuas no manifestaron la existencia de un sistema de explotación, ya que muchos de ellos tienen entendido que es una actividad que les permitirá acumular conocimiento, experiencia y una posterior independencia económica, por lo tanto, algunos intentan sobrellevar la explotación por parte de otros nahuas artesanos que forman parte de su red social y en algunos casos familiar.

En el capítulo señalado, se planteó que las redes sociales de los nahuas de San Juan Tetelcingo fueron en algún momento simétricas, sin embargo, con el tiempo fueron adquiriendo un matiz asimétrico. En un primer momento, las redes sociales permitieron que los migrantes nahuas empezaran a migrar hacia Playa del Carmen, integrando así su propia unidad extensa de producción. No obstante, conforme crecieron los mercados de los primeros artesanos también se incrementó la competencia impulsada a su vez por los mismos nahuas, quienes llevaron en un principio a personas que formaban parte de su red social para que a su vez trabajaran con ellos en las clases de pintura o en el caso de las mujeres haciendo las tareas domésticas. El trabajo realizado por los nahuas que llegaron con los primeros migrantes, presentaba ciertos rasgos de explotación, en donde, reciben bajos sueldos, en algunos casos más de 14 horas de trabajo y alojamiento en casas que muchas veces son frágiles y de poca resistencia.

Debido a lo anterior, se concluyó que las redes nahuas actualmente son asimétricas, debido a que los artesanos que migraron en un inicio comenzaron a obtener beneficios directos a través de sus coétnicos. Se podría decir que el sistema de explotación entre los nahuas no está tan lejos del que ejercen las corporaciones hoteleras con los indígenas. Empero, en el primer caso lo que se gana es capital humano y en el segundo clientes y la exención de responsabilidades que por ley les corresponden, tal como el pago de los salarios a los empleados de los hoteles, por lo tanto, se entiende que en el último caso existe una doble explotación de tipo ilegal, mientras que en el primero es una explotación de los recursos del grupo étnico que al final será compensada con la acumulación de capital humano y la posibilidad de crear una unidad extensa de producción artesanal autónoma.

A partir de las reflexiones anteriores, se entiende que el caso abordado en esta investigación, es una de las diversas formas que utilizan los artesanos para articularse a los mercados globales. Se concluye también, que los nahuas de San Juan Tetelcingo asentados de forma temporal o permanente en Playa del Carmen y otros destinos turísticos han negociado de distintas formas los límites multidimensionales de su comunidad. Paradójicamente, la competencia y el conflicto por el acaparamiento de espacios al interior de múltiples mercados abiertos específicamente para la comercialización de sus productos, ha promovido una continua innovación en la producción artesanal, así como el mantenimiento de las redes sociales y laborales basadas en el sentido comunitario. Esto les ha permitido readaptarse continuamente a las demandas de un mercado nacional y global que los ha integrado como parte de un atractivo más dentro de los escenarios que adornan los destinos turísticos. La auto/hetero explotación comercial de algunas expresiones materiales de su cultura, ha promovido una continúa reconfiguración de los sentidos comunitarios y lo que significa ser un nahua artesano en los albores del siglo XXI, temas que si bien no fueron abordados en esta investigación podrían ser abordados en otra subsiguiente.

Por último, valdría la pena señalar que debido a las delimitaciones que conciernen a esta tesis, no se abordaron algunas temáticas que bien se podrían analizar a profundidad en investigaciones futuras. Tal es el caso del cambio en los patrones estéticos de las artesanías y su correlación con la competencia al interior de mercados globales, como lo es el caso de las artesanías apócrifas provenientes de otros países

como China, o la forma como algunas empresas transnacionales explotan ciertas expresiones materiales de culturas indígenas locales para crear valor agregado a sus productos occidentales y globales. Actualmente, algunas empresas transnacionales intentan generar objetos con los cuales las personas puedan diferenciarse de otras personas, usando incluso la estética artesanal como un arte que permite generar dicha distinción¹. Desde mi perspectiva, las empresas transnacionales están planteando lo que considero como “Innovación disruptiva” en donde se generan nuevas artesanías que recuerdan a sus antecesoras pero no mantienen un fuerte vínculo material con ellas, sino que solo retoman parte de su estética o algún elemento material que haga referencia a la identidad de la misma. En este sentido, se hace necesaria una investigación en la que se aborde a profundidad la temática de los procesos de “Innovación disruptiva” realizados por los nahuas del Alto Balsas, quienes actualmente están generando nuevas artesanías² que rompen con los esquemas anteriores, sin que sus mercancías pierdan la identidad de sí mismas. Los nahuas están desarrollando procesos de producción artesanal flexibles, en el sentido de que pueden dialogar y negociar con mercados globales, al tiempo de seducir con sus artesanías a una multiplicidad de consumidores en busca de objetos “globales” que recuerdan identidades “ancestrales”.

¹ Tal es el caso de la empresa All Star, que a través de proyectos como “Bordando Pasos” y “Pintando Pasos”, promueve el bordado de sus tenis por artesanos de Ayacucho de la sierra del Perú y la realización de pinturas mixtecas de la comunidad de Don Luis Pinotepa en México. También está el caso del “Vocho!”, que es un auto de la empresa Volkswagen intervenido por una familia wixarika de Nayarit y otra de Jalisco. El objetivo de dichas empresas es activar la economía de las comunidades artesanales pero también tienen como propósito fundamental promover la “distinción” de una persona a través del consumo de un producto que mezcla bienes industriales con artesanales. A diferencia de los productos industriales, las artesanías dan la posibilidad de diferenciarse aún más de otros consumidores ya que al tener diseños novedosos, existe una variedad más amplia de las mismas e incluso transmiten un poco de imperfección.

² Como el caso de las esferas de unicel pintadas por los nahuas de la localidad de Xalitla en el Alto Balsas.

BIBLIOGRAFÍA

ACUÑA, D. Ángel (2004). "Aproximación conceptual al fenómeno turístico en la actualidad" en: *Gazeta de Antropología*. Universidad de Granada, no. 20, Granada.

AGUILAR, C. Encarnación (2003). "La cultura como recurso en el ámbito de la globalización: la nueva dinámica de las industrias artesanas" en: Carmen Bueno y Encarnación Aguilar (Coord.), *Las expresiones locales de la globalización: México y España*. Centro de Investigaciones y Estudios Superiores en Antropología Social, Universidad Iberoamericana y Ed. Porrúa, México.

ÁLVAREZ, Víctor (1975). *Diccionario de Conquistadores*. Tomo I, Abarca-Laserna, Dirección de Estudios Históricos- Instituto Nacional de Antropología e Historia, México.

AMITH, Jonathan (2005). *Möbius Strip: A Spatial History of Colonial Society in Guerrero, Mexico*. Stanford University Press, Stanford.

_____(1995) *La tradición del amate. Innovación y protesta en el arte mexicano*. La casa de las imágenes, México.

_____(1990). *Documentos para la historia de la región de San Agustín Oapan, Guerrero y los pueblos circunvecinos*. Vol. 1 y 2. Copia en el Centro de Investigaciones y Estudios Superiores de Antropología Social, México.

APPADURAI, Arjun (1991). "Introducción: Las mercancías y la política de valor" en: Arjun Appadurai Coord. *La vida social de las cosas. Perspectiva cultural de las mercancías*. Ed. Grijalbo, México.

ARIZPE, Lourdes (1975). *Indígenas en la Ciudad de México: el caso de las `Marías´*, Secretaría de Educación Pública, México.

BARROS, Magdalena (2003). "Pequeños empresarios en Los Angeles: salvadoreños y mexicanos en los mercados de abasto", en: *Coloquio Internacional: Movilidad y*

construcción de los territorios de la multiculturalidad. Universidad Autónoma de Coahuila, Saltillo, México.

BARTH, Fredrik (1976). *Los grupos étnicos y sus fronteras*. Fondo de Cultura Económica, México.

BARTOLOMÉ, Miguel Alberto y Alicia Mabel Barabás (1981). *La resistencia maya. Relaciones interétnicas en el oriente de la Península de Yucatán*. Instituto Nacional de Antropología e Historia-Secretaría de Ecuación Pública, México.

BIJKER, W.E., y Law, J (1992). *Shaping Technology. Building Society: Studies in Sociotechnical Change*. MA, MIT Press, Cambridge.

BESSERER, Federico (1999). "Estudios transnacionales y ciudadanía transnacional" en: Gail Mummert (Ed.), *Fronteras Fragmentadas*. Colegio de Michoacán, Zamora.

BONACICH, Edna y John Modell (1981). *The Economic Basis of Ethnic Solidarity: Small Business in the Japanese American Community*. University of California Press, Berkeley.

BOURDIEU, Pierre (1998). *Razones prácticas. Sobre la teoría de la acción*. Ed. Anagrama, Barcelona.

_____ (1985) "Forms of Capital" en: J. G. Richardson (Ed.) *Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education*. Greenwood Press. New York.

BRITTON, Stephen (2002). "Tourism, dependency and development: A mode of analysis" en: Yorgos Apostolocus, Stella Leivadi, y Andrew Yiannakis (Eds.), *The sociology of tourism. Theoretical and empirical investigations*. St. Edmundsbury Press, Gran Bretaña.

BUCKLEY, Mónica (2007). "Comercios y servicios de los inmigrantes en la Comunidad de Madrid: un enfoque geográfico" en: Beltrán, Joaquín, Laura Oso y Natalia Ribas

(Ed.). *Empresariado étnico en España*. Observatorio Permanente de la Inmigración y Fundación CIDOB, Barcelona.

BUTTERWORTH, Douglas (1962). "A study of the urbanization process among Mixtec migrants from Tilantongo, in Mexico City" en *América Indígena*, vol. 22. Centro de Investigaciones y Estudios Superiores en Antropología Social, México.

CAMARENA, Mario (2000). "Los tejedores construyendo la artesanía. Cambios y continuidades en la identidad de lo artesanos. Generación e identidad" en: Jorge Aceves Coord. *Historia Oral. Ensayos y aportes de investigación*. Centro de Investigaciones y Estudios Superiores en Antropología Social, México.

CEH, Chan Elizabeth (2004). *Migración, turismo e identidad en la Riviera Maya*. Tesis de maestría, Centro de Investigaciones y Estudios Superiores en Antropología Social de Occidente, Guadalajara.

CELESTINO, Eustaquio (2004). *Gotas de Maíz. Jerarquía de cargos y ritual agrícola en San Juan Tetelcingo, Guerrero*. Centro de Investigaciones y Estudios Superiores en Antropología Social, México.

CHANCE, John (1971). Kinship and urban residence: household and family organization in a suburb of Oaxaca, Mexico" en *Journal of the Steward Anthropological Society*. Vol. 2, núm.2.

COHEN, Anthony (1985). *The symbolic construction of community*. Ed. Routledge, England.

COHEN, Erik y Dann Graham (1991). "Sociology and Tourism" en: *Annals of Tourism Research*. Vol. 18, Issue 1. Ed. Elsevier Science.

COHN, Bernard (1987). "Regions subjective and objective: their relation to the study of modern Indian history and society" en: *An Anthropologist among the historians and other essays*. Oxford University Press, Delhi.

COLOMBRES, Adolfo (1987). *Sobre la Cultura y el Arte Popular*. Serie Antropológica. Ediciones del Sol, Buenos Aires.

COWAN, Ruth (1987). *Tourist Development in a mexican coastal community*. Quebec Laval University, Quebec.

DE KADT, E. (1991) Coord. *Turismo: ¿Pasaporte al desarrollo? Perspectivas sobre los efectos sociales y culturales del turismo en los países en vías de desarrollo*. Madrid, Ediciones Endimión.

DEL ÁNGEL, Montiel Pavel (2005). *Despojo e Ilusiones, Turismo y Desarrollo en Punta de Mita Costa Sur de Nayarit*. Tesis de licenciatura, Escuela Nacional de Antropología e Historia, México.

DOFOUR, R. *Des mythes du loisir/tourisme* (2007). Tesis de doctorado, Centre des Hautes Etudes Touristiques, Aix en Provence.

DE LA GARZA, Toledo Enrique (2002). "Problemas Clásicos y Actuales de la Crisis del Trabajo" en: Enrique de la Garza y J.C. Neffa (Comp.), *El futuro del Trabajo, el Trabajo del Futuro*. Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales, Buenos Aires.

DE LA PEÑA, Guillermo y Regina Martínez (2004). "Migrantes y comunidades morales: resignificación etnicidad y redes sociales en Guadalajara" en: Virginia Molina y Oscar González (Coord.), *Ciudad, Pueblos Indígenas y Etnicidad*. Universidad de la Ciudad de México, México.

DI LEONARDO, Micaela (1981). *The varieties of Ethnic Experience. Kinship, Class and Gender Among Italian Americans in Northern California*. Tesis de doctorado, Universidad de California, Berkeley.

DOUGLAS, Mary y Baron Isherwood (1990). *El mundo de los bienes. Hacia una antropología del consumo*. Ed. Grijalbo, México.

DURÁN, Fray Diego (1967). *Historia de las Indias de la Nueva España e Islas de la Tierra Firme*. Tomo I, Porrúa, México.

DURAND, Jorge y Douglas S. Massey (2003). *Clandestinos. Migración México-Estados Unidos en los albores del siglo XXI*. Universidad Autónoma de Zacatecas y editorial Miguel Ángel Porrúa, México.

DURAND, Jorge y Patricia Arias (2000). *La experiencia migrante: Iconografía de la migración México- Estados Unidos*. Alianza del Texto Universitario, México.

DURAND, Jorge (2000). "Origen es destino. Redes sociales, desarrollo histórico y escenarios contemporáneos", en: Rodolfo Tuirán Coord. *Migración Estados-Unidos. Opciones de política*. Consejo Nacional de Población, México.

_____ (2000a). "Tres premisas para entender y explicar la migración México-Estados Unidos" en: *Relaciones*. Verano, vol. 21, número 83, El Colegio de Michoacán, Zamora.

FARET, Laurent (2003). *Las redes de la movilidad: Formas de organización de los migrantes mexicanos en los Estados Unidos*. GRAL, Toulouse.

FERNÁNDEZ, Fuster. L (1985). *Introducción a la teoría y técnica del turismo*. Alianza, Madrid.

FRANCESCH, Alfredo (2004). "Los conceptos del turismo. Una revisión y una respuesta" en: *Gazeta de Antropología*. Universidad de Granada, no. 20, Granada.

GARCÍA, O. Martha (2000). *El Consejo de los Pueblos Nahuas del Alto Balsas, contra la construcción de la presa. San Juan Tetelcingo, Guerrero 1990-1992*. Tesis de licenciatura, Escuela Nacional de Antropología e Historia, México.

GARCÍA CANCLINI, Néstor (2002) .*Culturas populares en el capitalismo*. 6ª edición, Ed. Grijalbo, México.

_____ (1995) *Consumidores y ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización*. Ed. Grijalbo, México.

_____ (1993) "El consumo cultural y su estudio en México: una propuesta teórica" en: Néstor García Canclini (Coord.), *El consumo cultural en México*. Ed. Pensar la cultura, México.

GAVIRIA, M (1978). "Los procesos de decisión en la producción y consumo del espacio y tiempo turísticos" en: *Información Comercial Española*. No. 1, 533, M. De Comercio y Turismo, Madrid.

GERHARD, Meter (1986). *Geografía histórica de la Nueva España 1519-1821*. Trad. Stella Mastrangelo. Instituto de Investigaciones Históricas, Universidad Nacional Autónoma de México- Instituto de Geografía (col. Espacio y tiempo,1), México.

GESHEKTER, C (1978). "International tourism and African underdevelopment: Some reflections on Kenyan" en: *Tourism and economic change*. Edit. por V. Smith. Studies in Third World Societies. Vol. 6.

GLUCKMAN, Max (1963). *Order and Rebellion en Tribal Africa*. Cohen and West, Londres.

GOOD, E. Catharine (1991). "Indígenas urbanos en el México contemporáneo. Los nahuas pintores de amate" en: *Revista Umbral XXI*, no. 5, México, Universidad Iberoamericana.

_____ (1988) *Haciendo la lucha: Arte y comercio nahuas en Guerrero*. Fondo de Cultura Económica, México.

GOOD, E. Catharine y Guadalupe Barrientos (2004). *Nahuas del Alto Balsas*. Comisión Nacional para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas y Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo, México.

GOOD, E. Catharine y Johanna Broda (2004). Coord. *Historia y vida ceremonial en las comunidades mesoamericanas: Los ritos agrícolas*. Instituto Nacional de Antropología e Historia, Instituto de Investigaciones Históricas- Universidad Nacional Autónoma de México, Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, México.

GRANADOS, A. José Aurelio (2005). "Las nuevas zonas de atracción de migrantes indígenas en México" en *Investigaciones Geográficas (Mx)*. Universidad Nacional Autónoma de México, México.

GRANOVETTER, Mark (1973). "The strength of weak ties" en: *American Journal of Sociology*; vol. 78, nº 6.

GUPTA, Akhil y James Ferguson (1999). "Beyond Culture: Spaces, Identity and Politics of a Difference" en: *Culture, Power, and Place. Explorations in Critical Anthropology*. Akhil Gupta y James Ferguson Published, New York.

HIRABAYASHI, Lane (1984). "Formación de asociaciones de pueblos migrantes a México: Mixtecos y Zapotecos" en *América Indígena*. vol. XLV, núm. 3, Centro de Investigaciones y Estudios Superiores en Antropología Social, México.

HERNÁNDEZ, Rubén (1999). "¡A la aventura! Jóvenes, pandillas y migración en la conexión Monterrey-Houston" en: Gail Mummert (Ed.), *Fronteras Fragmentadas*. Colegio de Michoacán, Zamora.

HERRERA, Lima Fernando (2002). *Vidas itinerantes en un espacio laboral transnacional. Migración y familias entre Puebla-Tlaxcala y Nueva York*. Tesis de Doctorado, Universidad Autónoma Metropolitana Unidad Iztapalapa, México.

KEARNEY, Michael (1999). "Fronteras fragmentadas, fronteras reforzadas" en: Gail Mummert (Ed.), *Fronteras Fragmentadas*. Colegio de Michoacán, Zamora.

KEMPER, Robert (1994). "Extendiendo las fronteras de la comunidad en teoría y práctica: Tzintzuntzan, México, 1970-1990" en: Víctor Gabriel Muro (Coord.) *Estudios Michoacanos V*. Colegio de Michoacán, Zamora.

_____(1976). *Campesinos en la ciudad: Gente de Tzintzuntzan*. Secretaría de Educación Pública-Setentas, México.

KOPYTOFF, Igor (1991). "La biografía cultural de las cosas: La mercantilización como procesos" en: Arjun Appadurai Coord. *La vida social de las cosas. Perspectiva cultural de las mercancías*. Editorial Grijalbo, México.

KORSBAEK, Leif (1996). "Distribución geográfica del sistema de cargos" en: Leif Korsbaek Comp. *Introducción al sistema de cargos*. Universidad Autónoma del Estado de México, México.

LARA, Flores Sara M, Hubert C. de Grammont, Martha Judith Sánchez G (2004). "Migración Rural Temporal y Configuraciones Familiares (Los casos de Sinaloa, México; Napa y Sonoma; EE.UU)" en: Marina Ariza y Orlandina de Oliveira (Coord.) *Imágenes de la Familia en el Cambio de Siglo*. Instituto de Investigaciones Sociales, Universidad Nacional Autónoma de México, México.

LAW, J. y Callon, M (1992). "The life and death of an aircraft: a network analysis of technical change", en: Bijker, W.E., Law, J. (Eds.), *Shaping Technology. Building Society: Studies in Sociotechnical Change*. MA, MIT Press, Cambridge.

LEWIS, Oscar (1978). *Antropología de la Pobreza*. Fondo de Cultura Económica, México.

LIGHT, Ivan (2005). "Empresarios inmigrantes de Asia en la era de la globalización" en: *Anuario Asia Pacífico*. Fundación CIDOB, Barcelona.

____ (2004) "The Ethnic Ownership Economy" en: Estiles, C y C. Galbraith (Eds.), *Ethnic Entrepreneurship: Structure and Process*. Elsevier, Boston.

LIGHT, Ivan y Steven J. Gold (2000). *Ethnic economies*. Academia Press California, San Diego.

LIGHT, Ivan y Edna Bonacich (1998). *Immigrant Entrepreneurs. Koreans in Los Angeles, 1965-1982*. University of California Press, Berkeley.

LIGHT, Ivan y Carolyn Rosenstein (1995). *Race, Ethnicity and Entrepreneurship in Urban America*. Walter de Gruyter Inc., New York.

LITVAK, Jaime (1971). *Cihuatlán y Tepecoacuilco. Provincias tributarias de México en el siglo XVI*. Instituto de Investigaciones Históricas, Universidad Nacional Autónoma de México, México.

LOMNITZ, A. Larissa (1998). *Cómo sobreviven los marginados*. Siglo XXI, México.

LONG, Norman (1998). "Cambio rural, neoliberalismo y mercantilización: el valor social desde una perspectiva centrada en el actor" en: *Las disputas por el México rural. Volumen I. Actores y campos sociales*. Colegio de Michoacán, Zamora.

LÓPEZ, S. Ana María (2007). "Migración internacional, vínculos transnacionales y economía étnica. El caso de la comunidad indostánica en Canarias" en: *Revista CIDOB D'Afers Internacional. Migración, transnacionalismo y empresariado asiático en España*. Fundación CIDOB, Barcelona.

MANSPERGER, Mark (1995). *Tourism and cultural change in small-scale societies*. Human Organization Vol. 54. The Society of Applied Anthropology.

MARÍN, Guardado Gustavo (2009). *Desarrollo turístico, producción del espacio y mercantilización del lugar en Tulum, Quintana Roo*. Centro de Investigaciones y Estudios Superiores en Antropología Social Peninsular, México (texto inédito).

_____(2009a). "Los tristes trópicos del turismo en México: Una industria tras bambalinas" en: Ana García Silberman, Magali Daltabuit y Gustavo Marín Guardado (Eds.), *Turismo, globalización y sociedades locales en la Península de Yucatán*. Centro Peninsular de Humanidades y Ciencias Sociales, Universidad Nacional Autónoma de México, México (en prensa).

_____(2009b). "Turismo, globalización y mercantilización del espacio y la cultura en la Riviera Maya: un acercamiento a tres escenarios" en: Ricardo López Santillán (Ed.) *Localidades, etnicidades y lenguas frente a la globalización. Estudios de caso en la península de Yucatán, Chiapas y Tabasco*. Centro Peninsular de Humanidades y Ciencias Sociales, Universidad Nacional Autónoma de México, México.

_____(2009c) "Turismo, globalización y desarrollo local: Puerto Vallarta y los retos del porvenir" en: *Estudios Demográficos y Urbanos*. El Colegio de México, vol. 24, núm. 1, enero-abril, México.

_____(2008). "Turismo, Pobreza y Dependencia global en situación de desastre. El Huracán Gilberto en 1988 y la recuperación selectiva en Cancún, Quintana Roo" en: *Historia y Desastres en América Latina Vol. III*. Centro de Investigaciones y Estudios Superiores en Antropología Social, México.

_____(2008a) "Territorio de resistencia, integración mercantil y producción del espacio turístico en Quintana Roo: trayectorias y transformaciones del mundo maya", en: Alicia Castellanos y Antonio Machuca (Eds.), *Turismo, identidades y exclusión*, Juan Pablos Centro Cultural, México.

MARTÍN, Díaz Emma (1998) "Entidad y Procesos Migratorios: Reflexiones Sobre Algunas Perspectivas Teórico-Metodológicas" en: Raquel Barceló y Martha Judith Sánchez (Coord.). *Diversidad étnica y conflicto en América Latina. Migración y etnicidad. Reflexiones teóricas y estudios de caso*. Universidad Nacional Autónoma de México, Plaza y Valdés Editores, México.

MARTÍNEZ, Casa Regina (2002). "La comunidad moral como comunidad de significados: El caso de la migración otomí en la ciudad de Guadalajara" en: *Alteridades*, México, Universidad Autónoma Metropolitana, Vol. 12 No. 23, enero-junio.

_____(2001). Una cara indígena: La resignificación de la cultura otomí en la ciudad. Tesis de doctorado. Universidad Autónoma Metropolitana Unidad Iztapalapa, México.

MARTÍNEZ, Peñaloza Porfirio (1978). *Arte Popular y Artesanías Artísticas en México. Un acercamiento*. JUS, México.

MARTÍNEZ, Reséndiz Juana (2005). *Redes Sociales, Intermediarios y el Mercado de Trabajo Rural. Estudio de caso, región Centro Sur del Estado de Morelos*. Tesis de maestría, Instituto de Investigaciones Dr. José Luis María Mora, México.

MASTACHE, Alba y Elia Morett (1997). *Entre dos mundos: Artesanos y artesanías en Guerrero*. INAH, Colección Científica, México.

MATUS, Ruiz Maximino (2007). *Revisión bibliográfica sobre la situación de la población indígena del Distrito Federal*. Texto inédito, México, 2007.

_____ (2006). *El ingrediente étnico: Autenticidad, mercantilización de la diferencia cultural y control de mercados a través de los restaurantes oaxaqueños en los Angeles, Ca.* Tesis de maestría, Centro de Investigaciones y Estudios Superiores en Antropología Social de Occidente, Guadalajara.

MAUSS, Marcel (1979). *Sociología y Antropología. Precedido de una introducción a la obra de Marcel Mauss por Claude Lévi Strauss*. Editorial Tecnos, Madrid.

MEETHAN, Kevin (2001). *Tourism in global society. Place, culture, consumption*. Palgrave, Malasia.

MIÈGE, Bernard (s/f). *La mercancía cultural: algunas características de su creciente desarrollo*. Traducido por Oscar Lucièn. Humanitas. Portal temático de humanidades.

MOWFORTH, Martin e Ian Munt (2003). *Tourism and sustainability: development and New Tourism in the Third World*. Routledge, New York.

NASH, June (1993). *Crafts in the world Market. The impact of Global exchange on Middle American Artisans*. State University Of New York Press, Albany.

NOVELO, Victoria (2007). *Artesanos, artesanías y arte popular de México. Una historia ilustrada*. Dirección General de Culturas Populares del Consejo Nacional para la Cultura y las Artes. México.

_____(1993) *Las artesanías en México*. Gobierno del Estado de Chiapas, Instituto Chiapaneco de Cultura, México.

_____(1976) *Artesanías y capitalismo en México*. Secretaría de Educación Pública-Instituto Nacional de Antropología e Historia, México.

OEHMICHEN, B. Cristina (2005). *Identidad, Género y Relaciones Interétnicas. Mazahuas en la Ciudad de México*. Instituto de Investigaciones Antropológicas, Universidad Nacional Autónoma de México y Programa Universitario de Estudios de Género, México.

_____(2002). "Parentesco y matrimonio en la comunidad extendida: el caso de los mazahuas" en: *Alteridades*, México, Universidad Autónoma Metropolitana, Vol. 12 No. 24, enero-junio.

_____(2001). *Mujeres indígenas migrantes en el proceso de cambio cultural. Análisis de las normas de control social y relaciones de género en la comunidad extraterritorial*. Tesis de doctorado, Instituto de Investigaciones Antropológicas, Universidad Nacional Autónoma de México, México.

_____(2000) "Las comunidades extendidas" en: *Antropológicas*. Universidad Nacional Autónoma de México, núm. 17, septiembre-diciembre, México.

OLIVEIRA, Orlandina de, Marielle Pepin Lehalleur y Vania Salles (1989) Comp. *Grupos domésticos y Reproducción Cotidiana*. Coordinación de Humanidades de la Universidad Nacional Autónoma de México, Colegio de México y Grupo Editorial Miguel Ángel Porrúa, México.

ORELLANA, Carlos (1973). "Mixtec migrants in Mexico City: A case study of urbanization" en *Human Organization* 32, núm. 3.

OSTROMYT, Kahn Ellinor (2003). "Una perspectiva del capital social desde las ciencias sociales: Capital social y acción colectiva" en: *Revista Mexicana de Sociología*. Instituto de Investigaciones Sociales, Universidad Nacional Autónoma de México, México, año LXV.1, enero-marzo.

PALERM, Juan-Vicente (1998). "Las nuevas comunidades mexicanas en los espacios rurales de los Estados Unidos de América: a propósito de una reflexión acerca del quehacer antropológico" en: *Antropología hoy: teorías, técnicas y tácticas. Áreas. Revista de Ciencias Sociales*, Universidad de Murcia, Volumen 19, Murcia.

PARELLA, R. Sonia (2005). "Estrategias de los comercios étnicos en Barcelona" en: *Revista Política y Cultura*. Universidad Autónoma Metropolitana Unidad Xochimilco, México, núm. 23. Primavera.

_____ (2003) *Mujer, inmigrante y trabajadora: la triple discriminación*. Anthropos, Barcelona.

PIORE, Michel (1979). *Birds of Passage: Migrant Labor in Industrial Societies*. Cambridge University Press, Cambridge.

PÉREZ, R. Maya Lorena (2005). "La comunidad indígena contemporánea" en: Miguel Lisbona Guillén (ed.) *La comunidad a debate: Reflexiones sobre el concepto de comunidad en el México contemporáneo*. Colegio de Michoacán y Universidad de Ciencias y Artes de Chiapas, Zamora.

PORTAL, María Ana (1997). *Ciudadanos desde el pueblo. Identidad urbana y religiosidad popular en San Andrés Totoltepec, Tlalpan, México, D.F.* Universidad Autónoma Metropolitana Unidad Iztapalapa, Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, México.

PORTES, Alejandro y József Böröcs (1989). "Contemporary Immigration: Theoretical Perspectives on its determinants and modes of incorporation" in *International Migration Review*. Vol. XXIII, No. 3, otoño.

PORTES, Alejandro y Robert L. Bach (1985). *Latin Journey: Cuban and Mexican Immigrants in the United States*. University of California Press, Berkeley.

PORTES, Alejandro y Kenneth Wilson (1980). "Immigrant Enclaves: An Analysis of the labor Market Experiences of Cubans in Miami" en: *American Journal of Sociology*, University of Chicago, Vol. 86, Issue 2, September.

RAMÍREZ, C. Luis. (1986) "Capital comercial y producción artesanal en tres regiones de México (Michoacán, Oaxaca y Yucatán)" en: *Revista de la Universidad Autónoma de Yucatán*. Abril-mayo-junio, No. 157, Mérida.

RAMÍREZ, G. Franklin y Jacques Paul Ramírez R (2005). *La Estampida Migratoria Ecuatoriana: Crisis, Redes Transnacionales y Repertorios de Acción Migratoria*. UNESCO-CIUDAD-ALAI, Quito.

RE, Cruz Alicia (2006). "Turismo y migración entre los mayas de Yucatán. Las nuevas milpas de Chan Kom" en *Revista Española de Antropología Americana*. Vol. 36. Universidad Complutense de Madrid, Madrid.

REDFIELD, Robert (1975). *El mundo primitivo y sus transformaciones*. Sep-Setentas, México.

ROMER, Marta (2005). "Los hijos de inmigrantes indígenas en la ciudad de México. Una propuesta de tipología de identidades étnicas" en *Revista Actas Latinoamericanas de Varsovia*. Tomo 28.

ROSEBERRY, William (1998). "Cuestiones agrarias y campos sociales" en: *Las disputas por el México rural. Volumen I. Actores y campos sociales*, Colegio de Michoacán, Zamora.

RUBIO, Miguel Ángel, Saúl Millán y Javier Gutiérrez (2000). *La migración indígena en México. Estado del Desarrollo Económico y Social de los Pueblos Indígenas de México*. Instituto Nacional Indigenista, México.

SAGLIO, Christian (1991). "Turismo de descubrimiento: Un proyecto en el bajo Casamance, Senegal" en: De Kadt, E. (Coord.), *Turismo: ¿Pasaporte al desarrollo? Perspectivas sobre los efectos sociales y culturales del turismo en los países en vías de desarrollo*. Ediciones Endimión, Madrid.

SÁNCHEZ, Martha Judith (1995). *Comunidades sin límites territoriales*. Tesis de doctorado, El Colegio de México, México.

STERN, Claudio (1989). "La industrialización y la migración en México" en: Peter Peek y Guy Standing (Comp.) *Políticas de estado y migración. Estudios sobre América latina y el Caribe*. COLMEX, México.

STROMBERG, Gobi (1982). *El universo del amate*. Secretaría de Educación Pública-Museo de Culturas Populares, México.

THACKER, Moll Marjorie (1990). "Organizaciones indígenas en la ciudad de México" en *Boletín Indigenista, Órgano informativo interno del Instituto Nacional Indigenista*, año 2, núm. 4 (enero-febrero). Nueva época. México

VALLARTA, Vélez Luz del Carmen y María Teresa Ejea Mendoza (1985). *Antropología social de las artesanías en el sureste de México: dos estudios*. Centro de Investigaciones y Estudios Superiores en Antropología Social- Sureste y Cuadernos de la Casa Chata, México.

URRY, John (1995). *Consuming places*. Ed. Routledge, New York.

VAN HOUTS, D (1991). "International tourism in third world countries: A Controversial Topic" en: *Cathiers du Tourisme*. Université de Droit, d'Économie et des Sciences. Centre des Hautes Etudes Touristiques. Série C. No. 148, Aix en Provence.

VAN YOUNG, Eric (1992). "Are regions good to think" en: *México's Regions. Comparative History and Development*. University of California, Center for U.S.-Mexican Studies, San Diego.

VELASCO, Ortiz Laura (2007). "Migraciones indígenas a las Ciudades de México y Tijuana" en *Papeles de Población*, abril-junio, número 52. Universidad Autónoma del Estado de México, Toluca.

_____(2002) . *El regreso a la comunidad. Migración y agentes étnicos. Los mixtecos en la frontera México-Estados Unidos*. Colegio de la Frontera Norte y El Colegio de México, México.

VÉLEZ, I. Carlos (1993). *Lazos de Confianza. Los sistemas culturales y económicos en las poblaciones de los Estados Unidos y México*. Fondo de Cultura Económica, México.

VERSCHOOR, Gerard (1997). *Tacos, Tiendas and Mezcal. An actor-network perspective on small-scale entrepreneurial projects in Western Mexico*. Tesis de doctorado, Wageningen University, Wageningen.

WAYNE, Cornelius (1980). *Los inmigrantes pobres en la Ciudad de México y la política*. Fondo de Cultura Económica, México.

WIRTH, Louis (1988). "El urbanismo como forma de vida" en: Fernández Martorell, M. (Ed.) *Leer la ciudad*. Icària, Barcelona.

WEBER, Max (1999). *Economía y sociedad*. Fondo de Cultura Económica, México.

WEITLANER, Roberto (1940). "Chilacachapa y Tetelcingo" en: *El México Antiguo*. Sociedad Alemana Mexicanista, vol. V. núm. 7, México.

WOLF, Eric R (1955). Types of Latin American peasantry: a preliminary discussion. *American Anthropologist*, New Series 57 (3) Part 1.

Documentos y artículos electrónicos:

CAMACHO, S. Fernando (2009). "Arremete el ayuntamiento de Cuernavaca contra artesanos" en: *La Jornada*. 4 de marzo.

<http://www.jornada.unam.mx/2009/03/05/index.php?section=estados&article=031n1est>

CHÁVEZ, Javier (2008). "Nace el Municipio de Tulum" en: *La Jornada*. 14 de marzo.

<http://www.jornada.unam.mx/2008/03/14/index.php?section=estados&article=039n1est>

GUZMÁN, Pérez Kenia (2004). "Indígenas migrantes en Acapulco. Entre la pérdida de identidad y su inexistencia para las autoridades" en: *El Sur de Acapulco. Periódico de Guerrero*. 28 de abril

<http://www.suracapulco.com.mx/anterior/2004/abril/28/acapulco.htm>

LEVITT, Peggy y Nina Glick Schiller (2004). "Perspectivas Internacionales sobre Migración: Conceptualizar la Simultaneidad" en *Migración y Desarrollo*. No. 3. Segundo semestre.

<http://www.migracionydesarrollo.org/>

SÁNCHEZ, Martha Judith y Raquel Barceló Q. "Mujeres indígenas migrantes: cambios y redefiniciones genéricas y étnicas en diferentes contextos de migración" en *Amérique Latine Histoire et Mémoire. Les Cahiers ALHIM*, 14 | 2007.

<http://alhim.revues.org/index2292.html>

PARTIDA, Virgilio (2004). "Hacia un país de viejos... y pobres" en: *La Jornada*. 13 de septiembre.

<http://www.jornada.unam.mx/2004/09/13/006n1sec.html>

SAN ROMAN, M. Gerardo (2004). "Estrategias para la Instrumentación y Desarrollo de Clusters" en: *Revista Espacios Digital. Revista Venezolana de Gestión Tecnológica*. Vol. 25. No. 1.

<http://www.revistaespacios.com/a04v25n01/04250101.html>

SIERRA, L. Aurora (2005). Migración educación y trabajo en Chetumal y Playa del Carmen, Quintana Roo, México.

<http://biblioteca.coqcyt.gob.mx/bvic/Captura/upload/MIGRACION-EDUCACION-Y-TRABAJO-CAP-2.PDF>.

VARGAS, Silvia (2009). "Arte popular tradición que las autoridades no aprecian" en: Diario de Morelos. 8 de abril.

http://www.diariodemorelos.com/index.php?option=com_content&task=view&id=37552&Itemid=80

Expresión Libre, Periodismo sin Censura. Edición Cancún. 24 de agosto de 2006

<http://www.expresionlibre.org>

Páginas de Internet:

<http://www.camarasaragon.com/innovacion/Innovacion.asp>

<http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/Proyectos/ccpv/default.aspx>

<http://www.nmai.si.edu/searchcollections/results.aspx>

<http://www.solidaridad.gob.mx/>

<http://www.tulum.gob.mx/swb>

Fuentes primarias:

FIDEICOMISO de la Riviera Maya, Playa del Carmen, Quintana Roo 2005.

INEGI, Estadístico Municipal Solidaridad, México, 2005.

INEGI, Guerrero. Censo de Población y Vivienda, México, 2005.

INEGI, Principales Resultados por Localidad Estados Unidos Mexicanos. XII Censo General de Población y Vivienda 2000.

INEGI. Quintana Roo. Censo General de Población y Vivienda, México, 2000.

INEGI. Quintana Roo. Conteo de Población y Vivienda, México, 2005.

INEGI, Superficie de la República Mexicana por Estados, México, 2005.

INM, Total de entradas, por entidad federativa y punto de internación, 2009.